

MUJER Y DESAFÍO EMPRENDEDOR EN ESPAÑA. CARACTERÍSTICAS Y DETERMINANTES

JOSÉ RUIZ NAVARRO
M.ª DEL CARMEN CAMELO ORDAZ

Universidad de Cádiz

ALICIA CODURAS MARTÍNEZ

IE Business School

La importancia económica y social de las mujeres en la actividad emprendedora desperta un interés creciente a nivel nacional e internacional. La contribución femenina al emprendimiento, especialmente en los países más avanzados, constituye un factor que impulsa la igualdad efectiva de géneros y hace a la ciudadanía –mujeres y hombres– responsable de su desarrollo, capacidad de innovación y nivel de bienestar.

Recientes trabajos e investigaciones han puesto de manifiesto las diferencias de género en la actividad emprendedora a través de distintos países, si bien en los últimos años el número de mujeres emprendedoras ha aumentado ostensiblemente (Acs *et al.*, 2005; Gupta *et al.*, 2009). En este sentido, El Proyecto *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) ha examinado la actividad emprendedora en más de 70 países y muestra que en casi todos ellos el ratio entre el porcentaje de mujeres y hombres emprendedores es significativamente desfavorable en términos de participación femenina.

Sin embargo, estas diferencias no significan que la mujer desempeñe un rol secundario en la actividad emprendedora. Es ampliamente reconocido que la mujer juega un importante papel en el proceso de crecimiento económico de los países y en la actividad emprendedora (Minniti *et al.*, 2005). Es por ello que revistas académicas de corte económico, y con especial interés en el fenómeno emprendedor, están reclamando estudios que analicen los factores que promueven y limitan la actividad emprendedora de la mujer, si existen diferencias en dichos factores por razón de género y si constituyen factores universales o muestran diferencias entre países (Langowitz y Minniti, 2007; DeTienne y Chandler, 2007; Gupta *et al.*, 2009). En este sentido se han desarrollado ediciones especiales en revistas académicas de elevado impacto (*Entrepreneurship Theory and Practice*) y se han creado revistas especializadas en el fenómeno emprendedor de la mujer (*International Journal of Gender and Entrepreneurship*).

La intensificación de trabajos de investigación sobre la actividad emprendedora femenina en la última década no se justifica únicamente porque en sí misma constituye un motor del crecimiento económico de los países, sino porque las características distintivas que presentan el fenómeno emprendedor masculino y femenino sugieren la necesidad de un análisis diferenciado. Ambas razones permiten a los investigadores establecer vínculos entre la actividad emprendedora femenina y variables de carácter macroeconómico y microeconómico (creación de riqueza, innovación, dinámica del mercado laboral, redes sociales, etc.) Además, el crecimiento de las fuentes de información capaces de proporcionar datos sobre la actividad emprendedora femenina ha fomentado de manera decisiva la posibilidad y la riqueza de su estudio.

En este sentido, no hay duda de que existe un antes y un después de la implantación del observatorio *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), líder en la provisión internacional de datos sobre la actividad emprendedora, y que incluye variables clave para la comprensión del fenómeno, variables que van más allá de las derivadas del registro empresarial y otras fuentes sustentadas por encuestas menos potentes (1). Por todo ello, el número de la revista *Economía Industrial* que aquí se presenta, está integrado por un conjunto de artículos cuya realización se basa, salvo excepciones, en los datos proporcionados por GEM y se enfoca de manera particular en el entorno femenino.

Recientes acontecimientos que han acaecido en España han constituido la semilla para considerar la

oportunidad, relevancia y el interés de dedicar un número monográfico de la revista *Economía Industrial* al estudio del emprendimiento femenino en España. En el año 2010 el Ministerio de Igualdad, al considerar que esta actividad económica contribuye a reforzar las políticas de igualdad desde una perspectiva práctica, y con el objetivo de conocer a fondo el fenómeno en España y diseñar nuevas líneas de acción para su fomento, encargó a la Universidad de Cádiz, como participe en el Observatorio mundial sobre emprendimiento (Global Entrepreneurship Monitor –GEM–), y en colaboración con el Instituto de Empresa como líder del Proyecto, un amplio estudio sobre la actividad emprendedora desde una perspectiva de género. El resultado de este encargo proporcionó información, conclusiones y recomendaciones referentes al fenómeno emprendedor femenino en España y su posicionamiento en el marco internacional (2). Alguno de los análisis y conclusiones relevantes que se desprendieron de este trabajo son abordadas en el presente artículo.

Por otra parte el proyecto GEM, al que pertenecen los editores de este número y muchos de los investigadores que han colaborado en su desarrollo, se ha consolidado como uno de los principales programas internacionales que analizan e informan sobre la actividad emprendedora. Los informes anuales de los países que participan en el proyecto (70 en 2011) incorporan la perspectiva de género en sus análisis. Además, periódicamente, GEM realiza un informe específico sobre mujer y actividad emprendedora (3). Por último la Universidad de Cádiz, responsable del Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en Andalucía, organizó en 2010 el V Workshop Internacional de Investigación basado en datos GEM dedicado al fenómeno de la mujer emprendedora «*Woman in the Face of The Entrepreneurial Challenge*». En este Workshop se seleccionaron y presentaron 20 investigaciones relacionadas con el fenómeno, procedentes de ocho países diferentes.

El acceso a estas investigaciones y la inquietud por el tema, de interés práctico y académico, es lo que ha movido al equipo editorial a dar divulgación a los resultados e información acumulada en la elaboración del informe encargado por el Ministerio de Igualdad, a publicar los mejores trabajos académicos seleccionados del Workshop, y a invitar a investigadores relevantes, como María Minniti, a participar en este monográfico de *Economía Industrial*.

Este primer artículo de los editores contextualiza las diferentes investigaciones que dan contenido al monográfico. Para lograr este último propósito, se incluye un análisis de las características generales de la actividad emprendedora femenina en España.

CARACTERÍSTICAS Y DETERMINANTES DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO EN ESPAÑA ¶

El análisis que se desarrolla en este apartado tiene como objetivo establecer una visión amplia de las ca-

racterísticas más destacadas de la actividad emprendedora femenina en relación a la masculina en España, abordando para ello el estudio de tres grupos de factores. En primer lugar analizamos las diferencias existentes entre el emprendimiento femenino y masculino, considerando algunos factores contextuales como el sector de actividad, nivel de empleo generado y el grado de internacionalización. Un segundo grupo de factores analizados son las características demográficas y de percepción que presentan los emprendedores y emprendedoras españolas. Para finalizar, abordamos el análisis diferencial de algunos factores que pueden convertirse en impulsores o barreras para el desarrollo de la actividad emprendedora femenina: las redes sociales, la financiación y el apoyo institucional.

