

**DIFERENCIAS EN LOS DETERMINANTES DEL ÉXITO EN EL
EMPRENDIMIENTO EN MÉXICO, UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO**

Área de investigación: Emprendimiento

Miguel Ángel Macías García

Unidad Académica de Trabajo Social y Ciencias para el Desarrollo Humano
Universidad Autónoma de Tamaulipas
México
amacias@docentes.uat.edu.mx

Yesenia Sánchez Tovar

Facultad de Comercio y Administración
Universidad Autónoma de Tamaulipas
México
yesanchez@docentes.uat.edu.mx

Mariana Zerón Félix

Facultad de Comercio y Administración
Universidad Autónoma de Tamaulipas
México
zfmariana@docentes.uat.edu.mx

Octubre 9, 10 y 11 de 2019

Ciudad Universitaria | Ciudad de México



DIFERENCIAS EN LOS DETERMINANTES DEL ÉXITO EN EL EMPRENDIMIENTO EN MÉXICO, UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO



Resumen

En las últimas décadas las mujeres han logrado posicionarse en los mercados laborales y además participar de manera activa en la creación de nuevas empresas (Langowitz y Minniti, 2007). En el caso de México, de acuerdo con datos de la Secretaría de Hacienda, 3 de cada 5 negocios que se aperturan son dirigidos por mujeres, del mismo modo se ha observado que en este país, el gobierno ha puesto un énfasis en generar programas de apoyo para las mujeres emprendedoras. No obstante, el índice de fracaso de los emprendimientos es del 75%. Lo cual obliga a investigar los factores que determinan las diferencias en el éxito de los emprendimientos entre hombres y mujeres. Para ello, se analizan los factores conductuales y gerenciales que determinan el impacto en el éxito emprendedor, realizando un estudio empírico a 252 directivos de empresas de reciente creación (de 0 a 3 años de apertura) en cuatro ciudades del norte de México. A través del uso de ecuaciones estructurales se pudieron observar las diferencias en el éxito en los negocios entre hombres y mujeres. En primer lugar, se observó que lo que determina el éxito de las mujeres en los negocios radica en los elementos conductuales, es decir, son los rasgos psicológicos (extraversión, apertura y conciencia). Mientras que para los hombres las capacidades gerenciales son las que determinan su éxito. Los resultados anteriores, dejan ver la necesidad de fortalecer la capacitación gerencial en las mujeres para alcanzar el éxito empresarial.

Palabras clave: emprendimiento exitoso, género, rasgos personales.

Introducción

En las últimas décadas el emprendimiento femenino ha tenido un crecimiento importante en todo el mundo (Runyan, Huddleston y Swinney, 2006), pero no es sólo el crecimiento en términos



cuantitativos, sino también de manera cualitativa se ha constatado la progresiva presencia de las mujeres a nivel mundial (Minitti, 2009).

La reciente incursión intensiva de la mujer en el emprendimiento pone a este tema en el foco de las recientes investigaciones en el ámbito de la administración, debido a ello, es de suma importancia conocer los factores que determinan no sólo el emprendimiento sino el éxito de las nuevas empresas, que algunos autores definen de manera cuantitativa por medio de indicadores económicos / financieros, incluyendo rentabilidad, productividad o tasa de crecimiento, una posición competitiva favorable que conduce a un rendimiento económico superior y sostenible (aumento o mantenimiento de la cuota de mercado de la empresa) (Wiklund & Shepherd, 2005), los ingresos, la riqueza personal y el volumen de negocios (Amit, MacCrimmon, Zietsma & Oesch, 2000; Perren, 1999).

Mientras que los factores cualitativos citados con frecuencia incluyen la capacidad de innovación, la satisfacción del empleado / cliente o del emprendedor, y el crecimiento de la empresa (Covin, Green y Slevin, 2006; Hill & Jones, 2011).

Es así que toma importancia investigar los factores individuales que permean en los emprendedores y analizar cuáles de estas características los hacen ser más exitosos (Naktiyok, Karabey y Gulluce, 2010).

En este sentido es importante analizar las características individuales del emprendedor, debido a que es él quien con sus rasgos y habilidades pueden llevar al éxito su nuevo negocio (Brandstätter, 2011; Leutner, et al., 2014). En los últimos años la definición de emprendimiento no se queda sólo con el nacimiento de nuevas empresas, si no que incluye el enfoque individual sumándose cuestiones de actitud, como una manera de razonar, analizar y actuar en búsqueda de oportunidades, haciendo uso de características personales como el liderazgo y la capacidad de catalizar los cambios para la creación de empresas (Abu-Saifan, 2012).





La literatura en esta línea ha mostrado dos enfoques para abordar la visión individual del emprendimiento, el primer enfoque es el conductual que estudia los rasgos psicológicos que debe poseer el emprendedor los cuales determinan el nivel de compromiso con la iniciativa empresarial (McClelland, 1961) y el enfoque gerencial que evalúa las competencias que se deben tener para convertirse en un emprendedor, dichas habilidades afectan en el resultado de la empresa (Veciana, 1999).

Sobre el enfoque conductual se admite que los directivos tienen características psicológicas que definen su identidad con base a sus actitudes, valores y motivaciones que se definen a través de sus experiencias y que determinan su nivel de emprendedurismo, personas con rasgos como estabilidad emocional y necesidad de logro las vuelve más propensas a emprender (Bulut, et al., 2010).

