

FACTORES FACILITADORES Y BLOQUEADORES DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO: ORIENTAR PARA EL EMPRENDIMIENTO DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO

M^a José Álvarez Castro, Universidad de Sevilla
M^a Ángeles Rebollo Catalán, Universidad de Sevilla
M^a Rosario Rodríguez Díaz, Universidad de Sevilla
Email contacto: mastersocial@yahoo.es

Resumen

Con este trabajo queremos analizar y poner en valor perfiles de mujeres emprendedoras que constituyan nuevos referentes para el fomento del emprendimiento femenino. Para ello, realizamos un estudio cualitativo basado en grupos de discusión. Participan 8 mujeres andaluzas con edades comprendidas entre 25 y 60 años de distintos sectores empresariales y cuyas empresas se encuentran en diferente nivel de desarrollo. Se realiza un análisis del discurso a través de atlas-ti de carácter inductivo e interpretativo. Los resultados muestran como obstáculos tangibles aspectos como: la burocracia, la escasez de ayudas económicas y la conciliación familiar; e invisibles: las creencias sociales sobre el empresariado y la valoración social de la mujer empresaria. Entre los factores facilitadores, se aluden a recursos internos como cualidades y valores personales. Mientras que entre los recursos externos la visión de la economía doméstica como herencia familiar femenina y el apoyo institucional, especialmente el de la Asociación de empresarias de Sevilla (AES), son valorados positivamente.

Descriptores: *desarrollo profesional; barreras de género; emprendimiento femenino; estudios de las mujeres; cuestiones de género.*

Abstract

This paper attempts to analyze and give value to women entrepreneurs who are new standards for the promotion of female entrepreneurship. For to do that, we carry out a qualitative study based on focus groups. 8 andalusian women aged 25 and 60 years of different business sectors and whose companies are at different levels of development participate in this study. We apply a discourse analysis with Atlas-ti using an inductive and interpretive approach. The results show visible obstacles such as bureaucracy, lack of financial support and family reconciliation and invisible obstacles such as social beliefs on entrepreneurship in general and the social value of women entrepreneurs. As facilitators factors, they allude to internal resources such as qualities and values as the practicality. While external resources include the vision of the domestic economy as female family heritage and institutional support, especially Entrepreneurs Association of Seville (AES), are valued positively.

Keywords: *professional development, gender barriers, female entrepreneurship, gender issues, women studies.*

Introducción

En las últimas décadas el reconocimiento y promoción del emprendimiento es una de las prioridades de la mayor parte de las sociedades avanzadas. Se trata de una tendencia que tiene como base el reconocimiento de la creación de empresas como fuerza motriz de desarrollo de las naciones y regiones, la creación de empleo, y de la innovación. De ahí el interés de gobiernos y organizaciones por el fomento del espíritu empresarial como línea fundamental de sus propuestas políticas de empleo. Se parte de una afirmación clara: la creación de una empresa es una decisión personal, pero este aserto que puede resultar tan obvio está envuelto en ciertos condicionantes, por ejemplo, el género. En efecto, el *Informe Global 2010* del GEM (Kelley et al., 2011) pone de manifiesto que la actividad emprendedora depende del género, siendo mayor la tasa de actividad masculina. No obstante, estas diferencias de participación en la actividad empresarial pueden tener relación con dificultades y obstáculos específicos que las mujeres tienen (Minniti y Arenius, 2003). Partiendo de una distribución igualitaria de las habilidades empresariales en el conjunto de la población, Alsos y Ljunggren (1988) mostraron que la reducida presencia de las mujeres se debía a la existencia de barreras sociales vinculadas a los roles atribuidos y desempeñados por la mujer y a los prejuicios y estereotipos de sus capacidades y habilidades para el desempeño de ciertas actividades profesionales (Kantor, 2002).

En el ámbito educativo, los estudios sobre orientación y desarrollo profesional de las mujeres se han interesado por las expectativas y aspiraciones que inciden en sus decisiones laborales y en la consecución de logros profesionales. Estudios anteriores (Rebollo, González y García-Pérez, 2001) han mostrado obstáculos en el desarrollo profesional de las mujeres. En su estudio, Donoso, Figuera y Rodríguez (2011) documentan la predominancia de un liderazgo competencial basado el trabajo en equipo, la gestión y organización y el desarrollo de un buen clima de trabajo así como el hecho de que aunque las mujeres valoran el mundo profesional buscan compatibilizarlo con otros roles vitales y su satisfacción se asocia a la planificación de su trayectoria profesional y la anticipación de los conflictos de roles. Precisamente algunos trabajos previos señalan la multiplicidad de roles que se superponen en la vida de las mujeres (Coria, Freixas y Covas, 2005; Biggs y Brough, 2005) y que es preciso considerar en el análisis y comprensión de las trayectorias profesionales de las mujeres.

