



Technology Journal of Management , Accounting and Economics (TECH)

ISSN: 2311-3995

Vol. 2 No. 1 (2014)

SMALL BUSINESS RESOURCES AND OUTCOMES : NEW PERSPECTIVES

Mary Johnson, Department of Electrical Engineering, Massachusetts Institute of Technology

Abstract:

The increase in the number of companies run by women and their contribution to the economy has led to many investigations incorporating a “gender perspective ” in the study of business activity. Most of these show a disadvantage in the case of companies run by women in the mobilization of resources and in business results, although there is no consensus about the gender effect in these aspects. Therefore , this study investigates the _ _ possible differences, taking into account not only the structural variables but also a broad conception of resource endowment and the different effects of gender . The results show that the gender of the entrepreneur is not an explanatory variable of business results when other variables are included in the model;

Keywords : gender, resources, outcome, moderating effect .

JEL codes : M1, C4

Abstract:

The increase in the number of firms owned by women and their contribution to the economy has generated many studies which include a “gender perspective” in order to study entrepreneurship. The majority of them evidence that female-owned firms are at a disadvantage with respect to



resource mobilization and performance, although there is no consensus on the effect of gender on these aspects. Therefore, in this study those potential differences are investigated, taking into account not only structural variables, but a broad conception of resource endowment and different effects of gender . Results show that a business- owners' gender is anymore an explanatory variable of performance eleven other variables are included in the model, but the existence of a moderating effect on performance is observed. Therefore, it can be affirmed that the effect of gender on entrepreneurship is far more complex than stated in previous studies.

Keywords: gender, resources, performance, moderating effect.

1. Introduction

The number of companies run by women has increased steadily around the world over the past two decades . In addition, they have been recognized as making an important contribution to the creation of wealth, innovation and economic development in general. All of this has caused an academic and political debate to be generated about the female business population (Álvarez and Meyer , 1998; Carter and Weeks, 2002), although little has yet been investigated in a systematic and theory-based manner (Baker et al., 1997; Landström et al., 1997; Brush and Hisrich, 1999; Parker, 2004).

Numerous studies show that companies run by women face certain structural disadvantages such as: smaller size, shorter age and concentration in less profitable sectors. All of which is related to a lower availability of human, social and financial capital, resources all of which are necessary to run a successful company (Marlow and Strange , 1994 ; Rosa et al., 1996; Carter and Rosa, 1998; Chell and Baines, 1998; Boden and Nucci, 2000; Carter et al., 2001).



Although there is no consensus about the gender effect on business activity ; _ Studies that control key company variables and characteristics of the business community usually conclude that differences in the activity entrepreneurial activity of men and women are null or very small when they are in similar circumstances. This is precisely where the problem lies, in ignoring gender differences caused by situational factors, since men and women are not normally found in the same circumstances (Mirchandani, 1999; Elam, 2008). Therefore, controlling for key factors does not provide a solid basis for concluding that there are no gender differences, but rather indicates possible sources of difference that require further investigation.

Our work aims to investigate the results of companies run by men and women (sex), in a context in which there is a social construction of gender. To do this, taking into account the arguments ex- positions, the influence of structural characteristics has been considered (Smith-Hunter, 2003; Verheul, 2005; Hill et al., 2006), focusing the study on the business services sector . In addition to observing a potential direct effect, the importance that gender can have on the result through other variables, such as company resources , is highlighted . That is , it highlights _ the possible mechanisms that underlie these differences and through which gender can influence the result. The need to observe indirect and moderating effects has been highlighted in recent research on business creation and management (Llonch and López, 2004; Sánchez and Villarejo, 2004 ; Barroso et al., 2005; Bigné et al., 2005; San Martín and others, 2006; Blesa and Ripollés, 2006).

Another contribution of this study is that it focuses on the Spanish context , unlike the majority of existing studies on female business activity that have



been carried out in Anglo - Saxon and northern European countries . _ Well , « ... despite the similarities in the economic and family spheres of Western states , the development of female entrepreneurship is likely to take different forms in different countries" (McManus, 2001: 90). This work is structured as follows . _ Firstly , we carry out a theoretical review of the studies that have addressed the effect of gender on the mobilization of resources and business results , focusing on those carried out in the business services sector . Both the research hypotheses and the proposed measurement scales have been derived from this review . The latter , together with the description of the sample , are collected in The following section describes how the empirical research has been designed. Finally I know

present the results obtained and the conclusions of the work.

2. Literature review and hypothesis formulation _ _ _

Gender exists as a process of self-identification and social categorization, along with other forms of social identity (Järviluoma et al., 2003). Social identity and social categorization theories propose that people tend to categorize themselves and others into social categories (Tajfel & Turner , 1986) . Thus , gender makes us culturally intelligible in social interaction, that is, we interpret others based on their gender (Shaw et al., 2009) .

Despite the enormous progress recorded in recent decades in the social and economic influence of women , it is confirmed that businesswomen work in social environments where gender stereotypes still persist (Baron et al., 2001). These stereotypes play an important role in the fact that differences in results



continue to exist when men and women are compared in similar pairs (Baron et al., 2001). Well, in them It supports "a concept of business activity that is not gender neutral but is based on notions of humanity and rationality that are masculine" (Delmar and Holmquist, 2004: 30) and society's perception of the characteristics of the entrepreneurs who are successful as stereotypically masculine (Nilsson, 1997).

