

ISSN: 1576-0162

COMPORTAMIENTO DE LAS MUJERES EMPRESARIAS: UNA VISIÓN GLOBAL

BEHAVIOUR OF THE WOMAN ENTREPRENEUR: A GLOBAL PERSPECTIVE

Joaquín Guzmán Cuevas
Universidad de Sevilla
jjguzman@us.es

M^a José Rodríguez Gutiérrez
Universidad de Sevilla
mjrodri@us.es

Recibido: noviembre de 2007; aceptado: enero de 2008

RESUMEN

En los últimos decenios el número de empresas creadas o impulsadas por mujeres en todo el mundo ha experimentado un crecimiento importante. Ello ha favorecido la realización de diversos estudios sobre las diferencias existentes en las características y resultados de las empresas, así como en las actitudes y las estrategias empresariales adoptadas por los empresarios según su género. Desde esta perspectiva, en este trabajo se analizan las diferencias de géneros existentes en los comportamientos adoptados por los empresarios durante el desarrollo de las funciones empresariales, observándose que las diferencias encontradas en las características y cualidades de las mujeres empresarias en comparación con los varones van a afectar a los comportamientos empresariales adoptados por las mismas. Ello se ha relacionado con la diferente percepción por parte de las mujeres de los obstáculos y oportunidades existentes durante el desarrollo de la actividad empresarial, así como con sus motivaciones empresariales.

Palabras clave: Funciones empresariales; Género; Comportamientos empresariales; Desarrollo económico.

ABSTRACT

In recent decades the number of companies created or driven by women throughout the world has experienced significant growth. This has facilitated the implementation of various studies on the differences in the characteristics and performance of enterprises, as well as in attitude and business strategies adopted by entrepreneurs depending on their gender. This paper discusses gender differences in the behavior adopted by entrepreneurs for the development of enterprise functions. We have observed that the differences in the characteristics and qualities of women entrepreneurs compared with men affect the behaviour adopted by the former. This has been related to the different perception of every gender on the obstacles and opportunities for the development of business activity, as well as their business motivations.

Keywords: Entrepreneurial Functions; Gender; Entrepreneurial Behavior; Economic Development.

Clasificación JEL: L26; M19; J16.



1. INTRODUCCIÓN

Desde hace varios años se reconoce la existencia de una estrecha relación entre el desarrollo económico y la actividad empresarial de las mujeres, constatándose en numerosos estudios la importante contribución de las empresarias al crecimiento económico a través de la creación de empleo. Así, según la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico, en toda Europa se estima que existen más de 10 millones de autoempleadas que podrían estar dando empleo a alrededor de 15 millones de personas (OCDE, 2004). Por supuesto, la contribución de las mujeres empresarias al desarrollo económico de una región no sólo se limita a la generación de empleo y al crecimiento económico derivado del aumento de su participación en la actividad empresarial, sino que además enriquecen el proceso empresarial como consecuencia de sus diferencias respecto a los empresarios de sexo opuesto en cuanto a la forma de actuar y comportarse con relación a dicho proceso (Verheul y Thurik, 2004). Las empresarias perciben diferentes oportunidades de negocio que los varones, ofrecen a la sociedad formas nuevas de gestionar las empresas y soluciones alternativas a los problemas que estas enfrentan durante su ciclo de vida. Estas diferencias amplían la diversidad en términos de productos, procesos, forma de organización y mercados objetivos, ofreciendo a los consumidores mejores posibilidades de ajustar sus elecciones a sus preferencias o necesidades.

De esta forma, la aportación de las mujeres empresarias a la economía guarda relación con las peculiaridades propias de las empresas lideradas por las mismas, así como con sus habilidades, actitudes y comportamientos empresariales, los cuales pueden constituir en algunas ocasiones y circunstancias ventajas competitivas frente a los empresarios varones. Ello ha fomentado el desarrollo de diversos estudios sobre las diferencias existentes en las características y resultados de las empresas, así como en las actitudes y las estrategias empresariales adoptadas por los empresarios según su género. No obstante, muy pocos estudios se han realizado sobre las diferencias de géneros existentes en los comportamientos adoptados por los empresarios durante el desarrollo de las funciones empresariales.

2. LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DE LAS MUJERES

El estudio de la participación de la mujer en la actividad empresarial en el ámbito mundial resulta bastante complejo y difícil de llevar a cabo debido, fundamentalmente, a la escasez de datos estadísticos referentes a esta cuestión. Así lo señala la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) en su primera conferencia sobre la actividad empresarial femenina; "Women entrepreneurs in SMEs: a major force in innovation and job creation", celebrada en París en 1997; *"es difícil de determinar el número de mujeres empresarias a partir de las estadísticas oficiales de cualquier región o país, sea miembro o no de la OCDE, los datos están a menudo incompletos o se basan en el análisis de muestras o estudios parciales por lo que a menudo se obtiene una visión incompleta de estos agentes económicos"* (Baygan, 2000). A pesar de estas limitaciones, a partir de los datos existentes se puede observar como hecho más significativo que el número de mujeres empresarias en el mundo es más reducido que el de los empresarios masculinos. La participación de las mujeres en la actividad empresarial es muy diferente según el nivel de desarrollo de los países, pero en ningún caso se sitúa por encima o próxima a la participación masculina. Así, por ejemplo, la Comisión Europea estima que en la mayoría de los países, regiones y sectores de la Unión Europea los porcentajes de mujeres empresarias oscilan entre el 25% y el 35% del total, (Comisión Europea, DG Empresas, 2002).

Por otro lado, los datos y los resultados de numerosas investigaciones empíricas realizadas en diferentes países evidencian que en los últimos decenios el número de empresas creadas o impulsadas por mujeres en todo el mundo ha experimentado un crecimiento importante, lo que implica que la actividad empresarial femenina está acortando las distancias con el empresario masculino y la disparidad entre los hombres y las mujeres en esta categoría se han reducido notablemente. Diversos factores han contribuido al aumento del número de empresas creadas e impulsadas por mujeres: En primer lugar, el más fácil acceso de las mujeres a la educación, que ha permitido a las mujeres adquirir una serie de conocimientos y desarrollar aquellas capacidades necesarias para enfrentar una actividad empresarial. En segundo lugar, la creciente participación de las mujeres en el mercado laboral. La incorporación al mercado laboral le facilita al individuo el desarrollo de un proceso de aprendizaje desde el cual se puede avanzar hacia el desempeño de actividades empresariales. Por otro lado, determinados estudios demuestran que precisamente uno de los factores que empuja a las mujeres hacia esta actividad está relacionado con las dificultades que encuentran para incorporarse y progresar en dicho mercado. En tercer lugar, el auge del sector servicios, que ha ofrecido a las mujeres oportunidades en aquellos sectores de actividad económica en los cuales no son excesivos los obstáculos al ingreso y en los que las mujeres ha desarrollado tradicionalmente su actividad laboral.

En cuanto a las *características de las empresas* creadas y gestionadas por mujeres, la mayoría de las mujeres empresarias se inician en esta actividad con

una empresa de tamaño reducido (medido a través del número de empleados), que desarrolla su actividad preferentemente en el sector servicios (Marlow, 1997). Son empresas de con menor tasa de supervivencia empresarial y cuentan con una única propietaria cuando la empresa ya está consolidada, aunque en sus inicios las empresarias suelen recurrir a la propiedad compartida, generalmente con otro miembro de su familia. Estas características de las empresas impulsadas por las mujeres han sido consideradas en numerosas investigaciones como una prueba de la “debilidad” de las empresarias respecto a sus semejantes masculinos. No obstante, en los últimos años se ha reconocido que estas características están relacionadas con las actitudes de las mujeres hacia el crecimiento empresarial, las cuales están condicionadas por los obstáculos que encuentran en el desempeño de la actividad empresarial, muchos de ellos de carácter discriminatorio, así como por sus rasgos de personalidad, motivaciones y por la necesidad de compatibilizar las tareas empresariales con las derivadas del rol desempeñado en el hogar (Boden y Nucci, 2000) .

