

ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL

FACULTAD DE CIENCIAS

INFLUENCIA DEL GÉNERO E INDIVIDUALISMO EN EL RENDIMIENTO EMPRESARIAL EN EL ECUADOR

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

CALDERON ORELLANA KATHERINE JOHANNA

katherine.calderon@epn.edu.ec

DIRECTOR: CINTYA CATALINA LANCHIMBA LÓPEZ, Ph.D

cintya.lanchimba@epn.edu.ec

Quito, diciembre, 2022



DECLARACIÓN

Yo, Katherine Johanna Calderon Orellana, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Escuela Politécnica Nacional puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

Una firma manuscrita en tinta azul que parece leer "Katherine Calderon Orellana".

Katherine Johanna Calderon Orellana

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por Katherine Johanna Calderon Orellana,
bajo mi supervisión.



Cintya Catalina Lanchimba López, Ph.D

DIRECTOR

AGRADECIMIENTOS

A Dios por escuchar mis oraciones y darme la sabiduría, concentración y fuerza de voluntad que tanto le pedí durante toda mi carrera universitaria y la realización de este trabajo, por guiar mi camino y bendecirme cada día.

A mi madre, Verónica, sin duda este momento no hubiera llegado sin tu amor y aliento de todos los días. Eres mi ejemplo a seguir de fortaleza, entusiasmo, bondad y amor. Admiro mucho tu trabajo de todos los días, que para ti no existe cansancio alguno, que nunca es tarde para aprender y ser mejor, pero sobre todo tu amor para con cada persona que pertenece a tu vida.

A mi padre, Galo, gracias a tu sacrificio y trabajo durante años cumplí metas necesarias para llegar a esta. Eres mi ejemplo a seguir de trabajo duro, perseverancia, constancia y de hacer las cosas bien siempre.

A mis hermanos, Alejandro, Diana, Carolina, Sebastián, Salome y Cristian, a su apoyo y ánimo en los días difíciles, por las innumerables risas, la complicidad y unión que nos caracteriza. *Que nunca me falte su amor.*

A mis sobrinas, Sarahi e Isabella, gracias a sus besos de energía, por alegrar mi vida y convertirse en motivación para cumplir esta meta.

A mi tutora de tesis, Dra. Cynthia Lanchimba, gracias por su paciencia y apoyo durante la realización de este trabajo, por sus consejos y enseñanzas no solo académicas. Gracias a sus palabras de aliento que tengo plasmadas, pero sobre todo aquellas que nunca olvidaré porque me las brindo en un momento difícil, triste y desesperante de esta etapa, hasta el día de hoy me siguen y seguirán alentando. Infinitas gracias.

A Josselyn, por comprenderme, escucharme, no dejarme caer en los días más difíciles, por ser mi compañera y hacer de esta una etapa divertida y encantadora.

A Deisy J. por tu aliento y enseñarme que para una amistad real no existe kilómetros de distancia ni tiempo que la limite.

A Daysi M. por ser mi hermana, ayudarme y apoyarme desde hace mucho tiempo.

A Paul L., Cinthya L. y Andrés A., gracias por las risas, las enseñanzas, los momentos alegres y de diversión, el apoyo constante y las palabras de aliento.

Gracias a todos los que creyeron en mí, apoyaron y alentaron a cumplir esta meta.

Nadie llega a cumplir una meta solo; quien dice hacerlo no valora el poder y la fuerza que le brindan las personas que lo rodean.

DEDICATORIA

“Si tu amor llego a mi vida, es para ser felices mis días...”

A Sarahi e Isabella, a sus sueños, metas, crecimiento y felicidad.

A Verónica, al amor que me brindas. A tus y nuestros sueños.

A Galo, al trabajo duro que has realizado durante años.

Desde el fondo de mi corazón, Katy

Índice general

Lista de tablas	1
Resumen.....	2
Abstract.....	3
1. Introducción.....	4
2. Marco Teórico	5
2.1. Rendimiento Empresarial.....	5
2.2. El Rendimiento Empresarial y las Mujeres Empresarias	7
2.3. El Rendimiento Empresarial y el Individualismo	9
3. Marco de Estudio: Ecuador	10
3.1. Indicadores Macroeconómicos del Ecuador	10
3.2. Sector Empresarial en el Ecuador	11
3.3. Las Mujeres Empresarias y el Individualismo en el Ecuador	12
4. Datos.....	13
4.1. Descripción de las Variables	14
4.1.1. Variable Dependiente.....	14
4.1.2. Variables de Interés.....	14
4.1.3. Variables de Control	15
4.2. Estadística Descriptiva	17
4.2.1. Variables Continuas	17
4.2.2. Variables Categóricas	18
5. Metodología.....	19
6.1. Especificación del Modelo	20

6.2. Validación del Modelo	21
6.2.1. Heterocedasticidad	21
6.2.2. Errores de Especificación	21
6.2.3. Multicolinealidad	22
6. Resultados.....	23
7. Conclusiones.....	26
7.1. Limitaciones y Extensiones al Trabajo	27
8. Bibliografía.....	28
9. Anexos	32
Anexo 1. Preguntas sobre el individualismo	32
Anexo 2. Preguntas sobre el poder	32

Lista de tablas

Tabla 1. Estadística descriptiva variables continuas.....	17
Tabla 2. Correlación de las variables categóricas.....	18
Tabla 3. Estadística descriptiva variables categóricas.....	19
Tabla 4. Estimaciones Logit Ordenados del volumen de ventas.....	23
Tabla 5. Efectos marginales de variable sexo.....	24

Resumen

Este estudio tiene el objetivo de analizar la influencia del género y el individualismo en el rendimiento de los negocios del Ecuador. Para ello se emplea un modelo de datos de corte transversal utilizando la información de la encuesta Emprendimiento y Covid-19 realizada por investigadores de la Escuela Politécnica Nacional y la Universidad de Carolina del Norte Greensboro en los meses de diciembre de 2020 y enero de 2021, la metodología aplicada es una regresión logística multinomial ordinal. Así, se probó si el género y el individualismo tiene un efecto negativo en el rendimiento empresarial y los resultados confirman que el género influye negativamente en este, es decir, los hombres obtienen mayor rendimiento que las mujeres, pues el rendimiento que las mujeres tienen mayor probabilidad de obtener es el segundo peor de la escala de este estudio. De igual manera, las variables de control incluidas en el modelo y que influyen son: la edad del propietario, edad al cuadrado, hijos y sector económico manufactura. Por último, el estudio sugiere la aplicación de políticas públicas encaminadas a la eliminación de las barreras que las mujeres tienen para crear y mantener un negocio, además de la creación de proyectos que fomenten la igualdad de género y la supresión de la percepción de que los hombres son trabajadores por naturaleza mientras que las mujeres cuidadoras de hogar y por ende son menos capaces de ser parte de este campo.

Palabras clave: Género, individualismo, rendimiento empresarial.

Abstract

The objective of this study is to analyze the influence of gender and individualism on business performance in Ecuador. For this purpose, a cross-sectional data model is employed using information from the Entrepreneurship and Covid-19 survey conducted by researchers from the Politécnica Nacional School and the University of North Carolina Greensboro in the months of December 2020 and January 2021, the methodology applied is an ordinal multinomial logistic regression. Thus, it was tested whether gender and individualism has a negative effect on entrepreneurial performance and the results confirm that gender has a negative influence on it, that is, men obtain higher performance than women, since the performance that women are more likely to obtain is the second worst in the scale of this study. Similarly, the control variables included in the model and that have an influence are: age of the owner, age squared, children and manufacturing economic sector. Finally, the study suggests the implementation of public policies aimed at eliminating the barriers that women have to create and maintain a business, in addition to the creation of projects that promote gender equality and the suppression of the perception that men are workers by nature while women are home caregivers and therefore are less capable of being part of this field.

