



Contaduría y Administración

ISSN: 0186-1042

revista_cya@fca.unam.mx

Universidad Nacional Autónoma de
México
México

Elizundia Cisneros, María Eugenia

Desempeño de nuevos negocios: perspectiva de género

Contaduría y Administración, vol. 60, núm. 2, abril-junio, 2015, pp. 468-485

Universidad Nacional Autónoma de México

Distrito Federal, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39535648010>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



Disponible en www.sciencedirect.com

www.revistas.unam.mx/index.php/rca/

Contaduría y Administración 60 (2015) 468-485

**Contaduría y
Administración**
REVISTA INTERNACIONAL

www.contaduriayadministracionunam.mx

Desempeño de nuevos negocios: perspectiva de género

*New business performance:
gender perspective*

María Eugenia Elizundia Cisneros

Universidad Anáhuac, Facultad de Economía y Negocios, México

Recibido el 4 de noviembre de 2013; aceptado el 4 de octubre de 2014

Resumen

En la última década ha habido un crecimiento importante del emprendimiento femenino en todo el mundo. Aunque este es más alto en economías desarrolladas, el crecimiento que muestra esta actividad en México y América Latina empieza a ser significativo. El objetivo de esta investigación es analizar si existen diferencias significativas en los antecedentes de los nuevos negocios comenzados por hombres y mujeres en la ciudad de México y si estos influyen en el desempeño que obtienen. Los factores analizados fueron su experiencia profesional, su nivel educativo, si contaban con antecedentes familiares emprendedores, la edad, el género, el capital inicial con el que se formó la empresa, el nivel de planeación, el tipo de participación inicial, si obtuvieron algún tipo de asesoría profesional y la estrategia inicial elegida. La metodología utilizada fue a través de un cuestionario aplicado a 192 dueños de negocios, hombres y mujeres, dentro del sector comercio y servicios, que contasen con dos a quince empleados. En los resultados no se presentan diferencias significativas en el desempeño de los nuevos negocios entre los dos grupos (sector comercio y servicios), pero sí se presentan diferencias en el monto de capital al iniciar el negocio y los niveles de ingresos reportados. Derechos reservados © 2015 Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Contaduría y Administración. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la Licencia Creative Commons CC BY-NC-ND 4.0.

Palabras clave: Emprendedor; Emprendimiento; Género; Desempeño; México

Correo electrónico: meelizun@anahuac.mx

0186-1042/© Derechos Reservados © 2015 Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Contaduría y Administración. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la Licencia Creative Commons CC BY-NC-ND 4.0.

Abstract

In the last decade there has been an important growth in female entrepreneurship worldwide. Although this is higher in developed economies, female entrepreneurship in Mexico and Latin America has also grown significantly. The aim of this research is to analyze whether there are significant differences in the backgrounds of new businesses started by men and women in Mexico City and whether these influence in the performance they get. The factors analyzed were their professional experience, their education, whether they have a family history of entrepreneurs, their age, their gender, the initial investment with which the company was formed, the planning level, the type of initial legal entity, if they got some type of professional advice and the initial strategy they choosed. The methodology used was through a questionnaire administered to 192 men and women business owners within the retail and services sector with two to fifteen employees. The results do not show significant differences in the performance of new businesses between the two groups but there are differences in the amount of starting capital and income levels reported.

All Rights Reserved © 2015 Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Contaduría y Administración. This is an open access item distributed under the Creative Commons CC License BY-NC-ND 4.0.

Keywords: Entrepreneur; Entrepreneurship; Gender; Performance; Mexico

Introducción

En la última década ha habido un crecimiento importante del emprendimiento femenino en todo el mundo (Swinney, Runyan y Huddleston, 2006). En México la tasa de participación femenina en los negocios ha aumentado también de forma importante en los últimos veinte años (Guzmán y Rodríguez, 2008). Se identifican diversos factores que contribuyen a este fenómeno:

1. Más fácil acceso de las mujeres a la educación, lo que permite que adquieran una serie de conocimientos y capacidades necesarios para enfrentar una actividad empresarial.
2. Mayor participación de las mujeres en el mercado laboral, lo que facilita aprendizajes que les permiten evolucionar hacia nuevas actividades empresariales.
3. Auge del sector servicios, el cual no presenta obstáculos excesivos de entrada y es uno en el que la mujer se ha desarrollado tradicionalmente.
4. Entorno económico nacional e internacional complejo que obliga a la mujer a contribuir con el ingreso.
5. Cambios sociales en la estructura de la familia tales como el incremento en la tasa de divorcios y de familias criadas solamente por la mujer.

El emprendimiento femenino tiene un impacto importante en el desarrollo económico y la disminución de la pobreza; en países desarrollados, por ejemplo, se ha demostrado que impacta el Producto Interno Bruto (PIB) en alrededor del 5 al 7% (Heller, 2010). También se observa que mujeres que trabajan y emprenden tienden a invertir en mayor medida sus ganancias en educación, salud y bienestar a favor de sus familias, fomentan en

sus hijos el deseo de aprender a prepararse y tienden a promover el deseo de superación, pero en pleno siglo XXI aún enfrentan fuertes retos para su completa inclusión.

El reporte del Global Entrepreneurship Monitor 2012 (GEM, 2012) muestra que actualmente existen en el mundo 104 millones de mujeres de entre 18 y 64 años involucradas en algún tipo de emprendimiento. Otros 83 millones administran sus propios negocios comenzados, en promedio, hace tres y medio años. Aunque el emprendimiento femenino es más alto en economías desarrolladas, el crecimiento que muestra en América Latina es muy importante (fig. 1).

A partir de las estadísticas oficiales de cualquier país es difícil determinar el número de mujeres empresarias. Los datos están a menudo incompletos o se basan en análisis de muestras o estudios parciales, por lo que no se tiene una visión exacta del fenómeno (Baygan, 2000); lo que es importante mencionar es que, independientemente de la investigación, el número de mujeres empresarias es siempre menor al de hombres, y si bien es cierto que cambia o aumenta dependiendo del nivel de desarrollo del país, en ninguna investigación se muestra como superior.