Los datos y conclusiones en las que se basa este análisis han sido extraídos del informe desarrollado para el Ministerio de Igualdad en 2010 por el equipo investigador de la Universidad de Cádiz y el Instituto de Empresa dirigido por el profesor Ruiz Navarro sobre el fenómeno emprendedor femenino en España. Sus principales resultados y conclusiones, que se resumen a continuación, se obtuvieron de los datos del observatorio GEM España para el período 2005-2009, de una encuesta específica a una muestra de 800 personas involucradas en el proceso emprendedor en España en el año 2009, así como de la revisión de la bibliografía más importante relacionada con la materia.

Factores contextuales ¶

La elección del sector para el desarrollo de la actividad emprendedora constituye uno de los factores que más diferencias genera entre los hombres y las mujeres emprendedoras (Langowitz y Morgan, 2003; Mayer, 2008). Esta elección condiciona muchas de las características de la actividad emprendedora femenina, pero especialmente, afecta a la dimensión de sus negocios, a su crecimiento e internacionalización.

Según datos del observatorio GEM España, el principal sector de actividad en que participan los emprendedores de ambos sexos a lo largo del período 2005-2009 es el orientado al consumo, sin embargo la proporción de emprendedoras es siempre superior para todo el periodo, agudizándose notablemente en el año 2009. Para este año, los datos también revelan que la mujer demuestra menos interés, o arriesga menos, o halla más obstáculos que el hombre para emprender en los sectores transformador y extractivo. Ambos grupos han visto muy mermada su participación de actividad en el sector de servicios a empresas y similares en el año 2009.

De hecho, en general, la distribución sectorial del emprendimiento femenino, está condicionada en algún grado por los factores limitadores que la literatura asocia en mayor medida a la mujer. Así, por ejemplo, un menor acceso a financiación supone un importante freno para considerar el emprendimiento en sectores que requieren fuertes inversiones (tecnológicos,

CUADRO 1
EVOLUCIÓN DE LA LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA POR GÉNEROS

	2005		2006		2007		2008		2009	
	% H	% M	% H	% M	% H	% M	% H	% M	% H	% M
Sector										
Extractivo	0	0	9,1	5	5,9	2,6	8,3	8,3	6,9	2,2
Transformador	24,7	22,8	32,1	27,8	30,5	23,6	25,8	24,4	32,2	15,8
Servicios	27,4	22,6	24	24,9	26,8	24,4	24,1	21,7	14,7	11,4
Consumo	47,9	54,6	34,8	42,3	36,8	49,4	41,8	45,6	46,2	70,7
Empleo										
Al menos un empleado	89,5	92,9	87,7	87,9	84,9	87,2	86,4	83,5	74,3	75,9
Alta expectativa de crear empleo	6,4	5,8	7,2	7,7	7,9	6,6	7,5	7,8	8,8	2,5
Internacionalización										
Exporta en algún grado	34,9	38,1	39,8	38,2	44,8	40,6	44,5	42,4	30	25,1
Exporta 75% o más de facturación	6,4	4,8	6,3	6,9	8	8,6	7,3	7,8	4,8	2,8

Nota: % H = porcentaje de hombres; % M = porcentaje de mujeres

FUENTE: GEM España. Informes 2005-2009

biotecnológicos, servicios empresariales a gran escala, determinados tipos de comercio, negocios agrícolas y muchos otros), lo que se plasma directamente en una menor presencia de la mujer en los mismos. Asimismo, la falta de equilibrio en cuanto a la conciliación de la vida profesional y familiar constituye un elemento que puede forzar la orientación del emprendimiento femenino hacia sectores que requieran una dedicación menos intensa que otros, dependiendo además de la edad y entorno de las emprendedoras. El tipo de estudios realizados también es, todavía, una variable relevante, pues la elección de carrera o vocación profesional ya ha podido obedecer a una influencia de los clásicos estereotipos masculino-femenino. Por consiguiente, el número de variables que se estima pueden incidir en la elección del sector es elevado y sería importante atender a un análisis más profundo del tema, pues la diversificación y actualización del tejido empresarial español depende de ello, al menos en parte y si, la mujer muestra unos patrones de comportamiento diferenciales en este aspecto, es de la mayor importancia conocerlos para proceder a su ajuste.

Respecto al nivel de empleo generado los datos del observatorio GEM de España del período 2005-2009 ponen de manifiesto que las emprendedoras muestran mayor propensión a crear iniciativas con empleados, si bien el número medio de puestos de trabajo es inferior al generado por las actividades masculinas. Por otra parte, las expectativas proporcionales de iniciativas con alto crecimiento en empleo a cinco años vista siempre son superiores o similares a las masculinas, salvo el año 2009, en que la crisis desencadena un fuerte retraimiento de las emprendedoras en cuanto a dichas expectativas. El efecto es muy drástico en este colectivo, mientras que en el masculino se recupera la tendencia creciente de este indicador. En este contexto, se entiende por alto crecimiento en empleo el llegar a duplicar la plantilla como mínimo en esos cinco años.

En general, las iniciativas emprendedoras, independientemente del género, presentan una creación de empleo muy discreta. El tamaño medio de las empresas no supera el de cinco puestos de trabajo

en más del 90% de los casos. Esta característica afecta tanto a la actividad de hombres como de mujeres y es uno de los principales retos a asumir en aras del logro de una mayor competitividad.

Por último, respecto al grado de internacionalización de la actividad emprendedora los resultados indican que no existen diferencias significativas por razón de género entre los años 2006 y 2008. En el 2005, había mayor proporción de iniciativas femeninas exportando pero la proporción de masculinas con elevada intensidad de exportación era superior. La implicación femenina comienza a distanciarse a la baja de la masculina a partir de 2006 y en 2009 cae de forma mucho más acusada. Esto, lleva a pensar que existen múltiples factores que han influido en la disminución de la intensidad exportadora femenina. Entre ellos cabe destacar la mayor aversión al riesgo, la menor disponibilidad de capital, la influencia de los sectores en que operan y la menor dimensión de los negocios. La información de los factores analizados se resume en el cuadro 1.

Factores demográficos y psicológicos

Un segundo grupo de factores que caracterizan las actividades emprendedoras están relacionados con las variables demográficas y psicológicas o de percepción. Entre los factores demográficos hemos analizado la edad y el capital humano. Entre los factores de percepción: la autoconfianza, el reconocimiento de oportunidades y la tolerancia al riesgo.

Los datos analizados indican que para el período 2005-2009, no se aprecian diferencias significativas en la distribución de la edad de los emprendedores por razón de género. Para los colectivos de hombres y mujeres la edad media está entorno a los 36 ó 37 años (cuadro 2, en la página siguiente).