En general, se han encontrado más similitudes que diferencias en cuanto a las *características personales de las empresarias* femeninas en comparación con los empresarios masculinos. No obstante, se han observado que existen algunas diferencias entre sexos relativas a algunos de sus rasgos de personalidad, el nivel de formación, experiencia laboral, motivaciones que impulsan a iniciar una actividad empresarial y obstáculos encontrados durante el desarrollo de sus funciones. Estas diferencias, cuyo origen parece encontrarse, principalmente, en la discriminación de la mujer dentro y fuera del mercado laboral, van a afectar a los comportamientos de las mujeres empresarias en el desempeño de las funciones empresariales. En cuanto a las *rasgos de personalidad*, varios trabajos empíricos han coincidido en señalar que las mujeres empresarias muestran una mayor necesidad de logro, tienen un mayor control interno, muestran menor propensión al riesgo y, por último, poseen una personalidad menos proactiva que los empresarios masculinos (Ljunggren y Kolvereid, 1996). Estas diferencias podrían tener efectos sobre los comportamientos empresariales adoptados por estas empresarias, ya que la necesidad de logro, el control interno y una moderada propensión al riesgo son características personales que en varias ocasiones han sido asociadas a la emergencia y calidad empresarial.

Por lo que se refiere a las *motivaciones empresariales*, en general, las mujeres, al igual que los varones, se deciden a iniciar la actividad empresarial impulsadas por una pluralidad de motivos. Entre las mujeres tienen más peso los motivos de carácter intrínsecos y trascendentales y entre los varones los motivos de carácter extrínsecos (Gatewood, Gartner y Shaver, 1995). Entre los motivos empresariales más citados por las empresarias destacan el autoempleo y la existencia de techos de cristal (motivos extrínsecos), la necesidad de logro, autorrealización y deseo de independencia (motivos intrínsecos) y el deseo de compaginar tareas empresariales con familia y hogar (motivos trascendentales) (Buttner, y Moore, 1997). Finalmente, sobre el nivel de *formación*

empresarial, los resultados de los estudios empíricos acerca de la existencia de diferencias de género relativas a esta cuestión son bastantes contradictorios. En general, las mujeres presentan un menor grado de formación orientada a la actividad empresarial (principalmente funciones financiera y gerencial, pero también impulsora) (Dolinsky, Caputo, Pasumarty y Quazi, 1993). De la misma forma, también poseen menos *experiencia laboral* relacionada con la actividad empresarial (Alsos y Ljunggren, 1998). Las empresarias cuentan con menos años de experiencia laboral cuando se inician en la creación de una empresa, además su experiencia ha sido adquirida en empresas más pequeñas. Los empresarios masculinos cuentan con mayor experiencia en empleos en los que tienen trabajadores a su cargo, o en empresas similares a las que posteriormente crean, mientras que por el contrario, las mujeres concentran su experiencia en áreas comerciales o relacionadas con las relativas a sociales.

3. COMPORTAMIENTOS DE LAS MUJERES EMPRESARIAS EN EL DESEMPEÑO DE LAS TRES FUNCIONES EMPRESARIALES

Las diferencias encontradas en las características y cualidades de las mujeres empresarias en comparación con los varones van a afectar a los comportamientos adoptados por las mismas en el desempeño de las funciones empresariales. Para describir estos comportamientos se ha utilizado como marco de análisis el modelo conceptual de las funciones empresariales de Guzmán Cuevas (1994).