Específicamente los casos de Latinoamérica y México no son distintos a los del resto del mundo. Las mujeres han ido tomando posicionamiento en la economía y los negocios. Alrededor del 35-40% de los micro, pequeños y medianos negocios son operados por mujeres (Banco Mundial, 2010). Normalmente estos negocios tienden a ser pequeños en términos de ventas y número de empleados, tienden a enfocarse en áreas de comercio y/o servicios, y llevan menos tiempo de operar, pero siguen enfrentándose a numerosas desventajas, principalmente en lo referente al acceso de capital. La mayoría obtiene su financiamiento de ahorros personales, y préstamos de amigos y familiares, lo que limita su crecimiento (Swinney et al., 2006).

Es importante hacer hincapié en que la mayor parte de los estudios existentes sobre la actividad empresarial femenina se han llevado a cabo en países anglosajones y del norte de Europa, pero a pesar de las similitudes económicas, familiares y sociales entre los

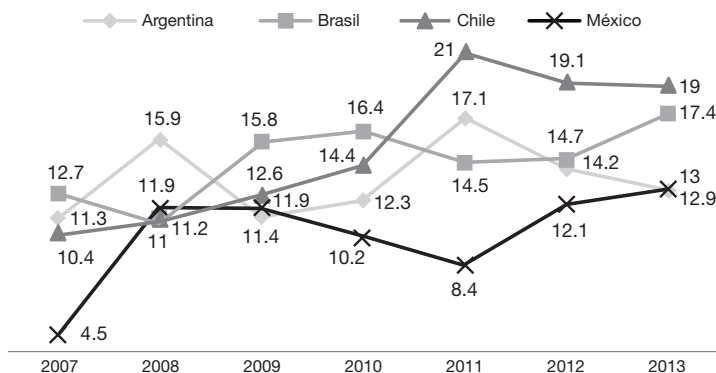


Figura 1. Porcentaje de mujeres emprendedoras (2007-2013).

Fuente: elaboración propia con datos del GEM (2007-2013).

Estados occidentales, es probable que el desarrollo de la actividad empresarial femenina tome diferentes formas en los distintos países (McManus, 2001).

Según Davidsson, Low y Wright (2001), la investigación acerca del emprendimiento en general está en una etapa adolescente y la investigación acerca del emprendimiento femenino está en una infantil, por lo que hay mucho camino por recorrer. Lo que es una realidad es que "... el perfil de la mujer emprendedora continuará moviéndose hasta acercarse hacia sus contrapartes masculinas" (Birley, 1998:37).

El propósito de esta investigación es contribuir con el entendimiento de los factores que puedan explicar si existen diferencias significativas en el desempeño de nuevos negocios comenzados por hombres y mujeres en la ciudad de México, tomando la clasificación del GEM en donde se define a los nuevos negocios como aquellos que tienen por lo menos 3.5 años de vida. Por su parte, De Bruin, Brush y Welters (2007) sostienen que la investigación acerca del emprendimiento femenino es aún escasa; una reciente revisión de literatura sugiere que la investigación de este tema comprende menos del 10% del estudio en este campo (Brush y Cooper, 2012). Aunque en México este tema ha sido poco explorado, comienza a haber avances importantes, de ahí la importancia de esta investigación.

Revisión de literatura

Las teorías acerca del emprendimiento tienen distintas perspectivas. Dentro de la perspectiva económica, Schumpeter (1934) argumenta que los emprendedores son los que crean nuevas combinaciones, nuevos mercados, productos o sistemas de distribución. A su vez McClelland (1989) se enfoca en las características del emprendedor (principalmente riesgo, logro y deseo de control). Aldrich y Martinez (2001) definen al emprendedor como alguien que inicia nuevas actividades con la intención de culminar con un negocio viable. Por su parte, Kirzner (2005) identifica a los emprendedores como aquellos que utilizan mejor la información que les permita descubrir oportunidades en una forma en la que otros no lo hacen. De Bruin et al. (2007) definen al emprendedor como un individuo que descubre, evalúa y explota oportunidades para introducir bienes y servicios nuevos, distintas formas de organización, mercados, procesos, materias primas y/o esfuerzos organizacionales que antes no existían.

En todos estos ejemplos se asume que el emprendedor es genérico y que sus características no cambian, excepto cuando se lo compara con el no emprendedor. Desde este precepto no hay necesidad de separar hombres y mujeres, ya que se supone que tienen las mismas características. Lo que se observa es que sí existen diferencias entre mujeres y hombres en términos de antecedentes, experiencia, educación, necesidades y motivos por los que comienzan (Hurley, 1999), por lo que es necesario profundizar en estas diferencias para comprender mejor el fenómeno.

Género y desempeño

En pleno siglo XXI el área de emprendimiento sigue siendo dominada por hombres, aunque la participación de las mujeres en los nuevos negocios ha crecido de forma muy importante

desde 1990 (Valencia, 2009). Actualmente siguen existiendo un mayor número de negocios operados por hombres que por mujeres (Reynolds, 2007), y según varios investigadores (Cooper, Gimeno-Gascon y Woo, 1994; Hamilton, 2003; Kim, Aldrich y Keister, 2006), estos tienden a un desempeño superior. Para otros (Kalleberg y Leicht, 1991) no existe diferencia. Según Lucas (2006), es un hecho que las mujeres siguen teniendo mayor dificultad en conseguir acceso a crédito, lo que limita mucho su capacidad de crecimiento y desempeño. En países como México, donde la cultura sigue siendo tradicionalista y de roles establecidos, cada vez hay más mujeres que terminan estudios superiores, pero siguen teniendo funciones de soporte familiar y de cuidado de hijos, lo que les impide adquirir la experiencia suficiente para operar un negocio de forma exitosa. En este país se espera todavía que la mujer se haga cargo de la casa y los niños, lo que limita su capacidad de entrega al negocio y reduce su habilidad para generar utilidades (Cerdeña, 2010). Estas barreras a las que se enfrentan las mujeres son el resultado de prácticas sociales, experiencias educacionales, roles familiares y falta de redes de contactos (Fasci y Valdez, 1998; Acs, Bardasi, Estrin y Svejnar, 2011). Estos factores tienen como consecuencia que negocios operados por mujeres, en muchas ocasiones, tengan un desempeño menor al que tienen los hombres (Van Praag y Vijverberg, 2008). Loscocco, Robinson, Hall y Allen (1991) encontraron que, muchas veces, la diferencia en el desempeño de los negocios entre hombres y mujeres se da porque las mujeres tienden a elegir sectores menos redituables, tales como el comercio o los servicios, lo que podría marcar una línea de investigación importante que indica que lo que se debe investigar son los distintos resultados entre hombres y mujeres, pero dentro del mismo sector.

