MUJER Y CREACIÓN DE EMPRESAS EN EXTREMADURA: UN ANÁLISIS COMPARATIVO

Juan Carlos Díaz Casero, Universidad de Extremadura
María de la Cruz Sánchez Escobedo, Universidad de Extremadura
Maria Victoria Postigo Jiménez, Universidad de Extremadura

RESUMEN

El presente artículo analiza en el marco del Proyecto GEM[1] (Global Entrepreneurship Monitor), la evolución de la situación de la mujer emprendedora en el periodo 2003-2005 en Extremadura; comparando los resultados obtenidos con los datos resultantes del análisis nacional en el mismo periodo.

Este artículo contribuye a profundizar en el estudio de la creación de empresas por parte de la mujer en Extremadura analizando su actividad emprendedora, motivación, perfil, factores psico-sociales o apoyo institucional hacia ésta a la hora de crear una empresa.

Los resultados más relevantes indican una mayor actividad emprendedora femenina por oportunidad, una validación del perfil de la empresaria extremeña, que la percepción de buenas oportunidades y el miedo al fracaso dependen del sexo y que el apoyo institucional a la empresaria en términos generales es positivo.

PALABRAS CLAVE: Mujer, creación de empresas, Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

ABSTRACT

The present article analyzes in the mark of the Proyect GEM (Global Entrepreneurship Monitor), the evolution of the ventures woman's entrepreneur in the period 2003-2005 in Extremadura; comparing the results obtained with the resulting data of the national analysis in the same period.

This article contributes to study in depth of entrepreneurship the part of the woman in Extremadura, analyzing its entrepreneur activity, motivation, profile, psico-social factors or institutional support towards the woman when creating a company.

The most excellent results indicate a bigger feminine entrepreneur activity for opportunity, a validation of the profile of the manager extremeña that the perception of good opportunities and the fear to the failure depend on the sex and that the institutional support to the manager in general terms is positive.

KEY WORDS: Woman, entrepreneurship, Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

El crecimiento económico, la innovación de las empresas y la creación de empleo, son problemas que en las últimas décadas vienen afectando a la sociedad, y en general, a los distintos gobiernos e instituciones públicas. A la vez, la creación de empresas parece haberse manifestado como una de las soluciones a estos tres problemas.

[1] El Proyecto GEM se crea en septiembre de 1997 como una investigación conjunta entre el Babson College de Estados Unidos y la London Business School del Reino Unido. El primer informe mundial se realiza en 1999 y su propósito fundamental es el estudio de la relación entre la creación de empresas y el crecimiento económico, reuniendo, con este fin, a los mejores investigadores mundiales en el campo del conocimiento de la iniciativa emprendedora. De carácter transversal y comparativo, es actualmente el mayor proyecto de investigación en el campo del espíritu empresarial, tanto por su magnitud mundial como por sus resultados (Reynolds, et al., 2002).

Su incidencia en el desarrollo económico de los países y las regiones (Kent, 1982; Sexton, 1986; Dubini, 1989; Storey, 1994, Reynolds, Hay y Camp, 1999, 2000, 2001, 2002), en el impulso de la innovación (Schumpeter, 1963, 1983; Druker, 1964, 1986; Acs y Audretsch, 1988; Hisrich y Peters, 1989) o en la creación de empleo (Birch, 1979, 1987; Storey, 1982, 1994; Birley, 1987; Kirchhoff y Phillips, 1988, 1992; White y Reynolds, 1996), ha hecho que las diferentes administraciones públicas[2] hayan tomado medidas de toda índole para favorecer la actividad emprendedora.

En el ámbito académico, la creación de empresas ha tomado un importante auge como campo de investigación científica a partir de los años ochenta (Brockhaus, 1987; Sexton y Bowman-Upton, 1988; Hisrich, 1988; Stevenson y Harmelin, 1990; Bygrave y Hofer, 1991; Blenker, 1992; Hornaday, 1992; Bowmen y Steyaert, 1992; Johannison, 1992; Nueno, 1994 y 2005; Veciana, 1999; Genescà et al., 2003; etc.), lo que está haciendo que cada vez se consolide más como materia de estudio y se conozcan con mayor profundidad diferentes ámbitos de la actividad emprendedora, lo que sin duda ayudará al diseño de políticas públicas en esta materia.

Por otro lado, la mujer forma parte de este problema de manera importante. Pruebas de ello son las cifras de desempleo femenino (INE, 2006), las diferentes políticas públicas dirigidas exclusivamente a mujeres por parte de los organismos públicos para tratar de insertarlas en el ámbito empresarial (Fuentes, 2006), o la falta de paridad frente a los hombres propietarios de empresas (Junquera; 2004).

La mujer se ha incorporado a la actividad empresarial, accediendo a puestos de trabajo impensables en décadas anteriores (Fernández et al., 2005), lo que nos revela los profundos cambios sociales que las sociedades están sufriendo en los últimos tiempos. Cambios en los que, como manifiestan Gómez y Martí (2004), ha jugado un papel muy importante el mayor número de familias y a la vez la reducción de su tamaño, el incremento de la esperanza de vida de la población, el aumento del número de divorcios y del número de hogares con dos miembros trabajando, las bajas tasas de fertilidad, etc.

También en la esfera académica, el estudio de la empresaria ha provocado numerosos artículos que denotan el interés de los investigadores. Una investigación efectuada por Sara Carter en 2001 reveló la existencia de más de 400 referencias académicas que consideraban el tema del género[3] como un problema de comunicación de masas.

Está claro con el paso del tiempo, que el área de la mujer emprendedora es un problema a solucionar y posicionar dentro del ámbito empresarial (Brush, 1992; Berg, 1997).

Así pues, el objetivo fundamental que perseguimos en el trabajo será:

1. Realizar un análisis de la actividad emprendedora femenina en Extremadura.
2. Obtener el perfil de la empresaria extremeña.
3. Analizar algunos determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora femenina en Extremadura.