Thus, the gender belief system has a great impact on business activity, and can be a barrier to entry and a source of problems until the company is consolidated (Holmquist and Sundin, 2002; Martins et al., 2002). Gender characterizations prevent women from fully realizing their business potential (Marlow and Patton, 2005), especially when they try to find the necessary resources for their companies (Brush et al., 2004). Well, if the business activity Women are perceived with less legitimacy by clients and capital providers, this can affect their market position and the perception of the company, limiting the mobilization of resources (Fageson and Marcus, 1991; Henry and Kennedy, 2003; Marlow, 2002). On the other hand, business activity is based on the skills learned in salaried work, so women, on many occasions, start from a disadvantaged position due to labor segregation , which reflects the different expectations about gender roles (Marlow, 2002).

2.1. The EFFECT of GENDER on resources _ _ _ _ _

Professional services companies are directed by people with a high level of human capital , in terms of education and continuous training (Bates, 1995; Genescá and Capelleras, 2004) . However, it has been observed that women have fewer years of managerial and business experience (Marlow and Carter,

2004; Collins-Dodd et al., 2004). This may be because women entrepreneurs generally create their business when they are younger (Shim and Eastlick, 1998; Carter et al., 2001) and gain experience in their own business . and not as salaried employees . Thus, the older profile of entrepreneurs is associated with greater experience and credibility (Cowling and Taylor, 2001 ; Shaw et al ., 2005). Furthermore, various studies show that businesswomen generally spend less time than men on business-related tasks (Fasci and Valdez, 1998; Collins-Dodd et al., 2004; Verheul, 2005) . In Spain , as in other countries , Women still mainly assume family and domestic responsibilities, dedicating more time to them than men—three hours and ten minutes a day compared to one and a half hours—(Women's Institute, 2005) .

On the other hand , businesswomen establish maximum limits for the size de su empresa a partir de los cuales prefieren no expandirse (Cliff, 1998). Esta diferencia en la concepción de la meta de crecimiento para las empresarias se constata «en distintos sectores y a lo largo del tiempo» (Delmar y Holmquist, 2004: 35). Esto es coherente con la importancia que dan las mujeres a alcanzar un equilibrio de sus roles profesionales y personales (Moore y Buttner, 1997; Boden, 1999; De Martino y Barbato, 2003; Rogers, 2005).

En cuanto a las redes de contactos, generalmente la experiencia laboral previa de las mujeres, junto con las normas sociales y culturales, no les permite una interac- ción frecuente con las personas que controlan recursos críticos como la financiación (Moore y Buttner, 1997; Brush y otros, 2004). Así, varios estudios señalan el limi- tado alcance y diversidad de las redes de las empresarias (Renzulli y otros, 2000; Meyer y Harabi, 2000). Mientras que la distinta posición en la estructura social de los hombres les permite contactar con individuos que

tienen mayor poder social y económico, lo que puede ser de gran ayuda para conseguir información y otros recursos (Uzzi, 1999; Mencken y Winfield, 2000; Marlow, 2002; Greer y Greene, 2003).

Por último, incluso en este sector, en el que las barreras de entrada en cuanto a capital financiero son bajas, tanto el volumen de financiación inicial como la ratio de financiación externa son significativamente menores en las empresas dirigidas por mujeres (Shaw y otros, 2005). Diversos estudios apuntan a que la financiación bancaria es más cara para las mujeres, pues, incluso controlando algunas variables estructurales, aparecen diferencias en los términos del crédito, como: mayores avales (Riding y Swift, 1990; Coleman, 2000) e intereses (Mc- Kechnie y otros, 1998; Coleman, 2000; Fraser, 2005). Un estudio reciente revela que la toma de decisiones individual de los empleados bancarios permite que se realicen juicios acerca de la persona que solicita el préstamo que reflejan la percepción estereotípica de su género (Carter y otros, 2007).

2.2. EL efecto DEL gÉNeRO EN EL RESULTADO eMPRESARIAL

Las diferencias constatadas tanto en las variables estructurales como en los recursos disponibles en el caso de las empresas dirigidas por mujeres, pueden llevar a observar un efecto directo del sexo del empresario, si no se controlan otras variables. Así, podría plantearse que:

H1: *Las empresas dirigidas por hombres tienen un mayor nivel de resultado que las dirigidas por mujeres.*

Tomando en consideración la necesidad de controlar las variables estructurales, es decir, *ceteris paribus*, varios estudios en este sector no hallan diferencias en los resultados en términos de ingresos entre empresas dirigidas



por hombres y por mujeres (Chell y Baines, 1998; Collins-Dodd y otros, 2004). Por lo tanto, en este estudio se plantea que el efecto directo del sexo del empresariado en el resultado puede verse atenuado al controlar estas variables.

Pero, otros estudios realizados en este sector, incluso controlando algunas variables estructurales, muestran que las empresas dirigidas por mujeres siguen teniendo un menor resultado en cuanto a ingresos (Carter y Marlow, 2004) y rentabilidad (Fasci y Valdez, 1998). Por ello, se puede sugerir que el efecto restante del sexo del empresariado en los resultados puede explicarse por el efecto residual de no haber controlado todas las variables relevantes (Verheul, 2005) como la dotación de recursos.

Así, la Teoría Basada en los Recursos señala que para competir y obtener un buen resultado son decisivos los recursos que posee la empresa, es decir, aquellos activos tangibles o intangibles que están ligados semi-permanentemente a ésta (Maijoor y Witteloostuijn, 1996). Esto explica el que dentro de un mismo sector se produzcan diferencias en el resultado obtenido por las distintas empresas (Wernerfelt, 1984).

