

FACTORES DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO: UNA REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.

Daniela Giménez.¹
econdanielagimenez@gmail.com
VENEZUELA

Fecha de recepción: 08 de enero de 2012
Fecha de aceptación: 15 de febrero de 2012

RESUMEN

El propósito del estudio es la revisión de 21 artículos de literatura de los factores determinantes del emprendimiento femenino, enmarcándolos a tres niveles: psicológico, sociocultural y económico. Luego se propone un modelo de creación de empresas por mujeres. Se observó que a nivel psicológico las mujeres son menos propensas a estudiar disciplinas en negocios y las mujeres empoderadas generan mayor posibilidad de éxito. Los factores socioculturales están relacionados directamente a la familia. Finalmente, los factores económicos observados son que las mujeres tienden a crear empresas en el sector servicios y se enfrentan a barreras para la obtención de financiamiento.

Palabras clave: Mujeres, emprender, factores y propensión.

ABSTRACT

The purpose of this study is to review 21 articles over the factors that determinate female entrepreneurship, within the three levels of context: psychological, socio-cultural and economic. Furthermore, it is suggested a model of creation for women's new ventures. Some of the findings show that women are less likely to study business related subjects do to psychological factors and empowered women lead greater chances of success. In the socio-cultural aspects where closely related to family. Finally, the economic factors found that women enterprises are mostly focus on the service sector and they confront financial barriers.

Key words: Women, entrepreneur, factors and propensity..

Introducción

La creación de nuevas empresas representa una parte importante del crecimiento económico (Davidsson et al.,1994; Wennekers & Thurik, 1999; Carree et. Al, 2002). Es por ello que el incentivar la creación de nuevas empresas genera un impacto positivo en el desarrollo económico, generando así mayor bienestar en la sociedad.

1 Estudiante de Doctorado en Creación y Gestión de Empresas

Se ha observado que el nivel de participación de las mujeres en la actividad empresarial cada vez es más alto; sin embargo, sigue siendo significativamente más bajo en comparación con los hombres (Langowitz & Minniti, 2007). Se hace primordial involucrar más a las mujeres en el ámbito empresarial. Por esta razón, la propensión de las mujeres a la creación de empresas ha sido tema de debate entre los investigadores en género.

Los estudios sobre el emprendimiento femenino se basan en la diferencia empresarial entre sexos, contrastando los factores que incentivan a las mujeres y hombres para la creación de empresas (Langowitz & Minniti, 2007; Powell & Greenhau, 2010; (Roper & Scott, 2009; Coleman, 2007; Wagner, 2007; Orser et al., 2006; Verheul et al., 2006; Marlow & Patton, 2005; Vecchio, 2002; Verheul & Thurik, 2001).

La teoría feminista propone que las razones de estas diferencias vienen dadas por el género, definiendo dos perspectivas: determinación biológica y diferenciación social (Kimmel, 2000). La primera se refiere a las diferencias biológicas entre las mujeres y los hombres, tales como el cerebro y sus hormonas. La segunda perspectiva niega las diferencias biológicas y considera que las diferencias de las actitudes y el comportamiento entre los géneros son debido a las diferencias sociales entre niños y niñas (Yordanova, 2008).

Para comprender las características que distinguen el emprendimiento entre hombres y mujeres, la teoría feminista muestra dos distinciones: el feminismo liberal y socialista (Verheul, 2005). El feminismo liberal sostiene que las diferencias entre hombres y mujeres se deben a factores biológicos hormonales, genes, entre otros mientras el feminismo socialista asume que estas diferencias son causada por factores predispuestos como la cultural y situacional (Fischer, 1992). Sin embargo, no se tiene un marco teórico concreto sobre las mujeres y el emprendimiento.

Por ello, el propósito de este estudio es realizar una revisión de literatura de los factores relevantes que determinan la creación de empresas desde el punto de vista femenino el cual complementa al marco teórico en esta disciplina. En la literatura se observó que los factores determinantes del emprendimiento femenino se pueden dar a tres niveles: psicológico, sociocultural y económico. En este estudio se tomará en cuenta los tres niveles, y en el caso sociocultural nos enfocamos al aspecto familiar. Posteriormente, se propone un modelo en el cual se muestran la influencia de estos factores a la creación de empresas por mujeres.