Un indicador del capital humano lo constituye el nivel de formación de los emprendedores (Colombo y Grilli, 2005; Wennberg *et al.*, 2011). Los resultados de nuestro análisis han puesto de manifiesto que el porcentaje de personas con estudios superiores es muy

CUADRO 2
EVOLUCIÓN DE LAS VARIABLES DEMOGRÁFICAS EN EL PERÍODO 2005-2009

	Edad media				
	2005	2006	2007	2008	2009
Hombre	37,9	37,5	38,1	38,4	36,7
Mujer	37,7	38,4	37,5	39,5	36,4
Participación en la actividad emprendedora de hombres y mujeres con estudios superiores					
Hombre	35,1	33,0	30,8	31,0	36,3
Mujer	37,4	31,1	33,5	33,8	34,4

FUENTE: Informes GEM España. 2005-2009.

CUADRO 3
EVOLUCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN EN LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ESPAÑA DE MUJERES Y HOMBRES CON FORMACIÓN EMPRENDEDORA, EN EL PERÍODO 2008-2009

Mujeres matriculadas según ramas en el curso 2008-2009 (*)	2008-2009	
Ciencias experimentales %	6,46	
Ciencias de la salud %	12,69	
Ciencias sociales y jurídicas %	58,23	
Humanidades %	10,28	
Técnicas %	12,35	
Involucrados en el proceso emprendedor (**)	2008	2009
Hombres que poseen formación específica %	26,1	57,30
Mujeres que poseen formación específica %	30,8	56,60
No involucrados en el proceso emprendedor (**)	2008	2009
Hombres que poseen formación %	23,3	33,80
Mujeres que poseen formación %	20,6	28,80

FUENTES: INE: (***) Estadística de enseñanza universitaria. (***) GEM España 2009.

similar entre ambos sexos, lo cual concuerda con los resultados de investigaciones realizadas en países de la OCDE (Birley *et al.*, 1987; Dolinsky *et al.*, 1993; Fischer *et al.*, 1993). El perfil medio, en ambos sexos, es de emprendedores con un nivel de estudios secundarios y una abundante presencia de personas con estudios superiores.

Si bien los resultados indican que no existen diferencias de género significativas en el nivel de educación, es importante señalar las diferencias en su especialización. Las mujeres emprendedoras universitarias poseen, con mayor frecuencia, títulos en humanidades más que en empresas, ingeniería o disciplinas técnicas, lo cual puede constituir una desventaja respecto a los hombres para emprender en determinados sectores (Brush, 1992; Honing-Haftel y Martin, 1986). En la primera parte del cuadro 3 se aprecia claramente el predominio de matriculación femenina en carreras relacionadas con Ciencias Sociales y Jurídicas en España el año 2009, dato que concuerda con los argumentos expuestos por la literatura sobre este tema.

A partir del año 2008 el observatorio GEM ha obtenido información sobre la formación específica relacionada con el emprendimiento que presentan los emprendedores en España. Los resultados obtenidos indican que este indicador de capital humano está evolucionando muy favorablemente en nuestro país y en un plano de igualdad entre hombres y mujeres, como muestran los datos del cuadro 3. Sin embargo, nuestra investigación ha puesto de manifiesto que cuando la mujer no es empresaria, tiende a

involucrarse menos en este tipo de formación en comparación con el hombre.

Junto a estas dos dimensiones del capital humano (nivel y tipo de educación), la experiencia profesional previa de un emprendedor, emprendedora o capital humano específico también ejerce un impacto fundamental en la actividad emprendedora globalmente considerada (Brüderl *et al.*, 1992). Como señalan algunos autores, las diferencias existentes en este tipo de capital humano entre hombres y mujeres podrían afectar a su capacidad de reconocer oportunidades y por tanto al desarrollo de su actividad emprendedora (Venkataraman, 1997, DeTienne and Chandler, 2007).

En la investigación efectuada se han puesto de manifiesto diferencias en capital humano específico. Así, las mujeres empresarias tienen generalmente menos años de experiencia laboral remunerada previa, una desventaja que disminuye sus probabilidades de éxito (Brüderl *et al.*, 1992). Es importante destacar, a este respecto, la experiencia en puestos directivos, nuestra investigación confirma la desventaja que también afecta a las mujeres emprendedoras españolas. El cuadro 4 muestra que la proporción de mujeres emprendedoras que han desempeñado cargos directivos en empleos anteriores es inferior a la de los hombres. Incluso, en el colectivo que sí tiene experiencia directiva previa, el número promedio de años es inferior, aproximadamente 11 frente a los 13 para los emprendedores. Estas diferencias, aunque no muy elevadas son, no obstante, estadísticamente significativas. Asimismo, también se han advertido diferencias

CUADRO 4
EXPERIENCIA PREVIA EN PUESTOS DIRECTIVOS DEL COLECTIVO EMPRENDEDOR ESPAÑOL
EN FUNCIÓN DEL GÉNERO

¿Tiene años de experiencia previa en puesto directivo?	Hombre	Mujer	Total	Significación
• Sí %	96,10	95,20	95,70	0,000
• No %	3,90	4,80	4,30	0,000
¿Tiene experiencia previa en el sector?	13,43	11,23	12,51	0,000
• Sí %	72,00	52,10	63,60	0,000
• No %	28,00	47,90	36,40	
Años de experiencia previa (Media)	8,89	10,73	10,18	0,019

FUENTE: Informe GEM España. 2005-2009.

CUADRO 5
PREVALENCIA DE FACTORES PERCEPTUALES Y COGNITIVOS DE CARÁCTER EMPRENDEDOR
EN FUNCIÓN DEL GÉNERO EN LA POBLACIÓN ESPAÑOLA EMPRENDEDORA

Conocimientos y habilidades para emprender	2005		2006		2007		2008		2009	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
% afirmativo	92,6	88,3	98,4	97	88,2	87,4	86,1	84,1	89,4	89,5
Prueba X ²	P = 0,000		P = 0,004		P = 0,235		P = 0,092		P = 0,928	
Temor al fracaso										
% afirmativo	23	26,3	28	33,3	33	36	33,5	36,1	35,1	43,3
Prueba X ²	P = 0,038		P = 0,005		P = 0,046		P = 0,0040		P = 0,000	
Percepción de oportunidades										
% afirmativo	49,6	41,2	36,8	32,8	38,1	33,3	29,6	27,2	24,9	20,2
Prueba X ²	P = 0,000		P = 0,022		P = 0,003		P = 0,228		P = 0,004	

FUENTE: Informe GEM España. 2005-2009.

en la experiencia previa en el sector en que se emprende. En este caso, la proporción de hombres que conocen el sector antes de iniciar su experiencia emprendedora es muy superior a la de mujeres. Sin embargo, es cierto que, las que tienen dicha experiencia, superan en tiempo al de los hombres.

