

LA INFLUENCIA DE LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN LA ORIENTACIÓN EMPRENDEDORA INDIVIDUAL Y LA INTENCIÓN DE EMPRENDER

Pérez Quintana, Anna
Departament d'Economia i Empresa
Universitat de Vic
anna.perez@uvic.cat

Hormiga Pérez, Esther
Departament d'Economia i Organització d'Empreses
Universitat de Barcelona
ehormiga@ub.edu

RESUMEN

Esta investigación analiza las diferencias de género en las dimensiones de la orientación emprendedora individual (OEI), diferenciando entre aquellos estereotipos asociados con lo masculino y los identificados como andróginos. Además se estudia la relación entre la OEI y la intención de crear una empresa expresada por hombres y mujeres. Basado en una muestra de 1.337 estudiantes de la Universidad de Barcelona, los resultados del análisis de regresión múltiple confirman las hipótesis relativas a la naturaleza masculina de dos de las dimensiones de la OEI, la proactividad y la asunción de riesgos, así como la condición andrógina de la capacidad de innovación. Todas estas tres dimensiones influirán positivamente en la intención emprendedora de los individuos. Una de las principales aportaciones de este estudio es la de poner de relieve la influencia de los estereotipos de género en el grado de propensión de los individuos para desarrollar ciertas dimensiones de su orientación empresarial. Estas conclusiones refuerzan la hipótesis de que la identificación de la figura del empresario con los roles típicamente masculinos podrían ser perjudiciales para la identificación de las mujeres con dicha imagen, lo que interfiere en su evaluación real del emprendimiento como una alternativa profesional.

PALABRAS CLAVE

Género, orientación emprendedora individual, intención emprendedora, estereotipos de género

1. INTRODUCCIÓN

Aunque el progreso que se ha hecho en términos de igualdad de género sea considerable (Hausmann et al., 2010), hay algunas áreas en las que estos avances han sido más lentos, especialmente en lo que respecta a la iniciativa empresarial. De hecho, los datos muestran que en la mayoría de los países el porcentaje de empresas creadas por hombres es mucho mayor que el de las creadas por las mujeres (Global Entrepreneurship Monitor, 2010). Para determinar las causas que sustentan estos datos, numerosos estudios han abordado una amplia gama de cuestiones que tratan de identificar las diferencias de género en el emprendimiento. Así pues, encontramos estudios que examinan las diferencias en la motivación (Büttner, 1997; Langowitz y Minniti, 2007), financiación (Marlow, 2005; Carter y Rosa, 1998), factores de éxito (Brusch y Hisrich, 2000; Fairlie, 2009), el estilo de gestión (Verheul, 2002; Welch, 2008) o la influencia del entorno (Klapper, 2010; Santos, 2010) y el enfoque sectorial (Lynch, 1998; Tan, 2008).

En cuanto al eterno debate sobre las diferencias entre los sexos que pueden hacer que uno o el otro tenga más probabilidades de crear una empresa, algunos autores apoyan la posibilidad de que existen, mientras que otros la refutan (Lim y Envick, 2011). En esta coyuntura, tal vez sea importante recordar la distinción sociológica entre los conceptos "sexo" (lo biológico) y "género" (lo construido socialmente) y que Ahl (2006) aplica en su trabajo. Esta distinción nos ayuda a comprender mejor tanto las diferencias de género asociadas al fenómeno del emprendimiento como a identificar las percepciones individuales de la sociedad respecto a estas diferencias (Brush et al., 2007). Las teorías feministas del construccionismo social y el postestructuralismo asumen que los roles de género se construyen socialmente. Por lo tanto, el género se refiere a lo que podría considerarse como las dimensiones masculinas o femeninas, y son independientes del sexo biológico de una persona (Ahl, 2006).

Volviendo, pues, al espíritu empresarial, ¿por qué no muchas mujeres jóvenes ni siquiera consideran la posibilidad de crear su propio negocio como una primera alternativa profesional, a pesar de sus atractivos? (Díaz-García y Jiménez-Moreno, 2010). En muchos casos, el espíritu empresarial es percibido por las mujeres simplemente como una forma de acceder al mercado laboral o de adquirir la flexibilidad necesaria para conciliar la vida laboral y familiar (Constant, 2006). Si examinamos la figura del empresario, vemos que normalmente es un estereotipo de género masculino, no sólo en cuanto a la utilización más frecuente del

pronombre masculino, sino también en cuanto a la forma en que se describe su figura (Ahl, 2006). Esto parece explicar por qué muchas de las escalas utilizadas para medir el potencial empresarial de una persona tienen una orientación masculina. Si en una comunidad se define al empresario en línea con el estereotipo masculino, es lógico que los individuos que presentan estas características sean más propensos a optar por esta carrera.

Para arrojar algo de luz sobre esta cuestión, este estudio examina un concepto relativamente nuevo dentro de la literatura: la orientación emprendedora individual (OEI) (Quince y Whittaker, 2003; Lumpkin y Erdogan, 2004; Krauss et al, 2005.), con intención de ayudar a explicar la importancia de los estereotipos de género en el mundo empresarial. La OEI de una persona describe las actitudes empresariales que adopta en la vida y se define por tres dimensiones. Dos de ellas (la asunción de riesgos y la proactividad) están estrechamente relacionadas con los estereotipos masculinos, mientras que la tercera, la innovación (o la creatividad) se clasifica como un atributo andrógino (Mueller, 2007). Este último atributo, el carácter innovador de los empleados, es muy buscado por todas las empresas, y va estrechamente asociado a los empresarios de éxito. En este trabajo se pretende contribuir a una mejor comprensión de las diferencias entre hombres y mujeres en términos de los factores que influyen en su orientación emprendedora individual basada en estereotipos de género.

Así pues, vamos a analizar las diferencias de género en las tres dimensiones de la orientación emprendedora que se han descrito anteriormente, diferenciando entre aquellas asociadas a los estereotipos masculinos y las identificadas como andróginas. Además, se estudia la relación entre la OEI y la intención de crear una empresa expresada por hombres y mujeres. En este caso, la etapa de la vida en la que se recogen estos datos es significativa ya que las personas aún no han entrado en el mercado de trabajo. Esto asegura que los resultados del estudio en relación, por ejemplo, con la capacidad de un individuo para innovar, no estén condicionados por el sector de la actividad en el que están comprometidos. Para alcanzar estos objetivos, el estudio está estructurado de la siguiente manera. En primer lugar, se lleva a cabo una discusión teórica de la OEI y de su relación con los estereotipos de género y la intención emprendedora. También se explica la metodología adoptada y se discuten los resultados. Por último, se presentan las conclusiones.

