

Desarrollo y aplicación de un modelo de desempeño de negocios para microemprendedoras: El caso de Chile

Development and Application of a Business Performance Model for Women Microentrepreneurs: Case of Chile

JOAQUÍN TRAVERSO CORTÉS 

Doctor en Administración de Empresas
Universidad de Sevilla
traverso@us.es

LUIS IRRIBARREN ALCAÍNO 

Doctor en Administración de Empresas
Universidad Central de Chile
luis.irribarren@ucentral.com

MARISA ROMÁN-ONSALO 

Doctor en Administración de Empresas
Universidad de Sevilla
onsalo@us.es

RESUMEN

En las últimas décadas, las mujeres han asumido un rol significativo en la creación de empresas y en el desarrollo económico. Todo esto, gracias al cambio global no solo en lo geopolítico, sino también en la política económica y social de un importante número de países en todo el mundo. Así, como propietarias de pequeños negocios, contribuyen al desarrollo en países emergentes, como es el caso de Chile. El emprendimiento se ha postulado como una de las principales vías para que las mujeres logren mejorar su nivel económico y social, ya que les permitiría una situación de desigualdad y discriminación difícil de remontar. Este trabajo busca ser un aporte desde una revisión acuciosa de la literatura sobre emprendimiento y desempeño de pequeños negocios de propiedad de mujeres, considerando aquellos factores que inciden en su desarrollo, tomando, como base, los modelos precedentes y teniendo en consideración la realidad chilena. Además, este estudio busca ser una aproximación teórica-práctica aplicada a un país en desarrollo, ya que revela la influencia de aquellos elementos clave para el desarrollo de emprendimientos, como experiencias previas de

emprendimiento, conocimiento, redes, la cantidad de horas de dedicación, el sector de actividad y la participación de la familia en el financiamiento del negocio. En este sentido, los resultados del modelo aplicado a Chile muestran un perfil de las mujeres emprendedoras con carencias en el nivel de formación, en experiencia y en pertenencia a redes, cuya principal motivación para emprender es la “necesidad”, con el objetivo principal de “mejorar su calidad de vida”.

Palabras clave: Mujeres, emprendimiento, modelos de desempeño, factores de rendimiento, pequeños negocios.

ABSTRACT

Women have been taking a significant role in business creation and economic development in recent decades thanks to global change in the geopolitical and economic and social policy of a significant number of countries around the world. As small business owners they contribute to development in emerging countries, such as Chile. Entrepreneurship has been postulated as one of the main ways for women to improve their economic and social level by overcoming a situation of inequalities and discrimination that are difficult to trace back. This work provides, from an aqueous review of the literature on entrepreneurship and performance of small businesses owned by women, a model of performance of these businesses, with the main factors that affect it, based on previous models, as well as its application to the reality of Chilean entrepreneurship. This study, as a theoretical-practical approach applied to a developing country, reveals as factors, having prior involvement in previous businesses, having the knowledge and experience to start businesses, belonging to networks, the number of hours dedicated to the business, the sector of activity and the participation of the family in the financing of the business. The results of the model applied to Chile show a profile of Chilean women entrepreneurs with gaps in the level of training, experience, network membership, and their main motivation to undertake is the “necessity”, with the main objective of “improving their quality of life”.

Keywords: Women, entrepreneurship, performance models, performance factors, small businesses.

1. Introducción

Las mujeres han asumido un rol significativo en la creación de empresas y en el desarrollo económico como resultado de un cambio global y radical tanto en lo geopolítico como en la política económica, acometido por un importante número de países a lo largo de todo el mundo (Lerner *et al.*, 1997). El emprendimiento se ha postulado como una de las principales vías para que las mujeres logren mejorar su nivel económico hasta alcanzar la paridad económica con el hombre, superando una situación de discriminación que, se ha comprobado, es difícil de remontar (OIT, 2007, 2008, 2015; BID, 2009; CEPAL, 2010; Du Riestz y Henrekson, 2000; Castellaneta, *et al.*, 2020; Rocha y van Praag, 2020; Jamali, 2009; OECD, 2007; Foss, *et al.*, 2019; Ascher, 2012; Radović-Marković, 2017; Ena, 2009; Cabrera y Mauricio, 2017; Stephan y Drews, 2015; Flores, *et al.*, 2011; Terjesen y Amorós, 2010;

Amorós y Mandakovic, 2017; Davidsson, *et al.*, 2018; Jacobides, *et al.*, 2018; Foro Económico Mundial, 2009; ILO, 2008; Terjesen, *et al.*, 2015). Si bien son diversos los estudios y análisis realizados para comprender esta realidad, en diferentes países poco se conoce con respecto a la realidad de países de Latinoamérica y el Caribe (Temkin, 2009).

En este sentido, se pretende analizar la literatura sobre el rol que ha jugado la mujer en el emprendimiento de sus pequeños negocios y su desempeño. Todo esto, con la finalidad de determinar los factores y las variables que pudieran estar influyendo en los niveles de desempeño alcanzados en sus pequeños negocios, haciendo especial hincapié en la influencia del entorno en el caso de Chile y teniendo en consideración el subsidio que otorga el gobierno de Chile, denominado “capital semilla empresa” para 2008, dirigido

a emprendedores establecidos con más de dos años de permanencia en el mercado.

Además, se replicó un modelo de desempeño para pequeños negocios, que ha sido previamente validado en terreno y adaptado a la realidad del país. Esto permitirá demostrar las relaciones y asociaciones entre las diferentes variables trabajadas en los modelos existentes. Finalmente, se hará énfasis en la intensidad de las relaciones entre variables estadísticamente significativas que influyen, de manera positiva o negativa, en el desempeño de las nuevas empresas de éxito de estas emprendedoras. Esto último, con el objetivo de arrojar luces sobre los puntos en los que invertir recursos y contribuir a las políticas de emprendimiento, principalmente orientadas a las mujeres.

2. Estado del arte del emprendimiento femenino y su desempeño en los pequeños negocios

Como hemos señalado, son los estudios realizados los que dan cuenta de la realidad de mujeres emprendedoras en países desarrollados (Lee y Xiao, 2021; Castellaneta, *et al.*, 2020; Banco Mundial, 2018; Paik, *et al.*, 2018; Jacobides, *et al.*, 2018; Harshana, 2016; Terjesen, *et al.*, 2015; Sharma, *et al.*, 2012; BID, 2009; Acs, 2008; Shane, 2008; Ucbasaran, 2008; OIT, 2008, 2007; Van Stel, *et al.*, 2007; Du Riestz y Henrekson, 2000), sin embargo, son muy menores los estudios orientados al desempeño de empresas de propiedad de mujeres y, dentro de estos últimos, son escasos particularmente en países latinoamericanos (Dezsö, y Gaddis, 2012).

En este sentido, no es posible establecer diferencias¹ en el perfilamiento,

comportamiento, metas u objetivos, estilos de gestión y liderazgo. La investigación de este campo sigue activa a tasa creciente y abarcando muy distintos enfoques, materias y análisis a un nivel micro y macro. Es más, aún no hay consenso con respecto a una teoría del emprendimiento. Las investigaciones se han focalizado más en el tipo de modelamiento integrador y multidisciplinario, lo que lo ha hecho más complejo de analizar, pero también más real.

Para esto, se seleccionaron 40 modelos de desempeño elaborados por investigadores de distintos institutos, universidades y centros de investigación de varias latitudes, de los que se extrajeron las variables usadas más frecuentemente (dependientes, independientes y variables de control). En su selección, se enfatizó en aquellos que tuvieran consistencia teórica y paradigmas asociados al emprendimiento, entre ellos los cuatro paradigmas de Verstraete & Fayolle (2005): oportunidad de los negocios, creación de la organización, creación de valor, innovación; y sobre prácticas emprendedoras de Jaziri & Paturel (2010).

De entre esos 40 modelos destacan el modelo de desempeño de Lerner, *et al.* (1997); el modelo de Cooper *et al.* (1994), ampliado y replicado por Dahlgqvist, *et al.* (2000); el modelo predictivo de Ajzen (1985, 1988, 1991, 2002); el modelo de desempeño exitoso con crecimiento de Levie (1996); el modelo de Bender (2000) de mujer emprendedora exitosa; el modelo hermenéutico de Roper (1999); el modelo de emprendimiento exitoso de Schmitt-Rodermund (2001); la contribución de Edelman, *et al.* (2001); el modelo de desempeño de pequeños y medianos negocios de Watson (2002,2003) complementado por Westhead (2003); el modelo de desempeño,

1 El fundamento de las afirmaciones que se señalan a conti-

nuación proviene de los autores que ya se mencionaron.

creación de riqueza de Ireland *et al.* (2003); los modelos de crecimiento de negocios de Baum, *et al.* (2001) y el de Baum-Locke (2004); la contribución de Lumpkin y Erdogan (2004); el modelo de promover crecimiento de Wiklund y Shepherd (2005); y la contribución de Ming-Yen, *et al.* (2007), entre otros.

Comenzando por las variables o factores que explican el desempeño, encontramos aquellas que se refieren al trabajo de Lerner, *et al.* (1997): las motivaciones individuales y metas, el aprendizaje social (socialización emprendedora), la afiliación a redes (contactos y pertenecer a organizaciones), el capital humano (nivel de educación, habilidades en gestión de empresas) y la influencia del entorno (localización, sector de actividad económica y variables sociopolíticas). En particular, con respecto a las metas, asociadas a logro, independencia, autocontrol, expectativas y objetivos personales que se persiguen con la creación de una empresa, en términos de la necesidad de independencia, deseos de mejorar el nivel de ingreso, dar empleo y obtener ganancia.

Desde la teoría del aprendizaje social, centrada en la socialización emprendedora, como explicación del comportamiento emprendedor y el desarrollo en la carrera (Bandura, 1977), se puede generar por la observación del comportamiento de otras personas, a menudo referido a modelos de rol, relevantes y considerados de éxito. En particular, puede generarse dentro del contexto familiar. Vinculado sus antecedentes, ha sido objeto de estudio en numerosos trabajos sobre el emprendedor (Davidsson, Delmar & Wiklund, 2006) ; Davidsson y Honig, 2003; Wagner y Sternberg, 2004; Arenius y Minniti, 2005, en Ventura y Quero, 2013).

En este sentido, debemos recordar que el emprendimiento está inmerso en una

compleja red de relaciones sociales, como las agencias de apoyo a la actividad empresarial, organizaciones sectoriales, cámaras de comercio, guías de empresas, entre otras. Puede facilitar tanto el emprendimiento como la permanencia y el crecimiento de la empresa. Por tanto, se convierte en un factor crítico en la decisión de convertirse en emprendedora y el posterior resultado de la acción de emprender (Jack & Anderson, 2002; y Aldrich y Fiol, 1994 citados en Ventura y Quero, 2013). En este sentido, Aldrich y Zimmer (1986) señalan que la participación en redes sociales es un elemento crucial para los emprendedores. Su imbricación en su entorno posibilita la accesibilidad a recursos financieros o ligados al conocimiento, posibilitando oportunidades, clientes, proveedores, infraestructuras de apoyo y capital humano factible de emplear.