En esta línea, Watson (2002) constata que relacionando *outputs* con *inputs* desaparecen las diferencias de resultado entre las empresas dirigidas por hombres y por mujeres, las cuáles había observado en un estudio previo en el que controlaba otros factores estructurales (Watson, 2001). Otros investigadores, señalan el capital humano (Coleman, 2004) y el financiero (Alsos y otros, 2006) como aspectos clave para explicar las diferencias en el resultado empresarial entre empresarios y empresarias. Esto nos lleva a formular la siguiente hipótesis:

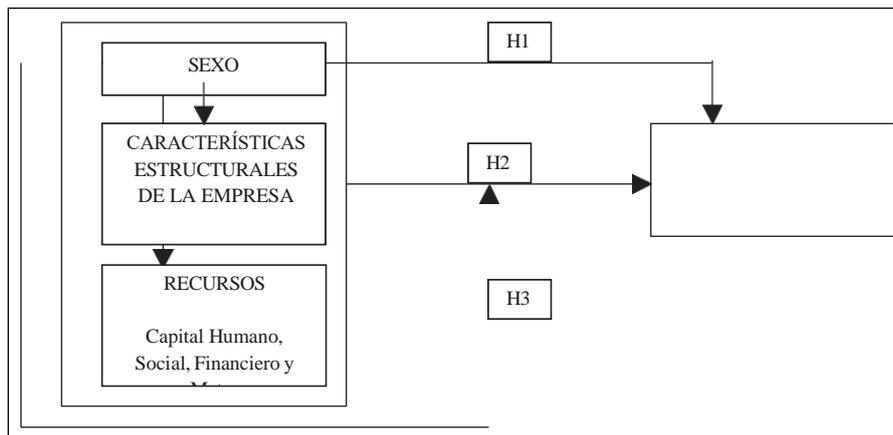


H2: *Las diferencias en el resultado de las empresas dirigidas por hombres y las dirigidas por mujeres se explican por diferencias en características estructurales y en la dotación de recursos del empresariado.*

Por otra parte, se plantea que el sexo del empresariado modera la relación de otras variables independientes en el resultado empresarial, alterando la dirección o magnitud de ésta. En esta línea, en el estudio de Collins-Dodd y otros (2004) las variables que se relacionan positivamente con los ingresos brutos en el caso de las empresarias se relacionan en sentido contrario para los hombres y viceversa. También Coleman (2007) observa que el capital humano y financiero tienen un efecto diferente en la rentabilidad y el crecimiento en función del sexo del empresariado. Por todo ello, se plantea que:

H3: *La influencia de los recursos en el resultado*

FIGURA 1.—Incidencia del género en los recursos y resultados de las pequeñas



3. Diseño de la investigación empírica

3.1. MUESTRA

En esta investigación se estudia la dotación de recursos y el resultado de las empresas dirigidas por hombres y por mujeres, teniendo en cuenta la necesidad de controlar simultáneamente otras variables como tamaño, edad y sector de la empresa, cuyos efectos se solapan con el sexo del empresariado (Fabowale y

156 Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa. Núm. 42, marzo 2010, págs. 151-176, ISSN: 1138-5758

otros, 1995; Brush y Hisrich, 2000; Smith-Hunter, 2003; Verheul, 2005) y sin obviar que estas diferencias estructurales pueden estar influidas por el género (Mirchandani, 1999; Elam, 2008).

Para realizar el estudio se ha elegido la rama del sector servicios «servicios a empresas», que en España ha multiplicado por tres su tamaño en las últimas décadas, registrándose fuertes incrementos en su ocupación y en la aportación que realiza al PIB (Cuadrado y Rubalcaba, 2000). Si bien, debido a su heterogeneidad, hemos optado por centrarnos dentro de la categoría (74) «Otros servicios a empresas» en las actividades que se encuadran bajo el epígrafe 7412:

«Actividades de contabilidad, teneduría de libros, auditoría y asesoría fiscal». El objetivo de centrar el estudio en una única actividad es poder hacer análisis más profundos y extraer observaciones y conclusiones más sólidas sobre la potencial influencia del género en el resultado empresarial (Fasci y Valdez, 1998; Ripollés y Menguzzato, 2001). En España, los datos de 2005 atribuyen al epígrafe 741 un 26,17% del total de empresas de hasta cinco trabajadores clasificadas en el sector de servicios a empresas (Directorio Central de Empresas, INE 2005) y un 75,5% del empleo del sector —un 6,68% con respecto al total de ocupados— (Encuesta de Población Activa-INE, 2005).

En el sector de servicios a empresas, se podría pensar que el diferencial en el capital empresarial entre hombres y mujeres es menor, puesto que se necesita un gran nivel de capital humano y, sin embargo, las barreras financieras a la entrada son bajas. Y, por tanto, las empresarias podrían estar en mejor posición para conseguir niveles de resultado equiparables a los de los empresarios (Cliff y Jennings, 2004). Sin embargo, mientras que algunos investigadores observan que las diferencias desaparecen al controlar las variables estructurales (Chell y Baines, 1998; Collins-Dodd y otros, 2004)



otros señalan que la desventaja de género persiste incluso en este contexto (Fasci y Valdez, 1998; Marlow y Carter, 2004).

Asimismo, esta investigación se ha dirigido a las empresas más pequeñas, por entender que la dotación de recursos de la persona, así como su capacidad para adquirir otros recursos externos y sus propias metas personales inciden de forma más directa en los resultados que en las empresas de mayor dimensión. Además, también hay más empresas pequeñas dirigidas por mujeres, lo que permite realizar comparaciones significativas. Por otro lado, se han elegido empresas jóvenes pues el crecimiento del número de empresas dirigidas por mujeres en la última década ha generado una población empresarial femenina más numerosa entre aquellas.

Para acotar la población se han utilizado dos bases de datos: SABI y Camerdata (información sobre empresarios/as individuales), siendo el total de registros de 1779, repartidas a lo largo de todo el territorio español. Los datos se copiaron a través de una encuesta postal que se realizó entre mayo y julio de 2005. La escasez de medios materiales y humanos nos llevó a descartar otros métodos alternativos como la entrevista directa y personal.