2. LA ORIENTACIÓN EMPRENDEDORA INDIVIDUAL

La Orientación Emprendedora (OE) se ha convertido en un concepto de uso frecuente en el campo de la iniciativa empresarial en las últimas décadas. Se originó en el contexto de la teoría de la organización empresarial para caracterizar un tipo de organización que adopta una determinada estrategia empresarial (Wiklund, 1999). Varias características han sido consideradas bajo su paraguas, incluyendo la autonomía y la agresividad competitiva (Lumpkin y Dess, 1996; Lim y Envick, 2011), aunque los rasgos que reciben la mayor atención en la literatura son la innovación, la proactividad y la propensión al riesgo (Covin y Slevin, 1989; Wiklund y Shepherd, 2003; Richard et al., 2004; Lumpkin y Dess, 1996; Lim y Envick, 2011). La *capacidad de innovación* refleja una tendencia a participar y apoyar nuevas ideas, la novedad, la experimentación y los procesos creativos (Lumpkin y Dess, 1996). La *proactividad* se refiere a la actitud de anticiparse y actuar sobre el futuro de los deseos y necesidades en el mercado, creando así la ventaja del 'primer movimiento' con respecto a los competidores (Lumpkin y Dess, 1996). Por último, *la asunción de riesgos* se asocia a una voluntad de comprometerse con grandes cantidades de recursos a los proyectos en los que los resultados no se conocen y hay una posibilidad razonable de fracaso costoso (Miller y Friesen, 1978).

Estudios recientes destacan la importancia de la Orientación Emprendedora a nivel individual (por ejemplo, Lumpkin y Erdogan, 2004; Poon, Ainuddin y Junit, 2006). En esta línea, Lumpkin y Dess (1996) afirman que, si bien los comportamientos empresariales expuestos se plantean como fenómenos a nivel de empresa, reconocen que la Orientación Emprendedora está condicionada por "las intenciones y acciones de los actores clave" y que las nuevas empresas y la búsqueda de oportunidades a menudo se producen en los niveles inferiores a través de la iniciativa empresarial individual. En efecto, mientras que algunos estudios no mencionan explícitamente el nivel individual de análisis, sí que centran su atención en la figura del empresario o gerente a la hora de medir las distintas dimensiones de la orientación emprendedora (Runyan et al., 2006). Por lo tanto, la capacidad de un individuo para ser innovador, proactivo y tolerante a los entornos y situaciones inciertas - la orientación emprendedora individual - puede añadir valor a ese individuo en un contexto profesional. De hecho, la OEI incluye las competencias clave buscadas por las empresas establecidas y muy relacionadas con el perfil de un empresario.

En esta línea, los estudios anteriores se han ocupado de la importancia de la OEI para la empresa o el desempeño individual. Por ejemplo, Quince y Whittaker (2003) encuestó a 153 empresarios y encontró evidencia de las motivaciones, intenciones y objetivos personales relacionados con la OEI. Del mismo modo, Lumpkin y Erdogan (2004) hallaron empíricamente la relación entre la OEI y los rasgos de la personalidad de los empresarios, encontrando algunas asociaciones significativas. A este respecto, Krauss et al. (2005) aplicaron este concepto a los empresarios y demostraron que la orientación emprendedora individual tenía una relación positiva con el rendimiento de la nueva empresa. Estos resultados, por lo tanto, fortalecen la idea de que la OEI no sólo es positiva para la competitividad y el rendimiento de las empresas, sino que también puede beneficiar al desarrollo personal y profesional de las personas.

3. LA ORIENTACIÓN EMPRENDEDORA Y EL GÉNERO

La teoría feminista postestructuralista sostiene que el género es un constructo social resultado de la interacción entre dicha sociedad y la educación, que puede variar según el tiempo y el lugar (Ahl, 2006). Los hombres y las mujeres están sujetos a procesos de socialización diferentes (Mirchandani, 1999) y estos procesos persiguen la adaptación de los individuos de acuerdo a los estereotipos comunes construidos en el tiempo (Butler, 1990). En el caso de los roles de género, los estereotipos masculinos y femeninos describen no sólo cómo los individuos son (los estereotipos descriptivos), sino también la forma en que deberían ser (estereotipos prescriptivos).

En 1974, Bem propuso un instrumento (Bem Sex Role Inventory - BSRI) para medir la orientación individual del rol según el género. Aquí, las personas se clasifican en una de las siguientes cuatro categorías en función de las respuestas a una escala tipo Likert de 34 ítems (Bem, 1974). Las personas que puntúan alto en masculinidad y bajo en feminidad están clasificadas como masculinas; las que puntúan alto en feminidad y bajo en masculinidad se clasifican como femeninas. Así mismo, las personas que puntúan alto en masculinidad y feminidad se clasifican como andróginas y las de baja puntuación en ambos se clasifican como no diferenciadas (Gupta, 2009). La orientación del rol de género, junto con el sistema de clasificación BSRI, se ha utilizado ampliamente en la literatura de gestión para explicar las variaciones entre los individuos de, por ejemplo, la autoeficacia de sus carreras (Choi, 2004).

Las investigaciones anteriores sobre el espíritu empresarial han demostrado que el sexo no es una variable robusta para explicar las diferencias entre hombres y mujeres, mientras que el rol de género sí que lo es (Watson, 2005; Mueller, 2007). Incluso hoy en día el empresariado está estrechamente relacionado con el prototipo de sexo masculino (Ahl, 2006; Marlow, 2002) y visto como una figura con extraordinarios niveles de orientación al logro, optimismo, autoeficacia, locus de control interno, habilidades cognitivas y tolerancia a la ambigüedad por encima de lo normal (Shane y Venkataraman, 2000). En esta línea, Ahl (2006) compara las categorías de feminidad y masculinidad de Bem con una lista de características que normalmente se utilizan para definir a un empresario. Una vez más se demuestra que la categoría de la masculinidad de Bem coincide con los rasgos de un empresario, mientras que la categoría de la feminidad sólo describe los rasgos opuestos. Así, por ejemplo, una característica que se incluye en la mayoría de las listas es la de ser independiente. Su antónimo, dependiente o seguidor, parecería ser partidario de otro término femenino: leal. ¿Significa esto que la lealtad, reflexiona Ahl, es una característica totalmente extraña para ser un emprendedor? Estos datos sirven para indicar que los prototipos de un empresario se definen desde una perspectiva masculina.

En el caso de la OEI nos encontramos con una dimensión que puede ayudar a arrojar luz sobre la importancia de los prototipos de género en las intenciones emprendedoras de los individuos. Lógicamente, dos dimensiones se pueden incluir dentro de los elementos masculinos de la BSRI. Tanto la asunción de riesgos (Baron, 2001; Mueller, 2007) como la proactividad (Mueller, 2007; Bruni, 2004) constituyen rasgos distintivos del varón prototípico. Sin embargo, la innovación (y creatividad) es una dimensión que combina rasgos tanto masculinos como femeninos y por lo tanto puede ser clasificada como un atributo andrógino (Mueller, 2007). La innovación es una característica muy buscada por todas las empresas entre sus empleados, asociada también a la de los empresarios de éxito. Por lo tanto, en esta coyuntura, es interesante ver cómo este concepto de la OEI adquiere una dimensión neutral, sin rasgos de masculinidad (Tabla 1).