Por otro lado, sobre el nivel o área de formación, la experiencia previa en emprendimiento o empresas y la habilidad en gestión tendrán una influencia relevante en el desempeño. Son varios los autores que ponen de manifiesto la relación existente entre las habilidades de la persona y su propensión a emprender nuevas iniciativas (Baumol, 1990; Holmes y Schmitz, 1990; Gifford, 1993 citado en Ventura y Quero, 2013). Las habilidades relacionadas con el fenómeno del emprendedor están vinculadas a la capacidad para reconocer oportunidades de negocio, resolver problemas, ejercer liderazgo y la posesión de conocimientos relacionados con la gestión empresarial.

En cuanto a la influencia del entorno, factores como las oportunidades estructurales, la localización geográfica, el sector económico o aspectos sociopolíticos son determinantes críticos del desempeño. En cada país es fundamental que haya una cultura y unos medios que favorezcan que las personas inicien nuevas actividades

en los más diversos ámbitos (económicos, sociales y culturales). Esto tendrá un impacto positivo en la creación de una economía más dinámica, innovadora y generadora de nuevas oportunidades, todo lo cual se traducirá en mayor progreso (Verheul, *et al.*, 2006). En este sentido, hay que indicar que el rol que juegan los gobiernos en el entorno de la actividad empresarial es fundamental y determinante, ya que las políticas públicas centradas en el emprendimiento, además del fomento productivo, generan una oportunidad de superar la extrema pobreza, contribuyendo al desarrollo económico-social a nivel local, regional y nacional (Westhead, 2003; van Stel y Storey, 2002; Verheul, *et al.*, 2001).

Es preciso indicar que, en Chile, hay conciencia de la necesidad de difundir los valores del emprendimiento (como política gubernamental, transversal a las corrientes de partidos políticos). Consecuencia de ello es que se han adoptado medidas para fomentar y apoyar la creación de empresas, como ocurre en gran parte de las economías desarrolladas. Con la promulgación de la Ley 20.494 del 2011, se ha facilitado la constitución y puesta en marcha de nuevas empresas; la reforma de la ley de quiebras; y la creación de la Unidad de Impulso Competitivo dentro de una subsecretaría de Economía. Según los datos aportados por el Ministerio de Economía, la creación de empresas aumentó significativamente en los últimos años, ya que pasó de 58.407 en 2011 a 68.439 en 2012. Para 2014 se esperaba alcanzar aproximadamente 100.000 nuevos emprendimientos (fueron 98.349), con una tasa neta de creación de empresas superior al 3% anual (fue un 8,3% en 2014-2020). Desde el 1 de mayo de 2013, fecha de inicio del registro electrónico de constitución de sociedades, hasta el 31 de enero de 2021, se constituyeron 938.104 empresas y sociedades, con un promedio

de 447 constituciones por día y el 24,5% de sus socios son mujeres. Solo un 16,1% son hombres y mujeres.

En este sentido, la actual política de fomento a las Empresas de Menor Tamaño (EMT),² a 2021, tiene su foco en el aumento de la productividad de las micro, pequeñas y medianas empresas del país para que puedan innovar, crecer e internacionalizarse. En consecuencia, generar mayores ingresos, mejores empleos y más oportunidades para los chilenos. Se han definido tres ejes: a) fortalecer la competencia y mejorar el acceso de las mipymes a los mercados; b) tener como finalidad tanto mejorar como aumentar las competencias y habilidades de gestión empresarial de las mipymes; y c) que el objetivo estratégico sea mejorar el acceso y las condiciones de financiamiento para las mipymes. Estos tres ejes estratégicos se complementan con dos líneas de trabajo transversales, consideradas relevantes para lograr un constante mejoramiento del diseño de políticas públicas para las EMT, comprendidas como la alianza público-privada y la agenda internacional.

Esta política viene a complementar las medidas de años anteriores, cuyo plan de actuación estaba basado en cuatro ejes: a) introducir en la educación de niños y jóvenes chilenos el valor del espíritu innovador y emprendedor; b) eliminar las trabas burocráticas que dificultaban la creación de empresas (creación de una Oficina Nacional de la Innovación y el Emprendimiento que, utilizando mecanismos como la ventanilla

2 El criterio de tamaño menor lo establece el Ministerio de Economía. Pequeñas unidades económicas son aquellas hasta 50 personas y con ventas anuales inferiores a las 25.000 UF, que equivalen, al 31 de diciembre de 2019, a aproximadamente un millón de dólares al año, con 1 UF equivalente a 28.309,94 pesos chilenos y con 1USD equivalente a 751,5 pesos chilenos.

única, la simplificación de procedimiento y la utilización de internet redujeran, de manera ostensiblemente, el número de días necesario para crear una empresa, para llegar al plazo de un solo día),³ lo que requería modificar la Ley de Quiebras para simplificar el proceso y evitar que este fuera un mecanismo que debilitara el espíritu emprendedor; c) facilitar la financiación, reformando el mercado de capitales y perfeccionando los programas de Corfo a fin de ampliar los recursos financieros orientados a la innovación y el emprendimiento; y d) la difusión de oportunidades para los emprendedores (creación de una plataforma de información sobre oportunidades de negocios, nuevas tecnologías y fuentes de financiamiento disponible para todos los emprendedores del país; promover la creación de redes de emprendedores y de “inversionistas ángeles” a nivel regional y sectorial).

Dentro de todo este contexto, las mujeres en Chile están asumiendo paulatinamente un papel más activo en la creación de empresas, así como en el desarrollo social. Esto se ve reflejado en el informe “Mujeres y Actividad Emprendedora” de Global Entrepreneurship Monitor de 2019,⁴ donde se señalaba que el porcentaje de hombres involucrados en iniciativas emprendedoras en etapa inicial (TEA) era de 41%, superando al 32% correspondiente a mujeres. En esta misma línea, un 9% de mujeres ha suspendido su actividad empresarial durante los último 12 meses, esto en contraste con el 8% correspondiente a hombres.

Por otro lado, un 25% de las emprendedoras mantienen una perspectiva conservadora de crecimiento de sus negocios vinculados al

retail y a los mercados locales. Elementos a tener en consideración son el estallido social de octubre 2019 y la pandemia del covid-19. Las emprendedoras se han activado en la identificación de nuevas oportunidades de innovación y creación de negocios y, en paralelo, debieron sobreponerse a las dificultades propias de la adaptación, del ecosistema débil, la falta de apoyo público y el querer mantener a sus trabajadores con empleo durante el período de crisis.

En este sentido, de acuerdo con la literatura sobre emprendimiento y tomando en consideración el rol que han estado jugando las *startups*,⁵ es posible establecer que hay ecosistema (Zahra y Nambisan, 2012), que les brinda soporte, formado principalmente por la comunidad de emprendedores, los mentores, incubadoras, aceleradoras, proveedores de servicios comunes, inversionistas ángeles, inversionistas de capital de riesgo, universidades, entidades públicas de apoyo y su vinculación con otros ecosistemas. Estos últimos se han instalando en diversos países asociados a emprendimiento tecnológico e innovación, los cuales se han vuelto más necesarios que nunca para poder enfrentar los nuevos retos de los países (Hernández y González, 2015). Se observa que el 12,8% de los emprendedores participantes en los 6.022 proyectos *startups* postulados son mujeres.

En particular, la pandemia ha tenido un impacto negativo en el emprendimiento femenino. Asimismo, ha obligado a las instancias públicas de fomento productivo a elaborar nuevos instrumentos de promoción y fortalecimiento en las actividades de

3 Entrevista al subsecretario del Ministerio de Economía de Chile, *La Tercera*, 25 de noviembre de 2013.

4 Para más información, véase bit.ly/3nCKMkT.

5 Las *startups* son una manera de innovar y logran resultados en menor tiempo y a bajo costo, pero deben estar integradas por emprendedores con una gran iniciativa para lograr acelerar el proceso de la formación de las nuevas empresas de base tecnológica. Para más información, véase Scott (2009).

emprender. En el caso de Chile, según la ministra de la Mujer, Equidad y Género, el 40% de los hogares en Chile están liderados por mujeres, y estas son un componente esencial en la reactivación económica, ya que los emprendimientos liderados por ellas muestran una mayor capacidad para tomar riesgos, una mayor proyección en el largo plazo y más capacidades para abordar obstáculos de forma exitosa. La pandemia no conoce de género, pero claramente impactó con mayor fuerza a las mujeres en todos los sentidos. Hay 654 mil mujeres que están actualmente fuera de la fuerza laboral.⁶ Esto se corrobora por otras declaraciones e informes internacionales (Li, *et al.*, 2021).

Así, en 2021, CORFO puso a disposición dos nuevos programas que buscan fomentar el emprendimiento femenino, PAR Mujer, que busca apoyar proyectos de alto potencial de crecimiento con un cofinanciamiento de hasta un 85% del total del proyecto; y Semilla Mujer, que pretende apoyar a las mipymes lideradas por mujeres para que puedan reactivar su negocio o iniciar uno distinto. Además, se implementaron seis programas que buscan mejorar la productividad y la competitividad en las pymes, potenciando la innovación y la investigación y desarrollo (I+D, debilidades relacionadas con la pandemia y que tienen un impacto en la economía chilena)⁷ (Bergoing, 2018).

Ahora bien, con respecto al nivel de desempeño de las empresas nuevas, los

primeros estudios concluyeron que el éxito de los emprendimientos es conseguidos, más a menudo, por aquellas personas que habían logrado motivarse, manejar el riesgo y comprometerse en una planificación sistemática (Stephan, *et al.*, 2015; Gartner, 1985 y Cooper, 1981 citados en Lerner, *et al.*, 1997). Desde entonces, la lista de variables que influyen en el nivel de desempeño ha ido creciendo, pero manteniendo una cierta estabilidad.