Gimeno y Rocabert (1998) señalan la evidencia de que el desarrollo de la carrera de la mujer no sólo es diferente al de los hombres, sino más compleja debido a la influencia que ejercen en su caso esas otras facetas. Paula Nicholson (1997) considera en el desarrollo de las carreras de las mujeres existen barreras visibles como las responsabilidades familiares que asumen las mujeres como una rol social atribuido, barreras invisibles como las actitudes, las creencias y conductas de los hombres en el contexto laboral que conforman la cultura de las organizaciones; y barreras derivadas del impacto psicológico inconsciente que esta cultura androcéntrica de las organizaciones tiene sobre la motivación de la mujer, su autoestima, etc., Sánchez-Apellániz (1999) plantea que la creación de empresas se adopta como una 'estrategia de acoplamiento' por las mujeres para compatibilizar sus carreras con el cuidado de los hijos, las tareas domésticas, etc.

Con este estudio queremos conocer qué aportan las mujeres al emprendimiento a partir de los recursos personales y sociales que movilizan en el desarrollo de sus proyectos, con el fin de diseñar propuestas educativas para el fomento y promoción del emprendimiento en

mujeres jóvenes universitarias. Este trabajo se suma a otros (Brush, de Bruin y Welter, 2009; Castaño, 2009; McGowan, Lewis, Cooper y Greenan, 2012) que se han centrado en las experiencias de las mujeres emprendedoras tratando de identificar las estrategias que usan para superar obstáculos y se asocian al éxito y sostenibilidad de sus negocios. Con ello queremos analizar y poner en valor perfiles de mujeres emprendedoras que constituyan nuevos referentes para el fomento del emprendimiento femenino.

Método

En esta investigación se ha hecho uso de una metodología de corte cualitativo mediante la técnica de grupos de discusión. Se han realizado dos sesiones con dos grupos integrados por mujeres emprendedoras que desarrollan sus negocios en Sevilla capital y su provincia. El rol moderador fue asumido por las dos profesoras firmantes de este artículo y se realizaron en intervalos temporales de mayo/junio de 2012.

En su composición nos encontramos con emprendedoras fundadoras, así como emprendedoras de segunda generación (empresas familiares). La selección se realiza al amparo de la Asociación de Empresarias de Sevilla (AES), que nos hizo posible la introducción en el círculo empresarial y la selección del perfil potencial entre sus asociadas, con base a los siguientes aspectos: (a) liderazgo directivo: mujeres fundadoras de sus actuales negocios y/o continuadoras directivas de segunda generación, (b) experiencia: emprendedoras de más de 5 años, y (c) ramas de actividad: empresas o negocios de diferentes sectores empresariales.

Para la dinámica de los grupos fue elaborada una guía con temas específicos, entre los que son especialmente reseñables, aspectos como: la autopercepción de sus cualidades y competencias como empresarias, cómo surge la idea de emprender, y, específicamente recursos facilitadores, o en su defecto, barreras en su actividad emprendedora. En este sentido el entorno tiene un peso específico: la aceptación social que tienen las mujeres que crean negocios, los apoyos o frenos que reciben del entorno familiar, institucional o financiero. Las diferencias existentes en la actividad empresarial por género son provocadas, de acuerdo con De la Vega (2008), por los determinantes psicológicos y sociales de las mujeres; a saber, son más modestas a la hora de evaluar sus habilidades para la creación de empresas; muestran una mayor aversión al riesgo y perciben menores oportunidades para la creación de empresas en su zona.