Tabla 1. Relación entre la clasificación de rasgos de Bem, el prototipo del emprendedor y las dimensiones de la OEI

Rasgos según Bem	Emprendedores	OEI
<i>Ítems Masculinos</i> Enérgico, atlético	Extraordinariamente enérgico, activo y con capacidad de esfuerzo sostenido	Proactividad
Dispuesto a asumir riesgos	Afronta las dificultades, optimista, audaz, valiente	Propensión al Riesgo
<i>Ítems Andróginos</i> Impredecible, no sistemático	Innovador	Capacidad de Innovar

Fuente: Adaptado de Ahl (2006:600) y Bem (1974:156)

Esto lleva a la suposición de que, si bien las diferencias entre hombres y mujeres se encuentran en lo que respecta a las dos primeras dimensiones, esas diferencias no se encuentran en la tercera, aunque esta última puede ayudar a definir la intención de una persona de crear su propia empresa. Así, mientras que los rasgos de la OEI de la proactividad y la propensión al riesgo son las dimensiones que se hallan dentro del estereotipo masculino, la innovación pertenece a una dimensión neutral o andrógina. En este punto, es interesante analizar las diferencias entre hombres y mujeres en términos de estas tres dimensiones y ver cómo influyen dichos rasgos en su intención de crear una empresa.

En los párrafos que siguen se explican las tres dimensiones en relación con la investigación previa basada en el género.

3.1. Capacidad de innovación y género

Aunque se han hecho varias contribuciones en la literatura que examinan las diferencias de género en relación con la innovación, tanto en el ámbito del espíritu emprendedor como en el de la gestión empresarial, sus resultados son un tanto contradictorios, lo cual hace difícil determinar con algún grado de certeza si los hombres o las mujeres son más innovadores. Estos resultados sirven, tal vez, para confirmar el carácter neutral asumido con respecto a la capacidad de innovación, como ya se mencionó anteriormente.

Así pues, muchos de estos estudios afirman que la capacidad de innovación de las mujeres es mayor que la de los hombres o, al menos, que las mujeres muestran una mayor propensión a

la innovación (Brush y Hisrich, 2000; Runyan, 2006; Torchia, 2011). Por el contrario, el informe GEM (2010), en línea con otros estudios, afirma que no hay diferencias significativas entre los grados de la innovación que presentan los dos sexos. Este es el caso, por ejemplo, de Lim y Envick (2011) que realizan un estudio comparativo de los estudiantes en cuatro países de los continentes americano y asiático, incorporando las diferencias culturales en el análisis de la innovación desde la perspectiva de género. Carland (1991) centra su estudio en el contraste entre los empresarios y directivos, encontrando mayores diferencias entre estos dos grupos de individuos que entre los hombres y mujeres en cada grupo. Sonfield (2001) desarrolla una matriz de innovación / riesgo y, del mismo modo, no encuentra ninguna diferencia significativa entre sexos. Por último, hay autores que encuentran mayores niveles de innovación en hombres que en mujeres, ya sea como un factor determinante para la elección de carrera (Carter, 2001) o en relación con el estilo de gestión de sus empresas (Lerner, 2002).

Sin embargo, cualesquiera que sean las conclusiones extraídas, la mayor parte de los autores explican la relación entre la innovación y el género en términos de las diferencias entre sectores o diferencias por el tamaño de la empresa. Las empresas propiedad de hombres presentan mayores tasas de crecimiento que las de las mujeres, por lo que los hombres tienen la necesidad de incorporar un mayor grado de innovación en sus negocios para sobrevivir (Lim y Envick, 2011). Por otra parte, las mujeres y los hombres tienden a establecer sus negocios en diferentes sectores. La presencia de mujeres en los servicios orientados a las personas y en el sector minorista es abrumadora, así como la presencia de los hombres en empresas de base tecnológica (Rosa, 2006; Kepler, 2007). Las mujeres tienden a crear empresas que no sean especialmente orientadas hacia el crecimiento y no tienden a buscar nuevas oportunidades en la misma medida que sus contrapartes masculinos (Anna et al., 2000; Brush, 2006), gastando su dinero en las personas más que en las máquinas (Minniti et al., 2005).

Los estudios que reportan los niveles más altos de innovación entre las mujeres empresarias indican que las mujeres son más proclives a establecer sus propios negocios, poner en marcha nuevas líneas de productos o de nuevos productos dentro de un negocio ya existente, especialmente en el sector minorista, donde la renovación es un factor estratégico (Blake, 2005; Runyan, 2006). Por lo tanto, una reconsideración de los indicadores de la innovación desde una perspectiva de género podría ofrecer resultados más claros que demostraran que las mujeres no son reacias a la innovación. Lo que podría explicar algunas de las diferencias encontradas es el hecho de que las mujeres buscan trabajar en sectores que les garanticen la

flexibilidad necesaria para responder a las necesidades de su empresa y su vida familiar, aun cuando la capacidad de innovar no sea un factor estratégico para el buen desarrollo de su negocio (Lim 2011). Con todo, la opinión parece ser que las mujeres tienen el potencial para innovar y que poseen un talento empresarial considerable, a pesar de que aún no lo hayan desarrollado al máximo (Marlow et al., 2008; Tagg, 2011).

Estos resultados contradictorios pueden estar motivados por la naturaleza previamente discutida de esta dimensión considerada un atributo andrógino, es decir, que está en poder de los individuos que presentan características tanto femeninas como masculinas. Por otra parte, los resultados irregulares reportados en los estudios antes mencionados muestran la importancia de analizar esta dimensión antes de que el individuo acceda al mercado laboral, ya que esto nos permite obtener los resultados con independencia del sector específico de actividad al que las personas que se dedican. Así pues, se propone la primera de nuestras hipótesis:

Hipótesis 1: No hay diferencias significativas entre hombres y mujeres en lo que respecta a su capacidad para innovar.

3.2. Proactividad y género

La proactividad es la dimensión de la personalidad según la cual el individuo está preparado y dispuesto a cambiar el entorno a través de la aplicación de sus propias acciones de acuerdo a las oportunidades cambiantes (Crant, 1996). Combinando esta definición con la perspectiva de género, Bruni (2004) y Tagg (2011) afirman que, si bien la acción y la proactividad pueden ser asignadas a la esfera masculina, se asocia la pasividad, la adaptación y la flexibilidad a la femenina. Crant (1996) sostiene que el individuo más proactivo tiende a provocar situaciones de las que se puede beneficiar. En una línea similar, Lerner (2002) reporta una relación positiva y significativa entre el grado de proactividad, entendida como la capacidad de planificación estratégica y el crecimiento, y el nivel de desempeño de las empresas gestionadas por mujeres.

Aunque ha habido pocos estudios que examinen la proactividad y el género, Runyan (2006) afirma que sobre la base de estudios previos no hay razones para concluir que los hombres

sean más proactivos que las mujeres; de hecho, en su estudio sobre las empresas propiedad de mujeres u hombres, muestra que no hay diferencias significativas entre ellos, aunque la puntuación media de las mujeres sea ligeramente más alta que la de los hombres. Por el contrario, Gupta et al. (2007, 2009) muestran que la imagen estereotipada del emprendedor se carga de características masculinas y analizan su influencia en las mujeres: por un lado, la amenaza del estereotipo es mayor en quienes llevan a cabo una tarea muy estereotipada (Steele, 1998); por el contrario, las personas proactivas están más fuertemente motivadas para hacer bien su trabajo y mejorar sus resultados (Seibert et al., 1999). Así, Gupta et al. (2009) concluyen que las mujeres que son más proactivas, paradójicamente, se consideran más amenazadas por el estereotipo masculino del empresario que las que no son tan proactivas, debido al hecho de que presentan una mayor autoeficacia, lo que en última instancia las perjudica en sus intenciones empresariales.