Para alcanzar este objetivo se realizó una revisión últimos 10 años de literatura. La base de datos empleada para la búsqueda fue «ISI Web of Knowledge» con las palabras clave: mujer emprendimiento, factores, propensión, razón, motivación, inicio (women, female, entrepreneur, factors, star-up, reasons, propensity, motivation). Se obtuvieron 25 artículos sobre emprendimiento femenino. En cuanto a la literatura utilizada, se realizó una revisión de cada uno de los artículos, seleccionando 21 artículos vinculados con la investigación.

El estudio busca fortalecer el marco teórico sobre el emprendimiento femenino, basándose en la revisión de literatura. Además, brinda apoyo para la formulación de políticas públicas ya que conociendo los factores relevantes del emprendimiento femenino, se pueden diseñar políticas específicas a incentivar la creación de empresas por mujeres.

El artículo se estructura en tres partes: el siguiente apartado se analiza la literatura donde se observa los factores relevantes del emprendimiento de las mujeres en sus tres niveles. Posteriormente, se propone un modelo a través de las proposiciones planteadas y, finalmente se aportan las conclusiones del estudio.

FACTORES DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO: PSICOLÓGICO, SOCIOCULTURAL Y ECONÓMICO

Realizando la revisión de literatura se observaron tres niveles para el estudio del emprendimiento: psicológico, sociocultural enfocado a la familia y económicos.

Factores psicológicos

Entre los aspectos psicológicos considerados determinantes del emprendimiento de las mujeres es el nivel de satisfacción, el cual afecta significativamente en el hecho de crear una empresa (Verheul et al., 2006). Otros factores que influyen es percepción de oportunidades y la autoevaluación subjetiva, tal como habilidades y conocimiento adecuado, sin embargo, el miedo al fracaso se encuentra negativamente relacionado con el emprendimiento de las mujeres (Langowitz & Minniti, 2007). A pesar de ello, las mujeres son menos influenciadas por el temor al fracaso en comparación con los hombres (Wagner, 2007).

Se ha identificado que las mujeres empoderadas hacen influir positivamente en las empresas, a causa que estas mujeres tienen una visión estratégica de negocio (Morris et al. 2006) y emplean un estilo gerencial mas transformacional

que transaccional (Vecchio, 2002). Es decir, el hecho de ejercer liderazgo para las directivas es relevante, además el estilo de gerencial transformacional tiene un impacto positivo sobre la eficacia del equipo de trabajo (Rodríguez-Ponce et al., 2010).

La independencia y la búsqueda de un ambiente agradable de trabajo motivan a las mujeres a ser emprendedoras en mayor grado que los factores de desempleo o falta de oportunidades (Hughes, 2003).

Existen estudios que demuestran que las mujeres perciben el hecho de ser propietarias de su empresa ofrece la oportunidad de ser autónomas, libres, integras y balance en su vida. Por el contrario, la sensación generada en las organizaciones privadas son frustración, restricción y decepción (Mallon & Cohen, 2001).

En una investigación realizada en los países nórdicos se observó la propensión de las mujeres a iniciar una empresa venía dada, si la persona percibía que tenía las habilidades y el conocimiento necesario. Cabe destacar que las mujeres sostienen que no cuentan con estas habilidades. Además los resultados confirmaron que la percepción de las oportunidades de negocio y el capital social influencia la decisión empresarial (Arenius & Kovalainen, 2006). Probablemente esta percepción está relacionada con el hecho de que las mujeres tienen menor experiencia en lugares trabajo que los hombres (Beaucage et al., 2004), son menos propensas a estudiar disciplina en negocios o tienen menor experiencia gerencial (Coleman, 2007), es decir, los hombres tienen mayor conocimiento empresarial y su educación está más relacionada a la gerencia de negocio (Clifford, 1996; Scott, 1986).

Basado en el análisis anterior, se plantean las siguientes proposiciones:

Proposición 1: Las mujeres tienden a crear empresas en búsqueda de superación personal.

Proposición 2: Las mujeres son menos propensas a estudiar disciplinas en negocios que los hombres.