3.1. LA EMPRESARIA Y LA FUNCIÓN GERENCIAL. EL ESTILO DE DIRECCIÓN “FEMENINO”

Las habilidades y estilos de dirección de las mujeres han sido objeto de estudios en numerosos trabajos de investigación, aunque muy pocos de ellos se han centrado en las mujeres empresarias como población objetivo, sino que en su mayor parte se referían a las directivas y ejecutivas de empresas. No obstante, no hay que olvidar que dado el reducido tamaño de las empresas impulsadas por mujeres, generalmente serán las propias empresarias las encargadas de desempeñar las funciones gerenciales en sus propias empresas. Por otra parte, aunque los aspectos relacionados con las estrategias de gestión que aplican las empresarias femeninas raramente se han estudiado, sí se han señalado algunas diferencias en cuanto al estilo de gestión de las mujeres empresarias respecto al de los empresarios masculinos a partir de las diferencias en sus empresas.

Algunas de estas investigaciones (Rosener, 1990) sugieren que las mujeres desarrollan un comportamiento diferente al de sus homónimos masculinos en el desempeño de las funciones recogidas en la esfera gerencial. Concretamente, parece que las directivas y empresarias femeninas adoptan un estilo de gestión empresarial que se apoya en valores culturales y sociales diferentes

de los masculinos. Las mujeres prefieren, en general, un estilo de dirección más participativo y democrático que el masculino, buscando el consenso entre sus empleados, delegando más responsabilidades y compartiendo mayores cuotas de información y poder que los empresarios masculinos. Dicho estilo de dirección, denominado de "*liderazgo transformacional*", está más orientado a las personas y basado en las relaciones interpersonales. Los varones desarrollan un estilo de "*liderazgo transaccional*", orientado a la tarea y a las estructuras, que se apoya en las relaciones jerárquicas y de mando. Estas dos posturas coinciden con los estereotipos vigentes para ambos sexos en lo que se refiere a las tareas de dirección de empresas, los cuales se asocian a los valores culturales tradicionalmente adjudicados a cada sexo (Korabik, 1990).

En las últimas décadas, la complejidad de las relaciones empresariales ha aumentado como consecuencia de una serie de cambios producidos en la forma de organización empresarial. Estos cambios están relacionados con el aumento de competencia e internacionalización de la producción como es el empleo de una mano de obra con un alto nivel de formación, el trabajo en equipo, la incorporación de las mujeres al mercado laboral y la necesidad de que ambos sexos se responsabilicen de las tareas de la esfera privada (hogar y cuidado de otros miembros de la familia), etc. En este nuevo contexto, el estilo de dirección tradicional (masculino) ha dejado de ser efectivo en muchas organizaciones (Rosener, 1995) y las habilidades utilizadas en el ámbito privado principalmente por la mujer han empezado a mostrarse útiles en la gestión empresarial (Heilman y Chen, 2003). Las mujeres demuestran una mayor sensibilidad hacia las necesidades de su entorno y hacia las diferencias culturales en el ámbito empresarial, considerándose que todo ello constituye ventajas competitivas frente a los empresarios.

3.2. LA EMPRESARIA Y LA FUNCIÓN FINANCIERA. DIFICULTAD EN EL ACCESO A LOS RECURSOS FINANCIEROS COMO UN OBSTÁCULO EN EL INICIO Y DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

El acceso al capital es una cuestión crítica para las pequeñas y medianas empresas, ya que sin suficientes recursos financieros el empresario no podrá desarrollar nuevos productos y servicios, no podría acometer planes de expansión, ni crear empleos, etc. Generalmente, estas pequeñas empresas no pueden acceder al mercado de valores, por lo que dependen fuertemente de los préstamos bancarios, créditos comerciales, y fuentes informales de financiación tales como los préstamos familiares y el ahorro personal (Coleman, 1998).