Con el objetivo de contribuir aquí con nuevos datos comparativos sobre el nivel de proactividad en relación al género, se propone la segunda hipótesis en un contexto en el que no se diferencia entre los que son empresarios y los que no lo son:

Hipótesis 2: El nivel de proactividad en los hombres es mayor que el encontrado en las mujeres.

3.3. La aversión al riesgo y género

Probablemente, si hay un tema entre los autores sobre emprendimiento en el que existe mayor consenso es en el de las diferencias en la propensión al riesgo entre hombres y mujeres. Buttner (1988) define este rasgo emparejando los verbos 'asumir', 'manejar' 'evaluar' a la palabra riesgo; se refiere también a la capacidad de convivir bien con la incertidumbre, disfrutando de ella. Las mujeres prefieren la seguridad al riesgo y así es como diseñan sus estrategias (Powell y Ansic, 1997), decidiendo sobre las oportunidades del negocio en base a un mayor acopio de información que sus homólogos masculinos (Masters y Meier 1988; Eckel y Grossman, 2003; Kepler, 2007). Sin embargo, otros autores defienden este rasgo femenino como un estilo de gestión empresarial caracterizado por el control: control presupuestario, control financiero, control sobre los recursos humanos, las ventas o la producción. Entendiendo el control como el mecanismo de comparación constante entre los objetivos y los

resultados; cuando la diferencia o desviación es significativa, es necesario intervenir para corregirla. Así pues, las mujeres muestran mayor aversión a las situaciones de riesgo porque son menos controlables (Lim y Envick, 2011).

Para Sexton y Bowman-Upon (1990) las mujeres tienen mayor reticencia a involucrarse en situaciones con resultados inciertos y presentan menores niveles de energía para mantener ritmos altos de crecimiento empresarial. Estos autores recuperan el diseño realizado por Jackson et al. (1972) sobre las cuatro facetas del riesgo (monetario, físico, social y ético) para demostrar que las empresarias están menos dispuestas a involucrarse en situaciones con resultados inciertos cuando se trata de obtener beneficios financieros. Las mujeres son más proclives a preferir negocios con una baja relación riesgo/retorno (Kepler, 2007). Por otra parte, Buttner (1988) obtiene resultados similares en su estudio realizado con los trabajadores de oficinas bancarias dedicados a la concesión de créditos, así como N. M. Carter (2002), quien demuestra que las empresarias son más adversas a financiarse mediante el endeudamiento, aportando mayor proporción de capital personal a la nueva empresa que sus contrapartes (Verheul, 2001); así mismo, sus necesidades de capitalización son la mitad que las de los hombres (Carter, S., 2007). Así es como Verheul (2001) explica la menor dimensión de las empresas de mujeres: al ser la proporción entre capital personal y capital financiado inversa a la de los hombres, las posibilidades de crecimiento de las empresas son más limitadas puesto que las mujeres poseen menos recursos para financiar su empresa (debido, entre otras razones, a la vida laboral o carrera profesional interrumpida por la maternidad). Así, la mayor aversión al riesgo de las empresarias comporta un crecimiento más lento –aunque constante- comparado con sus homónimos (Watson, 2003).

Sin embargo, otras aportaciones de la literatura matizan lo dicho hasta el momento. Por ejemplo Runyan (2006) afirma que si las empresas son pequeñas y de bajo crecimiento, ni las mujeres ni los hombres tienen propensión a asumir riesgos por lo que no hay diferencias entre ellos. En otro estudio, Carland (1991) compara la capacidad de innovar y asumir riesgos de empresarios y gerentes, hallando diferencias significativas entre estos dos grupos, aunque no dentro de cada grupo desde la perspectiva de género. Tampoco Sonfield (2001) halla diferencias significativas de género en su Matriz de Estrategia Empresarial centrada en la relación Asunción de Riesgos/Innovación.

En un intento de aportar algo de luz a este debate, se plantea la siguiente hipótesis en un contexto de igualdad entre hombres y mujeres como es el estar cursando aún sus estudios universitarios. Para testar las autopercepciones sobre la asunción de riesgos y la influencia de la cultura nacional en los jóvenes universitarios planteamos la tercera subhipótesis:

Hipótesis 3: La capacidad de asumir riesgos de los hombres es mayor que la de las mujeres.

4. LA INFLUENCIA DE LA ORIENTACIÓN EMPRENDEDORA EN LA INTENCIÓN DE EMPRENDER: DIFERENCIAS DE GÉNERO

Las intenciones emprendedoras han sido ampliamente estudiadas durante más de dos décadas (Douglas y Shepherd, 2002; Boyd y Vozikis, 1994; Bird y Jelinek, 1988). En general, las intenciones hacia un comportamiento determinado han demostrado frecuentemente ser el mejor predictor de dicho comportamiento (Fishbein y Ajzen, 1975). Aunque la intención emprendedora - la verdadera intención de crear una empresa - y la OEI son conceptos diferentes, existen evidencias para vincularlos. Esta relación se observa si se analizan las diversas dimensiones que conforman la OEI. Por ejemplo, Frank, Lueger y Korunka (2007) encuentran que la propensión al riesgo se relaciona positivamente con la intención emprendedora en estudiantes universitarios. Otros autores explican en profundidad cómo la personalidad proactiva supone una variación significativa incremental en las intenciones emprendedoras (Crant, 1996). Por otra parte, Hmieleski y Corbett (2006) muestran la estrecha relación entre las intenciones emprendedoras y una tendencia a la improvisación. Del mismo modo, Zampetakis y Moustakis (2007) encuentran que en un estudiante con autopercepción de creatividad y un ambiente familiar que promueva el pensamiento creativo, se puede predecir un mayor nivel de intenciones emprendedoras. Sobre la base de estos supuestos se propone la siguiente hipótesis:

Hipótesis 4: La orientación emprendedora de un individuo se asocia positivamente con la intención de emprender

Por último, cuando los niveles de intención emprendedora presentados por las mujeres son altos – aunque inferiores a los de sus contrapartes masculinos -, no dan el paso definitivo a la realidad, la creación de su propia empresa, como sí que lo hacen los hombres, presentando la consecuente brecha que nos ofrecen las estadísticas. Las mujeres presentan menores grados

de intención emprendedora que los hombres (Crant, 1996; Shaver et al, 2001;. Minniti, 2005;. Veciana et al, 2005), debido a la percepción de poseer menor capacidad para llevar a cabo un comportamiento empresarial junto con un menor soporte recibido por parte del entorno más próximo y del entorno social (Santos et al., 2010). En el caso de las mujeres, existe una relación directa entre el nivel de autoconfianza en las habilidades para la detección de una oportunidad y la creación de una nueva empresa (Minniti et al., 2005; Langowitz, 2007). De hecho la identificación clara que aún hoy existe entre la figura del empresario y el estereotipo de género masculino, frena la IE de las mujeres (Gupta, 2007).

Esta reflexión nos permite proponer la hipótesis final:

Hipótesis 5: La intención emprendedora de los hombres es mayor que la de las mujeres.