La transcripción de los grupos de discusión ha sido realizada con las convenciones del análisis conversacional adaptadas por Cubero (2000). Con el celo que requiere la identidad y confidencialidad de los discursos, han sido modificados nombres y cualquier marca identificativa de las empresarias participantes. En el procesamiento de la información se ha utilizado el programa Atlas-Ti para el análisis cualitativo, desarrollándose en dos fases: a) en primer lugar se optó por una codificación abierta, utilizando “códigos in vivo”, lo que supone el uso de las palabras exactas verbalizadas por las empresarias a modo de categorías que reflejasen el sentido más literal del discurso. La identificación de dichas categorías estaban relacionadas, grosso modo, con dos grandes campos: factores bloqueadores y factores facilitadores en el desempeño de su actividad empresarial. A su vez, ambos, eran segmentados en factores de tipo social e individual y, b) en segundo lugar, con el uso de una aproximación iterativa, se efectuaron agrupaciones que nos permitieran percibir un modelo global con la categorización social e individual en ambos campos (frenos y recursos facilitadores), para lo cual se emplea un método comparativo constante arroje luz sobre las regularidades y

asociaciones entre categorías, para lo cual se hace uso de la opción “networks”, opción del programa informático, y de las “memos” que favorecen la construcción de interpretaciones discursivas del modelo comprensivo sobre los factores obstaculizadores y facilitadores de las mujeres emprendedoras.

Resultados

Factores bloqueadores sociales

Se identifican como factores visibles: las dificultades para conciliar la vida laboral y familiar, y la financiación. Como factores invisibles: las creencias sociales respecto al empresariado que condicionan en gran medida su identificación.

- **Conciliación.** El factor bloqueador social más recurrente en los discursos de las mujeres alude a sus dificultades para conciliar su proyecto personal y profesional. El siguiente extracto muestra esta experiencia: *“An: ...para mí entender, el mayor obstáculo que tiene una mujer, es esa conciliación, y que esa capacidad que tengan los hombres a la hora de que estamos reunidos, que tenemos un negocio, tratamos un asunto, ... pero que están pensando que se tienen que ir... y que tienes otros asuntos que atender en casa, yo a ellos no los veo ¿no?. Es que, ellos están muy relajados... yo he tenido al niño y yo me incorporé a los 15 días y tenía el parquecito del niño mi lado, y tenía que darle el pecho, me iba al despacho de al lado, ... Si tienes una reunión, por favor, darle una vueltecita al niño, que no puedo verlo”*.

A veces, familia y entorno se convierten en barreras para la actividad del emprendimiento: *“L: ... Yo siempre he tenido todo el mundo en contra, todo el mundo en contra. Cada vez que doy un paso, todo el mundo “boom no”. Mi marido al principio no quería que cogiera el negocio [y ahora el no quiere que me vaya a casa, verás]”*. Pese a que el apoyo familiar suele ser fundamental a la hora de emprender, no siempre es habitual. De hecho, una vez que ellas demuestran sus capacidades en la gestión empresarial, entonces convencen al entorno y lo van cambiando: *“S... Ahora, luego, cuando ya ven que te gusta, que te mueves más o menos bien, que consigues más o menos tus logros, tus pequeñas cositas, pues el apoyo familiar es fundamental y hoy día, si yo no tuviera apoyo familiar en casa no podría pasar tantas horas fuera de casa (...)”*.

- **Financiación.** *“An: ...Y en cuanto a lo de la capacidad económica, pues imagínate una empresa que se crea de lo que no tiene nada, que... ehm... embarcándote en todo, poniendo tus propios bienes a disposición del banco, y recibes un riesgo tan grande, por lo menos mi empresa no empieza con disposición económica boyante, no, no, sino con lo poquito que tenía, lo invertía e iba creciendo pero para, para disposición del banco como garantía. O sea, estabas en la cuerda floja constantemente”*. Este discurso muestra las dificultades económicas por las que atraviesa el ciclo vital de las empresas (liquidez). No obstante, cabe considerar que ya en la puesta en marcha del proyecto empresarial, los varones invierten más, incluso el doble que las mujeres, lo cual redundará en el sector, tamaño y tipo de empresa creada (Brush, 1992). De ello podría derivarse que las emprendedoras se encuentran con mayores obstáculos para acceder al crédito y, por tanto, pueda surgir un trato discriminatorio de las entidades bancarias (Koren, 2000).

En otro ámbito, también encontramos estereotipos sociales sobre el empresario que afectan negativamente al emprendimiento femenino según lo expresado en sus propios discursos: *“Ma: Es que los hombres lo que, el que dice “yo soy empresario” así con la boca*

grande, Uhm... Lo dice porque se cree que decir solamente soy empresario es ya decir tengo dinero, tengo poder (...) O sea, yo soy empresaria currante...". Las mujeres marcan una distancia respecto a esta imagen social del empresario relacionado con tener dinero, poder... e, incluso, "explotador", frente a la imagen de las empresarias que son trabajadoras, "currantas", que hacen lo que les gusta. No obstante, legitiman y perpetúan roles de género. Las mujeres trasladan a la gestión empresarial los estereotipos y creencias sobre las características que el patriarcado ha atribuido tradicionalmente a las mujeres como aspectos propios y esenciales de la mujer empresaria.