Desde este punto de vista, la posibilidad de que las mujeres empresarias estén en desventaja respecto a los empresarios masculinos en cuanto a la obtención de recursos financieros es una cuestión que ha sido ampliamente tratada por aquellos investigadores de la teoría del empresario que han adoptado un enfoque de género, los cuales han llegado a conclusiones muy con-

trovertidas respecto a esta cuestión. En primer lugar, se ha señalado la clara y significativa diferencia en el volumen de capital con que inician la actividad empresarial ambos sexos, demostrándose que los empresarios masculinos invierten más recursos financieros en la creación o puesta en marcha de un proyecto empresarial, a veces incluso el doble de la cantidad invertida por las mujeres en las mismas circunstancias (Brush, 1992). Evidentemente, esto va a condicionar el tipo de empresa impulsada por las mujeres, y explica, entre otros factores, porque las empresas de mujeres pertenecen mayoritariamente al sector servicios y son de un tamaño inferior a las empresas masculinas. Además, un reducido capital inicial se considera una desventaja de cara a futuras debilidades de la empresa como son su potencial de crecimiento y su rendimiento.

Estas desventajas en relación a los recursos invertidos por las mujeres en la puesta en marcha de un proyecto empresarial, podría ser un indicio de los mayores obstáculos que las mujeres encuentran para obtener los recursos financieros necesarios en el inicio de la actividad (Brush, 1992; Coleman, 1998). Desde esta perspectiva, ciertos autores, Koreen (2000), De Groot (2001), establecen que las mujeres perciben un trato discriminatorio por parte de las instituciones bancarias y sienten que las barreras para acceder al crédito son superiores para ellas que para sus colegas masculinos en el momento de iniciar la actividad empresarial. En realidad, el problema se encuentra en el desconocimiento por parte de las instituciones financieras de la diferente forma de actuar de las mujeres en la gestión, impulso y dinamización de sus empresas, la cual no ha sido considerada una posible ventaja competitiva hasta fecha reciente. Como resultado de ello, las empresas de mujeres son descartadas como posibles proyectos de inversión, ignorándose su potencial de crecimiento (Koreen, 2000).

Por otra parte, la existencia de un trato discriminatorio por parte de las instituciones financieras parece quedar demostrada en diversas investigaciones que han intentado determinar si los banqueros aplican diferentes políticas financieras para los negocios en función del sexo del empresario (Carter y Rosa, 1998), encontrándose algunas evidencias que demuestran que a las mujeres se les conceden los recursos financieros desde las instituciones financieras con condiciones menos favorables que los empresarios masculinos (Coleman, 1998). Esto podría explicar porque parece existir una preferencia entre las empresarias por iniciar la creación de empresas con sus propios ahorros personales o recurriendo a préstamos familiares.

3.3. LA EMPRESARIA Y LA FUNCIÓN IMPULSORA

La calidad de las empresarias en el desarrollo de la subfunción dinamizadora. Diferente medidas del éxito empresarial

La calidad del empresario se asocia al comportamiento adoptado por éste en el desarrollo de la función dinamizadora con el objetivo de alcanzar el éxito

empresarial, el cual ha sido medido a través de diferentes variables, como por ejemplo la dimensión de la empresa en función del número de empleados, el volumen de ventas, el nivel de ingresos, el grado de crecimiento de la empresa, su rentabilidad, o el simple mantenimiento de la empresa en el mercado. En función de estos criterios se podría afirmar que el comportamiento de las mujeres empresarias en cuanto a la dinamización de su empresa no es demasiado positivo, ya que se ha comprobado que las empresarias femeninas tienden a poseer negocios de dimensiones reducidas y bajas tasas de crecimiento, con niveles de ventas, resultados económicos y tasas de supervivencia inferiores a los de las empresas pertenecientes a empresarios masculinos.