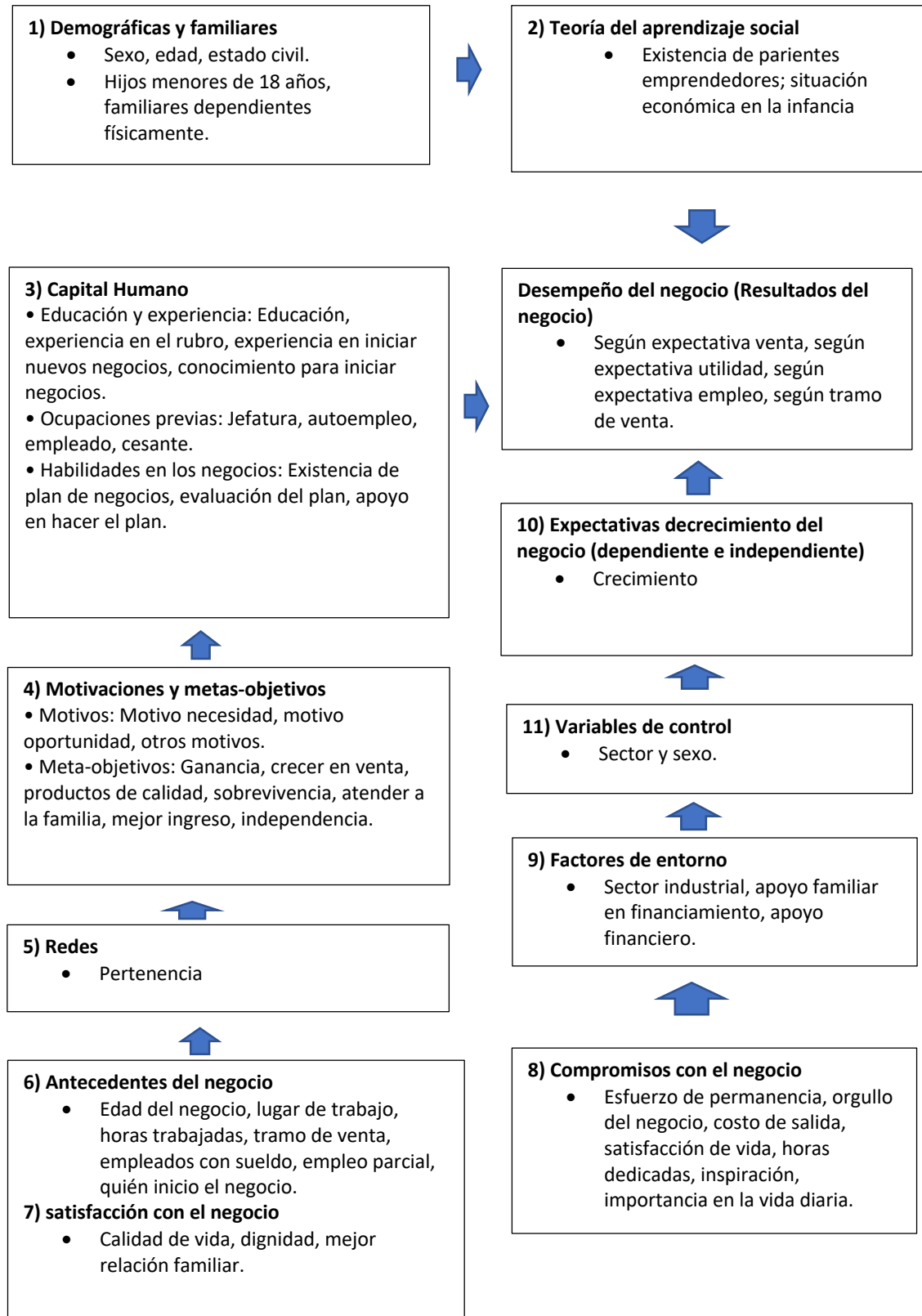
A continuación (figura 1), presentaremos el modelo que ha servido como base para nuestro trabajo. Tuvo como referencia el modelo universal con enfoque hermenéutico de Sharon Bender (2000); el modelo de desempeño de propietarias de pequeños negocios de Lerner, *et al.* (1997); el modelo de Hisrich y Brush (1984) y el de Brush (1992), replicado en países desarrollados y miembros de la OCDE,⁸ los que, a su vez, sirvieron de base y fueron adaptados a la realidad de Israel; el de Watson (2002a, 2002b, 2003) aplicado a la realidad australiana y su crítico Westhead (2003); los modelos multivariantes de Baum *et al.* (2001), Baum y Locke (2004); los modelos de Loscocco, *et al.* (1991); Wiklund y Shepherd (2005); Dahlquist, *et al.*, 2000; y el modelo de economía emprendedora de Verheul y Thurik (2001). Dicha base da sustento y validez al modelo del comportamiento emprendedor y a la detección de oportunidades de Shapero y Sokol (1982), con fundamentos aportados de Ajzen (1985, 1988, 1991, 2002), de Ajzen y Fishbein (1975, 1980) y Bandura (1982), que le agrega la variable de aprendizaje social.

6 La Ministra de la Mujer y la Equidad de Género, Mónica Zalaquett junto al vicepresidente ejecutivo de Corfo, Pablo Terrazas, en entrevista del 5 marzo 2021. Disponible en <https://minmujeryeg.gob.cl/?p=43436>

7 Para más información, véase CAF-Banco de Desarrollo de América Latina: La innovación y el emprendimiento son elementos necesarios para superar los enormes retos en materia económica y de competitividad en América Latina, 13 de junio de 2018, Guillermo Fernández de Soto, director para Europa de CAF.

8 En 2007, la OCDE invitó a Chile a integrarse como uno más de los 30 países más ricos y desarrollados del planeta que, en conjunto, producen cerca del 80% del producto interno bruto mundial.

Figura 1.
Constructos y variables del modelo de desempeño desarrollado.



3. Desarrollo de las hipótesis

Las hipótesis derivan la revisión de la literatura sobre el emprendimiento femenino, del modelo de desempeño de pequeños negocios de propiedad de mujeres emprendedoras elegido y, en menor medida, de las que nacen de la propia realidad chilena.

La influencia de estas variables, según los constructos expuestos en el modelo a aplicar (**figura 1**), la vemos reflejada en las siguientes hipótesis que se sustentan en la respectiva bibliografía analizada en este trabajo.

Constructo para las variables. Antecedentes demográficos y familiares

H1a. La influencia del género, como variable demográfica, afectará negativamente el desempeño.

H1b. Las mujeres emprendedoras propietarias de negocios, con hijos menores de 18 años como variable demográfica, se verán afectadas negativamente en el desempeño.

H1c. La influencia del estado civil, como variable demográfica, afectará positivamente el desempeño.

Constructo para las variables. Teoría del aprendizaje social

H2a. La influencia de la situación económica familiar en la infancia, relativo a teoría del aprendizaje social, sobre las mujeres estará negativamente asociada con el desempeño.

H2b. La influencia de la existencia de emprendedores en la familia, relativa a teoría del aprendizaje social, sobre las mujeres estará positivamente asociada con el desempeño.

Constructo para las variables. capital humano

H3a. La influencia de un alto nivel educacional estará positivamente asociada con el desempeño.

H3b. La influencia de la experiencia previa en el sector estará positivamente relacionada al desempeño.

H3c. La influencia de haber tenido puestos de jefatura anteriores estará positivamente relacionada al desempeño.

H3d. La influencia de haberse involucrado directamente en crear nuevos negocios estará positivamente asociada con el desempeño.

H3e. La influencia de contar con los conocimientos y experiencia requerida para iniciar negocios estará asociada positivamente con el desempeño.

H3f. La influencia de haber sido su propio empleador, como ocupación previa, afectará positivamente el desempeño.

H3g. La influencia de haber tenido la categoría de empleado, como ocupación previa, afectará negativamente el desempeño del negocio.

H3h. La influencia de haber estado cesantes, como resultado de una ocupación previa, afectará negativamente el desempeño del negocio.

H3i. La influencia de las habilidades en los negocios, medida por la existencia de un plan descrito de negocio, estará positivamente asociada con el desempeño.

Constructo. motivaciones y metas

H4. La influencia de las motivaciones y metas estará positivamente asociada con el desempeño.

Constructo para la variable. Redes

H5. La influencia de pertenencia a redes estará positivamente asociada con el desempeño.

Constructo. Negocio para las variables. Antecedentes del negocio

H6a. La influencia de la antigüedad de los negocios estará positivamente asociada con el desempeño.

H6b. La influencia de la cantidad de horas dedicadas al negocio estará positivamente asociada con el desempeño de los negocios.

Negocio para las variables de satisfacción con el negocio

H6c. La influencia de la satisfacción con el negocio estará positivamente asociada con el desempeño.

Negocio para las variables de compromiso con el negocio

H6d. La influencia de los compromisos con el negocio estará positivamente asociada con el desempeño.

Constructo para variables de entorno

H7a. La influencia del sector al que pertenece el negocio, como variable de entorno, afectará negativamente en el desempeño.

H7b. La influencia de la participación de la familia directa en la financiación del negocio, como variable de entorno, afectará positivamente el desempeño.

H7c. La influencia del apoyo del sistema educacional para iniciar un negocio, como variable de entorno, afectará positivamente en el desempeño.

Constructo para la variable crecimiento

H8. La influencia de las expectativas de crecimiento del negocio estará positivamente asociada con el desempeño.

4. Estrategia metodológica como aproximación teórico-práctica a modelar el desempeño de los pequeños negocios

En esta aproximación teórico-práctica sobre modelos de desempeño de pequeños negocios de mujeres propietarias, se siguieron los lineamientos establecidos para una investigación científica (Sarabia, 1999). Esta aproximación es de tipo exploratoria y también explicativa, porque implica la búsqueda de enfoques integradores trabajo-emprendimiento; por la similitud de metodologías con otras investigaciones del tema; porque implica repensar enfoques con instrumentos más de tipo multidimensional en este tipo de investigación; y porque no existe un referente teórico único de análisis en este campo.

Para la aplicación del modelo propuesto a la realidad chilena, se optó por la supervivencia del negocio como criterio de expresión del éxito por ser adecuado para estudiar a las empresas recién creadas, ya que se busca medir su éxito o fracaso a través del parámetro de la vida de la empresa (Schmitt-Rodemund, 2001). En este caso, se recurrió al subsidio estatal “capital semilla empresa” (2008) dirigido a emprendedores establecidos con más de dos años de antigüedad en el mercado. Dadas las altas tasas de fracaso, la expresión del éxito era precisamente tener al menos dos años de supervivencia, lo cual demostraba que sus emprendimientos habían perdurado en el tiempo.

El trabajo de campo contó con la participación de Sercotec (organismo

gubernamental de fomento de la microempresa) y de consultores externos (seleccionados según los procedimientos que rigen las licitaciones públicas de subsidios estatales en Chile). La cobertura del trabajo comprendió las 15 regiones del país para el año de realización del trabajo de terreno, es decir, julio y septiembre de 2008.

Población y muestra

La población objetivo fue el total de 561 ganadores del subsidio estatal capital semilla empresa 2008. De ese total, 338 eran mujeres (55,6%) y 223 hombres (44,4%). Para el tamaño muestral (n) se utilizó una fórmula de población finita, por ser conocida la población total:

$$n = \frac{N Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{d^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

N = Total de la población = 561 propietarios de pequeños nuevos negocios.

Z_{α} = 1,96 (para un nivel de confianza del 95%).

p = valor aproximado del parámetro que se quiere medir (proporción esperada o de éxito, en este caso 5%).

$q = 1 - p$ (en este caso $1 - 0,5 = 0,5$), pues se desconoce la probabilidad de fracaso.

$p \times q$ = varianza de la distribución de Bernoulli, variables categóricas dicotómicas (sí/no).

d = error de la medición 5%.

La muestra se estratificó por sexo y la encuesta sirvió a los hombres para contrastar los resultados de las mujeres.

Instrumentos y escalas de medida de las variables

El instrumento empleado fue un cuestionario cerrado, cuya construcción fue orientada a partir de un estudio desarrollado en USA y países de la OECD (Hisrich y Brush; 1982, 1985), el cual fue adaptado para mujeres emprendedoras en Israel (Lerner, *et al.*, 1997). Dicho cuestionario se validó⁹ y se aplicó a treinta mujeres chilenas emprendedoras, dueñas de pequeños negocios con más de dos años de antigüedad, de la V región Valparaíso de Chile, específicamente de la comuna de San Felipe.

Se mantuvieron las mismas escalas de medición del modelo original de Lerner *et al.* (1997) para aquellas variables que no sufrieron modificación, salvo las que han tenido un tratamiento diferente. El cuestionario se estructuró de la siguiente forma:

- *Variables dependientes* (fundamentada en la percepción del desempeño del negocio):

9 Para su validación, el cuestionario se remitió a un grupo de 13 personalidades del mundo emprendedor, académico y sectorial. Para esta parte del trabajo, se contó con la colaboración de: gerente general de FINAM, organismo privado que presta dinero a mujeres pequeño empresarias; de la presidenta de la rama de Ingeniería Comercial del Colegio de Ingenieros de Chile; de la coordinadora del Centro de Emprendimiento de la Mujer, dependiente de la Universidad de Chile; de un ex-vicepresidente de Desarrollo y ex-rector de una Universidad regional; de un profesor de Sociología, magíster en desarrollo local y género; del doctor José E. Amorós, coordinador del Programa GEM CHILE, y profesor universitario de la Universidad de Desarrollo; del gerente de Pyme 21, Cámara de Comercio de Santiago; de la gerente Pymes del Departamento de Desarrollo Regional y Pymes de Prochile (Ministerio de Relaciones Exteriores), de una consultora del Programa Externo de Fundes Chile; de una antropóloga del Área de Intervención Social y Política del Cedem; de la unidad de asuntos internacionales del propio Sercotec; y de un consultor Pyme Ingeniero Civil Industrial perteneciente a la empresa Gestión 21.