Autores como D'Enbeau, Villamil, y Helens-Hart (2015) y Munkejord 2017, definen que existen estereotipos basados en el género en relación a los determinantes del emprendimiento, debido a que se espera que las mujeres cumplan con roles familiares lo que vuelve difícil su inclusión en el mundo empresarial, además que el modelo emprendedor tiene rasgos de masculinidad. En esta investigación se estudia si los factores conductuales inciden en el éxito del emprendimiento diferenciando por género su efecto.

Por otro lado, desde un enfoque gerencial se establece que las personas que emplean habilidades gerenciales como comunicación abierta y liderazgo dinámico pueden tener resultados favorables en el emprendimiento de sus empresas (Sunindijo et al., 2007), este tipo de habilidades le permite al directivo sobrellevar la incertidumbre de un entorno empresarial dinámico (Ensley, Pearce y Hmieleski, 2006).

Aunado a lo anterior, existen investigaciones que determinan que un emprendedor cualificado tiene mayores posibilidades de éxito, además dichas habilidades y conocimientos son adquiridos a través de la



experiencia empresarial la cual favorece el potencial emprendedor (Schefczyk, 2001; Minniti y Bygrave, 2001, Aubert et al., 2006).

En cuanto a las mujeres emprendedores, existen diferentes estudios que indican que encuentran más barreras que los hombres para acceder a apoyos financieros que les permitan tener crecimiento en sus empresas nacientes hombres (Langowitz y Minniti 2007; Minniti y Nardone 2007). Debido a lo anterior, este trabajo analiza los determinantes del éxito del emprendimiento a través de los enfoques gerencial y conductual, diferenciando estos factores por género en Tamaulipas, México.

Revisión de la literatura

Enfoque conductual

El enfoque conductual se ha centrado en el estudio de los rasgos psicológicos y características personales que permiten al individuo convertirse en emprendedor (Bygrave & Hofer, 1992, Bulut, 2010), según este enfoque son las capacidades y la personalidad del individuo determinantes de la nueva empresa (Herron y Robinson, 1993; Fayolle, Linán & Moriano, 2014).

De los rasgos de la personalidad existe un modelo denominado los cinco grandes rasgos de la personalidad, que en diferentes investigaciones se emplean como factores particulares que favorecen el emprendimiento, además de las motivaciones que impulsan a una persona a emprender, estos factores se explican a continuación.

Modelo de los cinco grandes rasgos de la personalidad

Este modelo implica características como extroversión, apertura, estabilidad emocional, agradabilidad y conciencia, dichos rasgos son determinantes de la intención, creación y éxito de las empresas.

Siguiendo con el modelo de los cinco grandes se presenta la extroversión, dicho rasgo implica a las personas sociables, asertivas y positivas emocionalmente, generalmente son confiados, comunicativos y enérgicos (Watson y Clark, 1997; John et al., 2008), estas características son necesarias para desenvolverse en el entorno empresarial.





Otro de los rasgos del modelo en cuestión, es la apertura cuya definición propuesta por Carlisle y Flynn (2005) quienes explican que la apertura es la disposición de las personas para adecuar sus creencias, actitudes y comportamientos cuando se exponen a nuevas ideas, situaciones y experiencias (Carlisle y Flynn, 2005). Desde una perspectiva del entorno, las personas con altos niveles de apertura a la experiencia han sido consideradas cultas, curiosas, imaginativa y de mente abierta (Barrick y Mount y Judge, 2001)

Una tercera dimensión de este modelo es la conciencia como un amplio dominio de rasgos que incluye múltiples facetas: trabajo duro, orden, control de impulsos, confiabilidad y convencionalidad. La conciencia también se asocia con numerosos comportamientos, como terminar una tarea a tiempo, llegar a una reunión a tiempo, etc. En la escala de este autor, la conciencia se entiende como el rasgo de responsabilidad de perseverancia en la consecución de los objetivos propios, la concentración en los logros y la preservación de sus propias reglas y estándares (John et al., 2008; Jackson et al., 2010).

Otro factor del modelo de los cinco grandes es la estabilidad emocional, Las personas emocionalmente estables tienen puntos de vista positivos sobre sus actividades y sobre las demás personas, y son relajados (Sung y Choi, 2009). Por otro lado, el puntaje alto en neuroticismo explica las reacciones emocionales a los sentimientos negativos, como la ira y la ansiedad, por lo que la puntuación baja explica la estabilidad emocional y la serenidad (Migliore, 2011).

Por último, la agradabilidad como parte del modelo de los cinco grandes se representa con emociones como la bondad, el afecto y la humildad. Aquellos que puntúan alto en la amabilidad generalmente son personas muy morales y sinceras. Tienden a ser más cooperativos que combativos y suavizarán las cosas por el bien de la paz. Aquellos que obtienen un puntaje bajo en amabilidad pueden ser muy competitivos, a veces manipuladores, y colocar su propio interés antes de llevarse bien con los demás (Anderson et al, 2018).

Motivación de logro

La motivación del fundador de la empresa representa el compromiso de éste con su proyecto o idea de empresa, por lo que en función de su naturaleza e intensidad estaremos ante una empresa con futuro o sin él (Barba, 2000). Por otro lado, la motivación dentro del enfoque



conductual se presenta la relación de la motivación de logro como favorecedor de la actividad emprendedora (Van Riel et al., 2004; Veciana, 2005; Pires et al., 2008; Chell, 2008; Shepherd, 2010; Dinur, 2011), esta característica permite un mayor involucramiento del individuo con el emprendimiento.