En este sentido, en las escasas investigaciones que analizan los factores de éxito de las empresas impulsadas por mujeres (Gatewood, Shaver y Gartner, 1995; Buttner y Moore, 1997), se establece que las mujeres suelen medir el éxito empresarial por criterios diferentes de los estrictamente económicos. Más bien, sus criterios de éxito se relacionan con los motivos que les indujeron a crear una empresa, como son el desarrollo profesional y la autorrealización. Los criterios económicos tradicionales, nivel de beneficio y tasa de crecimiento son también tenidos en cuenta, pero ocupan un segundo lugar frente a los anteriores. Por ejemplo, para Kalleberg y Leicht (1991) las mujeres que se decidieron a poner en marcha una empresa porque se sentían insatisfechas con la falta de desafíos profesionales en sus empleos, medirán el éxito empresarial internamente, en términos de desarrollo profesional personal, y externamente en función de los rendimientos empresariales. Las mujeres que experimentaron conflictos para atender a su rol de empleada y madre de familia, pueden medir el éxito empresarial por el logro de un equilibrio entre estas dos responsabilidades.

3.4 LA EMERGENCIA EMPRESARIAL FEMENINA. OBSTÁCULOS A LA CREACIÓN DE EMPRESAS

Diversas investigaciones y estudios empíricos han concluido que la emergencia empresarial femenina es menor a la masculina, señalándose esta razón como la causa de la baja participación de las mujeres en la actividad empresarial. Se estima que la proporción de mujeres que inician una actividad empresarial es el 27% del total de emergencia empresarial en la Unión Europea, encontrándose importantes diferencias entre países. Esta diferencia en la participación en la actividad empresarial en función del sexo del individuo ha sido relacionada con los problemas específicos, dificultades y obstáculos que las mujeres tienen que enfrentar al inicio de la actividad empresarial, los cuales parecen diferir de los que afectan a los varones. Como señalan Minniti y Arenius (2003), el hecho de que a pesar de las variaciones encontradas entre países en relación a la emergencia empresarial de las mujeres, la proporción de emprendedoras respecto a los varones se mantenga alrededor 66% en todos ellos puede llevar a la conclusión de que las mujeres son influidas por los mismos factores que los hombres a la hora de adoptar decisiones empresariales. No obstante, el sistemático menor ratio de participación de las mujeres indica también que alguna diferencia de género tiene que existir.

A este respecto, Alsos y Ljunggren (1988) señalan que, asumiendo que las habilidades empresariales estén igualmente distribuidas entre la población con independencia del género, el bajo ratio de empresarias femeninas se debe a que las mujeres se tienen que enfrentar a barreras y obstáculos particulares de su sexo en el proceso de creación de empresas. Estos obstáculos son de muy diversos tipos, pero como comentan varios autores (Kantor 2001), por lo general tienen un origen sociocultural y se relacionan con la actitud de la sociedad respecto al rol desempeñado por la mujer y los prejuicios acerca de su capacidad y habilidad para desempeñar determinadas actividades profesionales.

4. CONCLUSIONES

Del análisis realizado se deduce que las mujeres adoptan un comportamiento diferente a los varones en el desempeño de sus funciones empresariales. Por un lado, se enfrentan a mayores inconvenientes en el desempeño de la *función financiera*, siendo la dificultad en el acceso a los recursos financieros uno de sus principales obstáculos en el inicio y desarrollo de la actividad empresarial. Por otro, adoptan un estilo de *dirección empresarial* que se apoya en valores culturales y sociales diferentes de los masculinos. Mientras que las mujeres prefieren, en general, un estilo de “liderazgo transformacional”, orientado a las personas y basado en las relaciones interpersonales, los hombres desarrollan un estilo de “liderazgo transaccional”, orientado a la tarea y a las estructuras, que se apoya en las relaciones jerárquicas y de mando. Con relación a la *esfera impulsora*, las mujeres presentan una menor inclinación al desempeño de *la función promotora*, lo cual se ha relacionado con la diferente percepción por parte de las mujeres de los obstáculos y oportunidades al inicio de la actividad empresarial. Por lo que se refiere a la *función dinamizadora*, se ha sugerido que las mujeres asumen una actitud más prudente en el desarrollo de la función dinamizadora, señalándose que el inferior volumen de venta y ritmo de crecimiento de las empresas de mujeres puede ser debido a que las empresarias miden el éxito empresarial por criterios diferentes de los estrictamente económicos que se relacionan con los motivos que le indujeron a crear una empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alsos, G.A. y Ljunggren, E. (1998). “Does the Business Start-Up Process Differ By Gender? A Longitudinal Study of Nascent Entrepreneurs”, Artículo presentado a la *Babson Frontiers of Entrepreneurs Research Conference*. Babson College. Wellesley MA: <http://www.babson.edu/entrep/fer/>.
- Baygan, G. (2000). “Improving Knowledge about Women’s Entrepreneurship”, *The 2nd OECD Conference on Women Entrepreneurs in SMEs: Realising the Benefits of Globalisation and the Knowledge-based Economy*, Paris.