Key words: Gender, individualism, entrepreneurial performance.

1. Introducción

En la actualidad los emprendimientos o pequeñas empresas juegan un papel importante en la economía nacional debido a que promueven la innovación, rellenan espacios en el mercado e incrementan la competencia fomentando la eficiencia económica de un país (Minniti, 2012) pues, los países que tienen un porcentaje alto de creación de empresas también tienen un mayor crecimiento económico (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OCDE], 2004) además, son una alternativa para que las personas generen ingresos ante el desempleo. Por ello este campo es un tema de estudio común tanto académica, con el objetivo de encontrar las características en la conformación y mantenimiento de un emprendimiento y así replicarlos, como gubernamental, para apoyar y promover estos negocios mediante proyectos o políticas (Zambrano & García, 2019).

De igual manera, el rendimiento de estos negocios es un indicador fundamental tanto para la persona propietaria como para la economía nacional, puede ser medido y definido de diferentes maneras de acuerdo con el ámbito de estudio, pero, sobre todo analizar los factores que influyen en él es indispensable. Estos factores pueden ser características personales del propietario como su edad, género, estado civil, entre otros; o del negocio como su tamaño, número de años en función, cantidad de empleados, entre otros.

Uno de los factores, antes mencionados, que llama la atención de los investigadores es el género, pues generalmente se encuentra que las mujeres presentan un rendimiento inferior en sus negocios a diferencia que el de los hombres, además como en varios ámbitos, las mujeres se encuentran con barreras culturales y sociales que dificultan que ellas creen y mantengan un emprendimiento (Zambrano & García, 2019). Todo esto puede ser consecuencia de la asignación que se le da al hombre de ser emprendedor natural mientras que a las mujeres la de ser cuidadoras de la familia y de ser menos capaces en este campo o la resistencia (Azmat & Fujimoto, 2016).

Otro factor es el individualismo pues los investigadores encuentran que este es una de las dimensiones culturales que afecta al rendimiento empresarial y su análisis resulta muy importante en un negocio pues si el propietario tiene esta dimensión entre sus características personales, este promoverá una cultura individualista en su empresa provocando pérdidas debido a que se desintegra y descoordina el grupo de trabajo al momento que se evalúa y premia solo los esfuerzos individuales (Eustorgio, 2020).

De esta manera, la presente investigación busca analizar la influencia del género y el individualismo en el rendimiento de los negocios del Ecuador, mediante la aplicación de una encuesta y se estructura de la siguiente manera: para empezar, en el marco teórico se realiza una revisión de la literatura para plantear hipótesis. Después, en el estudio del caso, se presenta un análisis del sector empresarial del Ecuador. Luego, se detalla la estructura de los datos obtenidos, las fuentes de información, metodología aplicada y estimación de los modelos. Posteriormente, se presenta y analiza los resultados obtenidos y para terminar, se mencionan las conclusiones que conlleva este trabajo.

2. Marco Teórico

En este apartado se presenta una revisión de la literatura del rendimiento empresarial, su definición, diferentes formas de medirlo y los factores que influyen en él.

2.1. Rendimiento Empresarial

La definición de rendimiento empresarial ha evolucionado a través del tiempo, debido a que ha sido utilizado en variados campos de estudio, es así que encontrar una definición absoluta resulta complicado.

Porter (1990) explica que el rendimiento empresarial está fundamentalmente impulsado por el grado de competencia en el mercado en la que la empresa elige operar, por ende, es función de las características estructurales de ese mercado. Por otro lado, Carter & Greer (2013)

en su estudio, sobre el liderazgo estratégico, consideran que el rendimiento es el producto o los resultados de una organización, incluida la productividad, la rentabilidad y el crecimiento.

Es así que, para poder medir el nivel del rendimiento de un negocio, varias han sido las posturas consideradas, por ejemplo, Zott & Raphael (2007) utilizan y explican que el valor bursátil de una empresa puede ser considerado como una manera, ya que refleja las expectativas en el mercado de flujos de efectivo futuros, es decir, si el valor bursátil de una empresa es alto es porque su rendimiento también lo es. Por otro lado, Welsh *et al.*, (2014) en su estudio en Corea, usan el ingreso anual de la empresa para medir su rendimiento, en otras palabras, mientras más ingresos tenga la empresa su rendimiento es más alto.

De igual manera existen un sinnúmero de factores que influyen de manera positiva o negativa en el rendimiento empresarial, ya que existen muchos estudios que analizan este tema por ejemplo, Leitch & Hill (2006) explican que la capacidad del emprendedor para acceder a recursos importantes, como la capitalización, está relacionada positivamente con el rendimiento y a su vez con el crecimiento de la empresa.

Por otro lado, Rosenbusch *et al.*, (2011) concluyen que factores como la edad de la empresa, el tipo de innovación y el contexto cultural afectan de manera positiva al impacto de la innovación en el rendimiento de las empresas. Igualmente, la adopción de tecnología (Chatterjee *et al.*, 2020), el optimismo de los empresarios, edad, género (Hmieleski & Baron, 2009), la educación financiera (Engstrom & McKelvie, 2017), las redes sociales, la adquisición de recursos (Jones & Jayawarna, 2010), el apoyo moral familiar, los problemas personales (Welsh *et al.*, 2014) las orientaciones culturales: individualismo, masculinidad, distancia al poder (Hofstede, 2011) entre otros, son factores influyentes en el rendimiento de los negocios.

Entre los factores antes mencionados se encuentra el género, el cual es un tema muy investigado en diferentes ámbitos y en el empresarial los resultados de los estudios explican que las mujeres se encuentran con obstáculos para iniciar y mantener un negocio, además

usualmente los rendimientos de sus negocios son inferiores a los de los hombres (Zambrano & García, 2019). Por otro lado, otro factor es el individualismo que es una dimensión cultural que si se promueve en una organización causa que su rendimiento sea bajo pues se desintegra y descoordina al equipo (Esutorgio, 2020).

Es así como, este estudio se enfoca en el análisis de la influencia de los dos factores, antes mencionados, en el rendimiento empresarial, los cuales son el género del propietario del negocio y si este es o no es individualista. Se explica mediante investigaciones realizadas anteriormente y así se procede a plantear hipótesis para posteriormente verificarlas.

2.2. El Rendimiento Empresarial y las Mujeres Empresarias

En la teoría de la congruencia de roles de género destaca las dificultades que las mujeres tienen que enfrentar para obtener legitimidad en campos que son tradicionalmente masculinos y a su vez propone que las personas utilicen diferentes estándares para evaluar el desempeño de hombres y mujeres en contextos de género (Eagly & Karau, 2002).

Sin embargo, a lo largo del tiempo, el papel de las mujeres ha ido cambiando pues muchos investigadores se centran a profundidad en el rol de ellas en diferentes ámbitos con el objetivo de que su libertad, movilidad, salud, seguridad económica y participación en toma de decisiones mejore (Afrin *et al.*, 2009).

Con relación al papel de las mujeres en el ámbito empresarial, estudios como el de Digan *et al.*, (2019) en donde se utilizó información de mujeres que son dueñas de una PYME concluyen que el empoderamiento empresarial de las mujeres, medido mediante la competencia percibida, autodeterminación y capacidad para administrar una empresa, influye positivamente con los ingresos de la misma, por ende, con su rendimiento.