Enfoque gerencial

También es importante destacar el papel que el emprendedor desempeña mediante el enfoque gerencial, pues es la base para la creación de empresas como indica Ihrig et al. (2006), quien plantea que el emprendedor debe sentir que posee los conocimientos y las habilidades necesarias para lograr la creación de una empresa, al igual que Bygrave & Hofer (1992) quienes destacan que el individuo es el centro de atención en el ciclo de vida del emprendimiento desde la percepción de las oportunidades hasta la consecución del negocio.

Aunado a lo anterior es necesario que el emprendedor cuente con la educación, experiencia, conocimientos y habilidades necesarios que le permitan aumentar su confianza para aventurarse a crear la nueva empresa (Minniti y Bygrave, 2001), Cuervo, Ribeiro & Roig (2007), explica el papel único y crítico del empresario en la economía, sus argumentos encajan perfectamente en una teoría gerencial de la formación empresarial.

Habilidades gerenciales

Por otra parte el enfoque gerencial (Veciana, 1999), sugiere la distinción de habilidades y conocimientos empresariales fundamentales que deben poseer los emprendedores (Codina, 2005), diferentes trabajos resaltan que las PYMES son más exitosas donde se les da mayor importancia a las habilidades y conocimientos de gestión (Acs y Audretsch, 1990; Laforet, 2013), esto le permite al empresario obtener un stock de características gerenciales que lo animarán a crear empresas (Minniti y Bygrave, 2001).

Del mismo modo, al hablar del enfoque gerencial como el cúmulo de características empresariales, debe considerarse una dimensión adicional que es la experiencia empresarial, laboral o de gestión, lo que permite una mejor relación con proveedores y clientes (Kolb, Osland, Rubin, 2007), también Cuervo, Ribeiro & Roig (2007) explican el papel

único y crítico del empresario en la economía, sus argumentos encajan perfectamente en una teoría gerencial de la formación empresarial.



Conocimiento del entorno

Para terminar con la revisión de la literatura se presenta un factor que pertenece al enfoque gerencial, en este sentido existen distintos elementos que moldean el entorno emprendedor, tales como aspectos políticos, legales-regulatorios, sociales, demográficos, económicos, entre otros, que ejercen una influencia en las organizaciones y en las personas involucradas en ellas, desde la creación de nuevas empresas hasta su desenvolvimiento, de forma positiva o negativa dependiendo de sus características (Acs & Amoros, 2008; Reisinger & Lehner, 2015; Saavedra García, Tapia Sánchez, & Aguilar Anaya, 2015).

Considerando un entorno que es dinámico y volátil, el gobierno establece regulaciones impositivas que dan facilidades para la apertura de empresas y también en la etapa de crecimiento de la misma (Clarke et al., 2016), de esta manera las regiones en un país son generalmente heterogéneas que permiten diferentes condiciones para crear empresas, el conocimiento de estas condiciones favorece la creación, puesta en marcha y crecimiento de la empresa (Hajek, Nekolova y Novosak, 2015), además, comprender los factores que promueven o detienen el nacimiento de nuevas empresas es importante para los esfuerzos para la creación de empresas que varía dependiendo del contexto institucional y del nivel de desarrollo económico (Acs, Desai y Klapper, 2008).

Una vez revisados los factores que determinan el éxito del emprendimiento se proponen las siguientes hipótesis.

H1: Los rasgos personales favorece el éxito emprendedor

H2: La motivación de logro favorece el éxito emprendedor

H3: Las habilidades y la experiencia gerencial favorece el éxito emprendedor

H4: El conocimiento del entorno empresarial favorece el éxito emprendedor



Metodología



Una vez realizada la revisión de la literatura, se presenta el análisis para contrastar las hipótesis anteriormente descritas, dicha investigación fue realizada en el estado de Tamaulipas, cuya muestra fueron empresas de reciente creación con un censo de 24,460 negocios con un tiempo de apertura de 0 a 3 años. El tamaño de la muestra con un nivel de confianza de 95% y un margen de error del 5% fue de 379 empresas. Para la recopilación de los datos se aplicó un cuestionario en las 3 ciudades con mayor actividad comercial de la entidad, durante el periodo de septiembre a octubre del 2017, logrando una tasa de respuesta del 67.38% de la muestra, es decir 255 empresas encuestadas.

El instrumento de recopilación consiste en un cuestionario con preguntas en escala de Likert de 5 puntos que van desde 1 “=totalmente en desacuerdo” hasta 5 “totalmente de acuerdo”, parte del cuestionario está basado en la escala para la evaluación del emprendedor (European Certificate in Entrepreneurship “ECENT”, 2006), esta escala evalúa características de la personalidad, además de la habilidades gerenciales y el conocimiento de entorno, dichas variables están constituidas por 4 ítems cada una. Por otro lado, el éxito del emprendimiento fue medido a través de 8 ítems de tipo financiero y no financiero basado en autores como Shapero (1984), Wang (2008) y Shepherd, et al. (2010).

Para realizar el análisis se empleó la técnica multivariante ecuaciones estructurales por medio del paquete estadístico AMOS y SPSS versión 21.