---

[2] En Europa, reflejo de este interés, se han hecho diferentes publicaciones: Fostering Entrepreneurship in Europe: Priorities for the Future (Comisión Europea, 1998). Fomento del espíritu empresarial y la Competitividad (Comisión Europea, 1998). Fostering for Entrepreneurship (OCDE, 1998).Carta Europea de la pequeña empresa (Consejo Europeo, 19-20 junio 2000). Libro Verde sobre el Espíritu Empresarial (Comisión Europea, 2003). En Estados Unidos, ya desde principios de los años 80, se crea el SBA - Small Business Administration, o se realizan las Conferencias de la Casa Blanca sobre Pymes (1980, 1986, 1995), etc., para clarificar la situación de las Pymes y aportar soluciones a sus problemas.

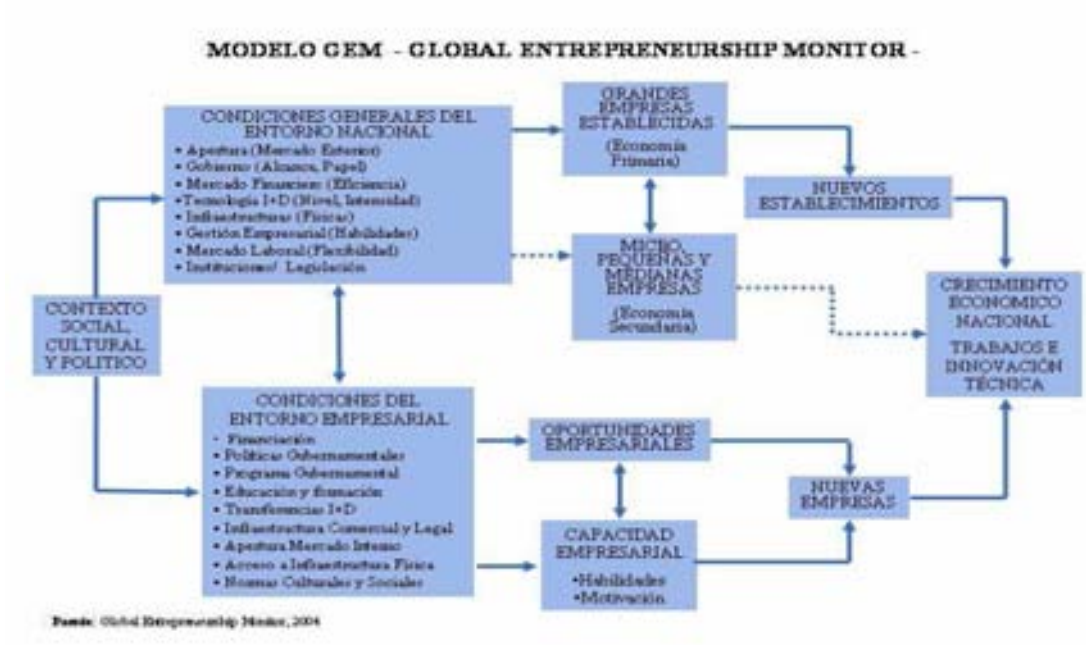
[3] "El género es una definición de las mujeres y los hombres construida socialmente. Es el diseño social de un sexo biológico, determinado por la concepción de tareas, funciones y roles atribuidos a las mujeres y a los hombres en la sociedad y en la vida pública. Se trata de una definición específica cultural de la femineidad y de la masculinidad y varía por tanto en el tiempo y en el espacio. La construcción y la reproducción del género tiene lugar tanto a nivel individual como a nivel social. Ambos son igualmente importantes y los individuos configuran normas y roles de género mediante sus actividades y los reproducen conforme a las expectativas". Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Instituto de la Mujer (1999): "Mainstreaming de género. Marco conceptual, metodología y presentación de buenas prácticas. Serie documentos, nº 28. Madrid. p. 12.

4. Examinar el apoyo institucional a la mujer emprendedora en Extremadura.

2. MARCO TEÓRICO

El marco teórico que sustenta la investigación viene definido por el modelo teórico del Proyecto GEM (figura 1), que comienza con la asunción de que el papel de la creación de empresas es esencial para el crecimiento económico (Reynolds, et al., 1999). El análisis tradicional del crecimiento económico tiende a enfocarse hacia las grandes empresas y olvida las innovaciones y la competitividad con las que la creación de pequeñas empresas contribuye a la economía global.

FIGURA 1. Modelo conceptual del Proyecto GEM



Con el objetivo de profundizar en el conocimiento de los factores que inciden en el fenómeno de la creación de empresas, se construye un modelo detallado del proceso empresarial y del crecimiento económico, que integra las principales variables proporcionadas por la investigación científica hasta la actualidad. A diferencia de la mayoría de los estudios, lo que distingue al modelo conceptual GEM es que considera las contribuciones realizadas a la economía por todos los empresarios de un país; es decir**,** integra en su análisis del crecimiento económico tanto las aportaciones de las grandes empresas como de las pequeñas y medianas. (Reynolds et al., 2005).

En el modelo conceptual se contempla un amplio conjunto de factores asociados con las variaciones nacionales que se producen en la actividad emprendedora y en sus principales características contextuales (Reynolds et al., 2005). Así, el modelo reúne un conjunto de elementos fundamentales que se relacionan e interactúan entre ellos. Las variables claves están consideradas en siete grandes grupos: contexto social, cultural y político, condiciones generales nacionales y condiciones específicas empresariales, oportunidades empresariales y capacidades empresariales, dinámica empresarial, crecimiento económico nacional.