Dentro de los factores que parecen afectar el desempeño de los negocios operados por mujeres se encuentra principalmente la educación. Para las mujeres emprendedoras una mayor educación se traduce en un mejor desempeño (Swinney et al., 2006), ya que la diferencia en los resultados disminuye de forma importante cuando se estudian mujeres con carreras universitarias. Otro de los factores que influyen en la diferencia del desempeño es el tiempo que las mujeres le dedican al negocio, ya que se observa, en general, que las empresarias dedican menos tiempo a su negocio, a diferencia de sus contrapartes masculinas (Collins-Dodd, Gordon y Smart, 2004; Verheul, Van Stel y Thurik, 2006) y, también, que muchas mujeres, por razones personales o familiares, establecen límites de crecimiento y a partir de ahí prefieren no expandirse (Robichaud, McGraw y Alain, 2005). La diferencia en el desempeño de los negocios tiene parte de su fundamento en la teoría de los recursos, ya que esta señala que para competir y obtener un buen resultado son decisivos los recursos tangibles e intangibles que posee la empresa y depende en gran parte tanto de su educación, experiencia y conocimiento como del ambiente en donde se va a desarrollar y las expectativas que él o ella tengan acerca del futuro del negocio. Esto puede explicar en parte por qué dentro de un mismo sector se presentan diferencias en los resultados obtenidos por empresas dirigidas por hombres en contraposición a aquellas dirigidas por mujeres (Wernerfelt, 1984).

En 2006 DeMartino, Barbato y Jacques realizaron una comparación entre hombres y mujeres empresarias, pero con estudios superiores (Nivel Maestría), con el fin de identificar diferencias en términos de educación en negocios similares. El estudio concluye que las diferencias son mayores si los empresarios son casados con hijos dependientes y que

las mujeres más preparadas recurren al emprendimiento como una elección que les permite manejar de forma flexible sus obligaciones familiares y empresariales.

El presente estudio busca demostrar que existen diferencias significativas entre el desempeño de nuevos negocios comenzados por mujeres y los nuevos negocios comenzados por hombres en la ciudad de México, en relación con sus antecedentes. Busca también comprender e incrementar la literatura de las diferencias de género en el tema del emprendimiento en Latinoamérica.

Metodología

Para la concreción del universo de estudio se obtuvieron los directorios de los participantes a las distintas ferias MiPyME organizadas por la Secretaría de Economía. Se seleccionaron aquellas que estuvieran en la ciudad de México, dentro del sector comercio y/o servicios, que tuvieran entre dos y quince empleados (parte micro y parte pequeña), y que hubieran sido creadas de 1980 en adelante. Para esta nueva base de datos (aproximadamente 4,926 negocios [68% hombres y 32% mujeres]) se calculó el tamaño de la muestra con un 5% de error y un 95% de confianza, lo que dio como resultado un tamaño de $n = 192$. Se envió de forma aleatoria a toda la base de datos una invitación formal a participar en la investigación vía correo electrónico, llamada telefónica y entrevista personal, ya que son los métodos más efectivos en el levantamiento de información en la MiPyME (Lussier y Halabi, 2010). Asimismo, se utiliza el paquete SPSS para aplicar las pruebas estadísticas de correlaciones de Pearson, la prueba Chi cuadrada y la prueba t-student, con el objetivo de identificar si existen diferencias significativas en los antecedentes en relación con el desempeño obtenido en los nuevos negocios comenzados por mujeres y por hombres.

Pregunta de investigación e hipótesis

¿Existen diferencias significativas entre el desempeño de nuevos negocios comenzados por mujeres y aquellos comenzados por hombres?

Hipótesis principal

H1: Existen diferencias significativas entre el desempeño de nuevos negocios comenzados por hombres y aquellos comenzados por mujeres.

Hipótesis secundarias

H2: Existen diferencias significativas entre el nivel de estudios de mujeres y el de hombres emprendedores.

H3: Existen diferencias significativas entre la edad en la que comienzan los negocios los hombres y la edad en la que lo hacen las mujeres.

H4: Existen diferencias significativas entre el monto de capital con el que inician negocios los hombres y el monto con el que lo hacen las mujeres.

H5: Existen diferencias significativas entre los niveles de ventas que tienen nuevos negocios comenzados por hombres y los niveles de aquellos comenzados por mujeres.

H6: Existen diferencias significativas entre el nivel de planeación, la solicitud de asesoría, el tipo de participación y el tipo de estrategia de nuevos negocios comenzados por hombres y aquellos comenzados por mujeres.

Instrumento

Para que un estudio que evalúe el desempeño de un nuevo negocio sea válido es necesario analizar los factores de empresas que hayan cerrado y los factores de aquellas que continúen existiendo, pero la problemática en México es que no existe información de las empresas que cerraron, no hay registros de qué pasó con ellas ni de cuál fue la causa de su terminación. Para resolver este problema se analizaron solamente empresas que se encuentran en operación y la variable que mide el desempeño positivo o negativo es el crecimiento en ventas durante los últimos tres años, ya que es una de las más utilizadas para medir el desempeño de la MiPyME (McGee, Dowling y Megginson, 1995). El crecimiento en las utilidades, que podría ser también la variable más típica para evaluar si una empresa tiene desempeño positivo o no, es una variable difícil de obtener, ya que en muchos casos las MiPyME no han tenido el tiempo para generarlas o su información no es completamente fiable (Lecuona, 2009).