Factores socioculturales relacionados con la familia

Entre los factores socioeconómicos en este artículo se relacionan directamente con la familia ya que a través de la revisión de literatura se observó que es un factor primordial en la creación de empresas. Verheul et al. (2006) observó que la familia influencia positivamente al espíritu empresarial en ambos géneros. El hecho de trabajar autónomo permite

un horario flexible, trabajar desde el hogar y pudiendo dedicar mayor apoyo a la familia. En consecuencia el ser propietario de su propia empresa se adapta a las necesidades familiares. Por otro lado, observaron si los hombres se convierten en empresarios, probablemente sus esposas contribuyan como trabajadoras familiares no remuneradas. Sin embargo, si las mujeres trabajan como autónomas, sus esposos no son propensos a involucrarse en sus empresas.

La familia es un factor importante que incentiva a las mujeres a emprender. El hecho de tener familia lleva a las mujeres a tener menos tiempo para dedicarse a las empresas; ya que los niños pueden absorber gran parte del tiempo y podría conducir al fracaso de la empresa (Williams, 2004). No obstante, el hecho de tener los niños y niñas podría generar un efecto positivo en la probabilidad de éxito de las empresas constituidas por mujeres debido a varios factores, no sólo el tiempo dedicado al cuidado de los niños y niñas fue tomado, sino otros efectos positivos como: dependiendo de su edad, los hijas o hijos podrían realizar labores de servicios colaborando en la empresa o asistiendo en el cuidado de los hermanos o hermanas menores, los hijos o hijas pueden motivar al trabajo autónomo. Esto podría generar un efecto positivo entre el número de hijos y el éxito de la empresa. Es importante destacar que se debe considerar los aspectos legales que enmarcan el trabajo de los menores de edad.

Sin embargo, estos factores dependen del contexto, situación y cultura, donde las mujeres se desempeñen y tenga intención de crear una empresa, es importante tomar en cuenta las características del contexto (Arenius & Kovalainen, 2006).

En un estudio realizado en Turquía por Ufuk y Ozgen (2001) demostró que las mujeres perciben que al ser emprendedoras afecta negativamente en su vida familiar, mientras genera un efecto positivo en su vida social, económica e individual. Los resultados mostraron que existe conflictos entre el rol empresarial con su rol en el hogar (esposa, madre, trabajadora domestica no remunerada). Generando efectos como presión por las altas expectativas de la familia, fatiga física y mental, y como consecuencia, desarrollando un desbalance en su vida familiar y empresarial. Por ello, es importante observar el contexto cultural en el cual las mujeres se desempeñan.

En busca de integrar los factores antes mencionados, tal como la familia, la toma de decisiones, la cultura y el género, Powell y Greenhaus (2010) realizaron un modelo en el cual se muestran los distintos factores tanto los familiares, decisiones laborales, modeladoras de la población y culturales. Este modelo nos explica los factores de dominio familiar influenciado por las reglas adoptadas por la toma de decisiones y de este modo que sus

identidades queden entrelazadas con el sexo y los factores familiares dominantes con tres tipos de decisiones individuales las cuales podrían dominar en sus empleos (rol de entrada, rol de participación y rol de decisión de salida). Además fueron tomados en cuenta aspectos culturales y de género.

Se sugiere la siguiente proposición donde se relaciona a la familia con la creación de empresas por mujeres:

Proposición 3: La familia influye positivamente a las mujeres a la creación de empresas ya que le genera flexibilidad de tiempo y trabajar desde el hogar.

Factores económicos

Entre los factores económicos se encontró que las empresas propiedad de mujeres muestran un crecimiento más lento en las ventas (Orser et al., 2006), son menos orientadas al crecimiento y obtienen menos beneficios, esto puede ser generado porque las mujeres son menos orientadas a estudiar disciplinas en negocio y tienen menos experiencia gerencial (Coleman, 2007). Por ello, probablemente las mujeres tienen mayores obstáculos en la obtención de financiamiento (Coleman, 2007; Marlow & Patton, 2005).