- *Expectativa de ventas.* Incremento o disminución del nivel de ventas totales anuales en los dos últimos años.
- *Expectativa de utilidad.* Incremento o disminución de la diferencia entre las ventas y costos totales en los dos últimos años, es decir, si perdió o ganó dinero en el negocio.
- *Expectativa de empleo.* Incremento o disminución del número de empleados en los dos últimos años.
- *Tramo de ventas.* Volumen de venta por mes estimada, por tramo en pesos chilenos, considerando los cinco tramos que, en general, usa SERCOTEC.

Variable dependiente-independiente

- *Expectativa de crecimiento del negocio.* Crecimiento esperado para los tres próximos años. Esta variable, compleja de análisis, es tratada por algunos autores como independiente y por otros como dependiente. Como variable independiente afecta positivamente a las variables de desempeño. También se comporta como variable dependiente de la medición de desempeño. La literatura revisada trata este tema del crecimiento con un importante número de investigaciones, analizando específicamente el enfoque de género y las mujeres que tenderían a mantener negocios de tamaño pequeño (Davidsson, *et al.*, 2006). El crecimiento, como variable de contexto, es un indicador del éxito de un nuevo negocio, pero como variable dependiente, ni los rasgos, ni las competencias, ni el entorno son predictores significativos del crecimiento. En cambio, tomando los efectos directos e indirectos juntos, sí presentan efectos significativos sobre el crecimiento (Baum, *et al.*, 2001). En esta investigación se la utilizó en ambos sentidos.
- El total de variables (dependientes e independientes) se agruparon según los constructos para capturar las dimensiones de las perspectivas teóricas extraídas de la revisión de la literatura.
- *Antecedentes demográficos y familiares.* Edad, sexo, hijos menores de 18 años, estado civil, posición en el negocio, situación económica de la pareja, dependencia física y económica de familiares.
 - *Teoría del aprendizaje social.* Existencia de padres u otros familiares emprendedores y situación de la familia durante la infancia.
 - *Capital humano.* Nivel de educación, ocupaciones previas, experiencia en el rubro, involucramiento en iniciar negocios, contar con los conocimientos necesarios para iniciar nuevos negocios, habilidades en el negocio (existencia de un plan de negocio, su evaluación y apoyo para elaborarlo).
 - *Motivos y metas-objetivos.* Primero, se deben tener en cuenta las motivaciones para entrar en el negocio: por necesidad (estar sin trabajo, no tener tiempo para la vida familiar y personal, necesidad de dinero, deseos de independencia); por oportunidad (realizar una idea de negocio, aumentar los ingresos). Segundo, se deben considerar las metas: obtener ganancia, crecer en las ventas, ofrecer productos de calidad, sobrevivir con el negocio, trabajar y atender a la familia, mejorar el nivel de ingresos, dar empleo.
 - *Afiliación a redes.* Pertenencia a redes, participación en redes, interés en pertenecer a una de ellas en caso de no estar afiliado.
 - *Antecedentes del negocio.* Antigüedad del negocio, lugar del trabajo, horas trabajadas en el negocio, empleados actuales con sueldo, empleados a tiempo parcial, fami-

liares en el negocio, tramo de venta del negocio, quién inició el negocio.

- *Satisfacción con el negocio.* El negocio ha servido para aumentar la calidad de vida, para aumentar la dignidad, para mejorar la relación con la familia, para mejorar la relación con la pareja.
- *Compromisos con el negocio.* La exigencia de esfuerzo para permanecer en el negocio, orgullo de poseer el negocio, costo de dejar el negocio, satisfacción de vida con el negocio, exigencia de horas dedicadas al negocio, inspiración del negocio, importancia del negocio en la ocurrencia diaria, decisión errada de instalar el negocio.
- *Factores de entorno.* Sector de actividad del negocio, apoyo familiar a la financiación, apoyo de otras personas para obtener financiación, apoyo del sistema educativo.
- *Variables de control.* Sector industrial de la empresa, sexo, antigüedad del negocio.

Técnicas de análisis de los datos (Agresti, 2007)

Se llevó a cabo un análisis descriptivo por cada variable estudiada (media, desviación típica, varianza, mínimo, máximo, frecuencias y correlación de Spearman) a fin de caracterizar (perfilar) a los encuestados.

Debido a la naturaleza de los datos contemplados en el cuestionario (binarios, escalas de Likert, entre otros), no fue posible llevar a cabo pruebas estadísticas tradicionales, como modelos de regresión lineal, ANOVA, etcétera. Por este motivo, se optó por estrategias de análisis alternativas que permitieran responder a las hipótesis contempladas para este trabajo teórico-práctico. Es así como se emplearon pruebas

no paramétricas Kruskal-Wallis,¹⁰ con complemento Mann-Whitney, chi-cuadrado y corrección Bonferroni para las variables de las hipótesis H1, H2, H3, H5, H6a, H6b, H7 y H8. La prueba Mann-Whitney o test de Wilcoxon se usó porque es una prueba no paramétrica (no asume normalidad y otros supuestos de ANOVA o pruebas t para medias) para comparación de medianas, como estadístico de tendencia central, entre dos grupos. Cuando se trató para más de un grupo de comparaciones, se usó Kruskal-Wallis. En cambio, para las hipótesis H4, H6c y H6d, se usaron modelos no lineales Probit.¹¹ Esto requiere que se cumplan dos condiciones y este modelo las cumple:

- $0 \leq \text{Pr}(Y = 1 | X) \leq 1$ para todo X. Esta es la probabilidad de que ocurra el evento acotado al intervalo.

- $\text{Pr}(Y = 1 | X)$ es creciente en X (para $\beta_1 > 0$), β , coeficiente que indica la magnitud del impacto de X sobre Y.

5. Resultados de la aplicación del modelo en Chile

Síntesis de los resultados obtenidos de la estadística descriptiva

En términos generales, se encuestaron a 297 personas con el perfil ya señalado. Se recopilaron 106 formularios válidos, es

10 Los textos de apoyo utilizados para seleccionar esas estrategias de análisis alternativas fueron de Dickinson y Chakraborti (2001) y Agresti (2007).

11 La regresión Probit modela la probabilidad de que $Y = 1$ usando la función de distribución de la normal estándar, evaluada en $z = \beta_0 + \beta_1 X$: con X como único regresor. $\text{Pr}(Y = 1 | X) = \Phi(\beta_0 + \beta_1 X)$, donde Φ es la función de distribución normal. Nota: "valor z" o "índice z" del modelo probit. Como la situación que se da en este trabajo aplicado, es de varios regresores, entonces: $\text{Pr}(Y = 1 | X_1, X_2, \dots, X_k) = \Phi(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k)$, donde Φ es la función de distribución normal acumulada.

decir, un 35,7% de respuesta, de los cuales 53 pertenecían a mujeres y 53 hombres.

La edad promedio para hombres y mujeres fue de 45 años. Por otro lado, con respecto al estado civil, un 61,3% de los encuestados eran casados, seguido de un 20,8% que eran solteros. Con respecto a las mujeres, 56% de ellas eran casadas, en cambio, un 65% de los hombres eran casados.

Un 55,7% de los encuestados tenía hijos menores de 18 años. En el caso de las mujeres, este dato fue mayor que el de los hombres. En este sentido, un 76,4% de los encuestados tenía familiares que dependían económica o físicamente de ellos. La cifra fue similar para hombres y mujeres.

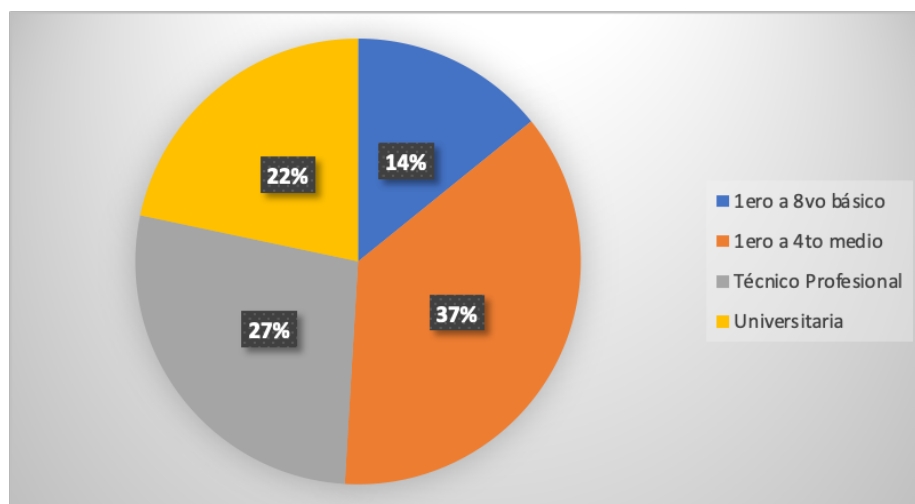
Con respecto a la dimensión de teoría en aprendizaje social, anteriormente abordada, un 53,8% de los encuestados manifestó haber tenido padres u otros familiares emprendedores (esta cifra fue muy similar en ambos sexos). Esto, de alguna forma, se

relaciona con que un 68,9% de los encuestados que declaró haber tenido en su infancia una situación económica más bien estrecha, cifra mayor en el caso de los hombres.

Sobre el apoyo brindado por padres y familiares en la obtención de financiamiento al inicio del negocio, respondió un 70%, cifra muy similar para ambos sexos. El resto se desglosa en otros familiares (8,5%); institución bancaria (6,5%); institución pública (3,8%), entre otros.

Ahora bien, sobre el nivel educacional (Dimensión Capital Humano), es posible observar que la mayoría contaba con estudios secundarios y que otros, en menor medida, tenían estudios universitarios o técnico profesionales. Se observan diferencias en educación básica (un 7,4 de los hombres v/s un 20,4% en la mujeres) ; y en estudios superiores (un 25,9% caso de los hombres v/s un 16,7% en las mujeres). Ver Figura 2 a continuación.

Figura 2.
Nivel educacional



Esto, a su vez, se relaciona con la dimensión comprendida como experiencia laboral previa, donde solo un 33,7% había sido empleador; un 74,3% había sido empleado. Un 40,6% declaró haber estado cesante antes de emprender su negocio. En relación con esto, un 41% señaló haber contado con un plan de negocios escrito (no se observan diferencias significativas por género) y, en este sentido, un 57% con apoyo para elaborar un plan de negocios, mientras que un 23% contó con el apoyo para evaluar dicho plan.

Por otro lado, sobre motivos y metas, un 82% sostuvo que emprendieron por “necesidad”, seguido de un 68,5% que lo ve como “oportunidad”. Las razones pueden ser muchas y variadas, según lo señalan las contribuciones de investigadores que indagaron este ámbito. Hay razones de género en esta respuesta, discriminación en el mercado del trabajo, insatisfacciones de vida, etcétera.