Iniciando con la evaluación de la escala, para ello que se llevó a cabo los análisis de validez interna, validez convergente y validez discriminante, enseguida se presentan los resultados que arrojaron dichas pruebas.

La validez interna consiste en evaluar la validez de cada variable inmersa en el trabajo, en este sentido se obtuvieron los pesos de regresión estandarizados por medio del análisis factorial confirmatorio (CFA), en esta etapa se eliminan los ítems con cargas factoriales menores a 0.5 (Hair, et al., 2010), resultando afectadas dos variables del modelo de los cinco grandes rasgos de la personalidad que fueron agradabilidad y estabilidad emocional.





Por otro lado, del factor de motivación se perdieron 2 ítems, 2 de extroversión, 1 de apertura, 2 de éxito del emprendimiento, 1 de conocimiento de entorno y 1 de conocimiento.

En la tabla 1 se muestran la fiabilidad interna de las variables de la personalidad, apertura, conciencia y extroversión, de la variable motivación, de las habilidades gerenciales, la experiencia y el conocimiento del entorno, además de la variable de éxito emprendedor cuyos valores son satisfactorios, es decir superiores a 0.5.

Tabla 1. Fiabilidad interna de los constructos

Variable	Indicador	Definición de indicador	Pesos de regresión estandarizados
Motivación	MO1	Planificación profesional	0.818
	MO2	Relaciones profesionales	0.784
Apertura	AP1	Entornos creativos	0.728
	AP2	Originalidad	0.931
	AP3	Creatividad	0.818
Extroversión	EV3	Diálogo continuo	0.572
	EV4	Sociabilidad	0.831
Conciencia	CO1	Compromiso con la tarea	0.908
	CO2	Eficiencia en la tarea	0.879
	CO3	Eficacia en la tarea	0.716
Habilidades Gerenciales	II1	Interés en novedades	0.633
	II2	Aporte de conocimientos	0.756
	II3	Entusiasmo	0.785
	EL2	Experiencia en negocios	0.580
Conocimiento del entorno	CA1	Ideas convincentes	0.803
	CE4	Nivel de desarrollo	0.842
	CE3	Oportunidad creación emp	0.726
Éxito Emprendedor	EX5	Margen de utilidad	0.872
	EX4	Rentabilidad financiera	0.809
	EX3	Flujo de caja	0.761
	EX6	Utilidad operacional	0.864
	EX7	Ratio de ventas	0.871
	EX8	Retorno sobre inversión	0.772

Fuente: Elaboración propia mediante Amos 21.0

Una vez analizada la fiabilidad de la escala se procede a evaluar la validez convergente y discriminante que componen la fiabilidad compuesta.



Para medir la homogeneidad de las puntuaciones de los ítems que pertenecen a cada constructo, se realiza el análisis de confiabilidad convergente o consistencia interna de la escala. Además, se mide la rigurosidad con la que se están las variables manifiestas a la misma variable latente. Para llevar a cabo dicho análisis se emplean los índices del coeficiente del alfa de Cronbach (α) y el coeficiente omega (ω) (Heise y Bohrnstedt 1970), además de la varianza media extraída (AVE).

Así los valores aceptables para el coeficiente del alfa de Cronbach deben superar el umbral de 0.7, el coeficiente omega debe estar dentro del rango de 0.7 y 0.9, por último, la varianza media extraída debe superar el valor de 0.5 como indican Fornell y Larcker (1981).

En la tabla II se muestra que los valores obtenidos cumplen con los indicadores antes mencionados, sin embargo, se presenta la variable de extroversión cuyos valores para alfa y omega no llegan a 0.7, pero el valor de la media extraída es favorable, debido a esto se decide conservar dicho factor.

Tabla II. Validez convergente de los constructos

Variable		α	ω	AVE
Motivación	MO	0.780	0.782	0.642
Apertura	AP	0.855	0.868	0.689
Extroversión	EV	0.645	0.667	0.509
Conciencia	CO	0.870	0.876	0.703
Habilidades y conocimiento	HCE	0.839	0.842	0.520
Conocimiento del entorno	CE	0.758	0.763	0.618
Éxito emprendedor	EX	0.941	0.928	0.683

Fuente: Elaboración propia mediante Amos 21.0

Por último, se presentan los resultados de la validez discriminante para finalizar con el análisis del modelo de medida, mediante este análisis se comprueba que las variables del estudio son distintas entre sí, dicha evaluación se realiza con la comparación de las varianzas medias extraídas (AVE) de cada variable con las correlaciones al cuadrado interconstructo asociadas, se debe de cumplir que dichas correlaciones al cuadrado deberán ser menores a las AVE.



En efecto, en los resultados obtenidos se identifica que se cumple lo anteriormente expuesto, por lo que se logra validar la pertenencia discriminante de los indicadores para cada variable, dado los resultados de cada proceso de validación antes expuesto se da por comprobada la fiabilidad de las medidas para las variables de personalidad, habilidades gerenciales, conocimientos del entorno y el éxito emprendedor.