Por otro parte, para Ahla & Nelson (2015) otro factor que influye en el rendimiento empresarial son las políticas del país pues son las encargadas de posicionar a las mujeres emprendedoras, ellos comparan las políticas de emprendimiento durante dos décadas en los

países de Suecia y Estados Unidos y explican que el rendimiento evaluado en términos del tamaño de la empresa y la tasa de crecimiento de las ventas y/o el empleo hacen ver a las mujeres como contribuyentes inadecuadas y secundarias debido al sector y que allí existe un mercado laboral de género, más no al sexo biológico.

Para varios académicos, el hecho que el rendimiento empresarial de los negocios femeninos es inferior a la de los masculinos es debido a que este es influenciado por la capitalización pues ellas por el simple hecho de ser mujeres, presentan mucha dificultad para adquirir un préstamo, ya sea bancario o familiar, y por ello no cuentan con mucho dinero para iniciar su negocio y este es un factor que influye positivamente en el rendimiento empresarial (Carter & Williams, 2003) así, Akehurst *et al.*, (2012) refuerzan a esta explicación pues en su conclusión mencionan que para que la empresa tenga un mayor rendimiento depende de diferentes factores y entre ellos se encuentran que la persona debe tener facilidad para obtener un apoyo financiero, el tamaño inicial de la empresa debe ser grande y explican que a las mujeres se les dificulta el acceso a una financiación, ya sea un préstamo bancario o una capitalización de parte de la familia, y el tamaño inicial de la empresa la mayoría de veces es pequeña tanto en términos de rotación como en número de empleados.

Por lo general, los estudios concluyen que el rendimiento de los negocios que dirigen las mujeres es inferior al de los hombres; sin embargo, Robb & Watson (2012) en su estudio, sobre el desempeño de las empresas de Estados Unidos, concluyen que no existe diferencia entre ellos pues, para medir el rendimiento, ellos utilizan el rendimiento ajustado por tamaño, el riesgo, diferencias demográficas, la industria, la experiencia, entre otros, y así mencionan que los otros estudios encuentran que el rendimiento de los negocios de las mujeres es menor a la de los hombres debido a que no utilizan las variables adecuadas para medir este indicador.

Considerando lo anteriormente mencionado, este estudio presenta la siguiente hipótesis:

Hipótesis 1: Al ser mujer la persona propietaria del negocio está negativamente relacionado con el rendimiento de este.

2.3. El Rendimiento Empresarial y el Individualismo

El individualismo es una de las dimensiones u orientaciones culturales que se miden en la cultura organizacional. Según Kluckhohn & Strodtbeck (1961) una persona es individualista cuando su principal responsabilidad es hacia y para ella misma, y luego para su familia inmediata. De manera similar, Hofstede (1999) explica que una sociedad individualista es aquella en la que cada individuo se cuida a sí mismo y a su familia inmediata mientras que una sociedad colectiva es aquella en la que los individuos, desde que nacen, se encuentran integrados en fuertes grupos propios los cuales protegen a la persona durante toda su vida a cambio de una lealtad incuestionable.

En cuanto al rendimiento empresarial, Denison (1997) explica que la cultura organizacional es un activo que se puede aprovechar para aumentarla, pues esta proporciona cierta comprensión de los patrones de comportamiento social, los sistemas organizados y la toma de decisiones (Maznevski, *et al.*, 2002). Además, varios estudios confirman que la cultura organizacional influye positivamente en el rendimiento de la empresa (Han, 2012; Denison, 1997; Pathiranage, 2019). Por ello al ser el individualismo una orientación cultural se puede decir que afecta al rendimiento de la empresa. Por ejemplo, Hofstede & Harris (2003) en su estudio encontraron que una de las dimensiones que afecta al crecimiento económico nacional es esta, pues a más individualismo el crecimiento económico es más lento, es decir, el crecimiento es menos rápido de lo que sería si fuese colectivo y viceversa.

En una organización el hecho de que una persona sea individualista significa que esta dificulta, retarda e imposibilita el aprendizaje de otros e impide el logro de cooperación entre los miembros que son parte de ella. De igual manera si en un negocio o emprendimiento se promueve la cultura individualista obtendrán pérdidas debido a la descoordinación pues se

evalúa y premia solo los esfuerzos individuales (Eustorgio, 2020). Además, Kent (1991) explica que el individualismo no libera la energía ni la inteligencia de las personas pues conlleva a tomar decisiones y juicios individuales causando que se equivoquen perdiendo oportunidades para desarrollar nuevas ideas, igualmente las personas no realizan todo lo que pueden hacer como consecuencia a que tienen límites.

Por ello, con lo anteriormente explicado este estudio contrasta la siguiente hipótesis:

Hipótesis 2: Una persona individualista tiene relación negativa con el rendimiento de su negocio.

Las definiciones del género y de la orientación cultural individualismo constituirán un marco referencial para analizar el rendimiento empresarial en el Ecuador.

3. Marco de Estudio: Ecuador

La economía nacional juega un papel muy importante en los negocios por lo que el confinamiento como medida para enfrentar al virus COVID-19, tiene consecuencias en la economía ecuatoriana y a su vez los rendimientos de los negocios también se vieron afectados. Así, diferentes indicadores macroeconómicos como las tasas de crecimiento económico, el desempleo e inflación, o las políticas del gobierno pueden afectar a la creación y mantenimiento de los negocios (Global Entrepreneurship Monitor, 2020) por consiguiente estos serán explicados a continuación para saber el status en el que se encontraba la economía del país en el periodo donde se levantó la información de este estudio y así entender mejor las proximas secciones pues después de esta se presenta un análisis del sector empresarial y de los factores que influyen en el rendimiento los cuales fueron propuestos en el marco teórico y son el género femenino, es decir las mujeres empresarias, y el individualismo.

3.1. Indicadores Macroeconómicos del Ecuador

En los meses correspondientes a este estudio, según el Banco Central del Ecuador (BCE, 2021) el PIB ecuatoriano en el cuarto trimestre del 2020 alcanzó los 16.500 millones de dólares, este

decreció 7.2% con respecto al mismo periodo del año 2019 y 5.6% el primer trimestre del año 2021 con respecto al mismo trimestre del año 2020. Sin embargo, en los dos periodos hubo un crecimiento de este indicador del 0.6% en el cuarto trimestre del 2020 y 0.7% en el primer trimestre del 2021 con respecto al trimestre anterior de cada uno.

En cuanto a la tasa de desempleo en el Ecuador, en diciembre del 2020, aumentó a 5.0% a diferencia del mismo mes en el año 2019 el cual fue de 3.8%. En enero de 2021 aumentó 0.7 puntos porcentuales, es decir, a 5.7%. Igualmente, en el caso de la tasa de inflación en diciembre de 2020 fue de -0.03% y en enero de 2021 fue de 0.12%, los dos son con relación a su mes anterior (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC], 2021).