Como se muestra en la figura 1, el desarrollo económico de un país depende de una combinación exitosa entre la fuerza de las grandes compañías (parte superior de la figura 1) y la actividad emprendedora (parte inferior de la

figura 1), que representa el corazón del proyecto GEM. Será esta conexión entre el crecimiento económico del país y "la dinámica interrelacionada de empresas ya consolidadas y empresas nuevas" lo que le da un carácter diferente e integrador al modelo GEM, y a su vez es lo que permite comprender de forma más clara por qué el "entrepreneurship"[4] es vital para la economía global.

3. REVISIÓN DE LITERATURA

Todavía no son numerosos los artículos que utilizan como marco teórico el modelo conceptual del Proyecto GEM, debido a que éste comienza su andadura en 1999. Hasta el otoño del año 2004, no se publican en la revista *International Journal of Entrepreneurship and Small Business* una serie de artículos que analizan el fenómeno de la creación de empresas en Nueva Zelanda desde la perspectiva del GEM. Posteriormente, se publica un especial de primavera en la revista *Small Business Economics* en la que también aparecen diversos trabajos. Mas allá de esto, la revisión de la literatura se ha tenido que basar en ponencias presentadas a congresos, entre los que cabe destacar la primera y segunda *Gem Research Conference* celebradas, en Berlin (2004) y Budapest (2005) y las conferencias organizadas por el Babson College (*Frontiers for Entrepreneurship Research)*, miembro del proyecto GEM desde sus inicios. En el ámbito de la lengua española, el equipo GEM del Instituto de Empresa también ha publicado algunos artículos en revistas españolas e internacionales.

La relevancia del proyecto GEM, su evolución y la importancia de una base de datos homogénea que permita realizar comparaciones, puede verse en el trabajo de Reynolds, et al. (2005), en el que se recoge el diseño de la metodología del trabajo de campo y su implementación entre 1998 y 2003.

Aparte de los informes que anualmente se publican desde el propio proyecto GEM, en los dos últimos años se han publicado sendos informes monográficos sobre mujer y creación de empresas (Minniti et al., 2004, 2005), que han tratado de profundizar en la actividad emprendedora femenina en el conjunto de los países analizados. También es habitual que los diferentes informes nacionales o regionales dediquen un capítulo al estudio de la mujer emprendedora en los territorios objeto de su análisis.

Además, se han publicado en diferentes revistas cinco artículos relacionados con el GEM, que estudian en concreto el tema del género (Arenius y Kovalainen, 2005; Kovalainen et al., 2002; Minniti y Nardone, 2005; Riverin, Robichaud, Zinger y LeBrasseur, 2005; Verheul et al., 2004).

Por otro lado, las investigaciones relacionadas con el género y la entrada de la mujer en el sector empresarial, no empiezan a cobrar relevancia hasta la década de los años 80 (Carter, 2001), aunque anteriormente podemos destacar los estudios llevados a cabo por Schrieir (1973) y Schwartz (1976), intentando adaptar los perfiles exploratorios de las empresarias al analizar los problemas del género en la empresa.

Pero las principales investigaciones se llevaron a cabo cuando la mujer claramente se estableció en el sector y creó sus propios negocios; negocios que les llevaron a plantearse grandes problemas, sobre todo, los relacionados con el estilo de dirección y el modo de financiación (Carter; 2001).

Entre los principales temas que trata la literatura sobre el género y todo lo que concierne al mismo, podemos destacar los siguientes: a) características y motivaciones de las empresarias; b) modelos, recursos y constreñimiento; c) estilo de dirección o liderazgo; d) financiación y e) las redes de negocio.

[4] El término "entrepreneurship", de difícil traducción al español, engloba los aspectos de la investigación referidos al empresario, la función empresarial y la creación de empresas y por razones de brevedad, podemos denominar simplemente "creación de empresas" (Veciana, 1999).

En cuanto al primero de ellos, características y motivaciones que llevan a la mujer a emprender un negocio, podemos decir que se trata del más completo de todos ellos, puesto que los tempranos estudios exploratorios que se hicieron influenciaron de manera notoria en la consecución de los mismos para la mujer; estudios de los cuales fueron pioneros América del Norte y Reino Unido, en los cuales puede apreciarse como se concentraban en escribir sobre las características y motivaciones que llevaron a la creación de empresas por parte de la mujer. Entre las primeras razones, gustara o no a los hombres, estaba la búsqueda de independencia y la necesidad de controlar su destino por encima de todo (Carter; 2001).

Schrieir (1973) y Schwartz (1976) demostraron en sus estudios que la mujer compartía características similares a la de los hombres a la hora de emprender; características de difícil aplicación en terrenos donde sólo había cabida hasta entonces de la figura masculina. Por su parte, Hisrich y Brush (1986) intentaron dibujar un perfil demográfico de las empresarias, examinar sus motivaciones para empezar en negocio y sus barreras para el éxito comercial. Por su parte Watkins y Watkins (1986), encontraron diferencias notorias entre los hombres y las mujeres a la hora de poner en marcha un negocio.

Como única objeción a los estudios llevados a cabo por estos autores, ha sido la falta de representatividad de las muestras utilizadas, puesto que no eran lo suficientemente fiables (Curran; 1986) o no eran del todo rigurosos en sus estudios (Allen y Truman, 1988; Solomon y Fernald, 1988; Rosa y Hamilton, 1994).

Respecto del segundo de los temas, modelos, recursos y constreñimiento, podemos decir que la mujer experimenta una serie de barreras en su entrada al mundo empresarial llevando a la aparición de una serie de problemas que podrán ver su luz a largo plazo a través de su éxito empresarial. Existen estudios que hacen referencia a los factores que sobre motivación, metas, procesos y estructuras integran a la mujer en la creación de empresas (Shane et al, 1991; Shabbir y Di Gregorio, 1996; Alsos y Ljunggren, 1998).

Del tercero de los temas podemos decir que diversos autores han llevado a cabo una serie de investigaciones en las que han intentado aclarar si las empresarIas manejan de manera diferente las empresas a como lo hacen los hombres (Chaganti, 1986; Holmquist y Sundin, 1988; Brush, 1992; Stanford et al, 1995; Brush, 1997; Gardiner y Tiggemann, 1999).