Siguiendo el método descrito por Dillman (2000), se enviaron los cuestionarios por correo postal, junto a un sobre de respuesta con franqueo en destino y cartas de presentación del estudio dirigidas al gerente de la empresa. Transcurridas tres semanas desde el primer envío, se procedió a realizar un segundo envío

postal. Durante ese tiempo se realizaron llamadas telefónicas de seguimiento a gran parte de las sociedades para mejorar el índice de respuesta y comprobar la corrección de las direcciones postales. De la muestra inicial de 1779

empresas, 265 fueron eliminadas por dirección incorrecta, quedando la muestra en 1514 empresas. Se obtuvieron 160 cuestionarios con una tasa de respuesta del 9%. De éstos se eliminaron los de aquellas empresas que no cumplían los criterios utilizados para la selección de la muestra, tener hasta quince años y hasta seis empleados¹, siendo la muestra final de 129 empresas, 94 dirigidas por hombres y 35 por mujeres. Un análisis del sesgo de no respuesta revela que no hay diferencias significativas entre los encuestados y los individuos que no respondieron a la encuesta con respecto a diversas variables: número de empleados, ingresos brutos, edad de las empresas y edad y nivel educativo del empresariado.

Las empresas son comparables en términos de sector, edad y tamaño, pero no están exactamente emparejadas, lo que es más útil para identificar aspectos en los que las diferencias puedan explicarse desde una perspectiva de género.

3.2. VARIABLES

Como variable dependiente y medida del resultado empresarial se han utilizado los ingresos brutos, por estar muy relacionados con los beneficios para las empresas de este sector, que generalmente tienen pocos costes operativos (amortizaciones) y son de reducida dimensión (pocos costes salariales) (Collins-Dodd y otros, 2004). Esta operacionalización junto con la medición por intervalos pretende disminuir la inhibición a contestar. Los datos proporcionados por aquellos encuestados que se identificaron voluntariamente fueron comparados con la fuente de información secundaria de SABI, encontrándose una alta correlación. Las variables independientes



hacen referencia a las metas, dotación de recursos —como capital humano, social, financiero— y las características de la empresa —como la edad y el tamaño (número de empleados), que se incluyen como variables de control.

Capital humano. Se incluye un índice de experiencia que, siguiendo a Chandler y Hanks (1998) se calcula sumando las experiencias en: creación de empresas, directiva y en el sector, dando a cada una los siguientes valores: 0 (no experiencia), 1 (bajo nivel de experiencia, entre 1 y 2 años), 2 (nivel de experiencia moderada, entre 3 y 5 años) y 3 (alto nivel de experiencia, más de 5 años). También se han considerado las horas semanales dedicadas a la empresa (Verheul, 2005). Sin embargo, no se ha incluido en los análisis el nivel educativo,

¹ Con posterioridad, se observó que las bases no proporcionaban información totalmente ajustada, puesto que muchas empresas con mayor antigüedad a la requerida, pero que habían realizado un cambio en su personalidad jurídica, se clasificaban como creadas en esa fecha posterior. Por otra parte, los registros de Camerdata no facilitaban un teléfono de contacto para comprobar que el individuo seguía en activo.

porque es alto para toda la muestra, así como para el empresariado de este sector (Genescá y Capelleras, 2004).



Metas. Se operacionalizan con una escala validada en estudios previos, sobre la importancia concedida a las metas personales y las metas empresariales²

—con una escala Likert de cinco puntos— (Manolova, 2004). Los resultados del análisis factorial realizado sobre las variables de metas personales explican el 67,8% de la varianza (apéndice 1). La interpretación de los cuatro factores obtenidos a partir del nivel de saturación de los mismos con las variables originales nos lleva a denominarlos: «Meta de autoridad-reconocimiento», «Meta de autorrealización», «Meta de independencia-flexibilidad» y «Meta de tradición familiar». Los resultados del análisis factorial realizado sobre las variables de metas empresariales explican el 59,3% de la varianza (apéndice 2), resultando tres factores: «Meta de aceptación del servicio en el mercado», «Meta de resultado financiero» y «Meta de posicionamiento de la empresa en el mercado»³. También se analiza la intención de crecimiento tanto con una variable dicotómica (Cliff, 1998) como cuestionando el grado de acuerdo con que la descripción del objetivo de crecimiento para la empresa en el momento de la encuesta fuese bien buscar un crecimiento rápido o bien un crecimiento lento y estable (ambas con una escala Likert de 5 puntos).

Capital social. Para recopilar información sobre la estructura de las redes se utilizó el método de «generador de nombres» para conseguir la red de discusión del individuo, que consiste en las cinco personas con las que el individuo contacta para hablar sobre temas de la empresa a lo largo de la semana. Este método ha sido utilizado por otros estudios que investigan las potenciales diferencias de género en las redes sociales del empresariado (Cromie y Birley, 1992; Renzulli y otros, 2000; Shaw y otros, 2005). En el



análisis se ha incluido en primer lugar el número de lazos débiles en la red de discusión, pues estos contactos con mayor frecuencia unen a individuos heterogéneos y, por lo tanto, sirven de «puentes» entre partes inconexas del sistema social y pueden proveer acceso a información novedosa (Granovetter, 1973). Aldrich y Carter (2004) señalan que parece existir consenso en que los lazos débiles y con amplia diversidad proveen más beneficios instrumentales (acceso a recursos) que otro tipo de contactos. En segundo lugar, se han observado los recursos obtenidos a través de la red (Aldrich y Carter, 2004). Los resultados del análisis factorial realizado sobre las variables de recursos a los que el empresariado accede a través de su red de discusión y sus socios explican el 54,5% de la varianza a través de dos factores: «Recursos de información de la red» y «Recursos tangibles y servicios de la red» (apéndice 3).