3.2. Sector Empresarial en el Ecuador

Ante las preocupantes cifras de los indicadores macroeconómicos antes mencionados, especialmente al desempleo, el emprendimiento y el autoempleo surgen como alternativa para obtener ingresos, por lo que el emprendimiento y el desarrollo de negocios se ha convertido en factores importantes en el crecimiento económico no solo en Ecuador sino en todos los países desarrollados pues ayudan al fortalecimiento de las cadenas de valor. De modo que, en 2019, la tasa de Actividad Temprano (TEA), en Ecuador fue de 36.2%, en otras palabras, alrededor de 3.6 millones de ecuatorianos estaban iniciando o ya iniciaron un negocio y llevaban más de 42 meses en marcha. De igual manera, hubo 10.8% de nuevos negocios y 26.9% de nuevos emprendedores que aún no generan empleo, estos porcentajes son mayores a los del año 2017 los cuales fueron 9.8% y 21.2% respectivamente. Sin embargo, el porcentaje de negocios establecidos, es decir que ya superaron los 42 meses de existencia disminuyó de 15.4% a 14.7% (GEM, 2020).

Según el INEC (2020), en el 2020 se registraron 407.165 microempresas y pequeñas empresas que sus ingresos no son mayores a la base imponible para generar impuestos y 26.187

microempresas y pequeñas empresas unipersonales o familiares que sus ingresos no son regulares, estas representan más del 90% de todas las empresas ecuatorianas.

Entre los países de América Latina, Ecuador con el 26.9% de emprendimientos que no superan los 3 meses de operación y con una TEA de 36.2%, lidera la punta junto con Chile, siendo estos porcentajes los más altos, por lo que es uno de los países con más emprendedores de América Latina. Sin embargo, con 9.3%, es el país con mayor tasa de salida, o sea, negocios que cerraron definitivamente o están en proceso de cerrar (GEM, 2020).

3.3. Las Mujeres Empresarias y el Individualismo en el Ecuador

Como se mencionó en el marco teórico, este estudio analiza cómo influye en el rendimiento del negocio el hecho que la persona propietaria sea mujer e individualista, por lo que a continuación se hace un breve estudio de estos dos factores en el Ecuador.

En el caso de las mujeres, según el INEC (2020), las ecuatorianas ocupan el 40.3% de las plazas de empleo en el 2020, estos datos son basados en los registros de la seguridad social. Sin embargo, este representa un ligero aumento en comparación con el 40.1% del 2019.

Por otro lado, en el 2019, el 46.5% de los emprendedores TEA, el 47.70% de nuevos negocios y el 38% de negocios ya establecidos, son mujeres, por lo que existe disparidad de género desde la intención de emprender hasta el tener un negocio en operación más de 42 meses pues son mayoría los hombres y más en los negocios establecidos (GEM, 2020).

En cuanto al individualismo, según el modelo 6-D de Hofstede, Ecuador no es una cultura individualista, este modelo utiliza la información de una investigación primaria de la empresa multinacional IBM para expresar esta dimensión cultural mediante una puntuación, donde Ecuador tuvo un puntaje de 8/100, es decir Ecuador es una sociedad colectiva. En comparación con otros países, es el segundo país más colectivo del mundo, por lo que se puede afirmar que en este país las personas se definen en términos de nosotros y es un grupo que se cuida entre ellos (Hofstede Insights, 2013).

4. Datos

Para la ejecución del siguiente estudio se considera los datos de la encuesta Emprendimiento y Covid-19 realizada por investigadores de la Escuela Politécnica Nacional y la Universidad de Carolina del Norte Greensboro. Esta encuesta tiene información sobre las características de emprendimientos, empresas o negocios del Ecuador, además de las características personales, emocionales y familiares de los individuos que son dueños de alguna de ellas. Asimismo, fue completada de manera virtual en los meses de diciembre de 2020 y enero de 2021.

De igual manera, se utilizó la técnica de muestreo aleatorio simple en donde cada muestra posible de tamaño n , de una población de tamaño N , tiene la misma probabilidad de ser seleccionada de modo que todos los elementos individuales de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados (Mendenhall *et al.*, 2006). Así pues, sin considerar el tamaño de la población, para determinar el tamaño de la muestra se usa la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 pq}{B^2}$$

Donde:

$Z_{\alpha/2}$: es el valor de Z correspondiente al riesgo α en este caso igual a 0.05, con un nivel de confianza de $1 - \alpha$ igual a 95% por lo que $\alpha/2$ es igual a 0,025 dando un resultado de $Z_{\alpha/2}$ igual a 1,96 pues este es igual a $1 - \alpha/2$ que da como resultado 0,975.

p : es la probabilidad de que la persona encuestada sea dueña de un negocio, igual a 50%.

q : es la probabilidad de que la persona encuestada no sea dueña de un negocio, al igual que p es igual a 50%.

B : es el límite para el error de estimación igual a 5%.

A continuación, se colocan en la fórmula los valores que corresponden y el resultado de n es de 384. En consecuencia, la muestra de este estudio es representativa, debido a que la

encuesta fue respondida por 638 individuos, de los cuales 204 son dueños de un negocio y son los datos que se utilizan para este estudio.

Para terminar, se realiza el análisis de la base de datos en donde se empieza por el estudio de los datos atípicos mediante la caja de bigotes en el cual se encontró que cuatro observaciones estaban alejadas de la media, por lo que se procede a eliminar de la base de datos y queda un total de 200 observaciones. En cuanto a datos perdidos, no existen pues la plataforma que se utilizó para la encuesta permitía terminarla únicamente si todas las preguntas estaban respondidas.

4.1. Descripción de las Variables

4.1.1. Variable Dependiente

Ventas. Esta es una variable categórica que indica en dólares las ventas mensuales que obtiene el emprendimiento, negocio o empresa. Sus categorías están formadas de la siguiente manera: 1) para ventas mensuales menores a \$100, 2) ventas mensuales entre \$101 y \$500, 3) entre \$501 y \$1 000, 4) entre \$1 001 y \$5 000, 5) entre \$5 001 y \$10 000 y 6) cuando las ventas mensuales son de más de \$10 000.

Su objetivo es medir el rendimiento del negocio, pues los ingresos de las empresas se encuentran entre los indicadores más utilizados y válidos del desempeño financiero de las empresas (Dyer *et al.*, 2012). De igual manera, Cetindamar *et al.*, (2012), Díaz & Brush (2012), entre otros, en sus estudios, también hicieron uso de una variable categórica para analizar el rendimiento empresarial relacionado con los ingresos.

4.1.2. Variables de Interés

Sexo. Esta es una variable dicotómica que toma el valor de 1, si el género del individuo es mujer, y 0, si es hombre. Su objetivo es capturar la influencia de las mujeres en el rendimiento de la empresa, como se ha explicado en el apartado del marco teórico, pues con la existencia de la idea de que las mujeres son cuidadoras de la familia y su principal

responsabilidad es la de cuidar a los niños, afecta sus experiencias empresariales de múltiples maneras como el de tener que trabajar a tiempo parcial, el pensamiento de que ellas son menos capaces en este campo o la resistencia por parte de la sociedad debido a las expectativas que se construyen de que son cuidadoras primarias (Azmat & Fujimoto, 2016).

Individualismo. Variable continúa formada por la suma de los resultados de las seis preguntas del Anexo 1 con escala de Likert, donde la escala más baja es 1 y significa que la persona está “Totalmente en desacuerdo” y la más alta es 7 que significa que está “Totalmente de acuerdo”.

Así mientras más alto el valor de la variable, significa que la persona tiende a ser individualista, a diferencia de que, si es bajo, significa que es una persona colectiva. De igual manera, tiene un Alpha de Cronbach igual a 0.81 lo que significa que tiene una buena consistencia interna.