A pesar que las mujeres estudian menos disciplinas en negocios, los rasgos y valores de las mujeres que lo estudian tienen poca diferencia entre los hombres. El estudiar esta disciplina depende de la percepción del individuo, la atracción y selección del programa, las características demográficas, entre las características laborales se sienten más atraídos a emprender por la actualización que el temor a ser despedidos, y entre los rasgos empresariales están vinculados al amor de la gestión (Malach-Pines & Schwartz, 2008).

Las mujeres emprendedoras reciben menos capital de financiamiento debido a la falta de confianza en sus capacidades empresariales, lo que disuade a las mujeres de obtener un mayor monto en el capital financiero. Las emprendedoras son más propensas a asignar mayor valor a la «calidad» en lugar de la «cantidad» en los aspectos de la vida (Verheul & Thurik, 2001). Por lo tanto, las mujeres evalúan sus éxitos en los negocios relacionando sus logros con su vida profesional, en cambio los hombres asumen estos éxitos a través de criterios cuantitativos, tal como ventas, ganancias (Carter et al., 2003).

En su investigación sobre la percepción de las barreras financieras y la decisión de crear una empresa analizada por géneros, Roper y Scott (2009) exponen que en Reino Unido se tiene la percepción entre la población

que las barreras financieras son más fuertes para las mujeres y esto podría generar la falta de voluntad de buscar financiación para emprender un negocio. Por ello, proponen que es importante tomar medidas necesarias para corregir esta percepción e incentivar a las mujeres emprendedoras de ser ambiciosas en la búsqueda de financiación.

Sin embargo, Verheul y Thurik (2001) sugieren en su investigación que las mujeres son capaces de adquirir mayor proporción de préstamos bancarios, en el caso del patrimonio y préstamos bancario cuanto se controla el perfil de la mujer, cuando no hay efecto significativo en el sexo del empresario o empresaria en la composición del capital; no obstante, cuando son controlados los efectos del género sobre el patrimonio negativo, mientras el efecto de los préstamos bancarios es positivo. Dentro de sus resultados destacan que se espera que las emprendedoras utilicen con mayor eficacia el capital a pesar de ser pequeño. Opinan que las mujeres tienen menor capital financiero comparado con los hombres emprendedores pero las mujeres son más eficientes en la utilización de los recursos escasos.

Estas barreras para la solicitud de financiamiento podrían ser explicadas porque las mujeres se concentran en la creación de empresas en el sector servicios y ventas al por menor, como consecuencia, sus negocios son de menor tamaño (Orser et al., 2006). En contraste, los hombres tienen mayor éxito en la obtención y oportunidad de financiamiento ya que tienden a crear nuevos productos o entrar en el sector tecnológico (Carter et al., 2003).

Por otro lado, Verheul et al. (2009) investigaron las decisiones de asignación del tiempo en nuevas empresas distinguiendo entre los géneros, donde realizaron un modelo el cual diferencia los efectos de estas preferencias y la productividad en el número de horas de trabajo. Se evidenció que en promedio las mujeres invierten menos tiempo dentro de las nuevas empresas que los hombres, como el tiempo empleado a trabajar en promedio es menor, su productividad por hora laborable disminuye. La menor preferencia al trabajo puede ser explicada a través de los factores como disponibilidad de otros ingresos, la aversión al riesgo, mientras la baja productividad es debida al bajo capital financiero y el hecho de crear relativamente empresas pequeñas. Luego del análisis lineal y de beneficios encontraron una relación negativa entre el género y las horas de trabajo y beneficios. Esto podría demostrarnos los factores económicos por los cuales las mujeres tienen mayores barreras en la obtención de financiación.

Después de observar los factores económicos que determinan el emprendimiento de las mujeres, a continuación plantean las siguientes proposiciones:

Proposición 4: Las mujeres asignan un valor alto a los aspectos de calidad brindando ventaja competitiva a su empresa.

Proposición 5: Las empresas creadas por mujeres se encuentran mayormente en el sector servicios.