Para la elaboración del cuestionario se contactó vía correo electrónico al Dr. Robert Lussier (el investigador que más ha publicado acerca de la supervivencia y fracaso de los nuevos negocios en distintos *journals*), quien hizo llegar el cuestionario utilizado en sus diferentes investigaciones, en donde ha logrado demostrar que algunas variables propuestas tienen influencia en el desempeño de los nuevos negocios en diferentes países (Lussier, 1996; Lussier, 1995; Lussier y Halabi, 2010; Lussier y Pfeifer 2000; Lussier y Pfeifer, 2001). A este cuestionario –formado por preguntas cerradas– se le realizaron algunas modificaciones en algunas categorías, se excluyó la experiencia en mercadotecnia y se incluyó la pregunta de estrategia utilizada, por considerar esta pregunta más adecuada con el entorno mexicano. Este método fue seleccionado, ya que ha sido el que más se ha utilizado y publicado en distintos estudios, además de que tiene la ventaja de ser un modelo de predicción no financiero, el cual es más apropiado para el análisis de la MiPyME (Cooper et al., 1994).

Modelo propuesto

Investigaciones sugieren que existen dos categorías de variables que afectan el desempeño de un nuevo negocio (Lussier y Halabi, 2010):

- a. Características personales del emprendedor(a) formadas por:
 - Experiencia
 - Educación

- Familiares
 - Edad
 - Género
- b. Características de la organización:
- Capital inicial con el que se formó la empresa
 - Nivel de planeación
 - Tipo de participación inicial
 - Asesoría profesional
 - Estrategia

Resultados

El análisis se realiza en dos fases: la primera busca comprobar la hipótesis principal; la segunda, comprobar cada una de las hipótesis secundarias y presentar los resultados estadísticos. Cabe recordar que el objetivo de la investigación es identificar si existen diferencias entre el desempeño de nuevos negocios comenzados por mujeres y los nuevos comenzados por hombres, e identificar si existen diferencias en el nivel de educación, edad, planeación, tipo de participación, asesoría y estrategia utilizados por cada género.

Ante la pregunta principal que busca encontrar si existen diferencias entre el desempeño de nuevos negocios comenzados por hombres y el de aquellos comenzados por mujeres, esta se rechaza, ya que no se presenta ningún resultado que muestre diferencias significativas en el desempeño de ambos grupos (ver tabla 2), coincidiendo con los resultados de Swinney et al. (2006) y Kalleberg y Leicht (1991), quienes tampoco encuentran ningún tipo de diferencia entre el género y el desempeño.

En comparación con otros países, en México las mujeres tienen menor acceso a la educación superior, lo que limita su emprendimiento (Escobar y Jiménez, 2008). Adicionalmente, quienes sí la tienen reciben un menor entrenamiento en áreas importantes del emprendedurismo, tales como administración, planeación, aspectos legales y contables (Van Praag y Vijverberg, 2008). Analizando los resultados de la segunda hipótesis, en donde se plantea si existen diferencias significativas entre el nivel de estudios de mujeres emprendedoras y el de hombres emprendedores, se encontró que no hay diferencias importantes en el grado de estudio en ningún nivel educativo, coincidiendo con el estudio de Verheul et al. (2006) (ver tabla 2), pero se observa que al pasar a nivel de maestría comienza a haber una diferencia importante en el número de hombres comparados con el número de mujeres que tienen ese grado, pero sin todavía llegar a ser significativo (ver tabla 1). Estos resultados coinciden con el estudio de Kelley, Singer y Herrington (2012), en donde se muestra que en varias partes del mundo el nivel de educación superior de las mujeres emprendedoras es menor que el de sus contrapartes masculinas.

En todo el mundo se observa que la presencia del emprendimiento femenino ha aumentado de forma considerable conforme incrementa la edad de las mujeres. En este estudio existen más del doble de hombres que mujeres que comienzan a ser emprendedores entre

Tabla 1
Descripción de la muestra

	Total	Frecuencia		Porcentaje	
		Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
<i>Desempeño</i>					
Positivo	60	22	38	36.7	63.3
Negativo	132	52	80	39.4	60.6
<i>Edad</i>					
< 20	7	2	5	28.6	71.4
20-35	100	36	64	36.0	64.0
36-50	69	30	39	43.5	56.5
51-65	14	6	8	42.9	57.1
> 65	2	0	2	-	100.0
<i>Nivel educativo</i>					
Secundaria	3	2	1	66.7	33.3
Preparatoria	15	7	8	46.7	53.3
Técnico	5	2	3	40.0	60.0
Licenciatura	118	48	70	40.7	59.3
Maestría/doctorado	51	15	36	29.4	70.6
<i>Experiencia profesional</i>					
Sin experiencia	49	23	26	46.9	53.1
Empleado	62	23	39	37.1	62.9
Experiencia como empresario	32	12	20	37.5	62.5
Con experiencia en el sector	48	15	33	31.3	68.8
<i>Familiares</i>					
No	86	34	52	39.5	60.5
Sí	101	39	62	38.6	61.4
0-300,000	139	58	81	41.7	58.3
301,000-600,000	15	7	8	46.7	53.3
601,000-1,000,000	11	5	6	45.5	54.5
Más de 1,000,000	26	4	22	15.4	84.6
<i>Tipo de participación</i>					
Un solo dueño	75	28	47	37.3	62.7
Socios	117	46	71	39.3	60.7
<i>Plan de negocios</i>					
No hubo plan	46	23	23	50.0	50.0
Algo de planeación no escrita	73	26	47	35.6	64.4
Plan general escrito	45	16	29	35.6	64.4
Plan de negocios formal	26	8	18	30.8	69.2
<i>Asesoría profesional</i>					
No hubo asesoría	97	35	62	36.1	63.9
Sí hubo asesoría	95	39	56	41.1	58.9
<i>Estrategia inicial</i>					
No hubo estrategia	14	6	8	42.9	57.1
Precios bajos	20	7	13	35.0	65.0
Diferenciación	48	17	31	35.4	64.6
Especialización	59	25	34	42.4	57.6
A un nicho específico	28	13	15	46.4	53.6
Innovación	22	6	16	27.3	72.7

Tabla 1 (continuación)
Descripción de la muestra

	Total	Frecuencia		Porcentaje	
		Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
0-100,000	32	20	12	62.5	37.5
101,000-500,000	30	15	15	50.0	50.0
500,000-1,000,000	15	4	11	26.7	73.3
1,000,000-3,000,000	27	11	16	40.7	59.3
3,000,000-6,000,000	14	3	11	21.	78.6
Más de 6,000,000	17	4	13	23.5	76.5