Este resultado sugiere un mayor retardo en la toma de decisión de emprender por parte de la mujer, independizándose dentro de un sector que conoce. Las implicaciones son muy diversas, pues indican mayores obstáculos para el emprendimiento femenino, y que pueden referirse a mayor tiempo de espera debido al rol de la mujer en la familia, mayores dificultades para conseguir recursos o financiación o para independizarse de un empleo, entre otros.

Entrando en el análisis del apartado de los factores psicológicos podemos señalar que, las diferencias significativas en los factores de percepción analizados en la población de emprendedores españoles han ido disminuyendo a lo largo del período en algunos aspectos, mientras que en otros se han mantenido. Los datos que ilustran las siguientes conclusiones se pueden visualizar en los cuadros 5 y 6, (en página siguiente). Así, hombres y mujeres emprendedoras presentan altos niveles de autoconfianza, de forma que podemos señalar que, desde el 2007, ambos colectivos se han igualado al respecto, mientras en la población no involucrada en el proceso emprendedor, los hombres muestran una mayor autoconfianza que

las mujeres. Los datos del cuadro 7, en la página siguiente, derivados de un análisis más estricto y específicamente diseñado para medir la autoconfianza emprendedora, son más ilustrativos. Así, se observa cómo, para el año 2009, no se registran diferencias significativas en las evaluaciones de hombres y mujeres en ningún aspecto de los que forman el concepto de autoconfianza emprendedora.

Por otro lado, el temor al fracaso como obstáculo para emprender muestra una mayor prevalencia entre las mujeres, tanto en la población involucrada en el proceso emprendedor como en la que no lo está, si bien, la diferencia entre hombres y mujeres es mucho más acusada en este último grupo.

La capacidad de reconocer oportunidades tiende a ser superior entre los hombres, ya sean emprendedores o no. Sin embargo, los resultados acerca de este factor, parecen sugerir que el estado del entorno para emprender actúa como control, de forma que, el año 2005 se iguala la prevalencia de este reconocimiento entre hombres y mujeres de la población no involucrada, hecho que también se da en el colectivo emprendedor el año 2008, al inicio de la recesión. Al mismo tiempo, se observa que, a medida que la crisis se agravaba, tanto hombres como mujeres han disminuido su percepción de oportunidades.

A partir de los resultados obtenidos en la investigación, también pueden extraerse algunas conclusio-

CUADRO 6
PREVALENCIA DE FACTORES PERCEPTUALES Y COGNITIVOS DE CARÁCTER EMPRENDEDOR EN FUNCIÓN DEL GÉNERO EN LA POBLACIÓN ESPAÑOLA NO EMPRENDEDORA

Conocimientos y habilidades para emprender	2005		2006		2007		2008		2009	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
% afirmativo	55,7	51,5	54,8	42,4	52,6	41,7	52,7	47,3	57,1	45,1
Prueba X ²	P = 0,000		P = 0,000		P = 0,000		P = 0,000		P = 0,000	
Temor al fracaso										
% afirmativo	42,2	48,8	39,7	46,8	43	49,3	46,8	49,8	43,3	55,8
Prueba X ²	P = 0,000		P = 0,000		P = 0,000		P = 0,000		P = 0,000	
Percepción de oportunidades										
% afirmativo	35,4	35,5	28,5	22,7	38,1	33,3	19,3	16	17,6	12,7
Prueba X ²	P = 0,940		P = 0,000		P = 0,003		P = 0,000		P = 0,000	

FUENTE: Informe GEM España. 2005-2009.

CUADRO 7
AUTOCONFIANZA EMPRENDEDORA

	Nula			Baja			Media			Elevada			Muy elevada			Pruebas Chi cuadrado
	H	M	T	H	M	T	H	M	T	H	M	T	H	M	T	
Porcentaje de personas que valoran su capacidad para obtener buenos resultados dirigiendo y motivando a las personas	0,2	0	0,1	4,2	3,4	3,8	10,7	13,4	11,9	71,3	68,6	70,2	13,6	14,6	14	P = 0,638
Porcentaje de personas que valoran su capacidad para organizar recursos y coordinar tareas	0,4	0	0,3	3,1	2,7	2,9	9	8,1	8,6	72,8	73,5	73,1	14,7	15,7	15,1	P = 0,766
Porcentaje de personas que valoran su capacidad para delegar tareas de manera eficaz	0,7	0,6	0,6	9,3	12,4	10,6	11,5	13,9	12,5	66,1	61,6	64,2	12,6	11,5	12,1	P = 481
Porcentaje de personas que valoran su capacidad para supervisar, influenciar y liderar personas	0,4	0,9	0,6	5,5	5,5	5,5	12,7	13,9	13,2	70,4	67	69	11	12,7	11,7	P = 0,788
Porcentaje de personas que valoran su capacidad para obtener los mejores resultados posibles con unos recursos limitados	0	0	0	4,8	2,4	3,8	9,6	10,2	9,9	70	71,6	70,7	15,5	15,9	15,7	P = 0,374

FUENTE: Informe GEM España. 2005-2009.

nes en relación al papel jugado por los estereotipos de género. En este sentido, dichos estereotipos parecen influir en el desarrollo de una percepción diferente entre los hombres y las mujeres respecto a sus capacidades y preferencias por desarrollar una actividad emprendedora. Esta afirmación se basa en investigaciones previas efectuadas en diferentes contextos, incluyéndose el español (Zhao *et al.*, 2005; De Tienne and Chandler, 2007; Camelo *et al.*, 2011) y se han corroborado en este estudio respecto de la población en general. Sin embargo, en la población de emprendedores parece que las mujeres van superando estos estereotipos sociales presentando capacidades y percepciones cada vez más similares a la de los hombres. Como conclusión ciertas diferencias cognitivas o de percepción entre el hombre y la mujer sobre la actividad emprendedora están presentes en la sociedad española (Camelo *et al.*, 2011), sin embargo, se van paliando en la población de emprendedores que parecen haber interiorizado, de igual forma que los hombres, la capacidad de autoconfianza una vez se han involucrado en el proceso emprendedor.

Impulsores y barreras al emprendimiento femenino ↴

Otro grupo de variables analizadas son aquellas que contribuyen al conocimiento de los factores que

facilitan o dificultan el emprendimiento femenino. En esta categoría hemos incluido: las redes sociales, el acceso a financiación y el marco institucional de apoyo a la actividad emprendedora.