4.1.3. Variables de Control

Edad. Es una variable continua que nos indica el número de años de la persona encuestada, en este caso la edad promedio de los encuestados es de 44 años. Esta variable se utiliza debido a que su influencia es importante tanto en la etapa inicial del emprendimiento como en las etapas posteriores de la empresa comercial (Pathak *et al.*, 2013). Entre algunos estudios que han utilizado esta variable está Mas-Tur *et al.*, (2015) donde explican lo que deben evitar los emprendedores para tener éxito en América Latina y la edad es una variable que afecta positivamente al éxito de las empresas debido a que las mujeres más jóvenes presentan mayor dificultad para encontrar financiación y así mantener a su negocio. Sin embargo, al tener una edad muy alta tiene efecto negativo por lo que también utiliza la edad al cuadrado.

Edad al Cuadrado. Es una variable continua la cual es el resultado de la edad del encuestado al cuadrado, el objetivo de utilizar esta variable es capturar cualquier asociación

curvilínea. De igual manera Pathak *et al.* (2013) utilizan esta variable en su estudio donde también analizan su influencia en el rendimiento empresarial.

Hijos. Variable dicotómica, que toma el valor de 1 si la persona tiene uno o más hijos menores a 18 años y 0 si no tiene hijos pues Breen *et al.*, (1995) indican que los niños tienen una influencia negativa en la creación y expansión de una empresa cuando la persona propietaria es una mujer.

Nivel de Educación. Variable categórica que toma el valor de 1 si el grado escolar más alto que ha alcanzado el individuo es de “primaria”, 2 si es “secundaria”, 3 si es de “tercer nivel” y 4 si es de “cuarto nivel o más”. Se utiliza esta variable debido a que hallazgos de algunos estudios muestran que la educación influye positivamente con el desempeño y crecimiento de una empresa (Asfaw, 2016; Goedhuys & Sleuwaegen, 2000; Hansen & Rand, 2013).

Sector Económico. De igual manera, es una variable categórica que toma el valor de 1 si la actividad principal del emprendimiento del encuestado es “comercio”, 2 si la actividad es de “servicios” y 3 si es de “manufactura”. El objetivo de esta variable es controlar el sector en el que se desarrolla la empresa debido a que el tipo de industria en la que opera una empresa tiende a variar según el género del propietario, las mujeres se concentran en las industrias minoristas y de servicios, donde las empresas son relativamente más pequeñas en términos de empleo e ingresos y tienen influencia negativa con el rendimiento empresarial, a comparación de los hombres que se concentran en la construcción y la manufactura y afectan positivamente al rendimiento (Anna *et al.*, 2000).

Poder. Es una variable continua que está formada por la suma de los resultados de las cinco preguntas del Anexo 2 con escala de Likert, donde la escala más baja es 1 igual a “Totalmente en desacuerdo” y la más alta es 7 igual a “Totalmente de acuerdo”.

Mientras más alto el valor, significa que la persona se ajusta a lo que digan personas que son figuras de autoridad porque piensa que ellas tienen más poder que las que están en posiciones más bajas. Según Hofstede (1999) este es el punto máximo donde los individuos de una organización esperan y aceptan que el poder se distribuye de manera desigual y por ende tiene relación negativa con el rendimiento. De igual manera, tiene un Alpha de Cronbach igual a 0.7 lo que significa que tiene una buena consistencia interna.

4.2. Estadística Descriptiva

La estadística descriptiva se usa para resumir el conjunto de datos que se está estudiando y así tener información más amplia.

4.2.1. Variables Continuas

En el caso de las variables continuas se puede observar en la tabla 1 que ninguna de las variables presenta una correlación demasiado alta, por lo que se puede sospechar que no existiría potencial problema en sospechar que no existe multicolinealidad, esto se podrá verificar en el apartado de pruebas de validación del modelo. De igual manera, las desviaciones estándar son menores a sus respectivas medias, de esta manera, se puede concluir que las variables no son dispersas.

Tabla 1

Estadística descriptiva variables continuas

<i>Variable</i>	<i>Media</i>	<i>Desviación estándar</i>	<i>Correlación Pearson</i>		
			<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
1. Edad	36.29	12.25	1		
2. Poder	20.10	6.13	-0.0999	1	
3. Individualismo	32.80	6.97	-0.0777	0.2257***	1

Nota: *** nivel de significancia de 1%, ** de 5%, * de 10%

Fuente: Elaboración propia

4.2.2. Variables Categóricas

En cuanto las variables categóricas se pueden observar en la Tabla 2 que, al igual que las variables continuas, no presentan una correlación demasiado alta por lo que se puede sospechar que no existiría multicolinealidad, que más adelante se comprobará.

Tabla 2

Correlación de las variables categóricas

Variable	Correlación Spearman			
	1	2	3	4
1. Hijos	1			
2. Estudios	-0.1621**	1		
3. Sector económico	-0.1310*	0.2019**	1	
4. Sexo	-0.0055	-0.0506	-0.0609	1

Nota: *** nivel de significancia de 1%, ** de 5%, * de 10%

Fuente: Elaboración propia

Además, en la tabla 3 se indica las frecuencias y porcentajes de cada categoría de cada variable. Así se tiene que el 66% de los encuestados tiene 1 o más hijos menores de 18 años, también que el nivel de estudios alcanzado de la mayoría de los encuestados, el 44.5%, es de tercer nivel seguido por el nivel secundaria con un 31.5% y en último lugar el nivel de primaria que solo 8 de todos los encuestados han obtenido, correspondiente al 4%.

Acerca del sector económico se tiene que el 48.5% de los negocios encuestados son de comercio, seguido por el sector de servicios que corresponden al 42% y, por último, el sector de manufactura con el 9.5%. Así mismo, la mayoría de las personas encuestadas son mujeres, pues de todos el 55.5% son de género femenino.

Tabla 3*Estadística descriptiva variables categóricas*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Hijos		
0: No tiene	68	34.00
1: Si tiene	132	66.00
Estudios		
1: Primaria	8	4.00
2: Secundaria	63	31.50
3: Tercer Nivel	89	44.50
4: Cuarto nivel o más	40	20.00
Sector Económico		
1: Comercio	97	48.50
2: Servicios	84	42.00
3: Manufactura	19	9.50
Sexo		
0: Hombre	89	44.50
1: Mujer	111	55.50

Fuente: Elaboración propia

5. Metodología

Puesto que la naturaleza de la variable dependiente es categórica y además ordinal, es decir, tiene múltiples categorías jerarquizadas u ordenadas, además que el tipo de datos que se utiliza es de corte transversal, se selecciona la regresión logística multinomial ordinal o logit ordenado pues Wooldridge (2002) menciona que dos de los tipos de respuesta multinomial es el modelo probit ordenado y el logit ordenado, estos son cuando la variable dependiente es de respuesta ordenada, es decir los valores que se asignan a cada resultado no son arbitrarios.

Así como el probit ordenado, el modelo logit ordenado se puede derivar como un modelo de variable latente y^* que es determinado por:

$$y_i^* = x_i\beta' + e_i, \quad e|x \sim Normal(0,1) \quad (5.1)$$

con J categorías ordinales y $\alpha_1 < \alpha_2 < \dots < \alpha_J$ como puntos de corte desconocidos que se definen por:

$$y = J \quad \text{si} \quad \alpha_{J-1} \leq y^* < \alpha_J \quad (5.2)$$

La probabilidad de ocurrencia de un resultado observado $y=J$, para un valor dado de x , es el área de la función de distribución acumulada tal que y^* se encuentre entre dos puntos de corte (Long & Freese, 2001):

$$P(y = J|x) = P(\alpha_{J-1} \leq y^* < \alpha_J|x) \quad (5.3)$$

Así, reemplazando (5.1) en (5.3) se obtiene la función de distribución acumulada de e .