Tabla III. Validez discriminante del modelo

	MO	AP	HCE	CE	EV	CO	EX
MO	0.642	0.130	0.125	0.042	0.045	0.070	0.116
AP		0.689	0.305	0.062	0.355	0.295	0.105
HCE			0.520	0.086	0.217	0.214	0.033
CE				0.683	0.086	0.041	0.099
EV					0.618	0.140	0.067
CO						0.703	0.010
EX							0.683

Fuente. Elaboración propia

Resultados

Después de haber comprobado la fiabilidad de la escala a través del modelo de medida, corresponde evaluar el modelo estructural propuesto, mediante el cual se pretende contrastar las principales hipótesis que componen esta investigación, siendo éstas, las que determinan el éxito emprendedor, como la apertura, la motivación de logro y el conocimiento del entorno, fungiendo como variables exógenas del modelo.

Para analizar el efecto causal de los rasgos personales, la motivación, habilidades gerenciales y el conocimiento del entorno en el emprendimiento exitoso, se procedió a estimar el modelo causal, en primera instancia se evaluó el ajuste del modelo mediante las métricas de ajuste absoluto, incremental y de parsimonia.

La Tabla IV presenta los principales indicadores de ajuste, en cuanto al ajuste absoluto del modelo, se considera aceptable al lograr un GFI (índice de bondad de ajuste) de 0.9 el cual es el rango mínimo marcado por Bentler y Bonett, (1980), del mismo modo se obtuvo un buen ajuste



en el error del modelo estructural (RMSEA) con un valor de 0.044, cuando la literatura considera adecuados valores menores a 0.05 (Browne y Cudeck, 1993). Por otra parte, el ajuste incremental (CFI, TLI, IFI) también cumple con valores de adecuado ajuste al ser superiores a 0.9 (Hooper et al., 2008; Hair et al., 2010). Para iniciar con este análisis se realiza el ajuste del modelo mediante los indicadores que evalúan el ajuste incremental, absoluto y de parsimonia. El modelo causal que se presenta analiza los efectos de las relaciones de los rasgos de la personalidad, la motivación, las habilidades gerenciales y el conocimiento de entorno con el emprendimiento exitoso.

Tabla IV. Ajuste del modelo

Medidas de ajuste			
Absoluto		Incremental	Parsimonia
CMIN	625.869	CFI 0.943	CMIN/gl
GFI	0.900	TLI 0.934	1.442
RMSEA	0.042	IFI 0.945	

Fuente. Elaboración propia

A continuación, se muestran los resultados obtenidos de las hipótesis planteadas, además se muestra el contraste de las relaciones estudiadas que identifican los determinantes del éxito del emprendimiento, resultando en los hombres que el enfoque gerencial es determinante del éxito de emprendimiento a través del factor de conocimiento de entorno con un coeficiente de correlación de 2.485** y un P valor significativo de 0.013.

Por otro lado, para las mujeres resultó el enfoque conductual como favorecedor del éxito del emprendimiento, siendo el factor de rasgos de la personalidad con el éxito como hipótesis no rechazada, estos rasgos son la extroversión, la apertura y la conciencia, dicho hipótesis resultó no rechazada con un coeficiente de correlación de 0.363** y un P valor significativo de 0.024.

Tabla V. Evaluación de las hipótesis de la investigación

Género	Hipótesis			Solución Estandarizada	C.R	P	Estado
Hombres	H1	RP	EX	0.201	1.336	0.181	Rechazada
	H2	MO	EX	0.223	1.812	0.070	Rechazada
	H3	HCE	EX	-0.043	-0.332	0.740	Rechazada



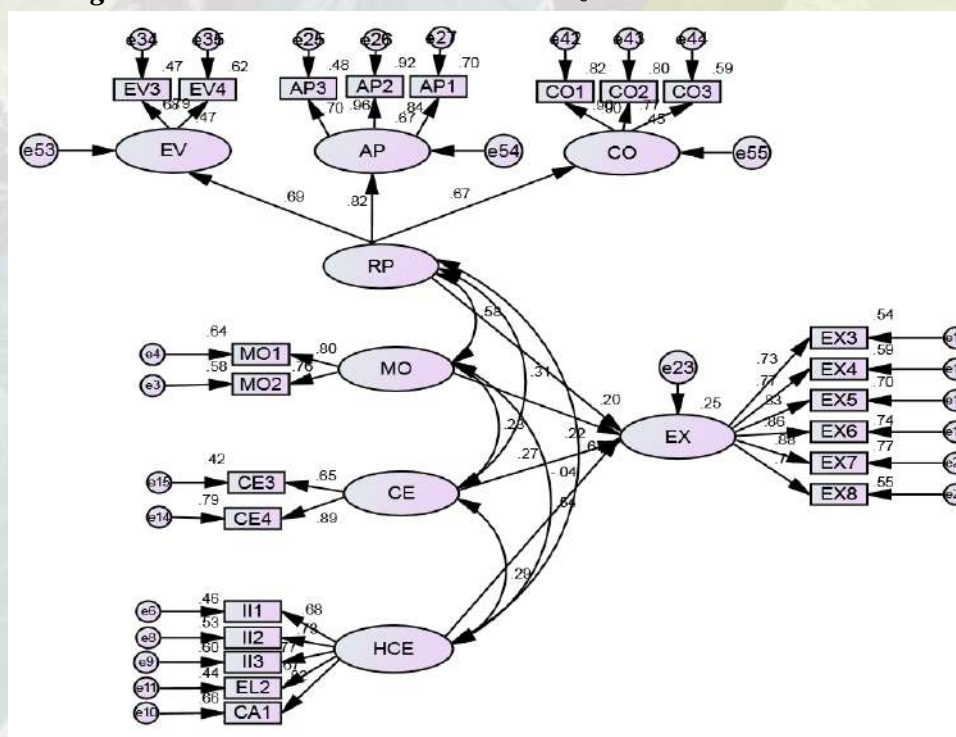
	H4	CE	EX	0.268**	2.485	0.013	No se rechaza
Mujeres	H1	RP	EX	0.363**	2.252	0.024	No se rechaza
	H2	MO	EX	0.217	1.798	0.072	Rechazada
	H3	HCE	EX	-0.262	-1.657	0.098	Rechazada
	H4	CE	EX	0.212	1.773	0.076	Rechazada