5. METODOLOGÍA

5.1. Muestra y procedimiento

Nuestra muestra fue extraída de la población estudiantil de la Universidad de Barcelona. La encuesta se realizó durante la primavera de 2011 en forma de entrevistas cara a cara utilizando un cuestionario estructurado. Se recogieron un total de 1.337 respuestas. El cuestionario se divide en dos secciones. La primera sección incluye preguntas para determinar el perfil del individuo (sexo, origen, experiencia profesional, la experiencia empresarial de la familia). En la segunda sección, se utilizó una escala de Likert para evaluar la orientación de la persona emprendedora y la intención empresarial de cada entrevistado. El cuestionario fue breve (45 ítems).

La Tabla 2 resume las principales características de la muestra (65% mujeres y 35% hombres), siendo la edad promedio de 24 años. Entre las mujeres, el 26,4% reportaron tener un miembro de la familia con negocio propio, mientras que en el caso de los hombres, la proporción fue del 29%. Nótese, también, que el 10% de las mujeres encuestadas son extranjeras, mientras que en el caso de los hombres la cifra se eleva al 15%. En cuanto al tipo de estudios que han escogido, el 18,2% de las mujeres y el 29,6% de los hombres están llevando a cabo estudios relacionados con la administración de empresas. Los estudiantes de grado son los predominantes, mientras que los masters sólo están siendo cursados por el

18,3% de las mujeres y el 22% de los hombres. Por último, la proporción de estudiantes que han tenido alguna experiencia de trabajo son del 63% de las mujeres y el 65% de los hombres.

Tabla 2: Características de la muestra

	Mujeres	Hombres
Total (N)	871 (65%)	466 (35%)
Media de edad (SD)	23.7 (5.94)	24.5 (6.09)
	Mujeres	Hombres
Empresa familiar	228 (26.4)	134 (28.9)
Inmigrante	92 (10.6)	71 (15.2)
Estudiante de Administración de Empresas	159 (18.2)	138 (29.6)
Estudiante de master	159 (18.3)	102 (21.9)
Experiencia laboral	551 (63.8)	30 (65.4)

5.2. Medidas y los métodos de análisis

La aproximación a la OEI se ha realizado mediante trece ítems en base a una escala tipo Likert que iba de 1 ("totalmente en desacuerdo") a 7 ("totalmente de acuerdo"). Las escalas utilizadas para medir el nivel de innovación y proactividad se han construido de acuerdo a la investigación llevada a cabo por Stull y Singh (2005), mientras que la escala sobre la asunción de riesgos se basa en las aportaciones de Stull y Singh (2005) y Wakkee et al. (2010). Por último, la escala sobre la intención de emprender se basa en Liñán y Chen (2009). La redacción de los ítems se muestra en la Tabla 3.

Para analizar la fiabilidad de las escalas utilizadas para medir las variables objeto de estudio, se utilizó el coeficiente alfa de Cronbach, que mide la consistencia interna de nuestra escala, mediante el análisis de la correlación de cada variable con todas las demás variables. Todas las escalas muestran altos niveles de consistencia o solidez, muy por encima del mínimo recomendado de 0,7 (α (OE) = 0,87; α (IE) = 0,94).

6. RESULTADOS

Para las tres primeras hipótesis, hemos probado si hubo diferencias significativas en las tres dimensiones de la OEI. Se utilizó el estadístico t-test para muestras independientes. La Tabla 3 muestra que los resultados obtenidos se pueden interpretar de la siguiente forma: la Hipótesis 1 se mantiene ya que los datos muestran que no hay diferencias significativas entre los niveles de innovación de los hombres y mujeres, por lo que H1 se confirma.

Tabla 3: Medias de las dimensiones de la Orientación Emprendedora, desde la perspectiva de género

	Media (SD) Mujeres	Media (SD) Hombres	F	Sig.
<i>Innovación</i>	4.718 (.965)	4.757 (1.131)	0.398	0.528
Genero nuevas ideas bastante útiles	4.70 (1.203)	4.79 (1.400)		
Propongo nuevas maneras de enfocar los trabajos, actividades o las clases en general	4.79 (1.292)	4.75 (1.400)		
Abordo los trabajos de una manera innovadora	4.53 (1.219)	4.55 (1.331)		
Encuentro nuevas formas de hacer las cosas	4.77 (1.195)	4.82 (1.372)		
Resuelvo los problemas que se me plantean de distinta manera y utilizando distintos puntos de vista	4.75 (1.220)	4.84 (1.343)		
<i>Proactividad</i>	4.463 (.993)	4.656 (1.08)	10.627	.001***
Me adelanto a los cambios en lugar de responder a ellos	4.14 (1.235)	4.40 (1.319)		
Activamente arreglo o mejoro las cosas en lugar de quejarme por ello	4.65 (1.338)	4.83 (1.415)		
Actúo para anticiparme a futuros problemas, necesidades o cambios	4.75 (1.223)	4.83 (1.307)		
Tomo la iniciativa para comenzar nuevos proyectos	4.32 (1.406)	4.56 (1.476)		
<i>Riesgo</i>	4.258 (1.01)	4,485 (1.142)	13.571	.000***
Si creo en un proyecto, intento de llevarlo a cabo, aunque exista la posibilidad de fracaso	4.78 (1.365)	4.85 (1.489)		
No me importa trabajar bajo condiciones de incertidumbre, siempre que haya la probabilidad razonable de que obtenga beneficios de ello	4.45 (1.359)	4.73 (1.466)		
Me involucro en actividades que tienen una posibilidad de que no salgan	3.91 (1.439)	4.10 (1.521)		
Me implico en actividades con riesgos calculados a pesar de la posibilidad de fracaso	3.90 (1.439)	4.27 (1.525)		

* $p \leq 0,1$; ** $p \leq 0,05$; *** $p \leq 0.01$

Sin embargo, en el caso de las otras dos dimensiones de la OEI, la proactividad y la propensión a asumir riesgos, nuestros datos muestran diferencias significativas entre los dos grupos. Como tal, H2 y H3 son soportados. Estos resultados son consistentes con los reportados por Lim y Envick (2011) en su estudio sobre las diferencias en la OEI desde una perspectiva de género, llevado a cabo con estudiantes de cuatro países. Así pues se apoyan

las afirmaciones de que tanto la proactividad como la propensión a asumir riesgos pertenecen a las dimensiones masculinas de la OEI, mientras que la innovación puede ser considerada como perteneciente a la dimensión andrógina.

Con objeto de verificar la relación entre la orientación emprendedora y la intención de la persona de emprender, se llevó a cabo el análisis estadístico que se presenta a continuación. En primer lugar se testa la correlación entre las dimensiones con el fin de determinar si son, de hecho, dos conceptos diferentes. En la Tabla 4 podemos comprobarlo: ninguna de las correlaciones están por encima de 0,7. Sin embargo, puede verse que existe una relación significativa entre los dos conceptos.