A partir de la década de los 90, el número de estudios interesados en analizar el vínculo existente entre las redes sociales y la actividad emprendedora se ha incrementado de manera ostensible (Hansen, 1995; Hoang and Antoncic, 2003; Gordon and Sarah, 2010). La investigación ha encontrado evidencias de que el éxito de un emprendedor guarda una estrecha relación con su capacidad para desarrollar redes sociales y el tipo de redes en las que participa. Esto se debe a que las redes incrementan la base de recursos valiosos para el emprendedor (Shaw, 2006); su capacidad para reconocer oportunidades en el mercado (Bowey and Eston, 2007); acceso a fuentes de información relevantes para el negocio (Steier and Greenwood, 2000); o la posibilidad de supervivencia de la empresa (Huggins, 2000). Además, la literatura ha puesto de manifiesto que las redes sociales, a menudo, aportan a los emprendedores el apoyo emocional y la legitimidad y reputación (Lin, 2001; Lechner *et al.*, 2006; Hsu, 2007) necesarias para sobrevivir durante las primeras etapas de existencia del negocio.

Un número creciente de investigaciones sugiere que las emprendedoras se encuentran en desventaja frente a sus homólogos masculinos debido a que care-

CUADRO 8
RED SOCIAL Y GÉNERO EN LA POBLACIÓN EMPRENDEDORA Y NO EMPRENDEDORA

Población involucrada en el proceso emprendedor										
Posesión de red social emprendedora	2005		2006		2007		2008		2009	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
% afirmativo	54,8	45,6	55,1	48,6	55,6	50,1	55,9	53,7	55,6	44,9
Prueba X ²	P = 0,038		P = 0,000		P = 0,003		P = 0,276		P = 0,000	
Población no involucrada en el proceso emprendedor										
Posesión de red social emprendedora										
% afirmativo	28,1	25,6	40,5	31	34,0	26,4	36,4	31,9	31,0	24,4
Prueba X ²	P = 0,016		P = 0,000		P = 0,000		P = 0,000		P = 0,000	

FUENTE: Informe GEM España. 2005-2009.

cen de redes sociales adecuadas y eficientes (Fielden *et al.*, 2003). Algunos estudios aducen que ello se debe a que las redes sociales de las mujeres son más reducidas (Greve, 1995), menos diversas, o están compuestas de un mayor número de mujeres (Cromie y Birley, 1992; Ruef *et al.*, 2003). Otros apuntan a que las mujeres emprendedoras tienden a apoyarse en mayor medida en redes en las que predominan las relaciones familiares (Renzulli, 1998). También se estima que las mujeres tienen más dificultades para tejer una red de contactos profesionales sólida debido al peso de las responsabilidades familiares en sus vidas (Metz y Tharenou, 2001).

Nuestra investigación apunta a que la posesión de cierta red profesional o conocimiento de otros emprendedores es más patente en el colectivo masculino, ya sea de emprendedores o no, con la excepción del año 2008, en que las proporciones se igualan en la población emprendedora. Los resultados de la cuadro 8, muestran la influencia del entorno y se observa como en 2009, en plena crisis, la proporción de mujeres que conoce emprendedores disminuye de forma dramática.

Otros resultados indican que existen diferencias de género en el tamaño de las redes sociales. Así, el año 2009, se ha estimado que los emprendedores cuentan en promedio con más de 17 personas a las cuales acudir para consultar dudas profesionales, mientras que este número se reduce prácticamente a la mitad en el caso de las mujeres (9 personas). En cambio, si nos centramos en la composición de las redes sociales, nuestros datos invalidan la afirmación de que las emprendedoras acuden en mayor medida a familiares para realizar consultas de índole empresarial y menos a contactos profesionales. Tanto en el caso de los emprendedores como en el de las emprendedoras, la mitad de estas personas son contactos profesionales y un poco menos de la mitad son familiares. Los emprendedores de ambos sexos suelen acudir a sus contactos en función de los conocimientos empresariales o sectoriales que dichas personas poseen.

Por último, respecto a la diversidad de las redes existen elementos que apuntan hacia una cierta desventaja de las mujeres emprendedoras, pues éstas pare-

cen contar con contactos más homogéneos en términos de perfiles profesionales que los hombres.

Otro conjunto de variables analizadas que contribuyen al conocimiento de las dificultades o barreras a las que se enfrentan el emprendimiento femenino es el acceso a la financiación. La literatura ha puesto de manifiesto que las mujeres emprendedoras, en términos generales, tienden a acceder a menos fuentes de financiación y menos capital para sus negocios que los hombres (Marlow, 2006), en general porque no requieren inversiones significativas debido al menor tamaño de sus negocios o a la diferencia en aspiraciones de crecimiento (Heilbrunn, 2004). La hipótesis más reciente que se baraja es que el menor acceso al capital financiero por parte de las emprendedoras es una respuesta racional al alto nivel de riesgo que ellas perciben (Marlow *et al.*, 2008)

Los resultados de nuestra investigación corroboran los resultados de esos estudios, poniendo de manifiesto que el tipo de negocios que están iniciando las mujeres en España necesitan, por término medio, menos financiación que los de los hombres. No obstante, el sector determina la mayor o menor necesidad de capital. Los datos muestran cómo los negocios masculinos en todos los sectores son de mayor envergadura comparados con los de la mujer. La diferencia es muy extrema en el caso del sector extractivo y notable en los demás.

Otra información relevante es que la mujer empresaria tiende más que el hombre a pensar que las emprendedoras tienen más dificultades (5,14) para conseguir financiación bancaria que los emprendedores (4,35), valoraciones que hacen en 2009 en una escala en la que el 9 es el máximo de dificultad..

Según algunos expertos, esta diferencia estaría relacionada con las características antes descritas de las empresas creadas por las mujeres, más que por el género en sí mismo. Las entidades de crédito y otros inversores discriminan en base al tamaño de la empresa, su sector de actividad o su potencial de crecimiento. Otros factores considerados a la hora de apoyar una actividad emprendedora son la experiencia previa de la emprendedora y su riqueza personal. Estos factores po-

drían estar contribuyendo a la mayor dificultad al acceso a la financiación bancaria de las mujeres.

Por último, otro dato relevante es que existe una mayor proporción de mujeres empresarias que prefieren no tener deudas para mantener el control de su negocio, lo cual concuerda con varias investigaciones que aseguran que los emprendedores utilizan más el endeudamiento que las emprendedoras por la mayor propensión al riesgo de estas últimas (Greene *et al.*, 2003). En línea con algunos estudios anglosajones (Carter y Rosa, 1998), las emprendedoras españolas suelen preferir fuentes internas, en lugar de externas, y usan menos instrumentos financieros como descubiertos y préstamos bancarios.