Factores Bloqueadores Individuales

- **Autopercepción.** Como factores bloqueadores individuales del emprendimiento femenino identificamos la propia autopercepción como empresarias: inseguridad, miedo al riesgo, tener que demostrar su valía, etc. "A: Ehm... A ver, por supuesto el riesgo lo seguimos corriendo: tenemos todo nuestro patrimonio puesto en los bancos, eso es no tenemos nada, yo me pasa algo y yo me quedo sin nada y mis hijos se quedan sin nada, por supuesto. Eso, eso es algo que hay que asumir como empresaria ¿no? y como empresa ¿no?..."

"C: ...yo creo que las mujeres siguen teniendo que demostrar mucho más... Que los hombres..."

M: "Tenemos que demostrar el doble".

Factores facilitadores sociales

- **Gestión práctica.** Estudios como el de Buttner (2001) pone de manifiesto cómo algunas habilidades desarrolladas en el cuidado de las familias son percibidas por las mujeres como un valor de la gestión empresarial para la propia organización. Esta táctica es representativa de la visión que las mujeres tienen de la empresa, de su funcionamiento y de sus estilos de gestión. En este sentido, el siguiente fragmento hace referencia a la socialización de género y a su repercusión en las estrategias de gestión de sus empresas: "A...a nosotras nos diferencia eso, el que somos personas integradas, maduras, eh... globales, con una gran capacidad de... de..., somos generalistas al mismo tiempo que especialistas, aplicamos todo lo que una mujer: históricamente debe hacer en la casa, nosotras lo llevamos a la empresa, somos gestoras porque lo traemos en los genes, y entonces (.) el trabajar en equipo el... de lo poquito sacar mucho, porque estamos aplicando lo que hemos visto ancestralmente y lo que... eh... cientos de generaciones han ido haciendo y que son nuestros modelos como mujeres ¿no?, que son las madres y las mujeres de nuestra familia: nuestras madres, nuestras abuelas, nuestras tatarabuelas nuestras tías..."

-**Apoyo Institucional.** En los discursos se distinguen dos claros puntos de apoyo; por un lado, reconocen como elemento facilitador los recursos puestos en marcha de asesoramiento empresarial en diferentes instituciones: "A: ..."Cuando nosotras empezamos, no existía nada. Absolutamente nada, nada, nada del verbo nada (risas)... Aquí que hay servicios en el ayuntamientos, en todo los ayuntamientos del área metropolitana, en la Cámara de Comercio, en la CES, en la CEA, (.) Hay que aprovechar los recursos que hay, que hace 20 años no existían, [tenéis muchos avanzado]". Y por otro lado, identifican a la Asociación de Empresarias de Sevilla (AES) como fundamental para fomentar redes, hacer negocios, apoyar a otras emprendedoras, así como sus sesiones de networking. "S: ...y yo creo que el tema de

las redes es fundamental, vamos, y la gente hace, claro está, que se agradece, pero en ocasiones estás de trabajo, ¿No? [De intercambio de experiencia, de negocios...]”.

“An: [Y ánimo] una barbaridad y sobre todo, y gratificante a nivel personal de las poquitas y muchas experiencias que tengas y que otras personas lo vean en ti como, como:: esa visión de decir pues pueden ayudar [o hasta ahí...]”.

Factores facilitadores individuales

-Innovación. En los discursos se muestra cómo las empresarias son capaces de cambiar para innovar en su empresa o negocio, sin embargo temen al riesgo. La innovación la expresan como: *“hacer cosas muy distintas con una misma idea”, “hay que ir innovando, innovando y darte para que la gente vea”, “Nosotras dándole vueltas a la cabeza a ver cómo puedes mejorar”.* Se muestran críticas en la evaluación percibida por las resistencias de su entorno respecto a su actividad emprendedora y ante sus propuestas de cambio e innovación cuando se trata de iniciar un negocio, de reorientarlo o de consolidarlo: *“mi padre es un hombre, uhm... no muy machista pero, es un hombre al cual le cuesta trabajo mis ideas: “de loca”. (...)El siempre me lo rompe todo. Después, termina haciendo lo que yo le he dicho. Porque yo tengo todos mis controles y demás. Porque... y cuando marco una oferta o hago cualquier tema, lo tengo todo muy estudiado. Porque yo soy mujer (risas) y lo hago todo al milímetro”.*