Para interpretar un modelo logit ordenado se calculan los efectos de probabilidad marginal con la fórmula:

$$\frac{\partial P(y=J|x)}{\partial x_i} = [f(\alpha_{J-1} - \beta'x) - f(\alpha_{J-1} - \beta'x)]\beta_i \quad (5.5)$$

donde $f(z) = dF(z)/dz$ y x_i es el i -ésimo elemento, continuo, en x .

6.1. Especificación del Modelo

A continuación, después de analizar la metodología, se plantea el modelo general en su forma funcional:

$$\text{Ventas}_i^* = \beta_i x_i + e_i \quad (6.1)$$

Donde:

β_i : es el vector de los coeficientes

x_i : es el vector con el conjunto de variables independientes de cada modelo, es decir las variables de interés, sexo e individualismo, y de control, edad, edad al cuadrado, hijos, nivel de educación, sector económico, poder.

e_i : es el error aleatorio de la observación i

Con:

$i = 1, \dots, 200$ observaciones

$J = 6$ categorías

$\alpha_1 < \alpha_2 < \alpha_3 < \alpha_4 < \alpha_5$ como puntos de corte

las respuestas observadas están vinculadas a la variable latente $Ventas_i^*$ por el siguiente modelo de medición:

$$Ventas_i = \begin{cases} 1 & \text{si } Ventas_i^* < \alpha_1 \\ 2 & \text{si } \alpha_1 \leq Ventas_i^* < \alpha_2 \\ 3 & \text{si } \alpha_2 \leq Ventas_i^* < \alpha_3 \\ 4 & \text{si } \alpha_3 \leq Ventas_i^* < \alpha_4 \\ 5 & \text{si } \alpha_4 \leq Ventas_i^* < \alpha_5 \\ 6 & \text{si } \alpha_5 \leq Ventas_i^* \end{cases}$$

Así, cuando la variable latente $Ventas_i^*$ cruza un punto de corte, la categoría observada cambia.

6.2. Validación del Modelo

Es indispensable realizar un análisis de la correcta especificación de los modelos por lo que se procedió a realizar tres pruebas de validación.

6.2.1. Heteroscedasticidad

Para medir la heteroscedasticidad se procedió a realizar la prueba de Breusch-Pagan donde “si el valor-p es suficientemente pequeño, es decir, menor que el nivel de significancia elegido, se rechaza la hipótesis nula de homoscedasticidad” (Wooldridge, 2009, p. 273). Es así que con un p-valor igual a 4.7%, en el modelo general (6.1), se rechaza la hipótesis nula de homoscedasticidad y se procede a corregirlos mediante errores robustos.

6.2.2. Errores de Especificación

Entre las pruebas para detectar la especificación incorrecta de formas funcionales se encuentra la de error de especificación de la regresión (RESET) de Ramsey, donde si el estadístico F es significativo se rechaza la hipótesis nula, es decir, está incorrectamente especificado (Wooldridge, 2009). Así pues, en los cuatro modelos estimados el estadístico no es

significativo, por lo que no se rechaza la hipótesis nula, es decir, los modelos están correctamente especificados.

6.2.3. Multicolinealidad

Se utiliza la prueba de factor inflacionario de la varianza (FIV) que “muestra la forma como la varianza de un estimador se infla por la presencia de la multicolinealidad” (Gujarati & Porter, 2010, p. 328). Donde si el valor de este es mayor a 10 se concluye que el modelo tiene un problema de multicolinealidad. En el caso de los tres modelos estimados en este estudio, los valores del FIV son menores a 1.5, por lo que se concluye que los modelos no tienen problemas de multicolinealidad.

6. Resultados

Los resultados de las estimaciones mediante la metodología Logit ordenado se presentan en la tabla 4 y los efectos marginales de la variable de interés sexo, correspondientes al modelo 1, en la tabla 5:

Tabla 4

Estimaciones Logit Ordenados del volumen de ventas

VARIABLES	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3
Sexo	-0.5117*	-0.5248*	-0.5144*
Individualismo			0.0084
Edad	0.2641***	0.2662***	0.2661***
Edad al cuadrado	-0.003***	-0.003***	-0.003***
Hijos	-0.5002*	-0.5072*	-0.5081*
Estudios			
Secundaria	0.0672		0.0122
Tercer Nivel	0.1029		0.0593
Cuarto nivel o más	0.1294		0.0797
Sector Económico			
Servicios	-0.1632	-0.1433	-0.1617
Manufactura	-0.8203*	-0.7999*	-0.8215*
Poder		-0.0074	
Corte 1	0.7842	0.5662	1.0441
Corte 2	2.8236**	2.6044**	3.0851**
Corte 3	4.7211***	4.5001***	4.9821***
Corte 4	5.4829***	5.2617***	5.7439***
Corte 5	7.4834***	7.2627***	7.7458***
<i>Prob > chi²</i>	0.000	0.000	0.000
<i>Pseudo R²</i>	0.0423	0.0424	0.0426

Nota: *** nivel de significancia de 1%, ** de 5%, * de 10%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5*Efectos marginales de variable sexo*

Variable Independiente	Efecto Marginal
Sexo	
1	0.0142948*
2	0.659723*
3	0.406658*
4	-0.326148*
5	-0.699223*
6	-0.018396*

Nota: *** nivel de significancia de 1%, ** de 5%, * de 10%

Fuente: Elaboración propia

Para empezar, analizaremos las estadísticas generales de los modelos los cuales se encuentran en la parte de abajo de la tabla 4, así mediante el estadístico *Pseudo R²* se analiza la capacidad explicativa de cada modelo y se puede observar que cada modelo explica alrededor del 4.2% de la variación del rendimiento empresarial. Luego, analizamos la prueba de razón de verosimilitud donde con un p-valor igual a 0.000 en los 3 modelos se concluye que estos poseen significancia conjunta.

A continuación, se analiza los resultados de las variables de intereses de este estudio. En cuanto a la variable sexo se observa que esta influye negativamente con el rendimiento empresarial además de que es significativa por lo que con este resultado confirmamos la hipótesis número uno de este estudio, es decir, cuando la persona propietaria del negocio es mujer tiene mayor probabilidad de que su rendimiento sea bajo, tal como Carter y Williams (2003) encontraron en su estudio, con los efectos marginales se puede observar más específicamente esta probabilidad pues si los ordenamos de acuerdo a su porcentaje colocando al más alto primero, se encuentra que el 65.97% es el más alto, el cual corresponde al segundo peor rendimiento, es decir, las mujeres emprendedoras tienen mayor probabilidad de que su rendimiento sea el segundo más bajo de todos, por lo que sus ventas mensuales estarían entre

\$101 y \$500, después está el 40.67% que corresponde al tercer peor rendimiento mientras que en los tres mejores rendimientos los porcentajes son menores a cero.

En el caso de la segunda variable de interés de este estudio, la individualidad, no se analiza ni se interpreta debido a que no es significativa y por ende no se confirma la hipótesis número dos.

Por último, se analiza las variables de control, en donde en todos los modelos estimados se puede observar que la edad es significativa y tiene influencia positiva en el rendimiento de los negocios, esto quiere decir que mientras más años tenga la persona, mayor es la probabilidad de que las ventas mensuales del negocio sean altas. Así mismo, entre los resultados de Pathak *et al.* (2013) obtienen el mismo resultado, pues en su estudio la edad tiene relación positiva con el rendimiento empresarial.