Proposición 6: Las creadas por mujeres tienen más dificultades de obtención de financiamiento que las empresas fundadas por hombres

Luego de analizar la literatura, se sugiere el siguiente modelo de creación de empresas por mujeres en función de los factores psicológicos, socioculturales y económicos:

El modelo sugiere que hay tres niveles determinantes del emprendimiento femenino, gracias a las contribuciones de los artículos revisados (Anexo I). De los factores psicológicos encontramos que las mujeres tienden a crear empresas ya que buscan ser independientes, autónomas, flexibles, manejar su propio equipo de trabajo, con lo cual se crea un mejor ambiente

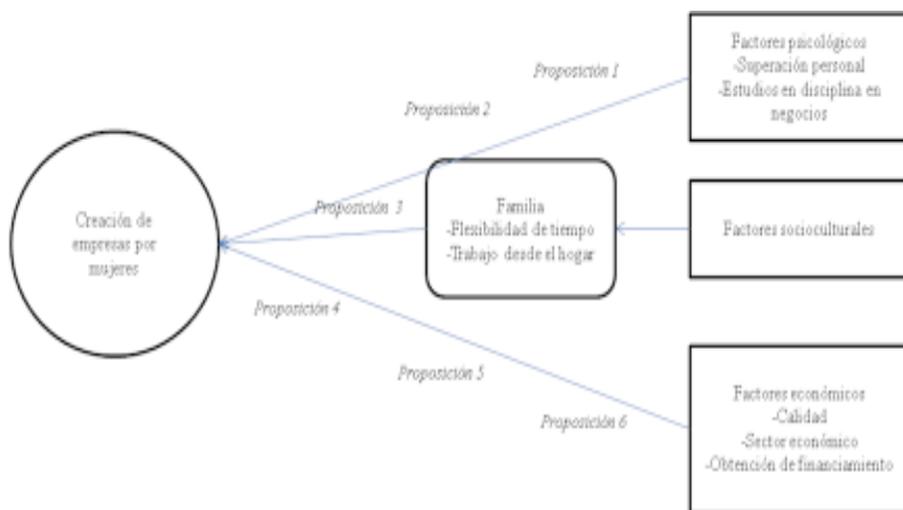


Gráfico 1. Modelo del emprendimiento femenino a través de los factores psicológicos, socio-culturales y económicos. Fuente: Elaboración Propia.

laboral y además pueden ejercer su liderazgo en la empresa, esto las empodera, las mujeres entrelazan sus objetivos personales con los empresariales. Por otro lado, las mujeres son menos propensas a estudiar disciplinas en negocio, haciendo que tengan menos conocimientos previos gerenciales y perciban que tienen menos habilidades para gestionar que los hombres.

Dentro de los factores culturales se relaciona directamente con la familia como factor determinante de la creación de empresas por cuanto el hecho de tener empresas autónomas las mujeres tiene flexibilidad de tiempo y pueden trabajar desde el hogar, prestándoles mayor cantidad y calidad de tiempo a sus familias.

Entre los factores económicos las mujeres dan mayor valor a los aspectos de calidad, lo cual podría ser enfocado a generar ventajas competitivas en el ámbito empresarial siendo que las estrategias de negocio de las empresas fundadas por mujeres podrían enfocarse en la calidad y ser más competitivas en el mercado. Las mujeres tienden a crear empresas en el sector económico de servicios, lo que genere un crecimiento más lento y son menos enfocadas al crecimiento. La obtención de financiamiento es vital para la creación de empresas y las mujeres tienen mayores barreras para su obtención, probablemente esto explica el lento crecimiento de las empresas.

La idea de este modelo es resaltar los aspectos positivos que determinan a las mujeres a crear empresas tal como es su deseo de superación, la flexibilidad de tiempo al tener su propia empresa y el hecho de estar más tiempo trabajando desde el hogar, además el hecho intrínseco de las mujeres de apreciar la calidad puede ser un recurso importante para generar ventajas competitivas en el mercado, tal como la calidad de los productos elaborados por empresas fundadas por mujeres.

Con este modelo se busca enfatizar los factores negativos y transfórmalos en factores positivos del emprendimiento, es decir, impulsar a las mujeres a estudiar disciplinas en negocios lo cual hace que tengan mayor conocimiento previo sobre gerencia y sientan más seguras al emprender. Mostrarles a las mujeres que pueden crear empresas en otros sectores económicos en los cuales pueden ser altamente competitivas ya que pueden vincular su percepción de calidad en diferentes sectores económicos. Por último, cambiar la percepción que las mujeres tienen mayores barreras para la obtención de financiamiento ya que perciben este rechazo y produce falta motivación a emprender, por ello, es importante el apoyo del Estado para cambiar esta percepción con la formulación de políticas públicas que protejan los derechos de las mujeres.