Tabla 4. Correlación entre la OEI y la Intención Emprendedora, según la perspectiva de género

Variables	Intención Emprendedora	Intención Emprendedora
	<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>
Innovación-EO	.313 (**)	.420 (**)
Proactividad-EO	.344 (**)	.433 (**)
Asunción de Riesgos-EO	.242 (**)	.297 (**)

*p<.05; **p<.01

** Correlación es significativa para un nivel de .01 (2-tailed).

Para analizar la relación conjunta entre las diferentes dimensiones de la OEI y la intención emprendedora, se presenta el siguiente modelo de regresión. La Tabla 5 muestra que la relación más fuerte se encuentra entre la innovación y la intención de emprender, seguido de la proactividad. A pesar de que la propensión a tomar riesgos es una de las dimensiones más estudiadas del perfil de un empresario, se encontró que tenía la relación más débil con la intención de emprender. Por lo tanto, ello nos permite confirmar también la Hipótesis 4. Si examinamos las diferencias por género, vemos que esta variable también es significativa.

Esta correlación positiva entre la OEI y la intención emprendedora se produce tanto en las mujeres como en los hombres, aunque en el caso de este último, el modelo tiene un poder explicativo superior (el R-cuadrado ajustado para los hombres es del 22%, mientras que para las mujeres es del 13,9%).

Tabla 5: Efecto combinado de la Orientación Emprendedora en la Intención Emprendedora, desde una perspectiva de género

<i>Variables</i>	Modelo 1 (Todos)	Modelo 2 (Mujeres)	Modelo 3 (Hombres)
Capacidad de Innovación (H1)	0.260 (9.970) ***	0.238 (7.145) ***	0.299 (6.805) ***
Proactividad (H2)	0.257 (9.842) ***	0.243 (7.292) ***	0.285 (6.484) ***
Propensión al Riesgo (H3)	0.188 (7.173) ***	0.195 (5.863) ***	0.175 (3.972) ***
Género	0.129 (4.893) ***		
F	72.002	42.860	39.353
Sig.	.000	.000	.000
R ²	19.6%	14.2%	22.7%
R ² total ajustado	19.3%	13.9%	22.1%

+ Coeficientes estandarizados, (t-student entre paréntesis).

* p < 0.10, ** p < 0.05, *** p < .01

Con el fin de examinar con mayor detalle las diferencias en la intención emprendedora desde la perspectiva de género, y para poner a prueba la Hipótesis 5, se realizó el estadístico t-test para muestras independientes. Los resultados de la Tabla 6 muestran diferencias significativas en la intención emprendedora según el género. Así pues, la Hipótesis 5 también se sostiene.

Tabla 6: Medias de los ítems de la Intención Emprendedora según el género

	Media (SD) Mujeres	Media (SD) Hombres	F	Sig.
Intención Emprendedora	3.159 (1.544)	3.764 (1.732)	42.125	.000***
Estoy listo para ser emprendedor	3.41 (1.609)	3.82 (1.724)		
Mi objetivo profesional es ser emprendedor	3.24 (1.718)	3.71 (1.820)		
Haré los esfuerzos necesarios para poner en marcha mi propia empresa	3.43 (1.802)	3.94 (1.886)		
Estoy convencido de crear una empresa en el futuro	3.13 (1.839)	3.81 (1.979)		
Tengo pensamientos muy serios de comenzar una empresa	2.71 (1.712)	3.48 (1.996)		
Tengo la firme intención de comenzar una empresa algún día	3.09 (1.887)	3.79 (2.082)		

* p ≤ .1; ** p ≤ .05; *** p ≤ .01

7. Resumen y Conclusión

En resumen, hemos visto que la OEI es diferente entre hombres y mujeres en dos de las tres dimensiones: la proactividad y la asunción de riesgos. Los resultados de nuestro análisis confirman las hipótesis relativas a la naturaleza masculina de estos ítems, por un lado, y a la condición andrógina de la capacidad de innovación, por el otro. El proceso de socialización al que estamos sujetos todos los individuos en relación al género condicionará nuestro desarrollo profesional y nuestro grado de competitividad. La orientación de los roles sociales en función del género determinará que para que las mujeres se definan con una clara orientación emprendedora en su vida, tengan que asumir roles socialmente considerados masculinos y, más concretamente, dentro de una organización empresarial.

Teniendo en cuenta la consecuente brecha que ello supone en cuanto a la no paridad dentro del empresariado según la perspectiva de género, el talento empresarial de las mujeres y su participación en el mundo de los negocios se contempla como un reservorio en el que se depositan expectativas de cambio. Dichas expectativas afectan no sólo al estilo de gestión, sino también a la distribución del bienestar entre las personas y al ritmo de crecimiento de las regiones. Una posible forma de empoderar a las mujeres es a través de la potenciación de su participación en la actividad empresarial (Runyan, 2006; Tan, 2008).

En este sentido, los datos muestran que las intenciones emprendedoras de los hombres son superiores a las expresadas por las mujeres. Este mayor porcentaje de hombres que muestran intenciones emprendedoras se correlaciona fuertemente con su OEI. A pesar de ello, la dimensión de mayor impacto es la capacidad de innovación, y aquí no hay distinción entre los sexos, de la misma manera que la creatividad es una dimensión que se ha mantenido libre de la categorización según el género. Esto ha significado que las mujeres no han tenido que enfrentarse al conflicto de la adopción de roles que no pertenecen propiamente a su género. Al buscar una dimensión de estas características dentro del contexto académico, todas las diferencias tienden a desaparecer. Por lo tanto, la mujer se siente más protegida que en otras situaciones y puede comportarse en un contexto de aparente igualdad de condiciones. Un destacado número de estudios han tratado de analizar esta dimensión en el ámbito de las empresas de nueva creación y concluyen que cuando una mujer se incorpora al mercado de trabajo con mucha frecuencia se encuentra con problemas cuando intenta combinar sus vidas profesional y personal, además de un conjunto adicional de obligaciones que tienen, puesto

que aún no han sido asumidas por muchos hombres (Constant, 2006). Del mismo modo, el sector en el que operan las empresas también determina en gran medida los resultados con respecto al nivel de innovación desempeñado por las mujeres que, como hemos demostrado en este estudio, está libre de estereotipos de género.

La proactividad es la segunda dimensión con mayor peso en el presente modelo de regresión. Por lo tanto, la intención empresarial surge como efecto de las percepciones subjetivas más que de condiciones objetivas, y mientras las mujeres presentan bajos niveles de percepción con respecto a su autoeficacia para los negocios, los hombres son más optimistas en lo que respecta a la creación de una empresa (Langowitz de 2007). Esto, junto con la certeza de que los empresarios "se hacen" y no "nacen" (Krueger, 1994), nos lleva a la conclusión de que existe la posibilidad de mejorar los niveles de intención emprendedora entre las mujeres si se les ofrecen los incentivos adecuados. Se ha demostrado que las mujeres no nacen con niveles más bajos de la intención emprendedora que los hombres, sino que las diferencias aparecen como resultado de los procesos de socialización e identificación con los diversos estereotipos de género. Los roles más típicamente femeninos, en los que lo que se valora más es la adopción de una actitud pasiva en lugar de un papel proactivo, son perjudiciales para el espíritu emprendedor de la mujer, y una posible explicación para esto es el hecho de que las mujeres no ascienden tanto en sus carreras profesionales como los hombres.