Aunque quizás un elemento más importante en la revisión de esta literatura sea un examen entre la conexión de las mujeres, la relación empresarial y la familia; investigación que fue llevada a cabo por Baines y Wheelock (1998) y Ram y Holliday (1992).

El cuarto de los temas hace referencia a los problemas que presenta la mujer a la hora de acceder al capital (financiación), problemas que ven su fiel reflejo en los diferentes estudios que verifican cómo la mujer encuentra problemas de credibilidad al tratar con las entidades financieras (Schwartz, 1976; Hisrich y Brush, 1984; Goffee y Scase, 1985; van der Wees y Romijn, 1987; Carr, 1990; el Brush, 1992; Carter y Cannon, 1992; Orser y Foster, 1994; Carter y Rosa, 1998).

Como quinto y último de los temas, las redes que los hombres y las mujeres tienen en sus respectivos negocios. Redes que se presentan diferentes y que representan un papel esencial para la supervivencia y éxito de las empresas (Aldrich et al, 1989; Rosa y Hamilton, 1994; el Aldrich et al, 1997). Países como Estados Unidos, Irlanda del Norte e Italia coinciden en la misma idea: el comportamiento en la gestión de las redes de hombres y mujeres, en cuanto a la composición se refiere, varía por género; es decir que las mujeres suelen tener redes compuestas primordialmente o completamente por mujeres, mientras que los hombres, más probablemente

suelen tenerlas construidas por hombres en su mayoría (Aldrich et al, 1989; Smeltzer y Fann, 1989; Cromie y Birley, 1992; el Aldrich et al, 1997).

Realmente no nos encontramos ante una falta de investigación en el área académica relacionado con la mujer emprendedora, sino ante una clara falta de conocimiento y un fracaso por no poder fechar de manera concreta y asentar buenas teorías explicativas en cuanto a la aparición en el ámbito empresarial de la mujer (Carter; 2001).

4. METODOLOGÍA

Los datos del proyecto GEM utilizados en este trabajo se basan en la información recogida a partir de tres fuentes: La primera, denominada APS (Adult Population Survey), procede de una encuesta a la población adulta española de 18-64 años de edad, realizada entre los meses de abril y julio de los años 2003, 2004 y 2005. La encuesta se ha realizado en un ámbito nacional y regional con un cuestionario estructurado. Se ha realizado telefónicamente a un total de 43.364 personas residentes en la totalidad de España y a 3.052 en Extremadura.

La segunda fuente informativa ha sido una encuesta a expertos de diferentes ámbitos, denominada EQ (Expert Questionnarie). Se ha realizado entre los meses de mayo y junio de los años 2003, 2004 y 2005 y sirve para establecer el estado del entorno que rodea al emprendedor en los países participantes, analizando la opinión de un conjunto de expertos procedentes de los nueve ámbitos considerados: Financiero, Políticas Gubernamentales, Programas Gubernamentales, Infraestructura Física, Infraestructura Comercial y de Servicios a Empresas, Educación y Formación, Normas Sociales y Culturales, Transferencia de I+D+i y Apertura de Mercado Interno. Se han realizado un total de 379 encuestas para España y 108 en Extremadura.

La encuesta está estructurada en dos partes: una de preguntas cerradas en que se valoran subjetivamente diversos bloques de afirmaciones sobre las condiciones de entorno en escalas de Likert de 5 puntos en la que 1 = totalmente falso, y 5 = totalmente cierto.[5] Otro de 3 preguntas abiertas.

En el caso de España, con una muestra de 379 personas repartidas por todo el territorio español, las estimaciones son más que robustas. Las Alfas de Cronbach en ningún caso salen inferiores a 0,6, lo que garantiza la validez de los bloques de preguntas y su coherencia interna, pues el valor de referencia a partir del cual se comenzarían a considerar poco fiables es 0,5 y disminuyendo (De la Vega et al., 2006). La tabla siguiente nos muestra el Alfa de Cronbach para el bloque de "mujer emprendedora".

Tabla 1: Estadísticos de fiabilidad-encuesta de expertos-bloques de ítems

BLOQUE	Nº ITEMS	ALFA CRONBACH	CASOS VÁLIDOS	NS/NC
Mujer emprendedora	5	0,676	362	17

Por último, se han obtenido datos de variables secundarias procedentes de diversas fuentes, tales como: Fondo Monetario Internacional, OCDE, ONU, US Census, Unión Europea, INE, Etc.

La información obtenida a partir de los distintos instrumentos metodológicos ha sido analizada utilizando el paquete estadístico SPSS versión 11.5. Las técnicas cuantitativas de análisis estadístico de datos han sido, el

[5] La fiabilidad de las estimaciones procedentes de esta encuesta se garantiza mediante el cálculo de las Alfas de Cronbach para cada uno de los bloques que están sustentados por un constructo. Cada año se realiza la operación de análisis de la fiabilidad y la coherencia y, desde el principio se han realizado las pequeñas modificaciones que han sido necesarias en el redactado de las afirmaciones cuando se ha obtenido alguna disparidad en las Alfas. La encuesta viene funcionando muy bien, por lo que, a pesar de la subjetividad, se puede afirmar que refleja acertadamente el estado de las condiciones de entorno en todos los países en que se realiza.

análisis univariante (frecuencias y porcentajes), el análisis bivariante (tablas de contingencia, pruebas para diferencia de medias, correlaciones, Chi-cuadrado). La tabla 2 resume las características más importantes de la investigación:

Tabla 2**:** Ficha Técnica de la investigación. Encuestas a la población.