CONCLUSIONES

A partir del modelo propuesto se pueden plantear las siguientes reflexiones que a lo largo del artículo se han presentado, esgrimiendo los principales factores psicológicos, socioculturales relacionados a la familia y económicos.

Factores psicológicos

El hecho de convertirse en emprendedoras hace que las mujeres se sientan empoderadas, y si las mujeres están empoderadas, la probabilidad de éxito de las empresas es más alta ya que están enfocadas en estrategias de crecimiento. Como las mujeres relacionan sus objetivos personales con los profesionales, sería importante hacer campañas de lo interesante y emocionante que es emprender un negocio, mostrando mujeres emprendedoras donde se muestre su nivel satisfacción y realización en este ámbito.

La falta de confianza entre las mujeres afecta negativamente a la propensión de crear empresas. Las mujeres perciben que tienen menos habilidades y destrezas que los hombres. En la formulación de políticas públicas debería observarse y apoyarse a las mujeres, cambiando esta percepción, asegurándose que ellas tengan acceso a oportunidades educativas, experiencia y entrenamiento gerencial (Coleman, 2007).

Tal como indica el modelo es importante resaltar la importancia de estudiar disciplina en negocios para que las mujeres empresarias tengan un mejor conocimiento en la materia generando de este modo una base gerencial, lo cual se traduce en mayores habilidades y destrezas al momento de crear una empresa. Por ello, se considera importante que las escuelas de negocios y las universidades se involucren en exponer los beneficios de estudiar estas disciplinas, enfocándolo a las mujeres a fin de buscar incentivarlas a forma parte de estas disciplinas.

Factores socioculturales relacionados a la familia

Otro factor resaltante es el rol femenino en la familia. Las mujeres son asociadas con el cuidado de los hijos e hijas y por ello, consideran que al emprender una empresa afectaría de manera negativa en su rol en el hogar. Sin embargo, esto podría tener un efecto positivo motivador para trabajar independiente, depende de la edad de las hijas o hijos ya que pueden contribuir a trabajar en la empresa de la madre o el cuidado de los hermanos o hermanas menores, afectando positivamente al desempeño

de la empresa. Además, el ser empresarias independientes se encuentra relacionado positivamente entre ambos sexos pues el hecho de ser empresarios y empresarias permite tener un horario más flexible y dedicar mayor tiempo a la familia (Verheul et al., 2006).

Considerando el modelo y después revisar la literatura se puede concluir que la familia no es un impedimento para el desarrollo de una empresa sino es factor relevante. Dentro de la campaña donde se muestren mujeres emprendedoras se podría decir que el hecho de tener una empresa autónoma hace que las mujeres tengan flexibilidad de tiempo y mayor dedicación a la familia, es decir, la relación mujer-familia-empresa es estrecha y no desvincula a las mujeres con su rol familiar.

Por otro lado, se debe tomar en consideración lugares de cuidado de los niños y niñas, podría sugerirse programas estatales, tal como jardín de infancia matutinas subsidiadas por el Estado, así las mujeres tienen mayor disponibilidad de tiempo para trabajar en sus empresas y luego poder dedicarse a su familia.

Factores económicos

Como la naturaleza de las mujeres se encuentra enfocada a la «calidad» en todos los aspectos de la vida, sus empresas no se desvinculan de esta visión de alta calidad y flexibilidad. Gracias a estas características permite comprender como las mujeres compiten dentro de la pequeña y media empresa ya que competiría con calidad y rápida flexibilidad.

Sería interesante mostrarles a las mujeres emprendedoras que su alta asignación en los aspectos de calidad, se podría generar como un recurso para competir en los mercados y traducirlo en ventajas en cualquier sector económico. Por eso, es importante que las mujeres se vinculen mas con los estudios en negocios para observar cuales son recursos y capacidades internas y tener la determinación de emprender una empresa.