Respecto a la última barrera al emprendimiento considerada en este análisis, el marco institucional de apoyo a la actividad emprendedora femenina, hemos analizado los efectos del programa de microcréditos para mujeres emprendedoras y empresarias que puso en marcha, en el año 2001, la Dirección General de Política de la Pyme en colaboración con el Instituto de la Mujer. Este programa consiste fundamentalmente en financiar, sin necesidad de avales, proyectos empresariales liderados por mujeres y, al mismo tiempo, proporcionarles la asistencia técnica necesaria para su puesta en marcha o para impulsar su consolidación. El resultado de esta prospección (cuadro 11), pone de manifiesto la falta de conocimiento generalizado de éste instrumento de apoyo a la actividad empresarial femenina.

Es de interés resaltar que existe un mayor conocimiento del mismo entre personas que conocen a otros emprendedores, es decir cuya red de contactos en este ámbito está desarrollada, así como entre empresarios y empresarias con mayor propensión al riesgo.

En el conjunto total de la muestra de empresarios y empresarias que ha sido reentrevistado en el marco de este estudio específico, tan sólo el 0,9% ha utilizado el programa de microcréditos para la mujer. Entre las personas que lo conocen, el porcentaje de las que lo han utilizado es un 2,9%, cifra igualmente discreta. El escaso uso del programa de microcréditos resulta coherente con el también escaso porcentaje de mujeres empresarias que consultan con regularidad las ayudas para emprendedoras, el 16,3%.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES ▽

La actividad emprendedora femenina en España ha venido experimentando una mejora sustancial hasta 2009, año en el que sufre una notable disminución. No obstante, los resultados de nuestra investigación ponen de manifiesto que detrás de una participación femenina moderada se esconde una realidad muy relevante de cara al futuro desarrollo económico.

Este discreto nivel de emprendimiento femenino presenta algunos aspectos diferenciales con el emprendimiento masculino que son dignos de resaltar y que

están relacionados con la naturaleza de las iniciativas, los factores psicológicos y el capital humano que las contextualizan.

La naturaleza de las iniciativas emprendedoras de las mujeres, se caracterizan por presentar mayor orientación al consumo, menor potencial de creación de empleo y menor intensidad de internacionalización. Aunque abundan las mujeres y hombres que emprenden con estudios superiores, se observan diferencias por género en la especialización. Las emprendedoras universitarias poseen, con mayor frecuencia, más títulos en humanidades que en empresas, ingeniería o disciplinas técnicas, lo cual las pone en desventaja respecto a los hombres para emprender en determinados sectores. La posesión de formación específica para emprender no presenta desigualdad por géneros en el colectivo involucrado en el proceso emprendedor, pero cuando la mujer no es empresaria tiende a involucrarse menos en este tipo de formación en comparación con el hombre.

Las mujeres empresarias presentan menos años de experiencia laboral y en puestos directivos previos al inicio de su proyecto empresarial. Asimismo, también hemos advertido diferencias en la experiencia previa en el sector en que se emprende. En este caso, la proporción de hombres que conocen el sector antes de iniciar su experiencia emprendedora es muy superior. Sin embargo, las mujeres que tienen dicha experiencia, superan en tiempo a los hombres. Este retraso al parecer viene motivado por los mayores obstáculos de la mujer para dejar el empleo y asumir un rol nuevo más independiente y con mayor responsabilidad.

La motivación mayoritaria del emprendimiento femenino por oportunidad indica que las empresas creadas por mujeres se alejan cada vez más del estigma de negocio de subsistencia y con escaso valor añadido. En ese ámbito personal, de las motivaciones e intenciones, el análisis de los factores de percepción y cognitivos arrojan también otros datos de interés. Así, desde 2007, hombres y mujeres emprendedoras presentan altos niveles de autoconfianza, mientras que en la población no involucrada en el proceso emprendedor, los hombres muestran una mayor autoconfianza que las mujeres. El temor al fracaso sí constituye un elemento diferenciador que actúa como barrera para emprender y que es mayor en el caso de las mujeres. La desigualdad también se observa en la capacidad de reconocer oportunidades, superior entre los hombres, sean emprendedores o no, aunque el entorno para emprender actúa como control.

El conocimiento de otros emprendedores facilita el proceso emprendedor y observamos que en general el efecto de la red de contactos -en tamaño y diversidad- es más intenso en el colectivo masculino. La financiación también presenta características propias en el caso de las iniciativas femeninas, con una menor tendencia al endeudamiento que los hombres. El menor montante de capital que presentan

puede estar relacionado con las características sectoriales de las iniciativas femeninas, con menor presencia en actividades intensivas en capital, y con su menor propensión a asumir riesgo. Del contexto institucional cabe destacar el desconocimiento generalizado que existe de algunos instrumentos de apoyo específico y su escasa utilización.

Las conclusiones del análisis realizado, hasta aquí resumidas, sugieren una serie de recomendaciones específicas que tiendan a corregir las principales carencias de la actividad emprendedora de la mujer en España y a explotar sus potenciales oportunidades. Las políticas orientadas a la recuperación de la productividad, el empleo y el crecimiento económico en España deberán contemplar muy especialmente la modernización de los proyectos emprendedores, lo que supone renovar y ampliar el concepto del emprendimiento y las estrategias que de ello se deriva (Sarasvathy & Venkataraman, 2011). El desafío emprendedor de la mujer puede contribuir notablemente a ello, máxime si se considera el importante potencial de innovación económica y social que puede aportar y el camino a recorrer. Para ello, entre otras acciones, será necesario que sus iniciativas aumenten en diversificación, capacidad de asunción de riesgos, presencia en sectores con más valor añadido, crecimiento en empleo y en mercado y, aumento de la internacionalización.

En este sentido, una de las principales recomendaciones consiste en reorientar parte de las políticas actuales enfocadas al crecimiento del número de iniciativas emprendedoras femeninas hacia otras cuyo énfasis esté en la modernización y calidad de dichas iniciativas. En concreto, en los próximos años será importante que las iniciativas femeninas se diversifiquen, se hagan más innovadoras y competitivas, accedan a sectores en los que históricamente no han emprendido y consigan una mayor presencia en la arena internacional aprendiendo de las mejores prácticas.

Por otro lado, el interés en fomentar la diversificación sectorial deberá sustentarse con programas de financiación privados y públicos, pues emprender en sectores como el primario y el industrial requiere fuertes inversiones con el consiguiente riesgo. Ello debería ir unido a una coordinación y divulgación más eficaz de las ayudas y medidas de apoyo. La escasa utilización de estas medidas y la menor tendencia de la mujer al endeudamiento deberían compensarse con políticas de financiación más ajustadas a las posibilidades de las empresarias, principalmente en la fase inicial y que contemplen el ritmo de crecimiento de la empresa.