En cuanto a las diferencias de género y la capacidad de asumir riesgos, la relación parece depender en gran medida de la percepción de un individuo de una situación que conlleva un elevado grado de incertidumbre, así como de los valores culturales de su entorno, más que de las condiciones objetivas. La *planificación* y el *control*, tanto en el ámbito de la gestión como en el del trabajo, es una característica típicamente femenina (Lim y Envick, 2011), puesto que muestran una mayor tendencia a medir el grado de desviación con respecto a la previsión inicial. Ello implica que las mujeres puedan tener una mayor propensión a percibir la creación de una empresa como una actividad de muy alto riesgo. Sin embargo, esta percepción negativa puede ser superada por las experiencias personales que permitan a las mujeres cambiar de parecer, mediante los modelos de referencia a los que puedan tener acceso e incluso por la cultura en la que están inmersas. Entender lo que se encuentra subyacente a esta mayor percepción de riesgo debería ayudar a identificar los mecanismos en los que tenemos que actuar si queremos cambiar la situación. Sin embargo, también implica que esta

diferencia no se puede modificar fácilmente, o por lo menos, cualquier cambio será muy lento, y debe venir marcado desde dentro de la política mundial (Minniti, 2007; Langowitz, 2007).

Una de las principales aportaciones de este estudio es que han puesto de relieve la influencia de los estereotipos de género en el grado de propensión de los individuos para desarrollar ciertas dimensiones de su orientación empresarial. Estas conclusiones refuerzan la hipótesis de que la identificación de la figura del empresario con los roles típicamente masculinos podrían ser perjudiciales para la identificación de las mujeres con dicha imagen, lo que interfiere con su evaluación real del emprendimiento como una alternativa profesional.

La demostración de que la innovación es un atributo andrógino y que está fuertemente relacionada con la intención emprendedora de un individuo nos invita a pensar que la inclusión de los estereotipos no masculinos en el concepto del empresario podría ayudar a cambiar la situación actual y permitir a las mujeres aceptar estos parámetros. Por último, cabe destacar que este estudio ha analizado una etapa muy temprana de la vida profesional de las personas, y sería particularmente interesante examinar estos mismos efectos una vez que ambos sexos han tenido un mayor contacto con el mundo del trabajo. Las futuras líneas de investigación podrían examinar si, por ejemplo, las condiciones del entorno comportan que los niveles de innovación de las mujeres caen con respecto a los de sus homólogos masculinos.

BIBLIOGRAFÍA

- Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 30(5), 595-621.
- Anna, A. L., Chandler, G., Jansen, E., & Mero, N. P. (2000). Women business owners in traditional and non-traditional industries. *Journal of Business Venturing*, 15(3), 279-303.
- Baron, R., Markman, G., & Hirza, A. (2001). Perceptions of women and men as entrepreneurs: Evidence for differential effects of attributional augmenting. *Journal of Applied Psychology*, 86(5), 923-929.
- Bem, S. (1974). The measurement of psychological androgyny. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 42(2), 155-162.
- Bird, B., & Jelinek, M. (1988). The operation of entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 13(2), 21-29.
- Blake, M., & Hanson, S. (2005). Rethinking innovation: Context and gender. *Environment and Planning*, 37, 681-701.
- Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 19, 63-77.
- Bruni, A., Gherardi, S., & Poggio, B. (2004). Doing gender, doing entrepreneurship: An ethnographic account of intertwined practices. *Gender, Work and Organization*, 11(4), 406-429.
- Brush, C. G., & Hisrich, R. D. (2000). Women owned businesses: An exploratory study comparing factors affecting performance. *Research Institute for Small and Emerging Businesses (Working Paper)*,
- Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. New York: Routledge.
- Buttner, E. H., & Moore, D. (1997). Women's organizational exodus to entrepreneurship: Self-reported motivations and correlates with success. *Journal of Small Business Management*, 35(1), 34-46.
- Buttner, E. H., & Rosen, B. (1988). Bank loan officers' perceptions of the characteristics of men, women, and successful entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 3(3), 249-258.

- Carland, J. A., & Carland, J. W. (1991). An empirical investigation into the distinctions between male and female entrepreneurs and managers. *International Small Business Journal*, 9(3), 62-72.
- Carter, N. M. (2002). The role of risk orientation on financing expectations in new venture creation: Does sex matter? *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 170-181.
- Carter, N. M., Gartner, W. B., Shaver, K., & Gatewood, E. J. (2001). The career reasons of nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 13-39.
- Carter, S., & Rosa, P. (1998). The financing of male and female owned businesses. *Entrepreneurship & Regional Development*, 10(3), 225-241.
- Carter, S., Shaw, E., Lam, W., & Wilson, F. (2007). Gender, entrepreneurship, and bank lending: The criteria and processes used by bank loan officers in assessing applications. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 31(3), 427-444.
- Choi, N. (2004). Sex role group differences in specific, academic, and general self-efficacy. *Journal of Psychology*, 138(2), 149-159.
- Constant, A. (2006). Female proclivity to the world of business. *KIKLOS*, 59(4), 465-480.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10, 75-87.
- Crant, J. M. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 8-42.
- De Bruin, A., Brush, C. G., & Welter, F. (2006). Towards building cumulative knowledge on women's entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 30(5), 585-593.
- De Bruin, A., Brush, C. G., & Welter, F. (2007). Advancing a framework for coherent research on women's entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 31(3), 323-339.
- Díaz-García, M. C., & Jiménez-Moreno, J. (2010). Recursos y resultados de las pequeñas empresas: Nuevas perspectivas del efecto género. *Cuadernos de economía y dirección de la empresa*, 42, 151-175.
- Douglas, E., & Shepherd, D. (2002). Self-employment as a career choice: Attitudes, entrepreneurial intentions, and utility maximization. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 26(3), 81-90.
- Eckel, C. C., & Grossman, P. J. (2008). Men, women and risk aversion: Experimental evidence. *Handbook of Experimental Economics Results*, Volume 1.

- Fairlie, R. W., & Robb, A. M. (2009). Gender differences in business performance: Evidence from the characteristics of business owners survey. *Small Business Economics*, 33(4), 375-395.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behaviour: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- Frank, H., Lueger, M., & Korunka, C. (2007). The significance of personality in business start-up intentions, start-up realization and business success. *Entrepreneurship & Regional Development*, 19(3), 227-251.
- Gupta, V., & Bhawe, N. (2007). The influence of proactive personality and stereotype threat on women's entrepreneurial intentions. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(4), 73-85.
- Gupta, V., Turban, D. B., Wasti, S. A., & Sikdar, A. (2009). The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 33(2), 397-417.
- Hausmann, R., Tyson, L. D., & Zahidi, S. (2010). The global gender gap report. *World Economic Forum*.
- Hmieleski, M., & Corbett, A. C. (2006). Proclivity for improvisation as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 44(1), 45-63.
- Jackson, D., Hourany, L., & Vidmar, N. (1972). A four-dimensional interpretation of risk taking. *Journal of Personality*, 40, 487.
- Kelley, D., Brush, C. G., Greene, P. G., & Litovsky, Y. (2011). Global entrepreneurship monitor 2010 women's report. *Babson Park, MA: Babson College*,
- Kepler, E., & Shane, S. (2007). Are male and female entrepreneurs really that different? *Small Business Administration, Office of Advocacy*, under contract number SBAHQ-06-M-0480.
- Klapper, L. F., & Parker, S. C. (2010). Gender and the business environment for new firm creation. *The World Bank Research Observer*, Advance access doi: 10.1093/wbro/lkp032: 1-21.
- Krauss, S., Fresek, M., Friedrich, C., & Unger, J. M. (2005). Entrepreneurial orientation: A psychological model of success among southern African small business owners. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 14(3), 315-344.
- Krueger, N. F., & Brazeal, D. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 18, 91-104.