	2003	**2004**	**2005**
Universo[6]	Habitantes residentes en: España: 27.761.266 Extremadura: 639.899	Habitantes residentes en: España: 28.380.883 Extremadura: 641.822	Habitantes residentes en: España: 28.738.616 Extremadura: 670.793
Muestra	Individuos 18-65 años: España: 7000 Extremadura: 1052	Individuos 18-65 años: España: 16.980 Extremadura: 1000	Individuos 18-65 años: España: 19.384 Extremadura: 1000
Selección de la muestra	Muestreo polietápico: selección aleatoria de ciudades y municipios en España, según cuotas de población residente en municipios mayores de 5.000 habitantes (población urbana) y municipios menores de 5.000 habitantes (población rural). En una segunda etapa se obtienen aleatoriamente números de teléfono correspondientes al municipio. Finalmente, se selecciona al individuo entre 18 y 65 años.		
Metodología	Encuesta telefónica, mediante el sistema CATI (Computer Assistance Telephone Interview)		
Error muestral (+/-) [7]	España: ± 0,70 % ; Extremadura: ± 3,09 %		
Nivel de confianza	95 %		
	2003	2004	2005
Periodo de encuestación	Abril a Julio 2003	Abril a Julio 2004	Abril a Julio 2005
Trabajo de campo	Instituto Opinòmetre S.L.		
Codificación y base de datos	Instituto Opinòmetre, S.L.		
Análisis estadístico y tratamiento de datos	Programa estadístico SPSS V.11.5		

5. RESULTADOS

5.1 ACTIVIDAD EMPRENDEDORA FEMENINA.

Durante el periodo 2003-2005 el número de personas en edad de trabajar que han estado involucradas en actividades emprendedoras en Extremadura ha sido de 91.382 (Véase la Tabla 3). De todas ellas, 51.227 han sido mujeres; lo cual supone que por cada hombre que ha puesto en marcha un negocio, ha habido 0,58 mujeres que lo han llevado a cabo.

Estos datos nos reflejan una disminución de la actividad emprendedora total en Extremadura en el periodo analizado, en cuanto al número de personas involucradas en iniciativas de creación de empresas. Ha habido un 4,3% menos de mujeres implicadas en procesos emprendedores en 2005 que en 2003 y un 5,2% menos de hombres.

Tabla 3: Estimación del número de personas involucradas en la actividad emprendedora en Extremadura. Años 2003 a 2005

	2003	**2004**	**2005***	**Variación 2003/04**	**% 2003/04**	**Variación 2004/05**	**% 2004/05**
Nº Hombres	29.986	31.149	28.428	+1.163	+3,9%	-2.721	-8,7%
Nº mujeres	19.222	13.612	18.393	-5.610	-29,2%	+4.781	+35,12%
Total	49.208	44.561	46.821	-4.447	-9%	+2.060	+4,6%

Fuente: Hernández, R.; Díaz, J. C. (2006). * Elaboración datos según US Census

[6] Fuente: INE 2003, 2004 y 2005.
[7] El cálculo del error muestral se ha realizado para poblaciones infinitas. Hipótesis: P=Q=50% o de máxima indeterminación.

A la hora de valorar si esta disminución del número de personas que han estado implicadas en procesos de creación de empresas ha tenido una repercusión en las Tasas de Actividad Emprendedoras, debemos analizar el TEA (Total Entrepreneurial Activity). El proyecto GEM ha venido calculando el nivel global de actividad emprendedora a través del índice TEA. Basándose en él, GEM estima el nivel de actividad empresarial que se encuentra en su estado inicial (early-stage) sumando a los empresarios nacientes y los nuevos empresarios (propietarios-gerentes de nuevos negocios)[8].

El GEM también distingue entre dos tipos de motivos fundamentales en el comportamiento de las personas a la hora de crear una empresa: el de aquellos que la ponen en marcha para explotar una oportunidad de negocio (empresarios por oportunidad), y el de los que lo hacen por falta de otras alternativas mejores para salir de situaciones de marginalidad o desarrollar una carrera profesional (empresarios por necesidad). Lógicamente, asimismo diferencia entre tasas de actividad emprendedora por oportunidad y por necesidad.

En la siguiente tabla podemos apreciar el desglose por sexo y motivación del TEA, pudiendo observarse que en el periodo 2003-2005, la actividad emprendedora en general ha disminuido un 9,23%, tanto en hombres (-10,62%) como en mujeres (-9,69%). Los retrocesos en el sector masculino se deben a la disminución en los índices por oportunidad (-10,71%) y por necesidad (-33,88%), es decir, los hombres crean menos empresas que en 2003. En cambio, en el caso de las mujeres, y pesar de que su actividad emprendedora general también ha decrecido, el índice de creación de empresas por oportunidad es el único que ha crecido en este periodo (+9,38%).

En definitiva, durante el periodo analizado se ha visto un cambio significativo en cuanto a la creación y puesta en marcha de negocios por parte de la mujer; creando ésta más empresas por oportunidad y menos por necesidad.

Tabla 4: Actividad Emprendedora Total (TEA). Desglose por motivación, sexo y año.

	Tea	**Tea hombres**	**Tea mujeres**	**Tea oportunidad hombres**	**Tea oportunidad mujeres**	**Tea necesidad hombres**	**Tea necesidad mujeres**
Año 2003	7,69	9,51	6,09	7,28	4,48	2,42	1,25
Año 2004	6,97	9,52	4,16	8,81	3,43	0,7	0,73
Año 2005	6,98	8,5	5,5	6,5	4,9	1,6	0,4
% Variación 2003/2004	-14,3%	+0,1%	-31,7%	+21%	-23,4%	-71,1%	-41,6%
% Variación 2004/2005	+0,14%	-10,71%	+32,21%	-26,22%	+42,85%	+128,6%	-45,2%
% Variación 2003/2005	-9,23%	-10,62%	-9,69%	-10,71%	+9,38%	-33,88%	-6,8%

Fuente: Hernández, R.; Díaz, J. C. (2006).