Características de la muestra (n = 192).

los 20 y 35 años. Al incrementar el rango de edad (36-50 años) hay un cambio en esta tendencia, ya que aumenta de forma importante el número de mujeres que comienzan un negocio, superando al de los hombres, coincidiendo con un estudio de CEPAL (Heller, 2010), donde el grupo más numeroso de mujeres emprendedoras tiene entre 31 y 45 años (ver tabla 1). Este resultado coincide con una realidad que todos conocemos, en donde pasados los treinta años, normalmente, la carga familiar de la mujer tiende a disminuir como consecuencia del crecimiento de los hijos, lo que le permite tener más tiempo libre y en algunos casos buscar el emprendimiento como opción. Incluso con estos resultados, no se presenta diferencia significativa en la edad de comienzo entre ambos grupos de emprendedores (ver tabla 2).

Algunos estudios plantean que las mujeres son discriminadas por las instituciones bancarias y otros sostienen lo contrario (Carter, Shaw, Lam y Wilson, 2007). La evidencia parece indicar que, además de ser mujeres, sus empresas son generalmente muy pequeñas y en la mayoría de las ocasiones no cumplen con los requisitos para que se les otorgue un crédito (Guerrero Ramos, Gómez Gutiérrez y Armenteros Acosta, 2014). Esta baja capitalización ha sido identificada como la mayor desventaja que presentan tanto mujeres como hombres emprendedores. La hipótesis 4 se confirma, ya que sí se presenta una diferencia significativa ($p < 0.05$) entre el monto de capital inicial con el que comienzan los hombres y aquel con el que lo hacen las mujeres (ver tabla 2). Está documentado (Carter et al., 2007) que las mujeres tienen más limitado el acceso al crédito, siendo su principal forma de financiamiento el apoyo de familiares y amigos, lo que limita el capital con el que inician y los resultados que obtienen. En esta investigación los niveles bajos de capital inicial (0-300 mil pesos) están concentrados principalmente por mujeres, mientras que la mayoría de los negocios que comienzan con más de \$1,000,000 de pesos son hombres. En los rangos intermedios no se presentan diferencias importantes (ver tabla 1).

Existe gran discusión acerca de que el monto de capital inicial con el que comienza la mujer (Ortiz y Duque, 2008; Guzmán y Rodríguez, 2008) limita su crecimiento; también se discute que son las propias aspiraciones y ambiciones de la mujer las que limitan sus

Tabla 2
Correlaciones

	Género	Experiencia profesional	Nivel educativo	Edad al comenzar	Familiares con negocio	Capital inicial	Plan de negocios	Tipo de participación	Asesoría profesional	Estrategia inicial	Rango de ventas
<i>Género</i>											
Correlación de Pearson	1										
Sig. (bil.)											
<i>Experiencia profesional</i>											
Correlación de Pearson	0.108	1									
Sig. (bil.)	0.139										
<i>Nivel educativo</i>											
Correlación de Pearson	0.120	0.057	1								
Sig. (bil.)	0.096	0.434									
<i>Edad al comenzar</i>											
Correlación de Pearson	-0.071	0.064	0.008	1							
Sig. (bil.)	0.329	0.377	0.912								
<i>Familiares con negocio</i>											
Correlación de Pearson	0.009	0.048	0.089	-0.072	1						
Sig. (bil.)	0.898	0.517	0.226	0.327							
<i>Capital inicial</i>											
Correlación de Pearson	0.154*	-0.013	0.239**	0.078	0.179*	1					
Sig. (bil.)	0.033	0.859	0.001	0.285	0.014						
<i>Plan de negocios</i>											
Correlación de Pearson	0.117	0.016	0.162*	0.209***	-0.030	0.167*	1				
Sig. (bil.)	0.107	0.830	0.025	0.004	0.685	0.022					

Tabla 2 (continuación)
Correlaciones

	Género	Experiencia profesional	Nivel educativo	Edad al comenzar	Familiares con negocio	Capital inicial	Plan de negocios	Tipo de participación	Asesoría profesional	Estrategia inicial	Rango de ventas
<i>Tipo de participación</i>											
Correlación de Pearson	-0.020	0.082	0.121	0.045	0.075	0.145*	0.112	1			
Sig. (bil.)	0.784	0.257	0.096	0.538	0.305	0.046	0.125				
<i>Asesoría profesional</i>											
Correlación de Pearson	-0.051	-0.199**	-0.030	-0.040	-0.005	0.104	0.235**	0.066	1		
Sig. (bil.)	0.482	0.006	0.682	0.580	0.947	0.150	0.001	0.360			
<i>Estrategia inicial</i>											
Correlación de Pearson	0.012	0.045	0.152*	0.162*	-0.098	0.005	0.220**	0.139	0.107	1	
Sig. (bil.)	0.868	0.540	0.036	0.025	0.182	0.949	0.002	0.056	0.142		
<i>Rango de ventas</i>											
Correlación de Pearson	0.273**	0.080	0.220*	-0.200*	0.281**	0.299**	-0.032	0.123	-0.012	0.020	1
Sig. (bil.)	0.001	0.358	0.011	0.020	0.001	0.000	0.715	0.155	0.886	0.820	

* La correlación es significativa en el nivel 0.05.

** La correlación es significativa en el nivel 0.01.

Fuente: elaboración propia.

ingresos, ya que su proyecto laboral no incluye la expansión de sus actividades ni el crecimiento de su negocio (Carter et al., 2007; Robichaud et al., 2005). También su interés por compatibilizar la vida familiar y de trabajo lleva a las mujeres a enfocarse a sectores comerciales, los cuales generan menores ingresos (Michel, 2011). En este estudio se observa y confirma la hipótesis 5, ya que se presentan diferencias significativas entre los niveles de ventas que tienen negocios comenzados por hombres y los niveles de los comenzados por mujeres, con una $p < 0.01$ (ver tabla 2). En todos los rangos de ventas, excepto en el inferior (0-100,000 pesos), los hombres tienen mayores ingresos que las mujeres, mostrándose la diferencia más alta en los rangos superiores entre 3 a 6 millones de pesos y más de 6 millones de pesos (ver tabla 1).