- Langowitz, N., & Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 31(3), 341-364.
- Lerner, M., & Almor, T. (2002). Relationships among strategic capabilities and the performance of women-owned small ventures. *Journal of Small Business Management*, 40(2), 109-125.
- Lim, S., & Envick, B. R. (2011). Gender and entrepreneurial orientation: A multi-country study. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7, 1-18.
- Liñán, F., & Chen, Y. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions (3), 617.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Lumpkin, G. T., & Erdogan, B. (2004). If not entrepreneurship, can psychological characteristics predict entrepreneurial orientation?—A pilot study. *Journal of Entrepreneurship Development ICFAI*, 1, 21-33.
- Lynch, P. (1998). Female microentrepreneurs in the host family sector key motivations and socio-economic variables. *International Journal of Hospitality Management*, 17(3), 319-342.
- Marlow, S. (2002). Women and self-employment: A part of or apart from theoretical construct? *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 3(2), 83-91.
- Marlow, S., Carter, S., & Shaw, E. (2008). Constructing female entrepreneurship policy in the UK: Is the US a relevant benchmark? *Environment and Planning C: Government & Policy*, 26(2), 335-351.
- Marlow, S., & Patton, D. (2005). All credit to men? entrepreneurship, finance, and gender. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 29(6), 717-735.
- Masters, R., & Meier, R. (1988). Sex differences and risk-taking propensity of entrepreneurs. *International Small Business Journal*, 26(1), 31-35.
- Miller, D., & Friesen, P. (1978). Archetypes of strategy formulation. *Management Science*, 24(9), 921-933.
- Minniti, M., & Arenius, P. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24, 233-247.
- Minniti, M., & Nardone, C. (2007). Being in someone else's shoes: The role of gender in nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 28(2), 223-238.

- Mirchandani, K. (1999). Feminist insight on gendered work: New directions in research on women and entrepreneurship. *Gender, Work and Organization*, 6(4), 224-235.
- Mueller, S., & Conway, M. (2007). Gender-role orientation as a determinant of entrepreneurial self-efficacy. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 13(1), 3-20.
- Poon, J., Ainuddin, R. A., & Junit, S. H. (2006). Effects of self-concept traits and entrepreneurial orientation on firm performance. *International Small Business Journal*, 24(1), 61-82.
- Powell, M., & Ansic, D. (1997). Gender differences in risk behaviour in financial decision-making: An experimental analysis. *Journal of Economic Psychology*, 18, 605-628.
- Quince, T., & Whittaker, H. (2003). Entrepreneurial orientation and entrepreneurs' intentions and objectives. *ESRC Centre for Business Research, University of Cambridge, Working Paper No. 271*
- Richard, O. C., Barnett, T., Dwyer, S., & Chadwick, K. (2004). Cultural diversity in management, firm performance, and the moderating role of entrepreneurial orientation dimensions. *Academy of Management Journal*, 47(2), 255-266.
- Rosa, P., & Dawson, A. (2006). Gender and the commercialization of university science: Academic founders of spinout companies. *Entrepreneurship & Regional Development*, 18(4), 341-366.
- Runyan, R. C., Huddleston, P., & Swinney, J. (2006). Entrepreneurial Orientation and social capital as small firm strategies: A study of gender differences from a resource-based view. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2(4), 455-477.
- Santos, F. J., Liñán, F., & Roomi, M. A. (2010). *A cognitive attempt to understanding female entrepreneurial potential: The role of social norms and culture*. Document de Treball 10/8. Departament d'Economia de l'Empresa. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Seibert, S. E., Crant, M. J., & Kraimer, M. L. (1999). Proactive personality and career success. *Journal of Applied Psychology*, 84(3), 416-427.
- Sexton, D. L., & Bowman-Upton, N. (1990). Female and male entrepreneurs: Psychological characteristics and their role in gender-related. *Journal of Business Venturing*, 5(1), 29-36.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.

- Shaver, K. G., Gartner, W. B., Crosby, E., Bakalarova, K., & Gatewood, E. J. (2001). Attributions about entrepreneurship: A framework and process for analyzing reasons for starting a business. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 26(1), 5-32.
- Sonfield, M., Lussier, R., Corman, J., & McKinney, M. (2001). Gender comparisons in strategic decision-making: An empirical analysis of the entrepreneurial strategy matrix. *Journal of Small Business Management*, 39(2), 165-173.
- Steele, C. (1998). Stereotyping and its threat are real. *American Psychologist*, 53(6), 680-681.
- Stull, M., & Singh, J. (2005). Intrapreneurship in nonprofit organizations: Examining the factors that facilitate entrepreneurial behaviour among employees. *Working Paper Case Western Reserve University*.
- Tagg, S., & Wilson, F. (2011). Construing business owners: Are men and women really different?. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2(1).
- Tan, J. (2008). Breaking the "Bamboo curtain" and the "Glass ceiling": The experience of women entrepreneurs in high-tech industries in an emerging market. *Journal of Business Ethics*, 80(3), 547-564.
- Torchia, M. T., Calabro, A., & Huse, M. (2011). Women directors on corporate boards: From tokenism to critical mass. *Journal of Business Ethics*, 102(2), 299-317.
- Veciana, J. M., Aponte, M., & Urbano, D. (2005). University students attitudes towards entrepreneurship: A two countries comparison. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(2), 165-182.
- Verheul, I., Risseux, P., & Bartelse, G. (2002). Gender differences in strategy and human resource management: The case of Dutch real estate brokerage. *International Small Business Journal*, 20(4), 443-476.
- Verheul, I., & Thurik, R. (2001). Start-up capital: Does gender matter? *Small Business Economics*, 16(4), 329-346.
- Wakkee, I., Elfring, T., & Monaghan, S. (2008). Creating entrepreneurial employees in traditional service sectors. The role of coaching and self-efficacy. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6, 1-21.
- Watson, J., & Newby, R. (2005). Biological sex, stereotypical sex-roles, and SME owner characteristics. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 11(2), 129-143.
- Watson, J., & Robinson, S. (2003). Adjusting for risk in comparing the performances of male- and female-controlled SMEs. *Journal of Business Venturing*, 18(6), 773-788.

- Welch, C. L., Welch, D. E., & Hewerdine, L. (2008). Gender and export behaviour: Evidence from women-owned enterprises. *Journal of Business Ethics*, 83(1), 113-126.
- Wiklund, J. (1999). The sustainability of the entrepreneurial orientation-performance relationship. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 24(1), 39-50.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2003). Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium-sized businesses. *Strategic Management Journal*, 24(13), 1307-1314.
- Zampetakis, L. A., & Moustakis, V. (2007). Entrepreneurial behaviour in the Greek public sector. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 13(1), 19-38.