Este crecimiento en el aprovechamiento de oportunidades por parte de la mujer, parece haberse visto reflejado en el ratio de iniciativa emprendedora mujer/hombre que nos ofrece el TEA (teamujer/teahombre) y que recogemos en la tabla 5.

Extremadura, con un ratio para el periodo analizado de 0,58, supera a la media española y europea, acercándose a la de los países GEM.

[8] Los empresarios nacientes son aquellos individuos entre 18 y 64 años que han iniciado alguna acción para crear un nuevo negocio durante el último año, que son propietarios de al menos una parte de la empresa que están poniendo en marcha y aún no han pagado salarios por más de tres meses. Por su parte, los nuevos empresarios son aquellos propietarios que están involucrados en la dirección de la empresa y que han pagado salarios durante más de 3 meses y menos de 42.

Tabla 5: Ratio mujer/hombre 2003-2005.

	2003	2004	2005	Media 2003-05
Extremadura	0,64	0,44	0,65	0,58
España	0,43	0,39	0,58	0,47
Europa	0,46	0,46	0,61	0,51
Países GEM	0,59	0,62	0,62	0,61

Fuente: Elaboración propia

Como puede observarse, el ratio mujer/hombre en Extremadura ha crecido en el último año, situándose en valores similares a los del año 2003. Si lo comparamos con España podemos decir que los resultados sitúan a Extremadura durante los tres años por encima de la media del ratio nacional, lo que confirma el escenario bastante aceptable está atravesando la región en cuanto a la actividad emprendedora femenina se refiere. Respecto a Europa, nos encontramos casi a la par en el 2004, pero por encima de la media en los años 2003 y 2005, lo que nos confirma una buena situación de la actividad femenina en el ámbito europeo, concretamente en 4º lugar. Por último, los países GEM mantienen un ratio de actividad femenina muy estable durante los diferentes años y, aunque los valores extremeños los superen en dos años, su media aún es inferior a la del resto de los países del estudio.

Se puede decir que la actividad emprendedora femenina en Extremadura y España, aunque lejos de alcanzar la paridad con la del hombre, goza de una mejora constante y sostenida (De la Vega et al., 2006). Hay que destacar que no solo es importante resaltar el porcentaje de participación de la mujer, sino tener en cuenta el tipo de actividad desarrollada, es decir, si está dirigida al autoempleo o si también contempla la creación de valor y el aprovechamiento de oportunidades.

5.2. PERFIL DE LA MUJER EMPRENDEDORA

La creciente importancia concedida a la actividad emprendedora desde el punto de vista del género, nos lleva a analizar para la realización de este trabajo, el perfil de la mujer emprendedora comparando las características socioeconómicas de los nuevos empresarios, sexo, edad, nivel de estudios, renta, tipo de industria y expectativas de crear empleo en los próximos cinco años en Extremadura. Además, hemos comparado los valores medios de las empresarias con los de la media nacional para saber si existen diferencias significativas con el resto de España para el periodo referenciado. Esta comparación reforzará o no los datos obtenidos para la mujer empresaria extremeña, y como consecuencia, su perfil, ya que su muestra es aún escasa (n = 77). La tabla 6 nos muestra estos valores.

Los resultados nos muestran que en el periodo 2003-2005, de cada cien empresarios recientes, 64 son hombres y 36 mujeres, datos similares a los de la media nacional y sin diferencias estadísticas.

Tabla 6: Comparación de las características socioeconómicas de los nuevos empresarios en función del sexo 2003-2004-2005. Extremadura y España.

Características socioeconómicas de los nuevos empresarios		2003-2004-2005					
		Extremadura (n=214)			Medias Mujer Empresaria		Diferencia de medias T test
		% Hombre	% Mujer	% Total	Media Extrem. (n=77)	Media España (n=844)	
Sexo		64	36	100	1,36	1,34	0,602
	18-24	5,1	3,7	8,9	39,61	38,38	0.932

Edad	25-34	13,1	9,8	22,9			
	35-44	24,3	12,6	36,9			
	45-54	15,0	5,6	20,6			
	55-64	5,6	3,3	8,9			
	> 65	0,9	0,9	1,9			
Nivel de estudios	Ninguno	0,0	1,4	1,4	2,74	3,156	-3,583***
	Primario	25,2	16,8	42,1			
	Secundario	19,2	10,7	29,9			
	Medios	13,1	3,7	16,8			
	Superior	6,5	3,3	9,8			
Renta	Renta baja	16,4	15,0	31,3	30503,2	30742,4	-0,051
	Renta media	21,0	8,4	29,4			
	Renta alta	19,2	6,1	25,2			
	Ns/Nc	7,5	6,5	14,0			
Tipo de Industria	Extractiva	1,5	1,0	2,5	32028,98	32252,14	-0,214
	Transformación	16,2	7,1	23,2			
	Servicios comerciales	19,2	10,6	29,8			
	Sectores orientados al consumidor	28,3	16,2	44,4			
Expectativas de crear empleo en 5 años	Ningún empleo	6,0	4,5	10,4	2217,63	2456,13	-0,537
	1-5 empleos	44,3	24,4	68,7			
	6-19 empleos	13,9	5,5	19,4			
	Más de 20 empleos	0,5	1,0	1,5			

***Sig < 0,001 España: n = 844; Extremadura: n = 77 para las medias mujer y n = 214 para características socioeconómicas

La edad media de la mujer emprendedora en Extremadura durante el periodo analizado ha sido de 39,61 años, contando con una presencia destacable en el grupo de 35-44 años (12,6 %) e importante en el grupo de 25-34 años (9,8 %). En ningún grupo ha emprendido más que los hombres. La media de la edad de la mujer emprendedora en España es de 38,38 años, muy parecida a la obtenida en Extremadura. Tampoco hemos encontrado diferencias significativas con la media española.