De igual manera, la edad al cuadrado es significativa; sin embargo, tiene influencia negativa en el rendimiento empresarial, con esto se puede saber que hay un comportamiento curvilíneo en la edad, es decir, existe un punto máximo donde la edad del encuestado influye positivamente en el rendimiento, pero desde ese punto la probabilidad de que la persona tenga un rendimiento alto comienza a disminuir, es así que este resultado coincide con el de Pathak *et al.* (2013) que encuentran el mismo comportamiento de esta variable en uno de los modelos que estiman en su estudio.

En cuanto a la variable categórica hijos resulta significativa e influye negativamente en el rendimiento empresarial, esto significa que si la persona dueña de un negocio tiene uno o más hijos menores de 18 años disminuye la probabilidad de que el rendimiento de su empresa, negocio o empresa sea alto, tal como lo indican Breen *et al.* (1995) en su estudio.

7. Conclusiones

Esta investigación se desarrolló para determinar la influencia del género y el individualismo en el rendimiento de los negocios del Ecuador. Para ello se analizó distintas características de 200 negocios e información de sus propietarios.

Los resultados que arrojaron los modelos aplicados comprobaron lo manifestado por Carter y Williams (2003) con respecto a la influencia del género del propietario del negocio en el rendimiento pues, se encontró que los hombres obtienen mayor rendimiento que las mujeres, ya que el rendimiento que ellas tienen mayor probabilidad de obtener es el de ventas mensuales entre \$101 a \$500, es decir, el segundo peor rendimiento de la escala de este estudio. De esta manera se puede evidenciar que, en el Ecuador, la desigualdad de género en el ámbito empresarial se encuentra presente.

De igual manera, se encontró que el individualismo no incide en el rendimiento empresarial, es decir, el hecho de que la o el propietario del negocio sea, o no, individualista no influye en el rendimiento de su negocio, a pesar de que varios autores como Kent (1991), Eustorgio (2020), Hofstede y Harris (2003), determinan que esta variable si tiene influencia en el rendimiento.

En conclusión, los emprendimientos y negocios son importantes para el crecimiento económico nacional, pero estos deben obtener un rendimiento alto, por lo que ante la diferencia de los rendimientos entre negocios de mujeres y hombres, es crucial el aporte del gobierno para disminuir la misma, creando políticas públicas donde las barreras que las mujeres tienen para crear y mantener un negocio desaparezcan, como por ejemplo facilidades para obtener financiamiento, incentivos para el apoyo a los negocios distinguidamente del género del propietario, entre otros, procurando así que los hombres y mujeres tengan los mismos factores antes y durante el proceso de tener un negocio.

De igual manera, crear proyectos que fomenten la igualdad de género y eliminar la percepción de que los hombres son trabajadores por naturaleza mientras que las mujeres son cuidadoras de hogar y por ende menos capaces en este campo es de vital importancia para que así el apoyo que se da a los negocios masculinos sea igual al que se da a los femeninos o simplemente los negocios obtengan sus ventas independientemente del género del propietario cumpliendo así con una competencia justa y a su vez el rendimiento no sea diferenciado como se pudo encontrar en este estudio.

7.1. Limitaciones y Extensiones al Trabajo

En los resultados se encontró que la variable individualismo no es significativa, sin embargo, la literatura indica que las dimensiones culturales si influyen en el rendimiento empresarial por lo que se recomienda obtener información y realizar un análisis de todas las dimensiones culturales y no de una sola.

Cabe mencionar que las hipótesis planteadas en este estudio se pueden interpretar en el periodo correspondiente al estudio, no de forma general, debido a que dicho periodo no era regular debido al virus COVID -19 y sus efectos han tergiversado la realidad del país por lo que se recomienda obtener datos más actuales, pues las medidas sanitarias han disminuido significativamente, con el objetivo de contrarrestar y comparar los datos de este estudio ampliando la información sobre este ámbito.

8. Bibliografía

- Afrin, S., Islam, N., & Uddin, S. (2009). A Multivariate Model of Micro Credit and Rural Women Entrepreneurship Development in Bangladesh. *International Journal of Business and Management*, 3(8), 169-185. DOI:10.5539/ijbm.v3n8p169
- Ahla, H., & Nelson, T. (2015). How policy positions women entrepreneurs: A comparative analysis of state discourse in Sweden and the United States. *Journal of Business Venturing*, 30(2), 273-291. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2014.08.002>
- Akehurst, G., Simarro, E., & Mas-Tur, A. (2012). Women entrepreneurship in small service firms: motivations, barriers and performance. *The Service Industries Journal*, 32(15), 2489-2505. <http://dx.doi.org/10.1080/02642069.2012.677834>
- Anna, A., Chandler, G., Jansen, E., & Mero, N. (2000). Women business owners in traditional and non-traditional industries. *Journal of Business Venturing*, 15(3), 279-303. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00012-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00012-3).
- Asfaw, Y. (2016). Growth determinants of manufacturing micro- and small enterprises in Ethiopia: an empirical study of Tigray Province. *Enterprise Development and Microfinance*, 27(4), 273-297. <http://dx.doi.org/10.3362/1755-1986.2016.018>.
- Azmat, F., & Fujimoto, Y. (2016). Family embeddedness and entrepreneurship experience: a study of Indian migrant women entrepreneurs in Australia. *Entrepreneurship & Regional Development*, 28(9-10), 630-656. <http://dx.doi.org/10.1080/08985626.2016.1208279>
- Banco Central del Ecuador. (2021). *Cuentas Nacionales Trimestrales del Ecuador Resultados de las Variables Macroeconómicas, 2021. I.* Recuperado de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/CuentasNacionales/cnt65/ResultCTRIM115.pdf>
- Breen, J., Calvert, C., & Oliver, J. (1995). Female entrepreneurs in Australia: An investigation of financial and family issues. *Journal of Enterprising Culture*, 3(4), 445-461. <https://doi.org/10.1142/S0218495895000234>.
- Carter, N., & Williams, M. (2003). Comparing social feminism and liberal feminism. En J. Butler (Ed.), *New Perspectives on Women Entrepreneurs* (pp. 25-41). Greenwich, Conn..
- Carter, S., & Greer, C. (2013). Strategic leadership: Values, styles, and organizational. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 20(4), 375-393. <https://doi.org/10.1177/1548051812471724>.
- Cetindamar, D., Gupta, V., Karadeniz, E., & Egrican, N. (2012). What the numbers tell: The impact of human, family and financial capital on women and men's entry into entrepreneurship in Turkey. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(1), 29-51. DOI: 10.1080/08985626.2012.637348.
- Chatterjee, S., Dutta, S., & Upadhyay, P. (2020). Technology adoption and entrepreneurial orientation for rural women: Evidence from India. *Technological Forecasting and Social Change*, 160. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120236>