Capital financiero. Financiación con que cuenta la empresa y fuentes de las que proviene (ahorros personales, préstamos de familia, amigos o bancarios, subvenciones o beneficios reinvertidos).

² Adicionalmente, se pedía al encuestado que repartiese cien puntos porcentuales entre las que considerase más importantes, lo que les permitía identificar su meta personal y su meta empresarial más importantes y repartir de nuevo otros cien puntos porcentuales entre estas dos.

³ La validez y fiabilidad de la estructura factorial obtenida con el factorial explicatorio ha sido verificada con un análisis factorial confirmatorio.

Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa. Núm. 42, marzo 2010, págs. 151-176, ISSN: 1138-5758 **159**

En este estudio, una «empresa dirigida por mujeres» es definida como aquella donde una o varias mujeres tienen al menos un 51 por cien de la propiedad de la empresa (Business Research Service, 2001). Para conseguir este objetivo, en los análisis multivariantes la muestra se divide en tres grupos: empresas dirigidas por mujeres (valor 1), empresas dirigidas por hombres (valor 0) y equipos mixtos al 50% que, siguiendo a Carter y Williams (2003) fueron eliminados del análisis.

3.3. METODOLOGÍA

Para analizar la influencia de las variables de control, el sexo y los recursos en el resultado de la empresa, hemos realizado un análisis de regresión múltiple. Hemos elegido una regresión por pasos en la que los grupos de variables entran de forma secuencial, lo que permite observar la relación de cada grupo con la variable dependiente y comprobar si ese grupo mejora el ajuste del modelo (en función del R cuadrado corregido). Al desarrollar un análisis de regresiones moderadas, es preciso tener presente los posibles problemas de multicolinealidad que la inclusión del término interacción podría introducir en la expresión matemática, ya que, al fin y al cabo, dicho término es una combinación de dos variables ya introducidas en el modelo. Por ello, hemos centrado las variables predictoras (restándoles su media) para evitar el posible efecto de la multicolinealidad (Jaccard y otros, 1990; Aiken y West, 1991; Jaccard y Turrisi, 2003) y hemos comprobado que los parámetros para medir dicho fenómeno están dentro de los umbrales aceptables

(Factor de Inflación de la Varianza > 10). El apéndice 4 recoge la tabla de correlaciones entre las variables incluidas en la regresión.

4. Análisis empírico y resultados del modelo

Los resultados obtenidos de la realización de tests t de Student —tabla 1— permiten observar ciertas diferencias de medias entre mujeres y hombres para las variables explicativas.

En primer lugar, las empresarias tienen menor edad. En cuanto a las metas, conceden mayor importancia a algunas de las metas empresariales, aunque dan prioridad a las metas personales, destacando la meta de flexibilidad para equilibrar trabajo y familia. Asimismo, las empresarias consideran que su intención de crecimiento se describe mejor como la búsqueda de un crecimiento lento y estable. Por otra parte, las redes de contactos de las empresarias son de menor tamaño y diversidad, y contienen un menor número de empresarios y de personal bancario, aportando menos contactos con clientes/proveedores o conocimientos empresariales. En las empresas dirigidas por mujeres, el porcentaje de préstamos bancarios ha aumentado con respecto a su estructura financiera inicial, lo que indica un aumento del endeudamiento pero no significa una mayor cantidad de capital. Asimismo, las empresarias dedican menos horas semanales a la empresa y más tiempo a las responsabilidades familiares. Además, la relevancia del porcentaje de ingresos derivados de la empresa en el total de ingresos familiar es menor en el caso de las mujeres.

empresa sea adoptar un crecimiento lento y estable	4	5	8
	9	5	8
	2	6	8
	(1	(.	*
	.1	6	*
	6	1	
	5	5	
	9	7	
5)	0)		
Número de personas con las que trata sobre temas de la empresa regularmente cada semana	3,	2,	1,
	5	0	9
	6	0	2
	7	0	3
	9	0	*
	(6	(2	
	,3	,2	
	1	7	
	6	4	
	5	2	
2)	9)		
Diversidad	3	2	1,
	3,	3,	7
	9	1	7
	5	4	5
	5	8	*
	2	1	

	9)	9)	
Horas semanales dedicadas a la empresa	5,3656(1,31699)	4,8000(1,4375)	2,115*
Porc. en que la empresa contribuye al ingreso familiar	3,0532(,8579070)	2,5429(,8814)	3,038*
Horas diarias dedicadas a las responsabilidades familiares	2,45	4,35	—4,2



Technology Journal of Management , Accounting and Economics (TECH)

ISSN: 2311-3995

Vol. 2 No. 1 (2014)

	2 4 (1 ,8 1 5 5 1)	1 9 (2 ,2 2 6 6 5)	4 3 * * *
Empresa	D iri gi da s p or h o m br es	D iri gi da s p or m uj er es	T es t-t
Tamaño (número de empleados)	2, 2 8 4 9 (1	1, 7 3 3 3 (1	1, 6 1 5



La influencia de las características estructurales y la dotación de recursos de la empresa en los resultados se estudió realizando una regresión —Tabla 2—. En la que se observa que el efecto del sexo del empresariado en el resultado disminuye e incluso desaparece cuando se incluyen en el modelo estas variables. En el primer modelo, que incluye los efectos de las variables de control, el sexo del empresariado tiene un efecto negativo aunque poco significativo ($p < 0.1$) y el tamaño -en cuanto a número de empleados- tiene un efecto positivo en la consecución de mayores ingresos brutos.

El efecto del sexo del empresariado en el resultado disminuye e incluso desaparece cuando se incluyen en el modelo otras variables, como las características estructurales y la dotación de recursos de la empresa. En el primer modelo, que incluye los efectos de las variables de control, el sexo del empresariado tiene un efecto negativo aunque poco significativo ($p < 0.1$) y el tamaño —en cuanto a número de empleados— tiene un efecto positivo en la consecución de mayores ingresos brutos.