Un estudio reciente de Justo, Cruz, De Castro y Coduras (2005), sugiere que hay que fijarse en la etapa personal en la que se encuentran las empresarias, variando sustancialmente sus motivaciones, expectativas y necesidades en función de ella, y teniendo en cuenta sus responsabilidades familiares y su edad.

Al analizar el nivel de estudios encontramos que el mayor número de empresarios están entre aquellos que tienen estudios primarios (42,1%) o secundarios (29,9%), tanto en hombres como en mujeres, mientras que aún hallamos mujeres sin estudios (1,4%) que montan su propia empresa. Los hombres con estudios medios o superiores participan en mayor medida en la creación empresarial, aunque hay que destacar en Extremadura, el incremento (167,6%) que se ha producido en el año 2005 de universitarias que se han involucrado en iniciativas emprendedoras (Hernández y Díaz, 2006).

El nivel de estudios de las empresarias extremeñas es diferente a la media española con un nivel de significación estadística muy alto, por lo que en este aspecto no podemos decir que se valide el perfil de las empresarias de Extremadura.

El nivel de renta de los empresarios extremeños es bastante parejo en los tres tramos de renta analizados (31,3%, 29,4% y 25,2%), destacando ligeramente aquellos que tienen rentas bajas y medias. Mientras que los hombres

que han creado sus empresas, lo han hecho con niveles de rentas medios o altos, las mujeres acometen la actividad empresarial con rentas bajas principalmente o incluso medias.

Estos datos siempre hay que interpretarlos teniendo en cuenta la reticencia a informar acerca de esta variable según se va consolidando la posición del emprendedor (casos de no respuesta), ya que estas cuestiones suelen despertar recelo entre los entrevistados, por lo que hay que concluir que una parte de las respuestas pueden estar infravaloradas y que parte de los empresarios con potencia financiera se ocultan tras la no respuesta (De la Vega et al., 2006), que en el caso extremeño es del 14%. Tampoco aquí hemos encontrado diferencias significativas con las medias nacionales.

Los sectores orientados al consumidor son los preferidos por los nuevos empresarios para montar sus negocios, tanto en el caso de los hombres (28,3%) como de las mujeres (16,2 %). Negocios relacionados con la venta al detalle, la hostelería, la restauración, la salud, la educación y los servicios sociales han sido los más elegidos por los empresarios. No hallamos diferencias significativas con los valores medios de España.

En relación con el empleo que se espera crear en cinco años, la mayor parte de las empresas (68,7%) espera generar entre uno y cinco puestos de trabajo y un 10,4% prevé no contratar a nadie. Las empresarias esperan crear menos puestos de trabajo que los empresarios, excepto en empresas de alto potencial de crecimiento en empleo (las de más de 20 empleos), en las que su escaso 1% duplica el 0,5% de los hombres.

Se puede observar que el tipo de industria preferida por la nueva empresaria para crear su negocio se sitúa en el sector orientado al consumidor y con una expectativa de crear empleo entre 1 y 5.

En resumen, al contrastar el perfil de la mujer emprendedora extremeña, analizando sus características socioeconómicas (sexo, edad, nivel de estudios, renta, etc.) con las de la mujer emprendedora española "no" encontramos diferencias significativas en la comparación con las medias nacionales, salvo en el nivel de estudios. Así, el 36% del empresariado extremeño es mujer, que tiene entre 35 y 44 años, con un nivel de renta bajo, que crea sus empresas en sectores orientados al consumidor o en servicios comerciales y que espera crear al menos entre uno y cinco puestos de trabajo al cabo de cinco años. En cuanto a su nivel de estudios, no suele pasar del nivel secundario, aunque este aspecto habrá que corroborarlo con posteriores investigaciones.

5.3. DETERMINANTES PSICOLÓGICOS Y SOCIALES DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA FEMENINA.

Al analizar diversos factores psicológicos y sociales, podemos comprobar si existen diferencias en función del sexo a través de las diferentes preguntas planteadas, tomando como referencia los valores medios de España.

En primer lugar, tanto en Extremadura como en el resto de España, los hombres en su conjunto manifiestan conocer a más empresarios que han creado empresas recientemente. El grado de conocimiento de las empresarias en este sentido es muy similar (49,4% vs. 47,1%).

En segundo lugar, los hombres son más optimistas que las mujeres en cuanto a la percepción de buenas oportunidades en los 6 meses siguientes a la realización de la encuesta. Estas diferencias entre los dos sexos parecen mayores entre los empresarios que entre los que no lo son. La percepción que tienen las empresarias es prácticamente idéntica en Extremadura y en España (39% vs. 38,8%).

Tabla 7: Comparación de los factores psico-sociales en función del sexo 2003-2004-2005. Extremadura y España.

	2003-2004-2005	
	Extremadura	**España**

Factores psico-sociales	Empresarios (% Sï)		No empresarios (% Sí)		Empresarios (% Sï)		No empresarios (% Sí)	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Conoce empresario que crea una empresa en 2 últimos años	51,8	49,4	32,3	22,1	53,1	47,1	30,9	24,8
	X^2 = 2,726		X^2 = 43,195***		X^2 = 9,576*		X^2 = 195,959***	
Buenas oportunidades en los próximos 6 meses	53,3	39,0	31,1	28,0	46,0	38,8	30,2	27,0
	X^2 = 7,830*		X^2 = 9,624*		X^2 = 22,088***		X^2 = 78,073***	
Conocimientos, habilidades y experiencia para emprender	84,7	87,0	45,1	36,1	86,9	86,9	44,9	38,8
	X^2 = 6,358		X^2 = 28,373***		X^2 = 1,435		X^2 = 162,954***	
Miedo al fracaso	19,7	37,7	41,3	54,5	21,3	23,9	42,6	48,4
	X^2 = 10,358*		X^2 = 51,735***		X^2 = 7,716		X^2 = 199,274***	

Fuente: Elaboración propia. Chi-cuadrado: *Sig < 0,05; **Sig < 0,01; ***Sig < 0,001; Extremadura: n =3.052; España: n = 43.364

En cuanto al conocimiento, habilidades y experiencia para poner en marcha una empresa, hay sustanciales diferencias entre los empresarios y los no empresarios. Tanto en Extremadura como en España, un altísimo porcentaje de los empresarios (hombres y mujeres) manifiestan estar preparados para crear su empresa: aproximadamente el doble de los no empresarios, apreciándose un porcentaje menor entre las mujeres no empresarias frente al hombre no empresario, tanto en Extremadura (36,1% vs. 45,1%) como en España (38,8% vs. 44,9%). Dentro los empresarios y de los no empresarios no existen apenas variaciones entre hombres y mujeres. Tampoco existen sustanciales diferencias en los porcentajes de las empresarias extremeñas y nacionales.