Ahora, interesante es lo que ocurre al momento de observar las respuestas a la alternativa “otros”, donde se plantean argumentos referidos a expectativas personales” que bordean el 20% en ambos sexos.

Lo anterior, en relación con los objetivos que persiguen los encuestados con sus negocios, aunque están todas las categorías con alta valoración (sobre 87% que es el mínimo). El primer lugar lo ocupa “ofrecer productos de calidad”, seguido de “ser independiente”, “trabajar y atender mi familia, tal como se ha señalado en la revisión de la literatura.

Sobre las redes, claves para el desarrollo de emprendimientos, un 48,6% en promedio pertenece a clubes y asociaciones del rubro, seguido de un 32% que pertenece a alguna red. En menor medida participan en sindicatos (11,4%), cámaras de comercio/turismo (8,6%) o en alguna institución de carácter financiera (5,7%).

En términos generales, se puede establecer, a partir del procesamiento de las encuestas que, en promedio, ambos géneros trabajan 44 horas semanales, que un 84% partió solo con un negocio y que un total de 54% trabaja fuera de su hogar. Con respecto al personal que trabaja en su negocio, un 85,6% trabaja solo o con 1-2 personas a tiempo completo, seguido de 49% que trabaja con 1 o 2 personas jornada parcial.

Ahora, en relación con sus negocios o emprendimientos, se estableció que, para el caso de las mujeres, tienen una antigüedad de siete años y un 61% de ellas trabaja en su hogar. Esto, en contraste con lo que pasa para el caso de los hombres, quienes tienen negocios de seis años promedio de antigüedad y un 28% de ellos desarrolla sus funciones en el hogar.

Sobre la variable venta, como elemento distintivo de un negocio, según lo describe la literatura, medida en tramos, los hombres en un 27,8% declaran tener ventas en el primer tramo (menos de 1.000 dólares/mes) contra 51,6% en el caso de la mujer; en el segundo tramo (hasta 2.000 dólares/mes), los hombres, en un 35,6%, declaran vender en este tramo contra 26% de las mujeres; en el tercer tramo (hasta 3.000 dólares) tenemos a los hombres con un 13%, contra un 9,3% en las mujeres; y en el cuarto y último tramo, solo se encuentra el 18,5% de los hombres contra el 11,1% de las mujeres emprendedoras propietarias de negocios. Cabe hacer notar sobre lo señalado, que esta variable es difícil de medir en Chile por las connotaciones de tipo tributarias y de registro de deudas que conlleva declararlas en su totalidad. No debe olvidarse que en Chile hay más de 800.000 pequeñas empresas que operan en el ámbito de la informalidad.

Por otro lado, al abordar la dimensión de la contribución del emprendimiento a la satisfacción personal, de acuerdo con el *ranking* logrado en la muestra, el primer lugar

lo obtiene “mejorar calidad de vida” como el ítem que mayor satisfacción brinda el negocio; este lugar es similar en ambos sexos. En un segundo lugar, “el aumentar mi dignidad como persona”, con una leve superioridad las mujeres. En el tercer lugar, se ubica “mejorar la relación con la familia”, también levemente superior en el caso de la mujer. En un cuarto lugar destaca “mejorar la relación con la pareja”, con una leve superioridad ahora en el caso de los hombres

Comentarios a la dimensión.

Compromisos con el negocio

Aquí, el primer lugar en el *ranking* lo ocupa “mi negocio me inspira a lograr mejores resultados”, levemente superior en las mujeres. En un segundo lugar, mi negocio me demanda “exigencia de esfuerzo”, levemente superior en el caso de las mujeres. En tercer lugar, está sentir “orgullo de poseer su negocio”, levemente superior en el caso de los hombres. En el cuarto lugar, mi negocio me demanda “horas de dedicación”. En el quinto lugar, el negocio me brinda satisfacción de vida” contra la insatisfacción con la situación anterior, levemente superior en el caso de los hombres. En el sexto lugar tenemos el “costo de dejar mi negocio” y, por último, en séptimo lugar, “mi negocio es importante en la ocurrencia diaria”, muy similares para ambos sexos.

Sobre “sector o actividad económica de su empresa”, hay diferencias significativas. Un 46% de las mujeres se ubica en la manufactura, mientras que un 46% de los hombres lo hace en servicios.

Comentarios a la dimensión.

Desempeño del negocio

La cualificación otorgada por los hombres a la variable de desempeño “ventas” en las categorías ha aumentado y ha aumentado

mucho, es de un 74%. En el caso de las mujeres es un poco menor (68,5%).

Con respecto a la variable “utilidad”, la cualificación fue de un 70,4% en el caso de los hombres y, en las mujeres, para las mismas categorías, fue menor con un 61,1%.

Sobre la variable “número de empleados”, las cifras son casi la mitad de las anteriores para las dos categorías de mayor cualificación (“aumento” y “mucho aumento”), representando solo un 38,9% en los negocios de propiedad de los hombres y un poco menor en las mujeres con un 31,5%. Cabe hacer notar los mismos altos porcentajes para la “indiferencia” en ambos sexos. En promedio, hay un 12% que no respondieron a esta variable. Una explicación plausible para esta última cifra es lo mencionado, con respecto a que ello sea producto de lo señalado en las propias bases de licitación del capital semilla, que exigen estar al día en el cumplimiento de las exigencias legales del sistema de previsión social y tributaria.

Ahora, con respecto al crecimiento del negocio, en términos de sus expectativas, no hay diferencias significativas, ya que un 89% de las mujeres y un 87 % de los hombres tienen altas expectativas

Con respecto a las correlaciones encontradas entre variables para los resultados de la estadística descriptiva, se señala el *ranking* de correlación descendente, con nivel 0,01 (bilateral). Ver Tabla 1 a continuación.

Tabla 1.
Ranking de correlación entre variables compromisos, satisfacción con el negocio y variables de desempeño

	Variable Xi	ρ	Variable Xj
1	Satisfacción de vida	0,797**	Oportunidad (motivo)
2	Utilidad (variable desempeño)	0,720**	Venta (variable desempeño)
3	Mejorar relación de pareja	0,681**	Mejorar relación con la familia
4	Obtener ganancia	0,677**	Crece venta
5	Orgullo de poseer el negocio	0,615**	Exigencia de esfuerzo
6	Mejorar calidad de vida	0,599**	Aumentar dignidad
7	Años de experiencia en el rubro	0,597**	Antigüedad del negocio
8	Mejor calidad de vida	0,567*	Oportunidad (motivo)
9	Mejorar nivel de ingreso	0,558**	Venta (variable desempeño)
10	Mejorar relación de pareja	0,558**	Aumentar dignidad
11	Sobrevivir con el negocio	0,557**	Mejorar nivel de ingreso
12	Sobrevivir con el negocio	0,534**	Trabajar y atender a la familia
13	Mejorar nivel de ingreso	0,508**	Dar empleo

Coefficientes de correlación ρ de Spearman ($\rho < 0,1$)

*La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral)

** La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral)

Sobre desempeño, en términos de su utilidad y ventas, se vinculan positivamente, ratificando resultados de investigaciones anteriores en cuanto a su correlación (Watson, 2002, 2003).

Hay correlación significativa entre “sobrevivir con el negocio, que es una variable de sustentabilidad del negocio”, en particular para modelos de crecimiento de los pequeños negocios (Baum, *et al.*, 2001) y vinculada con las expectativas de mejorar el nivel de ingreso y el mejorar la relación familiar.

También el motivo “aprovechar la oportunidad de emprender nuevos negocios”, con “mejorar calidad de vida” y “buscar satisfacción de vida”. Esta situación se ha estudiado en Chile a nivel de la microempresa y el empleo, y su relación con la propuesta

de trabajo decente en sus tres dimensiones: tiempo, espacio y patrimonio. También ha sido un tema de análisis de la Universidad de Harvard (Ibarra, 2002).

La correlación “mejorar calidad de vida” con “aumentar dignidad” podría ser un tema a investigar porque, en general, el emprendedor de un nuevo negocio viene de un trabajo previo (como empleador o empleado) o viene de la cesantía (en un 46,3% en el caso de las mujeres).

En relación con el factor de la motivación, específicamente ser independiente, resaltada fuertemente en las investigaciones analizadas, aparece con solo una leve significancia con respecto a la meta sobrevivencia del negocio y el mejoramiento del nivel de ingreso.

Resultados obtenidos de la aplicación de las pruebas no paramétricas de Kruskal–Wallis, con complemento Mann –Whitney, Chi-Cuadrado y corrección Bonferroni.

A continuación, se presentarán las conclusiones referidas a las pruebas no paramétricas de Kruskal-Wallis, con complemento Mann-Whitney, chi-cuadrado y corrección Bonferroni.¹² Estas corresponden a las hipótesis H1a, H1b, H1c, H2a, H2b, H3a, H3b, H3c, H3d, H3e, H3f, H3g, H3h, H3i, H5, H6a, H6b, H7a, H7b, H7c, y H8, todas ellas relacionadas a las variables de desempeño utilizadas en el modelo trabajado en terreno.

Las conclusiones tienen que ver con el desempeño de los pequeños negocios, por género, medido por las variables expectativas de ventas, utilidad, número de empleados, crecimiento y tramo de ventas.

No se descarta la influencia del género en las variables que se han utilizado en este estudio en un mejor desempeño del negocio de hombres dueños y mujeres dueñas de nuevos negocios, aunque ella sea leve (H1a).

Hubo evidencia estadística para sostener que el tener hijos menores de 18 años solo por mujeres emprendedoras afectaría negativamente el desempeño de sus negocios, medido por las variables utilizadas en este estudio. Esta situación también se da para el caso de los hombres con hijos menores de 18 años (H1b).

Hubo evidencia estadística para probar que el estado civil sí tiene influencia positiva en el mejor desempeño de los negocios de hombres

o mujeres emprendedores propietarios de negocios (H1c).

No hubo evidencia estadística para sostener que el haber tenido una situación económica estrecha en la infancia influiría negativamente en el desempeño de los negocios de las mujeres emprendedoras (H2a).

Hubo leve evidencia estadística para sostener que la existencia de emprendedores en la familia directa (relativa a la teoría del aprendizaje social) afectaría un mejor desempeño de los negocios, medido por las variables propuestas. Las diferencias se detectan en los grupos de hombres con familia no emprendedora (H2b).

Con respecto al nivel educacional logrado por hombres o mujeres dueños de pequeños negocios, no hubo evidencia estadística que permitiera probar que esta variable influyera en un mejor desempeño de sus negocios (H3a).

Tampoco hubo evidencia estadística para quienes tenían experiencia previa en el rubro (H3b), el haber tenido puestos de jefatura anterior (H3c), haber sido su propio empleador (H3f) o hayan tenido la categoría de empleado (H3g) en ocupaciones previas a la de ser emprendedor; o haber contado con los conocimientos y experiencias en iniciar nuevos negocios (H3e), todos factores considerados en el ámbito del capital humano.

En cambio, sí hay leve evidencia estadística, dentro del mismo ámbito del capital humano, para no rechazar la hipótesis de que la variable “haber estado involucrado directamente en crear nuevos negocios” (H3d) afecta positivamente el desempeño de sus negocios. Y con respecto a la variable “haber estado cesante”, como resultado de una ocupación anterior al emprender, también hay evidencia estadística suficiente para probar que sí afectan negativamente un

12 No se rechazan aquellas hipótesis que tengan un p - value con rango 0,05, incluyendo el rango siguiente 0,06 como de significancia leve.

mejor desempeño de los negocios de hombres y mujeres emprendedores (H3h).