-Liderazgo - poder/autoridad. El estudio de Brush (1997) muestra que las mujeres ponen de manifiesto en grupos de discusión sus creencias acerca de que se sienten más cómodas en contextos empresariales donde la cooperación y la creación de comunidad son aspectos valorados: *“A:(...) Y trabajamos mucho con liderazgo compartido, que era un poco lo que estábamos hablando de los trabajos en equipo (.) Sin saberlo ¿no? hay veces que tu no lo haces ¿no? y lo que lo sabemos y explicamos, umh... trabajamos así, ¿no? Nos toca, a veces, en ese liderazgo compartido no nos toca tener siempre el voto del jefe. O de la autoridad, por como haces y compartes el espacio y compartes proyectos”.* Las mujeres que participan en el debate no consideran el poder como parte de su visión empresarial, no se identifican con él y, por ello, prefieren hablar más de reconocimiento de la autoridad que de poder y así lo expresan: *“que se nos reconozca la autoridad, no el poder”, “nosotras somos más de intentar conseguir la autoridad”, “el poder por el poder yo creo que no es común denominador de las mujeres”.*

- Cualidades personales: las empresarias se definen con ciertas cualidades que destacan a la hora de realizar su trabajo en su actividad o negocio, especialmente señalan: la actitud, la implicación, el sentido de la responsabilidad, el trabajo en equipo, el valor, la pasión en lo que le gusta, el sentido práctico, la claridad, flexibilidad, y polivalencia, la estabilidad, *“ir poco a poco”* y mucha conciliación: *“An: Pienso que la actitud y la persona ¿no? sobre todo como personas. > En sí, ya no como empresaria. Empresaria puede ser cualquiera que tenga esa aspiración. < Pero, es muy importante tener una actitud..., tener... el sentido de la... el equipo, el trabajo, la implicación, y una diferencia de una mujer a un hombre, que somos (.) que contamos muchísimo con el resto del equipo, que nos implicamos mucho en nuestro proyectos, que hacemos que..., (.) Y la mentalidad nuestra es mucha conciliación y mucho más tener en cuenta la opinión del resto, y hacer negocio de todo lo poquito que tiene, como, como (.) te pones a pensar como lo hacía tu madre”.*

Discusión

Una vez comentados los resultados extraídos de nuestra investigación, podemos considerar los procesos de emprendimiento femenino como una importante fuente de empoderamiento para las mujeres. Pese a que las emprendedoras no son las que más empoderadas están, es el proceso de reeducación social, desvalorización de sí mismas, de reconocimiento propio y de su entorno, lo que las ayuda a ello.

Las mujeres rehúsan la identificación con el imaginario del empresariado masculino y reconstruyen nuevos modelos desde sus referentes más próximos (madres, hermanas, abuelas...). La educación y formación para el emprendimiento ha de dotar de modelos de mujeres empresarias que sirvan de referentes activos en la construcción de un imaginario propio de emprendimiento femenino, que les permita identificarse y generar factores facilitadores y no bloqueadores del emprendimiento, dada las resistencias generadas desde los modelos de identidad empresarial masculino. Surge desde ello la dialéctica entre poder y autoridad. Ellas identifican el poder como algo propio de los empresarios, “*poder por el poder*”, propio de un modelo autoritario, mientras ellas reivindican la autoridad, utilizando en su gestión empresarial nuevos modelos de liderazgo compartido, de consenso y de trabajo en equipo.

Uno de los principales factores bloqueadores es la conciliación. Las mujeres asumen la conciliación personal, familiar y laboral como algo propio que les viene dado. Asumen ese rol de género impuesto socialmente y no contemplan la corresponsabilidad, la responsabilidad compartida con la pareja y con otros miembros del hogar, en el desempeño de las tareas domésticas, además de las laborales. Perdura la influencia de la socialización diferenciada y pese a estar dispuestas a asumir riesgos, innovar, construir nuevos modelos de gestión empresarial, en el modelo familiar no se cuestionan cambiar el rol de género que tienen tan interiorizado. En efecto, son capaces de innovar y adoptar cambios en la empresa pero no modifican sus patrones con respecto a la conciliación, no desarrollan nuevos modelos de parejas, lo asumen en ellas mismas y no adoptan la corresponsabilidad con la pareja. En ocasiones el apoyo familiar, que consideran fundamental y necesario a la hora de emprender, no siempre cuentan con él, viéndose empujadas a demostrar su valía.