En el segundo modelo, que incluye los efectos principales de las variables de control y los recursos, estas variables explican un 42.1% de la varianza en los ingresos. Las variables independientes que se relacionan positiva y significativamente con el resultado económico son: el número de empleados, el capital financiero y el número de horas dedicadas a la empresa.

Estos resultados corroboran la hipótesis 2 puesto que las diferencias en algunas características estructurales y en los recursos están relacionadas con el resultado obtenido y no así el sexo del empresariado, una vez se han incluido estas variables en el modelo. Sin embargo, el hecho de que en algunos de los factores explicativos (tamaño y tiempo dedicado) se observen diferencias de

medias entre empresarios y empresarias sugiere que el género podría influir a través de esas variables, pues no se puede obviar que no tienen las mismas condiciones de partida (Elam, 2008). Si bien hay que tener en cuenta otros efectos, como los moderadores que se estudian a continuación —evidenciándose que las mujeres son más productivas por hora trabajada—, el hecho de que dediquen de media menos horas a la empresa se relaciona negativamente con el resultado.

TABLA 2.—Regresión por pasos sobre los ingresos

	M	M	M	F I V
	o	o	o	
	d	d	d	
	e	e	e	
	1	1	1	
	o	o	o	
	1	2	1	
			8	
	<i>b</i>	<i>b</i>	<i>b</i>	

Constante	,	,	,	
	2	1	1	
	3	9	5	
	3	0	6	
	*			
Edad	,	,	,	1
	0	0	0	,
	6	6	2	3
	2	1	4	0
				5
Tamaño	1	,	,	1
	,	8	9	,
	0	8	3	2
	7	4	7	8
	5	*	*	1
	*	*	*	
	*	*	*	
	*			
Sexo	—	—	—	1
	,	,	,	,
	1	1	1	3
	5	0	4	8
	5	8	7	8
	*		*	
Horas semanales dedicadas a la		,	,	1
		2	2	,

empresa		3 7 * *	4 1 * *	3 7 0
Índice de experiencia		, 0 7 8	, 0 2 3	1 , 3 7 4
Meta: Autoridad- reconocimiento		— , 1 6 2	— , 1 9 3	1 , 8 8 9
Meta: Autorrealización		, 0 6 2	, 1 2 4	1 , 5 2 3
Meta: Independencia- Flexibilidad		, 2 0 3	, 2 6 1 * *	1 , 5 4 9
Meta: Continuar		,	,	1

tradición familiar		0 7 0	0 9 6	, 5 1 6
Meta: Aceptación del servicio por el mercado		– , 1 7 4	– , 2 8 6 * *	1 , 8 4 6
Meta: Resultado financiero		– , 0 2 1	– , 0 2 2	1 , 7 3 4
Meta: Posicionamiento en el mercado		, 0 7 3	, 0 9 8	1 , 4 0 7
Crecer		, 1 6 2	, 2 2 8 *	1 , 4 8 2

			*	
Número de «lazos débiles» en la red		– , 1 2 6	– , 1 1 7	1 , 4 0 9
Recursos de información de la red		, 0 5 8	, 0 6 1	1 , 2 6 6
Recursos tangibles y servicios de la red		– , 0 5 3	– , 0 0 3	1 , 3 8 4
Capital Financiero		, 3 0 4 * * *	, 3 0 3 * * *	1 , 4 6 6
Creceer x Sexo			– , 1	1 , 7

			8	1
			7	2
			*	
			*	
	R	R	R	
	2	2	2	
	c	c	c	
	,	,	,	
	2	4	4	
	8	2	5	
	3	1	1	

*, ** y *** sig. al 10%, 5% y 1%, respectivamente

4.2. Efecto Moderador

A continuación se han llevado a cabo regresiones en las que se añadieron uno a uno los efectos multiplicativos del sexo del empresariado y el resto de variables independientes habiendo controlado los efectos principales. Esto permite contrastar si la interacción de alguna de estas variables con el hecho de que la empresa esté dirigida por mujeres mejora el ajuste del modelo.

En la tabla 2 aparece reflejada la regresión moderada cuyo término de interacción es significativo explicando el resultado empresarial y que, simultáneamente, supone un incremento del R^2 corregido al 45,1% (3%). La presencia de



la mujer al frente de la empresa debilita la relación positiva establecida entre la

intención de crecer y los ingresos obtenidos, lo que puede estar relacionado con que prefieren crecer de un modo más lento, lo que a su vez podría deberse a la dificultad real o percibida para acceder a los recursos necesarios⁴.

Para corroborar la existencia de este efecto moderador se ha realizado la regresión con un modelo reducido para el total de la muestra así como para las submuestras de empresas dirigidas por hombres y de empresas dirigidas por mujeres. Estas regresiones permiten llevar a cabo tests t de diferencia de betas y un test de Chow.

Puede observarse que un mayor *tamaño* y un mayor número de *horas semanales dedicadas a la empresa* tienen un efecto positivo sobre el resultado para ambos tipos de empresas, si bien éstos son mayores en el caso de las empresas dirigidas por mujeres. Sin embargo, la *intención de crecer* y la *capitalización financiera* de la empresa son más importantes en la determinación del resultado en las empresas dirigidas por hombres.

En cuanto a los tests t de diferencia de betas (Jaccard y otros, 1990), se observa que los coeficientes de regresión para las variables *horas semanales dedicadas a la empresa*, *intención de crecer* y *capital financiero* son significativamente distintos para ambas submuestras (nivel de significación de 0,01). Ello indica que el sexo incide en la relación entre esas variables y el resultado.