Dentro de las actividades que se llevan a cabo de manera previa a la creación de la empresa, un elemento crucial es la elaboración de un plan de negocios, y está ampliamente demostrado en la literatura que en general las mujeres emprendedoras no desarrollan este plan (Guerrero Ramos et al., 2014). Aunque en esta investigación no se presentan diferencias significativas en el nivel de realización de un plan de negocios entre hombres y mujeres (ver tabla 2), se observa que, a diferencia de los hombres, una gran parte de las mujeres comienzan sin ningún tipo de plan, y que son los hombres quienes empiezan con algún tipo de planeación escrita o formal (ver tabla 1). Al ser los préstamos familiares y de amigos la principal fuente de financiamiento utilizada por mujeres se justifica, en parte, la no realización de un plan de negocios formal, mientras que, entre hombres, al haber una mayor facilidad a recurrir a un financiamiento, este los obliga a realizar algún tipo de planeación escrita para poder tener acceso a un crédito (Carter et al., 2007). Entre emprendedores también existe la creencia de que no vale la pena desperdiciar tiempo para hacer un plan de negocios formal (Ramos, Cruz, Armenteros, García y Reyna, 2013). Un comentario de uno de los encuestados fue: “Si hubiera desperdiciado tiempo haciendo un plan de negocios no lo hubiera puesto”.

Existen estudios que demuestran que solicitar asesoría externa ayuda al desempeño del nuevo negocio (Robson y Bennett, 2000), aunque existe poca documentación acerca de si son los hombres o las mujeres quienes solicitan más ayuda. Está documentado que, al tener mayor experiencia y redes de contacto, los hombres tienden a tener mayor asesoría especializada, mientras que las mujeres suelen apoyarse más en familiares y amigos (Díaz García y Jimenez Moreno, 2010). Dentro del factor de cuántos son los nuevos emprendedores que solicitan asesoría profesional para comenzar el negocio, en esta investigación tampoco se presentan diferencias significativas (ver tabla 2) entre hombres y mujeres, ya que en ambos casos el comportamiento es muy similar. Aproximadamente la mitad de hombres y similar número de mujeres piden asesoría externa, la otra mitad no (ver tabla 1).

Lo mismo sucede con el factor de tipo de participación inicial elegida al comenzar el negocio. Aunque el concepto del emprendedor como “héroe solitario” ha tendido a desaparecer (Gartner, Shaver, Gatewood y Katz 1994), las mujeres muestran una tendencia a normalmente trabajar por su cuenta, por lo general el número de socios es menor que el de sus contrapartes masculinas, y muy pocas comienzan con más de tres socios, siendo

estos en su mayoría parientes o amigos (Guerrero Ramos et al., 2014). Los resultados de este estudio coinciden con estos hallazgos, ya que aunque más de la mitad (alrededor de 60%) de los nuevos negocios comienzan con algún tipo de sociedad, se puede observar que las mujeres prefieren comenzar en sociedad con familiares y amigos (ver tabla 1).

El emprendimiento y la innovación siempre han ido de la mano, definiendo innovación como el acto ejercido cuando los emprendedores(as) ofrecen productos o servicios que son nuevos para la mayor parte del público, y que pocos o casi ninguno ofrecen el mismo producto (Kelley et al., 2012). En el tema de los nuevos negocios se ha dado mucha importancia a este tipo de estrategia; esta, incluso, no se encuentra tan arraigada en México, ya que existe la percepción de que innovar es identificar alguna idea fuera del país y traerla aquí (Aghion Harris, Howitt y Vickers, 2001). No se presentan diferencias significativas en ningún tipo de estrategia entre ambos grupos (ver tabla 2), pero se observa que la estrategia de diferenciación y especialización es la más utilizada por los hombres, mientras que, a pesar de la creencia de que las mujeres son menos aptas para innovar, se encontró que la estrategia de innovación es la única que en este grupo es más utilizada por mujeres, contrario al caso de los hombres (ver tabla 1). En países avanzados como Estados Unidos y la mayor parte de los europeos las mujeres presentan mayores grados de innovación que los de sus contrapartes masculinas, mientras que en regiones tales como Asia reportan un menor grado de innovación, en ocasiones ofreciendo productos y servicios parecidos a los que ya existen en el mercado (Kelley et al., 2012).

Conclusiones

El interés por conocer qué factores condicionan, influyen y determinan el emprendimiento femenino no ha sido suficientemente estudiado. La mayor parte de las investigaciones acerca de este tema han sido realizadas en Estados Unidos y la Unión Europea, hay pocas en Latinoamérica, por lo que este trabajo busca contribuir con el entendimiento de este fenómeno en México.

Ante el objetivo principal que buscaba identificar si existen diferencias entre el desempeño de nuevos negocios comenzados por mujeres y los nuevos comenzados por hombres, en esta investigación no se presentan diferencias significativas entre ambos grupos, aunque sí hay diferencias importantes en los factores iniciales con los que comienzan. Es aceptada la hipótesis H4, que propone que existen diferencias significativas entre el monto de capital con el que inician negocios los hombres y el monto con el que lo hacen las mujeres, y coincide con los resultados de Carter et al. (2007), así como Guzmán y Rodríguez (2008). También se acepta la hipótesis H5, que propone que existen diferencias significativas entre los niveles de ingresos que obtienen los negocios comenzados por hombres y aquellos comenzados por mujeres.

Se rechazan las hipótesis H2, H3 y H6, que proponen que existen diferencias significativas en el nivel de estudios, la edad de comienzo, el nivel de planeación, la solicitud de asesoría externa, el tipo de participación y la estrategia elegida, aunque se presentan diferencias de comportamiento interesantes tales como que las mujeres comienzan con más

edad que los hombres, los hombres son los que mayormente tienen estudios superiores y que las mujeres que comienzan en sociedad lo hacen, en su mayoría, con familiares y amigos. Estas diferencias ameritan continuar investigando.