La relación de contar con habilidades en los negocios de hombres y mujeres propietarios, medida por la existencia de un plan escrito de negocio, y su influencia positiva en el desempeño de sus negocios, no encontró evidencia estadística que permitiera refrendarla (H3i).

El pertenecer a redes de trabajo, y su influencia en un mejor desempeño de los negocios que posean hombres y mujeres propietarios de pequeños negocios, encontró leve sustento (H5).

En cuanto a las variables de entorno, solo la antigüedad del negocio no encontró sustento estadístico con respecto a que influyera en el mejor desempeño de los negocios de hombres y mujeres propietarios de pequeños negocios (H6a).

En cambio, para las variables “cantidad de horas dedicadas” al negocio (H6b), la “pertenencia a un sector” (H7a) y la “participación de la familia directa en el financiamiento del negocio” (H7b), sí se encontró evidencia estadística para sostener que esas variables influyen positivamente en el mejor desempeño de sus negocios, medido por las variables “tramo de ventas” en las H6a y H7a; y medido por la variable “utilidad”, la H7b.

En cambio, la variable “apoyo del sistema educacional para iniciar un negocio” no encontró sustento estadístico para probar su relación con un mejor desempeño de los negocios de hombres y mujeres propietarios de pequeños negocios (H7c).

Al considerar la variable “crecimiento del negocio (expectativa) como variable independiente, no se encontró evidencia

estadística para probar su influencia en un mejor desempeño del negocio medido por las cuatro variables propuestas: ventas, utilidad, número de empleados y tramo de ventas (H8).

Resultados obtenidos de la aplicación de los modelos de regresión Probit a las hipótesis H4 sobre motivaciones y metas; H6, sobre satisfacción con el negocio y H6d sobre compromisos con el negocio con respecto a las variables de desempeño utilizadas en el modelo trabajado en terreno

Se presentan las conclusiones referidas a la aplicación de los modelos de regresión Probit, pruebas no paramétricas de Kruskal-Wallis, con complemento Mann-Whitney, chi-cuadrado y corrección Bonferroni.

Se señalan los valores β y p - value para visualizar el direccionamiento de la variabilidad de las variables consideradas y significancia del modelo (rango 0,05, incluyendo el rango siguiente, 0,06, como de significancia leve).

Conclusiones sobre los constructos Utilizados en el trabajo

En concreto refieren a los compromisos: con el negocio, con la satisfacción del negocio, con la motivación, metas y su influencia en el desempeño de los negocios de hombres y mujeres propietarios.

Motivación y metas

Las variables “dar empleo”, “obtener ganancia”, “mejorar el nivel de ingreso”, y “ser independiente” son variables que sí pueden explicar la variabilidad del desempeño de un negocio. La primera explica la variabilidad del desempeño medido por “número de empleados” y “utilidad”; la segunda explica la

variabilidad del desempeño medido solo por “número de empleados”; la tercera y cuarta variable de motivación y metas explican dicha variabilidad para el desempeño del negocio medido por la “utilidad” y las “ventas”.

Satisfacción con el negocio

Las variables “mejorar relación de pareja”, “mejorar mi dignidad como persona” y “mejorar calidad de vida” son variables que sí pueden explicar la variabilidad del desempeño de un negocio. La primera explica la variabilidad del desempeño del negocio medido solo por “número de empleados”; la segunda y tercera variable explican dicha variabilidad con respecto al desempeño del negocio medido solo por la “utilidad”.

Compromisos con el negocio

Las variables “compromiso en horas de dedicación al negocio”, “importancia del negocio en la ocurrencia diaria” y “costo de dejar el negocio” son variables que sí pueden explicar la variabilidad del desempeño de un negocio. La primera explica la variabilidad del desempeño del negocio medido por “número de empleados” y “tramo de ventas”; la segunda explica dicha variabilidad para con el desempeño del negocio medido por el “número de empleados” y “utilidad”; y la tercera explica la variabilidad del desempeño del negocio medido por el crecimiento.

En relación con la variable de desempeño medida por la expectativa de venta, para el ámbito de las motivaciones y metas, lo explica el ítem “mejorar nivel de ingreso”, de forma inversa, es decir, la probabilidad de que la variable expectativa de venta experimente una disminución, disminuirá cuando aumente el grado de importancia otorgado al ítem “mejorar el nivel de ingreso”. Por otra parte, lo explica el ítem “dar empleo”, de forma directa, es decir, la probabilidad de que

la variable expectativa de venta experimente una disminución, aumentará cuando aumente el grado de importancia otorgado al ítem “dar empleo”.

Para el ámbito de la satisfacción con el negocio y compromisos con el negocio, ningún ítem la explicó. En relación con la variable de desempeño medida por la expectativa de utilidad, para el ámbito de las motivaciones y metas, tenemos el ítem “mejorar nivel de ingreso”, de forma inversa, es decir, la probabilidad de que la variable expectativa de utilidad experimente una disminución, disminuirá, cuando aumenta el grado de importancia otorgado al ítem “mejorar el nivel de ingreso”. Además, tenemos el ítem “dar empleo”, de forma directa, es decir, la probabilidad de que la variable expectativa de utilidad experimente una disminución, aumentará, cuando aumenta el grado de importancia otorgado al ítem “dar empleo”.

Para el ámbito de la satisfacción con el negocio, tenemos el ítem “aumentar mi dignidad como persona”, de forma inversa, es decir, la probabilidad de que la variable expectativa de utilidad experimente una disminución, disminuirá, cuando aumenta el grado de importancia otorgado al ítem “aumentar mi dignidad como persona”. Además, tenemos el ítem “mejorar la calidad de vida”, de forma directa, es decir, la probabilidad de que la variable expectativa de utilidad experimente una disminución, aumentará, cuando aumenta el grado de importancia otorgado al ítem “mejorar la calidad de vida”.

Para el ámbito de los compromisos con el negocio, solo la explica el ítem “no me costaría mucho de dejar el negocio”, de forma inversa, es decir, la probabilidad de que la variable expectativa de utilidad experimente una disminución, disminuirá, cuando aumenta el

grado de importancia otorgado al ítem “no me costaría mucho dejar el negocio”.

En relación con la variable desempeño, medida por la expectativa del número de empleados, para el ámbito de las motivaciones y metas, tenemos el ítem “dar empleo”, de forma directa, es decir, la probabilidad de que la variable expectativa del número de empleados experimente una disminución, aumentará, cuando aumenta el grado de importancia otorgado al ítem “dar empleo”. También tenemos el ítem “obtener ganancia”, de forma directa, es decir, la probabilidad de que la variable expectativa del número de empleados experimente una disminución, aumentará, cuando aumenta el grado de importancia otorgado al ítem “obtener ganancia”.

En el ámbito de la satisfacción con el negocio, tenemos el ítem “mejorar mi relación con mi cónyuge/pareja”, de forma directa, es decir, la probabilidad de que la variable expectativa del número de empleados experimente una disminución, aumentará, cuando aumenta el grado de importancia otorgado al ítem “mejorar mi relación con mi cónyuge/pareja”.

En el ámbito de los compromisos con el negocio, solo la explican el ítem “horas de trabajo dedicadas”, de forma directa, es decir, la probabilidad de que la variable expectativa del número de empleados experimente una disminución, disminuirá, cuando aumenta el grado de importancia otorgado al ítem “horas de trabajo dedicadas”. Además, tenemos el ítem “mi negocio me inspira a lograr un mejor resultado”, de forma inversa, es decir, la probabilidad de que la variable expectativa del número de empleados experimente una disminución, aumentará, cuando aumenta el grado de importancia otorgado al ítem

“mi negocio me inspira a lograr un mejor resultado”.

En relación con la variable desempeño, medida por la expectativa de crecimiento, para el ámbito de las motivaciones y metas, tenemos el ítem “ser independiente”, de forma directa, es decir, la probabilidad de que la variable expectativa de crecimiento experimente una disminución, disminuirá, cuando aumenta el grado de importancia otorgado al ítem “ser independiente”. También tenemos el ítem “mejorar nivel de ingreso”, de forma directa, es decir, la probabilidad de que la variable expectativa de crecimiento experimente una disminución, disminuirá, cuando aumenta el grado de importancia otorgado al ítem “mejorar el nivel de ingreso”. Finalmente, tenemos el ítem “sobrevivir con mi negocio”, de forma inversa, es decir, la probabilidad de que la variable expectativa de crecimiento experimente una disminución, aumentará, cuando aumenta el grado de importancia otorgado al ítem “sobrevivir con mi negocio”.

Para el ámbito de la satisfacción con el negocio, ningún ítem la explicó. Para el ámbito de los compromisos con el negocio, tenemos el ítem “costo de dejar el negocio”, de forma directa, es decir, la probabilidad de que la variable expectativa de crecimiento experimente una disminución, disminuirá, cuando aumenta el grado de importancia otorgado al ítem “costo de dejar el negocio”.

En relación con la variable desempeño, medida por el tramo de venta, para el ámbito de las motivaciones y metas y satisfacción con el negocio, ningún ítem la explicó; y para el ámbito de los compromisos con el negocio la explica el ítem “las mayores satisfacciones en mi vida provienen de mi negocio”, de forma directa, es decir, la probabilidad de que la variable tramo de venta experimente una disminución, disminuirá, cuando aumenta el

grado de importancia otorgado al ítem “las mayores satisfacciones en mi vida provienen de mi negocio”. También tenemos el ítem “mi negocio me inspira a lograr un mejor resultado”, de forma inversa, es decir, la probabilidad de que la variable tramo de venta experimente una disminución, aumentará, cuando aumenta el grado de importancia otorgado al ítem “mi negocio me inspira a lograr un mejor resultado”.

6. Conclusiones y discusión

La literatura actual sobre emprendimiento femenino permite una aproximación a la diversidad de situaciones que experimenta en este ámbito, desde una mirada personal e institucional, posibilitando la generación de política de fomento productivo a corto y largo plazo.

El aplicar el modelo de desempeño a la realidad chilena y analizar sus resultados, ha puesto de manifiesto un conjunto de factores que influyen positivamente en el desempeño de nuevas empresas, concordando con lo obtenido por estudios de otras latitudes, factores asociados a experiencias y conocimientos previos relacionados a emprendimiento y/o negocios, vinculación con personas o redes, dedicación horaria, sector económico o la entrega de recursos por parte de la familia (Manolova, *et al.*, 2008; Langowitz y Minniti, 2007; Edelman, *et al.*, 2001; Hughes, 2003; Hamilton, 2002; Brush, *et al.*, 2001; Schmitt-Rodermund, 2001; Brush y Hisrich, 2000; Dahlqvist, *et al.*, 2000; Lerner, *et al.* 1997; Cooper y Gascon, 1992; Kalleberg y Leicht, 1991; Brush, 1990).

Las mujeres chilenas que deciden iniciar un proyecto de emprendimiento principalmente lo hacen como salida a su situación personal, como mecanismo para mejorar su calidad de vida. El compromiso es tal que ponen en juego los recursos familiares, lo que, entre otras

cosas, provoca que el esfuerzo y la dedicación sean máximas. Este esfuerzo y compromiso personal con lo que significa para el futuro de la familia, puede explicar el rechazo de las hipótesis que planteaban que la mejor cualificación personal y apoyo educacional mejorarían los rendimientos. La mujer se sobrepone a estas carencias formativas ante el elevado coste, tanto monetario como social/familiar, que puede suponer el fracaso en el negocio iniciado.