Además, para conseguir la diversificación, será necesario complementar la formación sectorial con un asesoramiento específico por sectores, y una mayor coordinación entre los distintos organismos y comunidades autónomas que prestan apoyo a dichas iniciativas. Los canales de información para llevar a cabo las tramitaciones y permisos en los sectores pri-

mario e industrial son más complejos que en el sector servicios y el orientado al consumo. Por consiguiente, el contar con organismos y personal de asesoramiento ágil y preparado será esencial.

Otro tema relevante para el logro de una mayor igualdad, es el grado de implantación de la formación emprendedora en la población en general. Dado que la mayoría de la población que tiene esta formación la adquiere de forma voluntaria y tras la etapa escolar, es importante impulsar su desarrollo como materia obligatoria, tanto en la etapa escolar como tras la misma. Asimismo, y relacionado con lo anterior, una recomendación de cara a las políticas de apoyo a las mujeres que deseen emprender, se orientaría a aprovechar su experiencia laboral y sectorial.

La calidad de las iniciativas estará unida de manera relevante a la transferencia de I+D desde las universidades y centros de investigación, por lo que la mayor intención emprendedora y participación de las universitarias en la generación de spinoffs académicas y su integración en redes y equipos mixtos de emprendedores universitarios será crucial. El largo periodo de maduración de algunas de estas iniciativas, que tienen su fundamento en la investigación de calidad, requiere que se impulsen políticas universitarias activas orientadas a tal fin. Esto, de alguna manera, se relaciona con otro importante reto: mejorar la intensidad y diversidad de las redes sociales de las mujeres, facilitando el acceso a una mayor cantidad de contactos relevantes desde el punto de vista empresarial. En este sentido, también se deberá fomentar el desarrollo de equipos empresariales mixtos, como algo natural y positivo para la diversidad e innovación, donde hombres y mujeres pueden aportar lo mejor de sus características y experiencias diferenciales, impulsando la corresponsabilidad.

Por último, el seguimiento, evaluación y ajuste de las políticas y programas, a la realidad económica y empresarial, es una condición necesaria de toda acción de gobierno. Por ello, la vigilancia de la evolución del fenómeno emprendedor en España, comparándolo con su entorno, y el mejor conocimiento del fenómeno emprendedor femenino seguirá siendo un requisito necesario para el éxito del diseño y ejecución de futuras políticas. La realización de este monográfico, con las investigaciones que se ofrecen, pretende contribuir a ese reto profundizando en el fenómeno de la actividad emprendedora de la mujer.

NOTAS

- [1] La OCDE, el Banco Mundial y la Unión Europea a través del Euro Barómetro, también proporcionan informes y datos relacionados con la creación empresarial y el emprendimiento pero, a diferencia de GEM, se basan más en el registro empresarial o en encuestas de menor impacto geográfico y muestral, lo que limita sus posibilidades investigadoras.
- [2] El informe completo puede obtenerse en: <http://www.uca.es/emprendedores/investigacion-y-estudio>.
- [3] Para más información puede verse: <http://www.gemconsortium.org/>.