Al reconocer y aceptar que las mujeres enfrentan mayores retos para obtener financiamiento, en México y en el resto del mundo han empezado a surgir diferentes grupos de fondos, enfocándose principalmente en el financiamiento dirigido a mujeres emprendedoras. Es importante desarrollar el sector de servicios financieros y fortalecer el sistema bancario para hacerlo accesible a las MiPyME operadas por mujeres y promover algún tipo de política pública de financiamiento dirigida a emprendedoras que no cuentan con algún respaldo económico; también lo es el promover el desarrollo y la competencia de empresas dedicadas a dar microcréditos, así como desarrollar y fortalecer el mercado de capital de riesgo.

En cuanto a las diferencias en educación, han comenzado a surgir también centros de educación y entrenamiento para las mujeres de todas las edades. Algunas empresas privadas han creado sus propios programas para fomentar el emprendimiento en las mujeres. En las universidades los cursos con enfoque emprendedor se han incrementado de manera notable; no obstante, comparada con el número de hombres que toman este tipo de cursos, la cifra de mujeres todavía es muy inferior.

El fenómeno del emprendimiento femenino ha crecido de forma considerable, ya que la mujer tiene una gran capacidad de autoemplearse con el fin de obtener mayor flexibilidad e ingresos, por lo que es necesario aprovechar esta cualidad para promover un emprendimiento con mayor aporte económico a la sociedad, al desarrollo económico y a la generación de empleos, conocido actualmente como emprendedurismo. Existe una gran oportunidad de aumentar la literatura existente a través de nuevas investigaciones. Como nuevas líneas se propone comparar los resultados con los de otras regiones de México, asimismo, comparar los resultados con los de otros países –principalmente latinoamericanos–, profundizar en las diferencias en el tipo de formación entre hombres y mujeres, así como en el desempeño de negocios entre hombres y mujeres con mismo nivel educativo. Pero también es necesario ahondar y conocer más acerca de las empresas fundadas y dirigidas por mujeres, así como de su tendencia a enfocarse específicamente en ciertos sectores tales como comercio y servicios, y dentro de estos sectores conocer qué tipo de comercios y qué tipo de servicios son los que eligen, así como las diferencias de los factores de emprendimiento de las mujeres en países desarrollados y países en desarrollo.

Mientras tanto, y como ya se adelantaba, desde una perspectiva global debe promoverse y alentarse el emprendimiento femenino, ya que este contribuye con el desarrollo económico de los países. Casos de éxito, programas de mentores, ejemplos a seguir, deben presentarse y documentarse, y de ser posible, promover el contacto personal y las redes sociales. Los programas deben ofrecer educación en el crecimiento y la sustentabilidad, así como la creación de nuevos negocios. El objetivo es otorgar a las mujeres las oportunidades y los recursos que les permitan explotar sus ambiciones empresariales.

Este estudio presenta la limitación de haber sido realizado con emprendedoras y emprendedores de la ciudad de México, así como con una muestra aleatoria de población con menor número de mujeres que de hombres, por lo que los resultados y las conclusiones no deben tomarse como absolutas; estas aplican solamente a esta muestra específica y se debe continuar investigando.

Esta investigación busca contribuir con el fenómeno del emprendimiento femenino y proponer conocimiento que facilite la creación y el desempeño de empresas iniciadas por mujeres, así como fortalecer la academia con el fin de conocer y comprender la capacidad emprendedora de la mujer, ya que no es, sino hasta hace poco tiempo, que existen pocas bases de datos de emprendedores y emprendedoras, principalmente en Latinoamérica y países en desarrollo (Acs et al., 2011), asimismo, el presente estudio busca enriquecer la literatura de este fenómeno en México.

Referencias

- Acs, Z., Bardasi, E., Estrin, S. y Svejnar, J. (2011). Introduction to special issue of small business economics on female entrepreneurship in developed and developing economies. *Small Business Economics* 37 (4): 393-396.
- Aghion, P., Harris, C., Howitt, P. y Vickers, J. (2001). Competition, imitation and growth with step-by-step innovation. *Review of Economic Studies* 68 (3): 467-492.
- Aldrich, H. y Martinez, M. (2001). Many are called, but few are chosen: An evolutionary perspective for the study of entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory & Practice* 25 (4): 41-56.
- Banco Mundial (2010). *Enterprise survey* [consultado 30 Jun 2014]. Disponible en: <http://espanol.enterprisesurveys.org/Custom/>
- Baygan, G. (2000). Improving knowledge about women's entrepreneurship. *The 2nd OECD Conference on Women Entrepreneurs in SMEs*.
- Birley, S. (1998). Female entrepreneurs: Are they really any different? *Journal of Small Business Management* 27 (1): 32-37.
- Brush, C. y Cooper, S. (2012). Female entrepreneurship and economic development: An international perspective. *Entrepreneurship & Regional Development* 24 (1): 1-6.
- Carter, S., Shaw, E., Lam W. y Wilson, F. (2007). Gender, entrepreneurship, and bank lending: The criteria and processes used by bank loan officers in assessing applications. *Entrepreneurship Theory and Practice* 31 (3): 427-444.
- Cerda, A. (2010). *Desarrollo económico con perspectiva de género*. México DF: Instituto Nacional de las Mujeres INMUJERES.
- Collins-Dodd, C., Gordon, I. y Smart, C. (2004). Further evidence on the role of gender in financial performance. *Journal of Small Business Management* 42 (4): 395-417.
- Cooper, A., Gimeno-Gascon, F. y Woo, C. (1994). Initial human and financial capital as predictors of new venture performance. *Journal of Business Venturing* 9 (5): 371-395.
- Davidsson, P., Low, M. y Wright, M. (2001). Editor's introduction: Low and MacMillan ten years on: Achievements and future directions for entrepreneurship research. *Entrepreneurship: Theory & Practice* 25 (4): 5-16.
- De Bruin, A., Brush, C. y Welter, F. (2007). Advancing a framework for coherent research on women's entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory & Practice* 31 (3): 323-339.
- DeMartino, R., Barbato, R. y Jacques, P. (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.