- Denison, D. (1997). *Corporate Culture and Organizational Effectiveness*. Tapa blanda.
- Díaz, C., & Brush, C. (2012). Gender and business ownership: questioning “what” and “why”. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 18(1), 4-27. <https://doi.org/10.1108/13552551211201358>
- Digan, S., Sabi, G., Mantok, S., & Patel, P. (2019). Women’s Perceived Empowerment in Entrepreneurial Efforts: The Role of Bricolage and Psychological Capital. *Journal of Small Business Management*, 57(1), 206-229. Doi: 10.1111/jsbm.12402.
- Dyer, G., Dyer, J., & Gardner, R. (2012). Should My Spouse Be My Partner? Preliminary Evidence From the Panel Study of Income Dynamics. *Family Business Review*, 26(1), 68-80. <https://doi.org/10.1177/08944865124493548-80>.
- Eagly, A., & Karau, S. (2002). Role Congruity Theory of Prejudice Toward Female Leaders. *Psychological Review*, 109(3), 573-598. DOI: 10.1037//0033-295X.109.3.573.
- Engström, P., & McKelvie, A. (2017). Financial literacy, role models, and micro-enterprise performance in the informal economy. *International Small Business Journal*, 35(7), 855-875. <https://doi.org/10.1177/0266242617717159>.
- Eustorgio, F. (2020). Factores de éxito de los equipos de alto rendimiento en las empresas. *UNACIENCIA*, 56-67.
- Fontecha Galeano, E. (2020). Factores de éxito de los equipos de alto rendimiento en las empresas. *UNACIENCIA*, 6(11), 56-67.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2020). Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019-2020.
- Goedhuys, M., & Sleuwaegen, L. (2000). Entrepreneurship and growth of entrepreneurial firms in Cote D'Ivoire. *Journal of Development Studies*, 36(3), 123-145. DOI:10.1080/00220380008422631.
- Gujarati, D., & Porter, D. (2010). *Econometría*. México D. F.: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Han, H. (2012). The Relationship among Corporate Culture, Strategic Orientation, and Financial Performance. *Cornell Hospitality Quarterly*, 53(3), 207-219. DOI: 10.1177/1938965512443505.
- Hansen, H., & Rand, J. (2013). The Myth of Female Credit Discrimination in African Manufacturing. *The Journal of Development Studies*, 50(1), 81-96. <https://doi.org/10.1080/00220388.2013.849337>.
- Hmieleski, K., & Baron, R. (2009). Entrepreneurs' optimism and newventure performance: A social cognitive perspective. *Academy of Management Journal*, 52(3), 473-488.
- Hofstede, G. (1999). *Culturas y organizaciones: el software mental : la cooperación internacional y su importancia para la supervivencia*. Alianza Editorial.
- Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Online Readings in Psychology and Culture*.

- Hofstede, G., & Harris, M. (2003). The Confucius connection: From cultural roots to economic growth. *Organizational Dynamics*, 16(4), 5-21. [https://doi.org/10.1016/0090-2616\(88\)90009-5](https://doi.org/10.1016/0090-2616(88)90009-5).
- Hofstede Insights. (2013). *Country Comparison Ecuador*. Hofstede Insights. Recuperado de <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/ecuador/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2021). *Boletín técnico N° 01-2021-IPC*. Recuperado de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2021/Enero-2021/Boletin_tecnico_01-2021-IPC.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos . (2020). *Boletín técnico N° 01-2021-DIEE*. Recuperado de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2020/Boletin_Tecnico_DIEE_2020.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos . (2021). *Boletín Técnico N° 02-2021-ENEMDU*. Recuperado de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Enero-2021/Boletin%20tecnico%20de%20empleo%20ene21.pdf>
- Jones, O., & Jayawarna, D. (2010). Resourcing new businesses: social networks, bootstrapping and firm performance. *Venture Capital*, 12(2), 127-152. <https://doi.org/10.1080/13691061003658886>.
- Kluckhohn, F., & Strodtbeck, F. (1961). *Variations in value orientations*. Row, Peterson.
- Leitch, C., & Hill, F. (2006). Women and the financing of entrepreneurial ventures: More pieces for the jigsaw. *Venture Capital*, 8(1), 1-14.
- Long, S., & Freese, J. (2001). *Regression Models for Categorical Dependent Variables Using Stata* . Texas: Stata Press Publication .
- Mas-Tur, A., Pinazo, P., Tur-Porcar, A. M., & Sanchez, M. (2015). What to avoid to succeed as an entrepreneur. *Journal of Business Research*, 68(11), 279-284. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.06.011>.
- Mavondo, F., & Farell, M. (2003). Cultural orientation: Its relationship with market orientation, innovation and organizational performance. *Management Decision*, 2(3), 241-249. Doi:10.1177/147059580223001
- Maznevski, M., DiStefano, J., Gomez, C., Noorderhaven, N., & Wu, P.-C. (2002). Cultural Dimensions at the Individual Level of Analysis. *International Journal of Cross Cultural Management*, 275-295.
- Mendenhall, W., Scheaffer, R., & Ott, L. (2006). Elementos de muestreo. En W. Mendenhall, R. Scheaffer, & L. Ott, *Elementos de muestreo* (pág. 462).
- Minniti, M. (2012). El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones. *Economía Industrial*, 23-30.

- OCDE (2004). *Fostering Entrepreneurship And Firm Creaton As A. Promoting Entrepreneurship And Innovative Smes In A Global Economy: Towards A More Responsible And Inclusive Globalisation*. Istanbul.
- Pathak, S., Goltz, S., & Buche, M. (2013). Influences of gendered institutions on women's entry into entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 19(5), 478-502. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-09-2011-0115>.
- Pathiranaige, Y. (2019). Organizational Culture and Business Performance: An Empirical Study. *SSRG International Journal of Economics and Management Studies*, 6(6).
- Porter, M. (1990). *Competitive Advantage of Nations: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press.
- Robb, A., & Watson, J. (2012). Gender differences in firm performance: Evidence from new ventures in the United States. *Journal of Business Venturing*, 27(5), 544-558. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2011.10.002>.
- Rosenbusch, N., Brinckman, J., & Bausch. (2011). Is innovation always beneficial? A meta-analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs. *Journal of Business Venturing*, 26(4), 441-457. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.12.002>
- Trompenaars, F., & Charles, T. (2000). *Riding the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Business*. London : Intercultural Management Publishers NV.
- Welsh, D., Kim, G., Memili, E., & Kaciak, E. (2014). The Influence of Family Moral Support and Personal Problems on Firm Performance: The Case of Korean Female Entrepreneurs. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 19(3). <https://doi.org/10.1142/S1084946714500186>.
- Wooldridge, J. (2002). *Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data*. London: The MIT Press.
- Wooldridge, J. (2009). *Introducción a la econometría. Un enfoque moderno, 4a. edición*. South-Western Cengage Learning.
- Zambrano, S., & García, A. (2019). Algunas perspectivas teóricas para el estudio del emprendimiento y el género. *Saber, Ciencia Y Libertad*, 14(1),159-170. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2019v14n1.5216>
- Zott, C., & Raphael, A. (2007). Business Model Design and the Performance of Entrepreneurial Firms. *JSTOR*, 18(2), 181–199. <http://www.jstor.org/stable/25146093>

9. Anexos

Anexo 1

Preguntas sobre el individualismo

N°	Pregunta
1	Prefiero depender de mí mismo que de los demás.
2	Mi identidad personal, independiente de los demás, es importante para mí.
3	Confío en mí mismo la mayor parte del tiempo, rara vez en los demás.
4	Es importante que haga mi trabajo mejor que otros.
5	Disfruto de ser único y diferente a los demás en muchos aspectos.
6	A menudo lo hago "a mi manera".

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2

Preguntas sobre el poder

N°	Pregunta
1	Me ajusto fácilmente a los deseos de alguien que está en una posición más alta que la mía.
2	Es difícil para mí rechazar una solicitud de alguien.
3	Tiendo a seguir órdenes sin hacer preguntas.
4	Me resulta difícil no estar de acuerdo con las figuras de autoridad.
5	Las personas en posiciones más altas tienen más poder que aquellas en posiciones más bajas

Fuente: Elaboración propia