Los resultados ponen de manifiesto que las empresas dirigidas por mujeres están logrando mayores ingresos por hora semanal dedicada a la empresa. Sin

embargo, en las empresas dirigidas por hombres se observa una mayor capacidad para transformar el capital financiero en ingresos y para materializar sus intenciones de crecimiento en el corto plazo en ingresos.

También se ha llevado a cabo un test de Chow que ha resultado estadísticamente significativo, indicando que existen diferencias en el grado en que las variables influyen en los ingresos según las empresas sean dirigidas por hombres o por mujeres.

Teniendo en cuenta el efecto multiplicativo del género y la intención de crecimiento, los resultados de los tests t de diferencia de betas y que el test de Chow es significativo, se puede apoyar, al menos de forma parcial, la hipótesis 3 que plantea que la influencia de los recursos en el resultado difiere en función del sexo del empresariado.

⁴ A pesar de que no se han observado problemas de multicolinealidad, existen relaciones entre las variables que hacen que las *metas de independencia-flexibilidad y de aceptación del servicio por el mercado* se conviertan también en variables explicativas con la introducción del término de interacción entre el sexo del empresariado y la intención de crecer. Pero sus términos de interacción no son significativos, por lo que no se han encontrado efectos diferenciados en función del sexo del empresariado.

TABLA 3.—Regresión sobre ingresos brutos para el total de la muestra y las submuestras

	Muestra total	Empresas	Empresas	Tests
--	---------------	----------	----------	-------

			dirigidas por hombres (S ₁)		dirigidas por mujeres (S ₂)		t de comparación
	<i>b</i>	Error	<i>b</i>	Error	<i>b</i>	Error	
Constante	2,133 ***	,458	2,454 ***	0,526	1,767 *	1,137	
Tamaño	,283* **	,071	0,272 ***	0,078	,342* *	,181	— ,6185
Horas semanales dedicadas a la empresa	,225* *	,081	0,044 ***	0,093	,410* *	,196	- 2,885 3***
Crece r	,392* *	,230	0,887 ***	0,273	— ,332	,561	3,322 9***
Capital Financiero	,236* **	,106	0,469 ***	,116	—, 110	,253	3,584 3***
R ² corregido	0,248		0,365		0,140		
Tabla							

ANO	170,667	91,714	47,898	
VA:				
Suma de residu os al cuadr ado				
Test de Chow: $F(4, 108) = 6,005^{***}$				

*, ** y *** sig. al 10%, 5% y 1%, respectivamente.

5. Discusión y Conclusión

Podemos apreciar una sutil influencia del género a través de otras variables en la experiencia empresarial de mujeres y hombres. Por ejemplo, la menor edad de las empresarias puede implicar menos experiencia⁵, más responsabilidades familiares y un menor desarrollo de las redes de contacto. Esto último se evidencia en que las empresarias tienen menos acceso a contactos con otros empresarios o personal bancario en su red de discusión, los cuáles podrían facilitar la movilización de los recursos necesarios para conseguir una mejor posición competitiva, como información sobre oportunidades de negocio o capital financiero en condiciones más ventajosas. Por otra parte, los roles de género tradicionalmente aceptados persisten incluso en esta muestra de mujeres altamente calificadas que han creado su propio



puesto de trabajo e incluso emplean a otros. Así, las empresarias dedican más tiempo a sus roles familiares y menos a la empresa, primando la consecución de las metas personales sobre las empresariales, principalmente la flexibilidad —como ya se apuntó en otros estudios del sector (Fasci y Valdez, 1998; Collins-Dodd y otros, 2004). Además, en el caso de los hombres los ingresos derivados de la empresa representan un porcentaje mayor en el total de los ingresos familiares.

Cuando no se tienen en cuenta otras variables el resultado medio de las empresas dirigidas por mujeres es significativamente menor y el sexo del empresario tiene un efecto directo en el resultado. Sin embargo, una vez que se incluyen otras variables en el modelo, las diferencias en el resultado empresarial se explican por el tamaño de la empresa y algunos recursos (tiempo dedicado y capital financiero), como observan algunas investigaciones (Chell y Baines, 1998; Collins-Dodd y otros, 2004). Si bien la evidencia de efectos moderadores sugiere que el efecto de género en el resultado empresarial es más complejo y menos obvio de lo que se ha reflejado en estudios previos.

Al explicar la diferencia de resultado de las empresas dirigidas por hombres y las dirigidas por mujeres hay que tener en cuenta que tanto sus variables estructurales como los recursos disponibles por éstas pueden estar influidos por el género (Mirchandani, 1999; Elam, 2008). Así, podríamos observar que las empresarias dedican a la empresa significativamente menos horas a la semana a sus empresas, las cuáles generalmente son de menor dimensión, aunque la diferencia no resulta significativa. Si bien podría interpretarse que esto indica un efecto indirecto en el resultado de las empresarias, nuestro



estudio señala la necesidad de considerar los efectos moderadores. De la observación de estos últimos se desprende que las empresas dirigidas por mujeres son más productivas, consiguiendo mayores ingresos por hora semanal dedicada a la empresa.

También se observa que la intención de hacer crecer la empresa está relacionada positivamente con la consecución de mejores resultados económicos, pero

⁵ Significativamente menos mujeres han alcanzado un puesto directivo en su trabajo asalariado previo ($t=2,696$, $\text{sig.}= 0,008$).

que esta relación positiva se debilita en el caso de las empresas dirigidas por mujeres. Este resultado puede explicarse porque las empresarias prefieren un ritmo de crecimiento lento y estable como objetivo general de su empresa, como ya apuntó Cliff (1998). En el análisis por submuestras, de forma complementaria, se evidencia que las empresas dirigidas por hombres tienen una mayor capacidad para transformar dicho capital en ingresos y para materializar sus intenciones de crecimiento en el corto plazo en ingresos. Esto puede indicar que al tener más capacidad para transformar el capital financiero en ingresos se plantean en mayor grado hacer crecer la empresa, lo que a su vez se traduce en unos mayores ingresos.