Entre los recursos de apoyo facilitadores del emprendimiento, las mujeres tienen en alta estima el apoyo institucionalmente, aunque remarcan el ofrecido por la Asociación de Empresarias de Sevilla (AES), en cuanto al asesoramiento, intercambio de experiencias, sesiones formativas y sobre todo, las redes de contactos que les son útiles tanto como apoyo emocional, como para hacer negocios entre ellas. Valoran positivamente la aplicación de las nuevas tecnologías y redes sociales en sus empresas para abrirse mercado.

En las aportaciones que hacen estas mujeres para la construcción de nuevos modelos de empresariado femenino, aplican las tácticas de la economía y gestión del hogar a sus negocios, apostando por el “*poco a poco*”, la flexibilidad, la estabilidad empresarial, asegurar bien los ingresos y los cobros antes que vender mucho, asumir riesgos pero con moderación, etc. En cuanto a su autopercepción, se destaca el valor, la capacidad de trabajo, el esfuerzo personal, “*hacer lo que les gusta*”,...son más inquietas, maduras, proactivas, prácticas, claras, trabajadoras, familiares, de trato cercano, saben escuchar, etc.

Referencias

- Alsos, G.A y Ljunggren, E. (1998). *Does the business start-up process differ by gender? A longitudinal study of nascent entrepreneurs*. Disponible en: <http://www.babson.edu/entrep/fer/>.
- Brush, C. G. (1992). Research on women business owners: past trends and future directions. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 16(4), 5-30.
- Brush, C. G. (1997). Women-owned businesses: obstacles and opportunities. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 2(1), 1-25.
- Brush, C.G., A. de Bruin, y F. Welter. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender Entrepreneurship*, 1(1), 8-24.
- Buttner, E. H. (2001). *Examining female entrepreneur's management styles: an analysis using a relational frame*. Disponible en: http://libres.uncg.edu/ir/uncg/f/E_Buttner_Examining_2001.pdf
- Castaño, C. (2009). *Mujeres y poder empresarial en España*. Instituto de la mujer: Madrid.
- Coria, C., Freixas, A. y Covas, S. (2005). *Los cambios en la vida de las mujeres*. Barcelona: Paidós.
- Cubero, R. (2000). *La construcción del conocimiento psicológico. Un estudio de la interacción y el discurso en las aulas universitarias*. Madrid: Ministerio de Ciencia y Tecnología.
- De la Vega, I., Coduras, A., Cruz, C. y Justo, R. (2008). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo GEM España 2007*. Madrid: Instituto de Empresa.
- Donoso, T., Figuera, P. y Rodríguez Moreno, M. L. (2011). Barreras de género en el desarrollo profesional de la mujer universitaria. *Revista de Educación*, 355, 187-212.
- Gimeno, M^a J. y Rocabert, E. (1998) *¿Poseen las mujeres que escogen opciones no tradicionales para su género unas características en común?* *Revista de Psicología de la Educación*, 23, 69-90.
- Kantor, P (2002). Gender, microenterprise success and cultural context: the case of south asia. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 26(4), 131-143.
- Kelley, D., Bosma N. y Amorós, J.E. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor 2010 Global Report*. Disponible en: <http://www.gemconsortium.org/docs/download/266>.
- McGowan, P. Redeker, C.L., Cooper, S.Y. y Greenan, K. (2012): Female entrepreneurship and the management of business and domestic roles: motivations, expectations and realities. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 24(1), 53-72.

Minniti, M. y Arenius, P. (2003). *Woman in Entrepreneurship*. The Entrepreneurial Advantage of Nations: The First Annual Global Entrepreneurship Symposium, 1-1.

Nicholson, P. (1997) *Poder, género y organizaciones*. Narcea: Madrid.

Rebollo, M.A., González-Hernández, E.M. y García-Pérez, R. (2001). Identidades profesionales en educación desde una perspectiva de género. *Revista Fuentes*, 3, 117-137.

Sánchez-Apellániz, M. (1999) Tendencias de las mujeres en el desarrollo profesional. *Reis*, 85, 67-83.