- Díaz García, C. y Jiménez Moreno, J. (2010). Recursos y resultados de las pequeñas empresas: Nuevas perspectivas del efecto del género. *Cuadernos de Economía y Dirección de Empresa* 42: 151-176.
- Escobar, J. y Jiménez, J. (2008). La evolución del acceso a la educación superior por géneros en México. *Revista Digital Universitaria* 9 (12): 3-16.
- Fasci, M. y Valdez, J. (1998). A performance contrast of male- and female-owned small accounting practices. *Journal of Small Business Management* 36 (3): 1-7.
- Gartner, W., Shaver, K., Gatewood, E. y Katz, J. (1994). Finding the entrepreneur in entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory & Practice* 18 (3): 5-9.
- Global Entrepreneurship Monitor (2012). Report on Women Entrepreneurs [fecha de consulta: 4 de octubre de 2013]. Disponible en: <http://www.gemconsortium.org/docs/2825/gem-2012-womens-report>
- Global Entrepreneurship Monitor (2007-2013) [fecha de consulta: 4 de octubre de 2013]. Disponible en: <http://www.gemconsortium.org/key-indicators>
- Guerrero Ramos, L., Gómez Gutiérrez, E. y Armenteros Acosta, M. (2014). Mujeres emprendedoras: similitudes y diferencias entre las ciudades de Torreón y Saltillo, Coahuila. *Revista Internacional Administración & Finanzas (RIAF)* 7 (5): 77-90.
- Guzmán, J. y Rodríguez M. (2008). Comportamiento de las mujeres empresarias: una visión global. *Revista de Economía Mundial, Universidad de Huelva* 18: 381-392.
- Hamilton, L. (2003). *Competitive advantages and the SMES: The role of distinctive competences as determinants of success, are there differences across gender, sector, and size?* Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Heller, L. (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: Realidades, obstáculos y desafíos*. Santiago de Chile: División de Asuntos de Género, CEPAL.
- Hurley, A. (1999). Incorporating feminist theories into sociological theories of entrepreneurship. *Women in Management Review* 14 (2): 54-62.
- Kalleberg, A. y Leicht, T. (1991). Gender and organizational performance: Determinants of small business survival and success. *Academy of Management Journal* 34 (1): 136-161.
- Kelley, D., Singer, S. y Herrington, M. (2012). *GEM 2012 global report*. Global Entrepreneurship Monitor. Global Babson Park, MA: Babson College.
- Kim, P., Aldrich, H. y Keister, L. (2006). Access (not) denied: The impact of financial, human, and cultural capital on entrepreneurial entry in the United States. *Small Business Economics* 27 (1): 5-22.
- Kirzner, I. (2005). Human attitudes and economic growth. *CATO Journal* 25 (3): 465-469.
- Lecuona, R. (2009). Financiamiento a las Pymes en México. *Economía Unam* 6 (17): 69-91.
- 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): 65-87.
- Lucas, L. (2006). Capital accessibility, gender, and ethnicity: The case of minority women-owned firms. *New England Journal of Entrepreneurship* 9 (1): 41-48.
- 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). A startup business success versus failure prediction model for the retail industry. *Mid-Atlantic Journal of Business* 32 (2): 79-92.
- Lussier, R. y Halabi, C. E. (2010). A three-country comparison of the business success versus failure prediction model. *Journal of Small Business Management* 48 (3): 360-377.
- Lussier, R. y Pfeifer, S. (2000). A comparison of business success versus failure variables between U.S. and Central Eastern Europe Croatian entrepreneurs. *Entrepreneurship: Theory & Practice* 24 (4): 59-67.
- Lussier, R. y Pfeifer, S. (2001). A crossnational prediction model for business success. *Journal of Common Market Studies* 39 (3): 228-239.
- McClelland, D. (1989). *Estudio de la motivación humana*. Madrid: Narcea.
- McGee, J., Dowling, M. y Megginson, W. (1995). Cooperative strategy and new venture performance: The role of business strategy and management experience. *Strategic Management Journal (1986-1998)* 16 (7): 565-580.
- McManus, P. (2001). Women's participation in self-employment in western industrialized nations. *International Journal of Sociology* 31 (2): 70-97.

- Michel, I. (2011). *Overcoming the gender gap: Women entrepreneurs as economic drivers*. Kauffman Foundation. Disponible en: SSRN <http://ssrn.com/abstract=1934906>.
- Ortiz, C. y Duque, Y. (2008). Una revisión a la investigación del emprendimiento femenino. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas* XVI (001): 85-104.
- Ramos, L., Cruz, F. C., Armenteros, S., García, G. y Reyna M. (2013). Construcción de un perfil de las mujeres emprendedoras en Torreón Coahuila, *Revista Internacional Administración y Finanzas (RIAF)* 6 (4): 19-37.
- Reynolds, D. (2007). *Entrepreneurship in the United States. The future is now*. New York: Springer.
- Robichaud, Y., McGraw, E. y Alain, R. (2005). L'influence des objectifs des entrepreneurs sur la performance des petites entreprises. Une comparaison hommes/femmes. *Revue de Gestion des Ressources Humaines* (55): 22-35.
- Robson, P. y Bennett, R. (2000). SME growth: The relationship with business advice and external collaboration. *Small Business Economics* 15 (3): 193-208.
- Schumpeter, J. (1934). *Teoría del desenvolvimiento económico*. México: F.C.E.
- Swinney, J., Runyan, R. y Huddleston, P. (2006). Differences in reported firm performance by gender. Does Industry Matter? *Journal of Developmental Entrepreneurship* 11 (2): 99-115.
- Valencia, M. (2009). *Factores que influyen en los resultados de las nuevas empresas creadas por mujeres*. Universitat Ramon Llull. ESADE-BS - Política d'Empresa, Direcció de Recursos Humans i Sistemes d'Informació [fecha de consulta: 30 de septiembre de 2013]. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10803/9206>
- Van Praag, M. y Vijverberg, W. (2008). Education and entrepreneurship selection and performance: A review of the empirical literature. *Journal of Economic Surveys* 22 (5): 795-841.
- Verheul, I., Van Stel, A. y Thurik, R. (2006). Explaining female and male entrepreneurship at the country level. *Entrepreneurship & Regional Development* 18 (2): 151-183.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal* 5 (0143): 171-180.