** p valor .01 * p valor .05

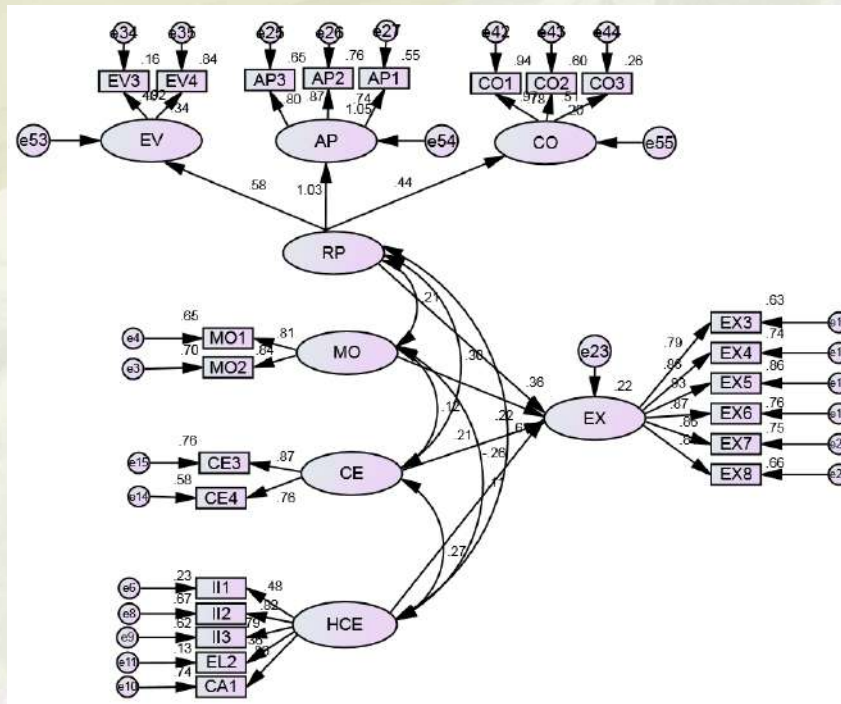
Fuente. Elaboración propia

Por último, las variables de motivación y habilidades gerenciales no resultaron como determinante en ambos grupos de análisis, con niveles de no significativos mayores a 0.05. En la figura 1 pueden observarse los resultados del modelo estructural para los dos grupos de análisis

Figura 1. Modelo estructural estandarizado. Hombres



Mujeres



Fuente. Elaboración propia

Conclusiones y discusión

Los hallazgos encontrados muestran que son los elementos psico-conductuales los de mayor peso en la determinación del emprendedor exitoso femenino. En primer lugar, en cuanto a los rasgos personales se pudo concluir que la apertura, la extroversión y la conciencia son los rasgos específicos que favorecen el éxito del emprendedor. Estos resultados son acordes a los encontrados por Rauch y Frese (2007), Schmitt-Rodermund (2004, 2007), Fine et al., (2012) entre otros.

También se confirma al revisar la relación del conocimiento del entorno como variable favorecedora del éxito emprendedor, en estudios como en el de Clarke et al. (2016) donde se identifica la relevancia de aprovechar el dinamismo del entorno para hacer crecer la empresa, así como el alto nivel de conocimiento de las instituciones permite una ágil apertura de empresas y poder acceder a financiamiento que favorezcan el desarrollo de la misma.

Además, se pudo comprobar la brecha de género que argumentan autores como (Santos, Roomi y Liñán, 2016), los factores que resultaron





como determinantes del éxito del emprendimiento para las mujeres fueron sus rasgos personales y para los hombres el conocimiento de la estructura institucional. Sobre todo, las instituciones de financiamiento, en estudios como los de Langowitz y Minniti (2007) y Minniti y Nardone (2007) quienes determinan que las mujeres encuentran más barreras que los hombres para acceder al financiamiento para crear empresas.

Por otro lado, trabajos como el de Westhead y Solevik (2016) soportan el resultado obtenido sobre el efecto de los conocimientos del entorno emprendedor que en hombres resultó positivo, debido a que la formación emprendedora no se hace llegar de manera adecuada a las mujeres.



Referencias

Abu-Saifan, S. (2012). Social entrepreneurship: definition and boundaries. *Technology innovation management review*, 2(2), 22-27.

Acs, Z. J., & Audretsch, D. B. (1990). The determinants of small-firm growth in US manufacturing. *Applied Economics*, 22(2), 143-153.

Acs, Z. J., & Mueller, P. (2008). Employment effects of business dynamics: Mice, gazelles and elephants. *Small Business Economics*, 30(1), 85-100.