Las mujeres chilenas, en la mayoría de los casos, se ven obligadas a compatibilizar su actividad en el negocio con los cuidados a la familia. Prueba de ello es que la mayoría desarrolla su labor profesional en su hogar y también la gran mayoría tiene hijos menores o familiares a su cargo.

Lo anterior explica que las mujeres, de manera mayoritaria, se encuentren fuera de las redes sociales y de contactos. Esto supone una debilidad, según lo señala el estudio de Fang Lee Cooke y Mengtian Xiao (2021) sobre emprendimiento femenino en China.

El emprendimiento no debe quedarse en el área pyme y las consecuencias que ello conlleva para la mujer. Estudios del Banco Mundial (2001) señalan que, si el emprendimiento femenino se queda solo en esa área, el impacto en el crecimiento económico es menor. Si se consigue que las empresas lideradas por mujeres crezcan y ganen en competitividad, tendrán un impacto mayor en la economía nacional.

En este sentido, creemos necesario que la política pública con enfoque de género contemple la desigualdad que existe actualmente en Chile, en particular para el caso de las mujeres, quienes han asumido históricamente el trabajo doméstico y de cuidado y, como hemos observado,

impacta en la generación y/o desarrollo de emprendimiento.

Ahora bien, existen una serie de limitaciones que tienen relación con la ausencia de una terminología uniforme, de estudios e instrumentos con perspectiva de género y con las dificultades para acceder a la muestra. Por eso, creemos que se abren una serie de líneas futuras de investigación que deben contemplar el impacto de la pandemia y el contexto sociopolítico en lo emprendimientos, así como la globalización e incorporación de nuevas tecnologías.

Referencias

- Acs, Z. J. (2008). *Foundations of high impact entrepreneurship*. Foundations and Trends in Entrepreneurship, 4(6): 535–620.
- Alvarez-Sousa, Antonio (2019). *Emprendedores por necesidad. Factores determinantes*. Revista Española de Investigaciones Sociológicas, 166: 3-24. <http://dx.doi.org/10.5477/cis/reis.166.3>
- Acs, Z. & Amorós, J.E. (2008). Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economic*. N° 31, 2008.
- Agresti, A. (2007). *An Introduction to Categorical Data Analysis* (2ª Ed.), cap. 2.4 (Chi-Squared Tests of Independence, pàg.34), y cap. 3.2.4(Probit Regression Model, pàg. 72). Published by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. En J. Kuhl y J. Beckmann (Eds.), *Action control: From cognition to behavior* (pp. 11-39). Springer.
- Ajzen, I. (1988). *Attitudes, personality, and behavior*. Dorsey Press.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32, 665-683.
- Ajzen, I. y Fishbein, M. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- Ajzen, I. y Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. N.J. Prentice-Hall.
- Aldrich, H. y Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through social networks. En D. Sexton y R. Smiler (Eds.), *The art and science of entrepreneurship* (pp. 3-23). Ballinger.
- Amorós, J.E y Mandakovic, V. (2017). Chapter 9: The Chilean entrepreneurial ecosystem: Understanding the gender gap in entrepreneurial activity. T. S. Manolova, C. G. Brush, L. F. Edelman, A. Robb y F. Welter (Eds.), *Entrepreneurial ecosystems and growth of women's entrepreneurship: A comparative analysis*. Disponible DOI: <https://doi.org/10.4337/9781785364624>
- Ardichvili, A., Cardozo, R. & Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*. 18, N° 1, pp. 105-123.
- Arenius, P. & Minniti, M. (2005). Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics*. Vol. 24, N° 3, pp. 233-247.
- Ascher, J. (2012). Female entrepreneurship - An appropriate response to gender discrimination. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 4(8).
- Banco Mundial. (2001). *Engendering Development Through Gender Equality in Rights*,

- Resources, and Voice. World Bank Policy Research Report. Washington, D.C. 2001.
- Banco Mundial (BM)-Banco Interamericano del Desarrollo (BID)- Servicio Nacional de la Mujer (Sernam), que elaboraron el 2007: "Cómo capitalizar el potencial económico de Chile ampliando las opciones laborales de la mujer".
- Banco Mundial (2008). Sabarwal, Shwetlena; y Terrell, Katherine (2008). Does Gender Matter for Firm Performance? Evidence from Eastern Europe and Central Asia. Policy Research Working Paper 4705.
- Banco Mundial (2018). Doing Business.
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory* NJ. Prentice Hall.
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37(2), 122-147.
- Baum, J. R., Locke, E. A. y Smith, K.G. (2001). A multidimensional model of venture growth. *Academy of Management Journal*, 44(2), 292-303.
- Baum, R. y Locke, E. (2004). The relationship of entrepreneurial traits, skill and motivation to subsequent venture growth. *Journal of applied Psychology*, 89(4), 587-598.
- Baumol, W.J. (1990) Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive. *Journal of Political Economy*, 98, 893-921.
- <https://doi.org/10.1086/261712>
- Bender, S. (2000). *Seven characteristics of the american woman entrepreneur: A hermeneutic approach to developing a universal characteristics model* [tesis de doctorado, Capella University].
- Bergoing, R. (2018). Boletín Economía & Gestión N° 50 del Depto. Ingeniería Industrial, Universidad de Chile. <https://www.dii.uchile.cl/2018/04/10/raphael-bergoeing-porque-chile-no-es-canada/B>
- BID (2009). *Public policies to promote women entrepreneurs project*.
- Brush, C. (1992). Research on women business owners: past trends, a new perspective and future directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(4), 5-30.
- Cabrera, E. M. y Mauricio, D. (2017). Factors affecting the success of women's entrepreneurship: a review of literature. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 9(1), 31-65. <http://dx.doi.org/10.1108/IJGE-01-2016-0001>
- Carter, S.; Anderson, S. y Shaw, E. (2003). "Women's business ownership: A review of the academic, popular and internet literature with a UK policy focus". ARPENT. Annual Review of Progress in Entrepreneurship. Brussels: Vol. 1, pp. 66-89
- Castellaneta, F., Conti, R. y Kacperczyk, A., 2020. The (Un)intended consequences of institutions lowering barriers to entrepreneurship: The impact on female workers. *Strategic Management Journal*, 41(7).
- CEPAL, 2007. Un marco de análisis para el fomento de las políticas de desarrollo productivo con enfoque de género. (Unidad Mujer y Desarrollo N° 7. Santiago de Chile. Dic.) Autora: Espino, Alma.
- CEPAL (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: Realidades, obstáculos y desafíos*. Unidad Mujer y Desarrollo.
- Chalmer, D., MacKenzie, N. G., and Carter, S. 2020. Artificial Intelligence and Entrepreneurship: Implications for Venture Creation in the Fourth Industrial Revolution. *Entrepreneurship Theory and Practice* 00(0) 1-26.
- Cooper, A.C., & Gimeno-Gascon, J.G. (1992). Entrepreneurs, processes of founding, and

- new-firm performance. En D.L. Sexton and J.D. Kasarda, eds., *The State of the Art of Entrepreneurship*. Boston, MA: PWS-Kent Publishing Co.
- Cooper, A., Gimeno-Gascon, F. y Woo, C. (1994). Inicial human and financial capital as predictors of new venture performance. *Journal of Business Venturing*, 9 (5), 371-395.
- Crook, T. R., Shook, C., Morris, M. L. & Madden, T. M. (2010). Are We There Yet? An Assessment of Research Design and Construct Measurement Practices in Entrepreneurship Research. *Organizational Research Methods* January. Vol. 13 N°. 1, pp. 192-206.
- Dahlqvist, J.; Davidsson, P. y Wiklund, J. (2000). Initial conditions as predictors of new venture performance: A replication and extension of the Cooper et al. study. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 1, 1-17.
- Davidsson P. and Honig B. (2003), The Role of Social and Human Capital Among Nascent Entrepreneurs, *Journal of Business Venturing*, vol. 18, n°3, pp. 301-331.
- Davidsson, P., Achtenhagen, L. y Naldi, L. (2005). "Research on Small Firm Growth: A Review Research on Small Firm Growth. In: *European Institute of Small Business*.
- Davidsson, P., Delmar, F. y Wiklund, J. (2006). What do they think and feel about growth? An expectancy-value approach to small business managers attitudes toward growth. En P. Davidsson, F. Delmar, y J. Wiklund (Eds.), *Entrepreneurship and the Growth of Firms*. Edward Elgar Publishing (pp. 109-140). Cheltenham.
- Davidsson, P., Recker, J., von Briel, F. (2018). External enablement of new venture creation: A framework. *Academy of Management Perspectives*, 34(3). <https://doi.org/10.5465/amp.2017.0163>
- Delmar, F. (1997). "Measuring growth: methodological considerations and empirical results". En R. Donckels y A. Miettinen (Eds) *Entrepreneurship and SME Research: On its Way to the Next Millennium*, pp. 199-215. Ashgate Publishing Ltd, Hants, England.
- What Do They Think and Feel about Growth? An Expectancy-Value Approach to Small Business Managers Attitudes toward Growth. Dezsö, C. y Gaddis, D. (2012) Does female representation in top management improve firm performance? A panel data investigation. *Strategic Management Journal*, 33(9).
- Díaz, M.C. y Jiménez, J.J. (2010). "Recursos y resultados de las pequeñas empresas: nuevas perspectivas del efecto género". Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa. Núm. 42, págs. 151-176.
- Dickinson, J.G. y Chakraborti, S. (2001). *Nonparametric Statistical Inference*, Fourth Edition, Revised and Expanded. Marcel Dekker, Inc. 2003. USA, Cap.6 (6.6), Cap.10 (4) y tablas K y M.
- Du Riestz y Henrekson (2000). Testing the female underperformance hypothesis. *Small Business Economics*, 14(1), 1-10.
- Drori, I.; Honig, B. & Wright, M. (2007). Special issue of entrepreneurship theory and practice: transnational entrepreneurship and global reach. *Theory and Practice*. 31(4).
- Edelman, L.F., Brush, C.G, & Manolova, T. (2001). Co-alignment in the resource-performance relationship: strategy as mediator. *Academy of Management Research Conference*.
- Ena-M. I. (2009). Factors affecting performance of women entrepreneurs. *Journal of Women's Entrepreneurship and Education, Institute of Economic Sciences*, 1(2), 39-50. Disponible: <http://www.ien.bg.ac.rs/index.php/en/1-22009>
- Fang Lee Cooke & Mengtian Xiao (2021) Women entrepreneurship in China: where are we