Por último, cambiar la percepción de las dificultades en la obtención de financiamiento por las mujeres, eliminando esa barrera que se perciben por sexos, fortaleciendo a las mujeres y brindando mayor seguridad al momento de solicitar financiamiento. En este sentido, se debe considerar el rol significativo del Estado porque a través de políticas públicas esta percepción podría ser cambiada; por ejemplo, en la República Bolivariana de Venezuela en el año 2001 se creó un banco, llamado BanMujer, el cual impulsa desarrollo de grupos y cooperativas creadas por mujeres ofreciendo créditos, microcréditos y otros servicios financieros.

Estas conclusiones proveen una base para la formulación de políticas públicas con perspectiva de género las cuales ayuden a incentivar el emprendimiento femenino al momento de definir estrategias de motivación empresarial y permite a los investigadores tener los aspectos sobresalientes tanto psicológicos, socioculturales y económicos que influyen en las mujeres para la creación de nuevas empresas. Por lo tanto, una próxima investigación podría considerar la ampliación de la literatura, utilizando otra base de datos y realizar un trabajo empírico para demostrar que estos factores son relevantes en el contexto venezolano, tomando en cuenta una muestra representativa de las mujeres emprendedoras.

Referencias bibliográficas

- Arenius, Pia y Kovalainen, Anne (2006). Similarities and differences across the factors associated with women's self-employment preference in the Nordic countries. *International Small Business Journal*, Vol. 24, Londres, Sage Publications Ltd., 31-59.
- Beaucage, André; Laplante, Normande y Legare, Renée (2004). The shift to self-employment: An imposed choice or an obvious choice? *Relations Industrielles-Industrial Relations*, Vol. 59, Quebec, Reveu Relations Industrielles Industrial Relations, 345-378.
- Beugelsdijk, Sjoerd y Noorderhaven, Niels (2005). Personality characteristics of self-employed; An empirical study. *Small Business Economics*, Vol 24, Dordrecht, Kluwer Academic Publ., 159-167.
- Carree, Martin; Van Stel, André; Thurik, Roy y Wennekers, Sanders (2002). Economic development and business ownership: An analysis using data of 23 OECD countries in the period 1976-1996. *Small Business Economics*, Vol. 19, Dordrecht, Kluwer Academic Publ., 271-290.
- Carter, Nancy; Gartner, William; Shaver, Kelly y Gatewood, Elizabeth (2003). The career reasons of nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, Amsterdam, Elsevier Science BV, Vol. 18, 13-39.
- Clifford, Valerie (1996). A case study of a feminist small business: Theory into Practice. *International Review of Women and Leadership*, Vol. 14, Perth, Edith Cowan University, 98-111.
- Coleman, Susan (2007). The role of human and financial capital in the profitability and growth of women-owned small firms. *Journal of Small Business Management*, Vol. 45, Oxford, Blackwell Publishing, 303-319.

- Davidsson, Per; Lindmark, Leif, & Olofsson, Christer (1994). New firm formation and regional-development in Sweden. *Regional Studies* , Vol. 28, Oxfordshire, Carfax Publ Co., 271-290.
- Fischer, Eileen (1992). Sex differences and small business performance among Canadian retailers and service providers. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, Toronto, Inderscience Publisher Ltd., 2-13.
- Hughes, Karen (2003). Pushed or pulled? Women's entry into self-employment and small business ownership. *Gender Work and Organization* , Vol. 10, Oxon, Blackwell Publ Ltd., 433-454.
- Kalleberg, Arne y Leight, Kevin (1991). Gender and Organizational Performance: Determinants of Small Survival and Success. *Academy of Management Journal* , Vol. 34, Birmingham, Academy of Management, 136-161.
- Kimmel, Michael (2000). *The gendered society*. New York Oxford: Oxford University Press.
- King, Robert y Levine, Ross (1993). Finance, Entrepreneurship, and Growth- Theory and evidence. *Journal of monetary economics* , Vol. 32, Amsterdam, Elsevier Science BV, 513-542.
- Langowitz, Nan y Minniti, Maria (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship Theory and Practice* , Vol. 31, Oxon, Blackwell Publishing, 1042-2587.
- Malach-Pines, Ayala y Schwartz, Dafna (2008). Now you see them, now you don't: gender differences in entrepreneurship. *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 23, Yorkshire, Emerald Group Publishing Limited, 811-832.
- Mallon, Mary y Cohen, Laurie (2001). Time for a change? Women's accounts of the move from organizational careers to self-employment. *British Journal of Management* , Vol. 12, Oxon, Blackwell Publ Ltd., 217-230.
- Marlow, Susan y Patton, Dean (2005). All credit to men? Entrepreneurship, finance, and gender. *Entrepreneurship Theory and Practice* , Vol. 29, Malden, Wiley-Blackwell, 717-735.
- Morris, Michael; Miyasaki, Nola; Watters, Craig y Coombes, Susan (2006). The dilemma of growth: Understanding venture size choices of women entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, Vol. 44, Oxon, Blackwell Publishing, 221-244.
- Orser, Barbara; Riding, Allan, y Manley, Kathryn (2006). Women entrepreneurs and financial capital. *Entrepreneurship Theory and Practice* , Vol. 30, Oxon, Blackwell Publishing, 643-665.