BIBLIOGRAFÍA

- ACS, Z., ARENIUS, P., HAY, M. y MINNITI, M. (2005): «2004 Global Entrepreneurship Monitor. Executive Report». London: London Business School and Babson Park, MA: Babson College.
- BIRLEY, S., MOSS, C. y SANDERS, P. (1987): «Do women entrepreneurs require differentiating?». *American Journal of Small Business*, pp. 27-35.
- BOWEY, J. y ESTON, G. (2007). «Entrepreneurial social capital unplugged: an activity-based analysis». *International Small Business Journal*, vol. 25, nº 3, pp. 273-306.
- BRÜDERL, J., PREISENDORFER, P. y ZIEGLER, R. (1992). «Survival Chances of Newly Founded Business Organizations». *American Sociological Review*, vol. 57, nº 2, pp. 227-242.
- BRUSH, C.G. (1992). «Research on women business owners: Past trends, a new perspective and future directions». *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 16, nº 4, pp. 5-31.
- CAMELO ORDAZ, C., CODURAS MARTINEZ, A. y RUIZ NAVARRO, J. (2011). «Cognitive factors and their influence on female entrepreneurship». Comunicación presentada al XXI Congreso Nacional de ACEDE. Barcelona.
- CARTER, S., y ROSA, P. (1998). «The financing of male and female owned-business». *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 10, nº 3, pp. 225-241.
- CODURAS, A. DE LA VEGA, I., JUSTO, R. y CRUZ, C. (2005): Informe GEM España 2005. Fundación Instituto de Empresa, Madrid. ISBN: Depósito Legal M-18.342-2010. ISSN 1695-9302
- CODURAS, A. DE LA VEGA, I., JUSTO, R. y CRUZ, C. (2006): Informe GEM España 2006. Fundación Instituto de Empresa, Madrid. ISBN: Depósito Legal M-18.342-2010. ISSN 1695-9302
- CODURAS, A. DE LA VEGA, I., JUSTO, R. y CRUZ, C. (2007): Informe GEM España 2007. Fundación Instituto de Empresa, Madrid. ISBN: Depósito Legal M-18.342-2010. ISSN 1695-9302
- CODURAS, A. DE LA VEGA, I., JUSTO, R. y CRUZ, C. (2008): Informe GEM España 2008. Fundación Instituto de Empresa, Madrid. ISBN: Depósito Legal M-18.342-2010. ISSN 1695-9302.
- CODURAS, A. DE LA VEGA, I., JUSTO, R. y CRUZ, C. (2009): Informe GEM España 2009. Fundación Instituto de Empresa, Madrid. ISBN: Depósito Legal M-18.342-2010. ISSN 1695-9302.
- COLOMBO, M. y GRILLI, L. (2005): «Founders' human capital and the growth of new technology-based firms: a competence-based view». *Research Policy*, nº 34, pp. 795-816.
- CROMIE, S. y BIRLEY, S. (1992). «Networking by Female Business Owners in Northern Ireland». *Journal of Business Venturing*, vol. 7, nº 3, pp. 237-251.
- DETIENNE D.R. y CHANDLER, G.N. (2007): «The Role of Gender in Opportunity Identification». *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 31, nº 3, pp. 365-386.
- DOLINSKY, A. L., CAPUTO, R. K., PASAMARTY, K. y QUAZI, H. (1993): «The Effects of Education on Business Ownership: A Longitudinal Study of Women». *Entrepreneurship Theory and Practice*, pp. 43-53.
- FIELDEN, S. L., DAVIDSON, M.J., DAWE, A.J. y MAKIN, P.J. (2003): «Factors inhibiting the economic growth of female owned small businesses in North West England». *Journal of Small Business and Enterprise Development*, vol. 10, nº 2, pp.152-166.
- FISCHER, E. M., REUBER, R. A. y DYKE, L. S. (1993): «A theoretical overview and extension of research on sex, gender, and entrepreneurship». *Journal of Business Venturing*, vol. 8, nº 2, pp. 151-168.
- GORDON, I. y SARAH, J. (2010): «HEI engagement with SMEs: developing social capitals». *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, vol. 16, nº 6, pp. 517-539.
- GREENE, P.G., HART, M.M., GATEWOOD, E. J., BRUSH, C.G. y CARTER, N.M. (2003): *Women Entrepreneurs: Moving Front and Center: An Overview of Research and Theory*. Florida: Coleman Foundation.
- GREVE, A. (1995): «Networks and Entrepreneurship – an Analysis of Social Relations, Occupational Background, and the Use of Contacts During the Establishment Process». *Scandinavian Journal of Management*, vol.11, nº 1, pp. 1-24.
- GUPTA, V.K., TURBAN, D.B., ARZU WASTI, S. y Sikdar, A. (2009): «The Role of Gender Stereotypes in Perceptions of Entrepreneurs and Intentions to Become an Entrepreneur». *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 33, nº 2, pp. 397-417.
- HANSEN, E. (1995): «Entrepreneurial networks and new organization growth». *Entrepreneurship: Theory and Practice*, vol. 19, nº 4, pp. 7-21.
- HEILBRUNN, S. (2004): «Impact of gender on difficulties faced by entrepreneurs». *International Journal of Entrepreneurship & Innovation*, vol. 5, nº 3, pp. 159-65.
- HOANG, H. y ANTONCIC, B. (2003): «Network-based research in entrepreneurship: a critical review». *Journal of Business Venturing*, vol. 18, nº 2, pp.165-87.
- HONING-HAFTEL, S. y MARTIN, L. (1986): «Is the female entrepreneur at a disadvantage?». *Thrust: The Journal for Employment and Training Professionals*, nº 7.
- HSU, D.H. (2007): «Experienced entrepreneurial founders, organizational capital, and venture capital funding». *Research Policy*, nº 36, pp. 722-741
- HUGGINS, R. (2000): «The success and failure of policy-implemented inter-firm network initiatives: motivations, processes and structure». *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 12, nº 2, pp. 11-135.
- LANGOWITZ, N.S. y MINNITI, M. (2007): «The Entrepreneurial Propensity of Women». *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 31, nº 3, pp. 341-364.
- LANGOWITZ, N.S. y MORGAN, C. (2003): «Women entrepreneurs: breaking through the glass barriers». En: J. Butler (ed.): *New perspectives on women entrepreneurs*. Greenwich, CT: Information Age Publishing, pp. 101-119.
- LECHNER, C., DOWLING, M. y WELPE, I. (2006): «Firm networks and firm development: the role of the relational mix». *Journal of Business Venturing*, nº 21, pp. 514-540.
- LIN, N. (2001): *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. Cambridge University Press, New York.
- MARLOW, S. (2006): «A safety net or ties that bind? Women, welfare and self-employment». *International Journal of Sociology & Social Policy*, vol. 26, nº 9/10, pp. 397-410.
- MARLOW, S., SHAW, E. y CARTER, S. (2008): «Risk, rationality and gender: a critical analysis of the demand for finance by women business owners», paper presented at British Academy of Management Conference, Harrogate, September.
- MAYER, H. (2008): «Segmentation and segregation patterns of women-owned high-tech firms in four metropolitan regions in the United States». *Regional Studies*, vol. 42, nº 10, pp.1357.
- METZ, I. y THARENOU, P. (2001): «Women's Career Advancement: The Relative Contribution of Human and Social Capital». *Group & Organization Management*, vol. 26, nº 3, pp. 312-342.
- MINNITI, M., ARENIUS, P. y LANGOWITZ, N. (2005): «2004 Global entrepreneurship monitor special topic report: women and entrepreneurship». Babson Park, MA: Center for Women's Leadership at Babson College.
- OECD (2009): *Measuring Entrepreneurship: A Digest of Indicators*, 2009 edition.
- RENZULLI, L. (1998): «Small Business Owners, Their Networks, and the Process of Resource Acquisition», Department of Sociology, University of North Carolina at Chapel Hill. Master's thesis.
- RUEF, M., ALDRICH, H.E. y CARTER, N.M. (2003): «The Structure of Founding Teams: Homophily, Strong Ties and Isolation among U.S. Entrepreneurs». *American Sociological Review*, vol. 68, nº 2, pp. 195-222.
- RUIZ-NAVARRO, J., CAMELO, C., DE LA VEGA GARCÍA-PASTOR, I., CODURAS-MARTÍNEZ, A. y JUSTO, R. (2010): *Mujer y desafío emprendedor en España*, Universidad de Cádiz e Instituto de Empresa.
- SARASVATHY, S.D. y VENKATARAMAN, S. (2011): «Entrepreneurship as Method: Open Questions for an Entrepreneurial Future». *Entrepreneurship Theory and Practice*, nº 35, pp. 113-135.
- SCHRÖR, H. (2009): European Commission, Eurostat. *Entrepreneurship Indicators: 'Employer Business Demography' and High-Growth Enterprises in Europe*. Statistical Office of the European Communities. Unit G1: Structural Business Statistics.
- SHAW, E. (2006): «Small firm networking». *International Small Business Journal*, vol. 24, nº 1, pp. 5-29.
- STEIER, L. y GREENWOOD, R. (2000): «Entrepreneurship and the evolution of angel financial networks». *Organization Studies*, vol. 21, nº 1, pp. 163-93.
- VENKATARAMAN, S. (1997): «The distinctive domain of entrepreneurship research: An editor's perspective». In J. Katz & R. Brockhaus (Eds.), *Advances in entrepreneurship, firm emergence, and growth* Greenwich, CT: JAI Press. vol. 3, pp. 119-138.
- WENNBERG, K; WIKLUND, J. y WRIGHT, M. (2011): «The effectiveness of university knowledge spillover: performance differences between university spin offs and corporative spinoffs». *Research Policy*, nº 40, pp. 1128-1143.
- WORLD BANK GROUP ENTREPRENEURSHIP SNAPSHOTS (WBGES) FAQs, 2010.
- ZHAO, H., SCOTT, E.S. y HILLS, G.E. (2005): «The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions». *Journal of Applied Psychology*, vol. 9, nº 6, pp. 1265-1272.