- now and where are we heading. *Human Resource Development International*, 24:1, 104-121.
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13678868.2020.1842983>
- Fayolle, A. (2007). Frontmatter. In *Entrepreneurship and New Value Creation: The Dynamic of the Entrepreneurial Process* (pp. I-IV). Cambridge: Cambridge University Press.
- Flores, B.; Landerretche, O. & Sánchez, G.; Pro-pensión al emprendimiento: ¿los emprendedores nacen, se educan o se hacen?. *Depto de Economía, U de Chile. Serie Documentos de Trabajo (SDT) No. 330* Santiago, Enero de 2011 Págs. 1-27.
- Foro Económico Mundial (2009). *Global gender gap report*. http://iberpyme.sela.org/aDocs/Desarrollando_Mujeres_Empresarias_PYMES.pdf
- Foss, L., Henry, C., Ahl, H. & Mikalsen, G. (2019). Women's entrepreneurship policy research: A 30-year review of the evidence. *Small Business Economy*, 53, 409-429. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-9993-8>
- GEM (2007-2008-2011-2012-2013, 2017, 2018, 2019-2020). Documentos disponibles en www.udd.cl
- Harshana K. (2016). Investigating the impact of entrepreneurship on economic development. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(3).
- Hernández, C. y González, D. (2015). *Estudio del ecosistema de emprendimiento tecnológico en Lima: Estudio colectivo de casos* [documento]. Congreso ALTEC, Brasil.
- Hisrich, R. y Brush, C.G. (1982). The woman entrepreneur as a reflection of type of business. *Frontiers of entrepreneurship research* (pp. 54-67). Babson College.
- Hisrich, R. y Brush, C. (1984). The woman entrepreneur: management skills and business problems. *Journal of Small Business Management*, 22(1), 30-37.
- Hisrich, R. y Brush, C. (1985). Women and minority entrepreneurs: A comparative analysis. En *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp. 566-586). Babson College.
- Hisrich, R., Brush, C., Good, D. & De Souza, G. (1997). Performance in entrepreneurial ventures: does gender matter. *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Disponible en: www.babson.edu/entrep/fer/papers97/sum97/hisb.htm
- Ibarra, H. (2002). How to stay stuck in wrong career. *Harvard Business Review*, 80(12), 40-8.
- ILO (2008). *Women, gender and the informal economy: An assessment of ILO Research and suggested ways forward*.
- Ireland, Hitt y Sirmon (2003) A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions. *Journal of Management*, 29(6).
- Jack, S.; Anderson, A. (2002). The Effects of Embeddedness on the Entrepreneurial Process. *Journal of Business Venturing* 17(5):467-487
[https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(01\)00076-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(01)00076-3)
- Jacobides, M. G., Cennamo, C. y Gawer, A. (2018). Towards a theory of ecosystems. *Strategic Management Journal*, 39(8).
- Jamali, D. (2009), "Constraints and opportunities facing women entrepreneurs in developing countries: A relational perspective", *Gender in Management*, Vol. 24 No. 4, pp. 232-251. <https://doi.org/10.1108/17542410910961532>
- Jaziri, R. & Paturel, J. (2010) Academic entrepreneurship ou académepreneuriat : Vers une reconfiguration du modèle de l' «université entrepreneuriale». *Conference: 9 symposium international sur: "Pratiques entrepreneuriales: Quels enjeux pour l'innova-*

- tion et la croissance économique en Algérie". Volume: 30-31. https://www.researchgate.net/publication/258099389_Academic_entrepreneurship_ou_acadepreneuriat_Vers_une_reconfiguration_du_modele_de_l%27_universite_entrepreneuriale
- Lamolla, L. (2005). *Emprender en femenino: la evolución de las políticas económicas locales para emprendedoras en Cataluña*. Tesis Doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Lee, Fang & Xiao, Mengtian (2021) Women entrepreneurship in China: where are we now and where are we heading, *Human Resource Development International*, 24:1, 104-121, DOI: <https://doi.org/10.1080/13678868.2020.1842983>
- 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.
- Levie, J. (1996). Patterns of growth and performance: An empirical study of young growing ventures in France, Ireland and Scotland. En *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson College.
- Li, J., Ghosh, R., & Nachmias, S. (2020). A special issue on the impact of the COVID-19 pandemic on work, worker, and workplace!? Implications for HRD research and practices in time of crisis. *Human Resource Development International*, 23(4), 329-332. <https://doi.org/10.1080/13678868.2020.1780715>
- Lindholm, A. & Stevenson, L. (2010). Innovative entrepreneurship policy: linking innovation and entrepreneurship in a European context. *Annals of Innovation & Entrepreneurship*, Vol 1, No 1.
- Loscocco K.A., J. Robinson, R.H. Hall y J.K. Allen (1991). *Gender and small business: An inquiry into women's relative disadvantage*. *Social Forces*, 70(1), 65-85.
- Lumpkin, G.T., & Erdogan, B. (1998). If not entrepreneurship, can psychological characteristics predict entrepreneurial orientation? A pilot study. *The ICFAI Journal of Entrepreneurship Development*, vol. 1 (1). También publicado por la University of Illinois at Chicago College of Business Administration.
- Manolova, T., Brush, C. & Edelman, L. (2008). What do women entrepreneurs want?. *Strategy Change* 17: pp. 69-82.
- Manolova, T., Brush, C., Edelman, L., Robb, A. and Welter, F. 2017. The Chilean entrepreneurial ecosystem: Understanding the gender gap in entrepreneurial activity.
- Ming-Yen, T. W., Siong-Choy, C. (2007). Theorising a framework of factors influencing performance of women entrepreneurs in Malaysia. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 3(2), 1-17.
- Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de Chile. 25 noviembre 2013. Disponible <https://www.economia.gob.cl/subsecretarias/economia>
- Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de Chile. 2020. *Microemprendimiento Femenino*. <https://www.economia.gob.cl/category/estudios>
- OIT (2007, 2008). *Competencias y emprendimiento: Reducir la brecha tecnológica y las desigualdades de género*. *Gender Equality at the Heart of Decent Work*. Brochure - Skills and entrepreneurship: Bridging the technology and gender divide 7 noviembre 2008 https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---gender/documents/publication/wcms_097919.pdf
- OIT (2015). *Informe mundial. La mujer en la gestión empresarial: Cobrando Impulso*. Global report: Women in Business and Management: Gaining momentum. 2015. Geneva. <https://>

- www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_316450.pdf
- Paik, Y, Kang, S. & Seamans, R. *Entrepreneurship, Innovation, and Political Competition: How the Public Sector Helps the Sharing Economy Create Value*. August 2018. Strategic Management Journal 40(4) Follow journal
DOI: <https://doi.org/10.1002/smj.2937>
- Radović-Marković, Mirjana (2017). *Female entrepreneurship: Theoretical approaches*. Institute of Economic Sciences.
- Rocha, V. and M. van Praag (2020) Mind the Gap: The Role of Gender in Entrepreneurial Career Choice and Social Influence by Founders, Strategic Management Journal 51(5), 841-86.
- Roper, S. (1999). Modelling small business growth and profitability. *Small Business Economics*, 13(3).
- Romero, J.C. (2013) Emprendimiento femenino: ¿La clave del desarrollo social en Chile? Revista emprendedores, http://revistaemprendedores.co/index.php?option=com_content&view=article&id=260:emprendimiento-femenino-ila-clave-del-desarrollo-social-en-chile&catid=41:cell-phones-a-pdas&Itemid=109
- Rothaermel, F., Agung, Sh. and Jiang, Lin (2007). University entrepreneurship: a taxonomy of the literature. *Industrial and Corporate Change*, vol. 16, issue 4, 691-791. Disponible en <http://hdl.handle.net/10.1093/icc/dtm023>
- Sarabia S.F.J. (1999) (Coordinador). Metodología para la investigación en Marketing y Dirección de Empresas. Ediciones Pirámide.
- Schmitt-Rodermund, E. (2001). *Psychological predictors of entrepreneurial success*. University of Jena.
- Scott, S. (2009). Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy. *Small Business Economy*, 33, 141-149.
- SERCOTEC-OIT (2010). La Situación de la Micro y Pequeña Empresa en Chile, versión Marzo 2010. Disponible en: www.sercotec.cl
- Shane, S. (2008). *The Illusions of Entrepreneurship: The Costly Myths That Entrepreneurs, Investor, and Policy Makers Live By*. Yale University Press, 224 páginas.
- Shapero, A., y Sokol, L., (1982). The social dimensions of entrepreneurship. En C. Kent, D. Sexton y K.H. Vesper (Eds.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp.72-90). Prentice-Hall.
- Sharma, A.; Dua, S.& Hatwal, V. (2012). Micro Enterprise Development and Rural Women Entrepreneurship: way for economic empowerment. *A Journal of Economics and Management*. Vol.1 Issue 6, September 2012, ISSN 2278-0629.
- Sexton, D. y Vesper, K.H. (eds.) *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. 72-90.
- Showkat, Shagufta (2013) Women Entrepreneurship: Issues and Challenges. *International Journal of Management Prudence*, [S.I.], p. 14-18, mar. 2013. ISSN 0975-8496.
- Stephan, U. M.y Drews, C. (2015). *Understanding motivations for entrepreneurship a review of recent research evidence. Rapid evidence assessment paper february 2015*. Enterprise Research Centre and Aston Business School, Aston University, Birmingham.
- Temkin, B. (2009). Informal self-employment in developing countries: Entrepreneurship or survivalist strategy? Some implications for public policy. *Analyses of Social Issues and Public Policy*, 9(1), 135-156.
<https://doi.org/10.1111/j.1530-2415.2009.01174.x>

- Terjesen, S., Bosma, N. y Stam, E. (2015). Advancing public policy for high-growth, female, and social entrepreneurs. *Public Administration Review*, 76 (2).
- Terjesen, S., Amorós, J. (2010). Female entrepreneurship in latin america and the caribbean: characteristics, drivers and relationship to economic development. *The European Journal of Development Research*, 22, 313-330. <https://doi.org/10.1057/ejdr.2010.13>
- Ucbasaran, D. (2008). The fine "Science" of entrepreneurial Decision Making. *Journal of Management Studies*: 45: 1 January.
- Van Stel, A. y Storey, D. (2002). The relationship between firm births and job creation. *Tinbergen Institute Discussion Paper*, 2: 1-40.
- Ventura, R. y Quero, M.J. (2013). Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género. *Cuadernos de Gestión*, 13(1), 127-149.
- Verheul, I. y Thurik, R. (2000). Start-up capital: Differences between male and female entrepreneurs.
- Verheul, I.; Van Stel, A. y Thurik, R. (2006). Explaining female and male entrepreneurship at the country level. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 18(2), 151-183.
- Verheul, I.; Wennecker, S.; Audretsh, D. y Thurik, R. (2001). "An eclectic Theory of Entrepreneurship Policies, institutions and culture". TI 2001-030/3. Tinbergen Institute. Discussion Paper. March. Center for Advanced Small Business Economics. Erasmus University. Rotterdam.
- Verstraete, T & Fayolle, A (2005) Paradigmes et entrepreneuriat. *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol 4, n°1.
- Watson, J. (2002). A multidimensional model of venture growth. *Journal Academy of Management*, 44(2), 292-303.
- Watson, J. (2003). Failure rates for female-controlled business: Are they any different? *Journal of Small Business Management*, 41(3), 262-277.
- Weinzimmer, L.G.; Nystrom, P.C. y Freeman, S.J. (1998). "Measuring Organizational Growth: Issues, Consequences and Guidelines". *Journal of Management*, vol. 24; n° 2, pp. 235-262.
- Westhead, P. (2003). Comparing the performance of male- and female-controlled businesses. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(2), 217-224.
- Wiklund, J. (1998). "Small business growth and performance: Entrepreneurship and beyond". Höskolan i Jönköping Internationella Handelshögskolan. 1998. Series: JIBS Dissertation Series, 1403-0470; 3.
- Wiklund, J. y Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach. *Journal of Business Venturing*, 20(1), january, pp. 71-91. www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0883902604000047
- Zahra, S & Nambisan, S. (2012). Entrepreneurship and strategic thinking in business ecosystems, *Business Horizons*, Volume 55, Issue 3, Pages 219-229, <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.12.004>