Entre las implicaciones derivadas de este estudio cabe señalar que las empresarias deberían cultivar un amplio rango de contactos en múltiples redes

sociales, es decir, extender el alcance de sus contactos más allá de sus redes personales

—aquellos que pertenecen a su círculo inmediato— para conseguir acceder a los recursos necesarios.

También se observa que la dedicación horaria a la actividad empresarial es un factor explicativo de los ingresos, al menos en sectores intensivos en conocimiento y para empresas de pequeña dimensión. Y, a su vez, se aprecia que las mujeres todavía son las principales responsables de la familia teniendo que compaginarla con su actividad laboral, lo que puede derivar en la percepción de un menor compromiso por parte de su entorno y afectar a su legitimidad como empresarias. Por ello, se deberían promover cambios sociales que impliquen la racionalización de los horarios laborales y que fomenten un reparto equitativo de las responsabilidades domésticas.

Asimismo, los resultados de este estudio apuntan a que los estereotipos negativos sobre la capacidad de las mujeres al frente de empresas de pequeña dimensión deben ser erradicados, pues son más productivas en cuanto al tiempo dedicado a la empresa⁶. Por tanto, esta investigación sugiere que aquellas políticas que se quieran dirigir a mejorar las posiciones empresariales de las mujeres, deberían comenzar por explorar las percepciones de la sociedad acerca de la actividad empresarial femenina (Bigné y Cruz, 2000) para modificarlas en pos de una mayor igualdad real.

Por otro lado, los programas de apoyo al empresariado suelen concentrarse en la etapa de creación de la empresa buscando su contribución a la generación de empleo y bienestar económico y social. Sin embargo, este apoyo debería



ex- tenderse a etapas posteriores de consolidación e incluso crecimiento, facilitando formación en dirección financiera y estratégica que ayude a la toma de decisio- nes sobre la opción más adecuada y rentable de crecimiento para la empresa. Es- tos programas serían de mayor utilidad para aquella parte del empresariado que haya tenido una menor experiencia directiva y empresarial previa a la creación de la empresa y/o menos contacto con otros empresarios que puedan ejercer de mentores.

⁶ En estudios recientes, realizados sobre empresas grandes, se ha demostrado que la presencia femenina en el equipo directivo y en el Consejo de Administración está relacionada positivamente con la rentabilidad (Adler, 2001; Carter y otros, 2003; entre otros).

Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa. Núm. 42, marzo 2010, págs. 151-176, ISSN: 1138-5758

Esta investigación se ha centrado en un sector específico, buscando una com- prensión más detallada de los procesos que subyacen bajo las diferencias de gé- nero en el resultado empresarial. Por tanto, dada la importancia del contexto en el estudio del género, estos resultados no pueden ser generalizados a otros sectores o culturas. Por otra parte, el tamaño de la muestra puede considerarse pequeño para generalizar los resultados, sin embargo el propósito no es estimar paráme- tros poblacionales sino contribuir a la comprensión de la interacción del



género, los recursos y el resultado empresarial⁷. A su vez, a la vista de las conclusiones obtenidas, hubiera sido interesante la utilización de otras medidas de resultado como rentabilidad sobre los activos (ROA) y sobre el capital (ROE).

Como futuras líneas de investigación, proponemos un estudio comparativo internacional así como estudios cualitativos que podrían contribuir a explicar mejor los resultados cuantitativos, al hacer visible las diferentes formas en que el género afecta a la actividad empresarial femenina, teniendo en cuenta el contexto en que ésta se desarrolla.

Referencias

- ADLER, R. (2001), «Women in the Executive Suite. Correlate to High Profits», *Harvard Business Review*, 79, págs. 3-18.
- AIKEN, L. S. y WEST, S. G. (1991), *Multiple Regression: Testing and interpreting interactions*, CA: Sage, Newbury Park.
- ALDRICH, H. y CARTER, N. M. (2004), «Social networks», en W. B. Gartner, K. G. Sha- ver, N. M. Carter y P. D. Reynolds (eds.), *Handbook of Entrepreneurial Dynamics: The Process of Business Creation*, Thousand Oaks-Londres, Sage Publications, págs. 324-335.
- ALSOS, G. A.; ISAKSEN, E. J. y LJUNGGREN, E. (2006), «New Venture Financing and Sub- sequent Business Growth in Men – and Women-Led Businesses», *Entrepreneurship Theory & Practice*, 30 (5), págs. 667-686.



- ÁLVAREZ, S. A. y MEYER, G. D. (1998), «Why do women become entrepreneurs?», *Frontiers of Entrepreneurship Research*.
- BAKER, T.; ALDRICH, H. y LIU, N. (1997), «Invisible entrepreneurs: The neglect of women owners by mass media and scholarly journals in the USA», *Entrepreneurship and Regional Development*, 9, págs. 221-238.
- BARON, R.; MARKMAN, G. y HIRZA, A. (2001), «Perceptions of women and men as entrepreneurs: Evidence for differential effects of attributional augmenting», *Journal of Applied Psychology*, 86 (5), págs. 923-929.
- BARROSO, C.; MARTÍN, E. y RODRÍGUEZ-BOBADA, J. (2005), «Factores moderadores de la relación Orientación al Mercado-Resultados: un análisis multinivel», *Cuadernos de Economía y Dirección de Empresas*, 25, págs. 103-132.
- BATES, T. (1995), «Self-employment entry across industry groups», *Journal of Business Venturing*, 10 (2), págs. 143-156.