Alonso, M. J. y Galve, C. (2008). El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Acciones e Investigaciones sociales*, (26), 5-44.

Amit, R., MacCrimmon, K., Zietsma, C., & Oesch, J. (2000). Does money matter? Wealth attainment as the motive for initiating growth-oriented technology ventures. *Journal of Business Venturing*, 16(2), 119 – 143.

Anderson, G., Keith, M. J., Francisco, J., & Fox, S. (2018). The Effect of Software Team Personality Composition on Learning and Performance: Making the " Dream " Team. In *Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences*.





Aubert, P., Caroli, E., & Roger, M. (2006). New technologies, organisation and age: firm-level evidence. *The Economic Journal*, 116(509), F73-F93.

Barba, V. (2000) La motivación para crear una empresa y su efecto sobre la satisfacción del empresario. Tesis Doctoral, Universidad de Castilla La Mancha (España).

Barrick, M. R., Mount, M. K., & Judge, T. A. (2001). The FFM personality dimensions and job performance: Meta-analysis of meta-analyses. *International Journal of Selection and Assessment*, 9(1), 9-30.

Bentler, P. M. & Bonett, D. G. (1980) Significance tests and goodness-of-fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, 88: 588-600.

Brandstätter, H. (2011). Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses. *Personality and individual differences*, 51(3), 222-230.

Browne, M. W., & Cudeck, R. (1993). Alternative ways of assessing model fit. *Sage focus editions*, 154, 136-136.

Bulut, C., y Culha, O. (2010). The effects of organizational training on organizational commitment. *International Journal of Training and Development*, 14(4), 309-322.

Bygrave, W. D., & Hofer, C. W. (1992). Theorizing about entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and Practice*, 16(2), 13-22.

Carlisle, E., & Flynn, D. (2005). Small business survival in China: Guanxi, legitimacy, and social capital. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 10(01), 79-96.

Chell, E. (2008). The nascent entrepreneur, business development and the role of human resources. *International handbook of entrepreneurship and HRM*, 21-46.





Ciavarella, M. A., Buchholtz, A. K., Riordan, C. M., Gatewood, R. D., & Stokes, G. S. (2004). The Big Five and venture survival: Is there a linkage? *Journal of Business Venturing*, 19(4), 465-483.

Clarke, L., McFarland, J., Octaviano, C., van Ruijven, B., Beach, R., Daenzer, K., & Rodriguez, A. M. L. (2016). Long-term abatement potential and current policy trajectories in Latin American countries. *Energy Economics*, 56, 513-525.

Codina, A. (2005). ¿Qué hacen los directivos y qué habilidades necesitan para un trabajo efectivo? Resumen y análisis de Investigación. México.

Covin, J. G., Green, K. M., & Slevin, D. P. (2006). Strategic process effects on the entrepreneurial orientation–sales growth rate relationship. *Entrepreneurship theory and practice*, 30(1), 57-81.

Cuervo A.; Ribeiro, D.; Roig, S. (2007): *Entrepreneurship: Concepts, Theory and Practice*. Springer, New York: 1-20.

D'Enbeau, S., Villamil, A., & Helens-Hart, R. (2015). Transcending work–life tensions: A transnational feminist analysis of work and gender in the Middle East, North Africa, and India. *Women's Studies in Communication*, 38(3), 273-294.

Dinur, A.R. (2011). Common and un-common sense in managerial decision making under task uncertainty. *Management Decision*, 49(5), 694–709.

European Certificate in Entrepreneurship. (2006). Are you an entrepreneur? User Guide. Consultado en <http://www.ecent.org>

Ensley, M. D., Hmieleski, K. M., & Pearce, C. L. (2006). The importance of vertical and shared leadership within new venture top management teams: Implications for the performance of startups. *The leadership quarterly*, 17(3), 217-231.





Fayolle, A., Linán, F. y Moriano, J. A. (2014). Beyond entrepreneurial intentions: values and motivations in Entrepreneurship. *International Entrepreneurship Management Journal*, 10, 679–689.

Fine, et al., 2012. Psychological Predictors of Successful Entrepreneurship in China: An Empirical Study. *International Journal of Management*, Volume 29, No. 1, Part 2, p. 279-292.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. *Journal of marketing research*, 382-388.

Hájek, O., Nekolová, J., & Novosák, J. (2015). Determinants of new business formation—some lessons from the Czech Republic. *Economics and Sociology*.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. (Pearson, Ed.) (Seventh).

Heise, D. R., & Bohrnstedt, G. W. (1970). Validity, invalidity, and reliability. *Sociological methodology*, 2, 104-129.

Herron, L., & Robinson Jr, R. B. (1993). A structural model of the effects of entrepreneurial characteristics on venture performance. *Journal of business venturing*, 8(3), 281-294.

Hill, C. y Jones, G. (2011). *Administración Estratégica. Un enfoque integral*. (9a ed.). Mexico, Mexico: Cengage Learning.

Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. (2008). Structural equation modelling: Guidelines for determining model fit. *Articles*, 2.

Ihrig, M., Zu Knyphausen-Aufseß, D., & O'Gorman, C. (2006). The knowledge-based approach to entrepreneurship: linking the entrepreneurial process to the dynamic evolution of knowledge. *International Journal of Knowledge Management Studies*, 1(1-2), 38-58.