- Powell, Gary y Greenhaus, Jeffrey (2010). Sex, Gender, and Decisions at the Family- > Work Interface. *Journal of Management* , Vol. 36, Thousand Oaks, Sage Publications Inc., 1011-1039.
- Rodriguez-Ponce, Emilio; Delgado, Milagros; Pedraja-Rejas, Liliana y Rodriguez-Ponce, Juan (2010). Estudio Comparativo de la Eficacia del Liderazgo de Hombres y Mujeres en Equipos de Trabajo. Revista *Venezolana de Estudios de la Mujer* , Vol. 15, Caracas, Centro de Estudios de la Mujer Universidad Central de Venezuela, 45-57.
- Roper, Stephen y Scott, Jonathan (2009). Perceived Financial Barriers and the Start-up Decision An Econometric Analysis of Gender Differences Using GEM Data. *International Small Business Journal* , Vol. 27, Londres, Sage Publications Ltd., 149-171.
- Scott, Carole (1986). Why More Women Are Becoming Entrepreneurs. *Journal of Small Business of Management* , Vol. 24, Malden, Wiley-Blackwell, 37-45.
- Ufuk, Hatun; Özgen, Özlen (2001). Interaction between the business and family lives of women entrepreneurs in Turkey. *Journal of Business Ethics*, Vol. 31, Dordrech, Kluwer Academic Publ., 95-106.
- Vecchio, Robert (2002). Leadership and gender advantage. *Leadership Quarterly*, Vol. 13, Nueva York, Elsevier Science Inc., 643-671.
- Verheul, Ingrid (2005). Is there a (fe)male approach? Understanding gender differences in entrepreneurship. *ERIM Ph.d series Erasmus University Rotterdam*
- Verheul, Ingrid y Thurik, Roy (2001). Start-up capital: «does gender matter?». *Small Business Economics* , Vol. 16, Dordrecht, Kluwer Academic Publ., 329-345.
- Verheul, Ingrid; Van Stel, André y Thurik, Roy (2006). Explaining female and male entrepreneurship at the country level. *Entrepreneurship and Regional Development* , Vol. 18, Oxfordshire, Routledge Journals, 151-183.
- Verheul, Ingrid; Carree, Martin y Thurik, Roy (2009). Allocation and productivity of time in new ventures of female and male entrepreneurs. *Small Business Economics*, Vol.33, Dordrecht, Kluwer Academic Publ., 273-291.
- Wagner, Joachim (2007). What a difference a Y makes-female and male nascent entrepreneurs in Germany. *Small Business Economics*, Vol. 28, Dordrecht, Kluwer Academic Publ., 1-21.

- Wennekers, Sander, & Thurik, Roy (1999). Linking entrepreneurship and economic growth. *Small Business Economics* , Vol. 13, Dordrecht, Kluwer Academic Publ., 271-290.
- Williams, Donald (2004). Effects of childcare activities on the duration of self-employment in Europe. *Entrepreneurship Theory and Practice* , Vol. 28, Malden, Blackwell Publishing Inc., 467-485.
- Yordanova, Desislava (2008). *Gender differences in Entrepreneurship in a Transition Context. The case of Bulgaria*. Barcelona.