- Boden, R.J. y Nucci, A.R. (2000): "On the Survival Prospects of Men's and Women's New Business Ventures", *Journal of Business Venturing*, 15(4), 347-362.
- Brush, C. (1992): "Research on Women Business Owners: Past Trends, a New Perspective and Future Directions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(4), 5-30.
- Buttner, H. y Moore, D. (1997): "Women's Organizational Exodus to Entrepreneurship: Self-Reported Motivations and Correlates with Success", *Journal of Small Business Management*, 34-46.
- Carter, S. y Rosa, P. (1998): "The Financing of Male and Female Owned Businesses". *Entrepreneurship and Regional Development*, 225-241.
- Coleman, S. (1998): "Access to Capital: A Comparison of Men and Women-Owned Small Business", *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College.
- De Groot, T. (2001): "Women Entrepreneurship Development in Selected African Countries", *United Nations Industrial Development Organization*. Working Paper, 7
- Dolinsky, A.L., Caputo, R.K., Pasumarty, K. y Quazi, H. (1993): "The Effects of Education on Business Ownership: A Longitudinal Study of Women". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 43-44.
- Comisión Europea (2002): Las PYMES europeas en estudio. Principales resultados del observatorio de las PYMES europeas 2002, Comisión Europea.
- Gatewood, E.J., Gartner, W.B., y Shaver, K.G. (1995): "A Longitudinal Study of Cognitive Factors Influencing Start-Up Behaviours and Success at Venture Creation". *Journal of Business Venturing*, 10 (5), 11-31
- Guzmán Cuevas, J.J. (1994). "Towards a Taxonomy of Entrepreneurial Theories", *Internacional Small Business Journal*, 12 (4). 77-88.
- Heilman, M. E. y Chen, J. J. (2003): "Entrepreneurship as a Solution: The Allure of Self-Employment for Women and Minorities". *Human Resources Management Review*, 13 (2).
- Korabik, K. (1990): "Androgyny and Leadership Style", *Journal of Business Ethics*, 9, 283-292.
- Koreen, M. (2000): "Financing for Women-Owned Businesses". *Women Entrepreneurs In SMEs: Realising the Benefits of Globalisation and the Knowledge-Based Economy*, Workshop n° 3, OCDE. París.
- Ljunggren, E. y Kolvereid, L. (1996). "New Business Formation: Does Gender Make a Difference?", *Women in Management Review*, 11(4), 3-12.
- Marlow, S. (1997): "Self-Employed Women. New Opportunities, Old Challenges?", *Entrepreneurship & Regional Development*, 9, 199-210.

- OECD (2004): "Promoting Entrepreneurship and Innovative SMEs in a Global Economy. Towards a More Responsible and Inclusive Globalisation". *2nd OECD Conference of Ministers Responsible For Small And Medium-Sized Enterprises (SMEs)*, Estambul, Turkía.
- Rosener, J. (1990): "Ways Women Lead", *Harvard Business Review*, 119-125.
- Rosener, J. (1995): "Women: A Competitive Secret", *Business Quarterly*. 60(2), 79-88
- Verheul, I., Van Stel, A. y Thurik, R. (2004): "Explaining Female And Male Entrepreneurship Across 20 Countries", *Discussion Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy*, 2004-08, Max Planck Institute of Economics, Group for Entrepreneurship, Growth and Public Policy.