Jackson, T., Amaeshi, K., & Yavuz, S. (2008). Untangling African indigenous management: Multiple influences on the success of SMEs in Kenya. *Journal of World Business*, 43(4), 400-416.

John, O. P., Naumann, L. P., & Soto, C. J. (2008). Paradigm shift to the integrative big five trait taxonomy. *Handbook of personality: Theory and research*, 3(2), 114-158.

Kolb, D. A., Rubin, I. M., & Osland, J. S. (2007). *Organizational behavior: An experiential approach*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Laforet, S. (2013). Organizational innovation outcomes in SMEs: Effects of age, size, and sector. *Journal of World business*, 48(4), 490-502.

Langowitz, N. y Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship theory and practice*, 31(3), 341-364.

Leutner, F., Ahmetoglu, G., Akhtar, R., & Chamorro-Premuzic, T. (2014). The relationship between the entrepreneurial personality and the Big Five personality traits. *Personality and individual differences*, 63, 58-63.

McClelland, D. (1961). *The Achieving Society*. New York: The Free Press.

Migliore, L. A. (2011). Relation between big five personality traits and Hofstede's cultural dimensions: Samples from the USA and India. *Cross Cultural Management: An International Journal*, 18(1), 38-54.

Minniti, M. & Bygrave, W. (2001). A dynamic model of entrepreneurial learning. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(3), 5-16.

Minniti, M., & Nardone, C. (2007). Being in someone else's shoes: the role of gender in nascent entrepreneurship. *Small business economics*, 28(2-3), 223-238.





Minniti, M. (2009). Gender issues in entrepreneurship. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 5(7–8), 497-621.

Munkejord, M. C. (2017). Becoming Spatially Embedded: Findings from a study on rural immigrant entrepreneurship in Norway. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 5(1), 111-130.

Naktiyok, A., Karabey, C. N., & Gulluce, A. C. (2010). Entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: the Turkish case. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(4), 419-435.

Perren, L. (1999). Factors in the growth of micro-enterprises (Part 1): Developing a framework. *Journal of small business and enterprise development*, 6(4), 366-385.

Pires, C., Sarkar, S. Y Carvalho, L. (2008). Innovation in services – how different from manufacturing? *The Service Industries Journal*, 28(10), 1339-1356.

Rauch, A., y Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and business success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353–385.

Reisinger, S., & Lehner, J. M. (2015). Navigating a family business through a changing environment: findings from a longitudinal study. *Review of Managerial Science*, 9(2), 411-429.

Runyan, R. C., Huddleston, P. y Swinney, J. (2006). Entrepreneurial orientation and social capital as small firm strategies: A study of gender differences from a resource-based view. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 2(4), 455.

Santos, F. J., Roomi, M. A., & Liñán, F. (2016). About gender differences and the social environment in the development of



entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 49-66.



Saavedra-García, M. L., Tapia-Sánchez, B., & de los Ángeles Aguilar-Anaya, M. (2016). La gestión financiera en las pymes del Distrito Federal, México. *Revista Perspectiva Empresarial*, 3(2), 55-69.

Schefczyk, M. (2001). Determinants of success of German venture capital investments. *Interfaces*, 31(5), 43-61.

Schmitt-Rodermund, E. (2004). Pathways to successful entrepreneurship: Parenting, personality, early entrepreneurial competence, and interests. *Journal of vocational behavior*, 65(3), 498-518.

Schmitt-Rodermund, E. (2007). The long way to entrepreneurship: Personality, parenting, early interests, and competencies as precursors for entrepreneurial activity among the "Termites." In R. K. Silbereisen & R. M. Lerner (Eds.), *Approaches to positive youth development* (pp. 205-224). London, England: Sage.

Shapero, A. (1984). The entrepreneurial event. In C. A. Kent (Ed.), *The environment for entrepreneurship*. Lexington, Mass.

Shepherd, D. A., Patzelt, H. y Haynie, J. M. (2010). Entrepreneurial spirals: Deviation-amplifying loops of an entrepreneurial mindset and organizational culture. *Entrepreneurship theory and practice*, 34(1), 59-82.

Sung, S. Y., & Choi, J. N. (2009). Do big five personality factors affect individual creativity? The moderating role of extrinsic motivation. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 37(7), 941-956.

Sunindijo, R. Y., Hadikusumo, B. H. y Ogunlana, S. (2007). Emotional intelligence and leadership styles in construction project management. *Journal of management in engineering*, 23(4), 166-170.





Van Riel, A.C.R., Lemmink, J. y Ouwersloot, H. (2004). High-technology service innovation success: A decision-making perspective. *Product Innovation Management*, 21: 348-359.

Veciana, J.M. (1999). Creación de Empresas como programa de investigación Científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*. 8(3) 11-36.

Veciana, J.M. (2005). *La Creación de Empresas: un enfoque gerencial*. Colección de estudios económicos, La Caixa, Barcelona.

Wang, C. (2008). Entrepreneurial orientation, learning orientation, and firm performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(4), 635-657.

Watson, D. y Clark, L. A. (1997). Extraversion and its positive emotional core. In *Handbook of personality psychology*. Academic Press.

Westhead, P. y Solesvik, M. Z. (2016). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention: do female students benefit? *International Small Business Journal*, 34(8), 979-1003.

Wiklund, J. y Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach. *Journal of business venturing*, 20(1), 71-91.