Por último, en Extremadura, la mujer en general (empresaria y no empresaria) manifiesta mayor miedo al fracaso, al igual que sucede a escala nacional con los no empresarios. Sin embargo, no parecen existir diferencias en el temor a fracasar entre los empresarios españoles en función del sexo (23,9% vs. 21,3%).

La prueba Chi Cuadrado de Pearson (X^2) nos dice que entre los "no empresarios" existe relación entre la variable sexo y cada una de las variables que hemos considerado como factores psico-sociales, tanto en España como en Extremadura. Por el contrario, esta relación sólo se confirma para dos variables en ambas poblaciones. Tanto para Extremadura como para España, se confirma que existe una relación significativa a nivel estadístico entre el sexo del empresario y la percepción de buenas oportunidades en los próximos seis meses, y que no existe relación entre el sexo de los empresarios y los conocimientos, habilidades y experiencia para poner en marcha una empresa.

Por otro lado, mientras que para España existe una relación significativa entre el conocimiento de un empresario que ha creado una empresa en los dos últimos años y el sexo del empresario, en Extremadura no se confirma esta relación. En cambio, sucede al contrario con el miedo al fracaso, ya que para el caso extremeño sí existe relación, mientras que para la muestra española no.

La tabla 8 nos muestra si existen diferencias significativas entre las empresarias extremeñas y españolas.

A pesar de que la muestra de Extremadura es escasa, no encontramos diferencias significativas en la comparación con las medias españolas, lo que nos indica que las empresarias extremeñas tienen un comportamiento similar al del resto de España, y por tanto, su perfil para estos rasgos psico-sociales se valida aún más.

Tabla 8: Factores psico-sociales de las empresarias 2003-2004-2005. Extremadura y España.

Factores psico-sociales de las empresarias	2003-2004-2005				
	Extremadura		España		Diferencia de medias (T test)
	Media	Desv.Típica	Media	Desv.Típica	
Conoce empresario que crea una empresa en 2 últimos años	0,61	1,090	0,52	0,811	0,728

Buenas oportunidades en los próximos 6 meses	1,38	2,636	1,82	3,038	-1,476
Conocimientos, habilidades y experiencia para emprender	1,34	1,825	1,01	1,034	1,575
Miedo al fracaso	0,61	1,461	0,36	1,041	1,503

Fuente: Elaboración propia *Sig < 0,05; **Sig < 0,01; ***Sig < 0,001; Extremadura: n = 77; España: n = 844

5.4. Apoyo institucional a la mujer emprendedora.

En este epígrafe hemos tratado de aproximarnos al apoyo que por parte de las instituciones se está ofreciendo a la mujer a la hora de crear nuevas iniciativas empresariales. Para ello, se ha reflejado la opinión de los expertos entrevistados en relación con los cinco temas mostrados en la tabla 9. Esa opinión se ha recogido mediante una escala Likert de 5 puntos, como ya mencionamos en la metodología.

En el periodo analizado, tanto en Extremadura como en España, la opinión media de los expertos es más bien positiva (mayor de 3) en cuatro de los cinco aspectos planteados y negativa en el otro.

Durante tres años consecutivos aumenta la valoración de los expertos sobre las capacidades y motivación necesaria para crear una empresa por parte de las mujeres, pero empeoran o se mantienen estables las opiniones sobre el acceso a buenas oportunidades para montar un negocio o el sobre el fomento a la mujer para crear su propia empresa.

Por otra parte, la consideración de los expertos en cuanto a que existan servicios sociales disponibles para conciliar la vida familiar con la profesional una vez que la mujer haya puesto en marcha su empresa, es negativa y disminuye año a año.

Tabla 9: Evaluación del apoyo a la mujer que crea una empresa. Opinión de los Expertos 2003-2004-2005. Extremadura y España.

Evaluación del apoyo a la mujer que crea una empresa.	**Medias años**						**Medias 2003-2005**		
	Extremadura			**España**			**Extremadura**	**España**	**Diferencia Medias (T test)**
	2003	**2004**	**2005**	**2003**	**2004**	**2005**			
Las mujeres tienen la capacidad y la motivación necesaria para crear una empresa	3,23	3,91	4,09	3,36	4,21	4,24	3,74	4,24	-2,020*
Las mujeres tienen acceso a tantas buenas oportunidades para crear un negocio como los hombres	3,53	3,31	3,32	2,96	3,31	3,25	3,39	3,26	2,112*
Las mujeres son alentadas a ser autoempleadas o a crear una empresa	3,18	3,25	3,08	2,89	3,05	3,15	3,17	3,15	0,152
Crear un negocio es una carrera socialmente aceptada para la mujer	3,18	3,40	2,94	3,05	3,36	3,28	3,17	3,28	-0,540
Existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando después de haber formado una familia	2,68	2,65	2,20	2,16	2,30	2,31	2,51	2,31	2,463*

Fuente: Elaboración propia. *Sig < 0,05; **Sig < 0,01; ***Sig < 0,001; Extremadura: n =108; España: n = 379

La tabla 9 nos muestra que no existen diferencias entre Extremadura y España, a la hora de considerar como una carrera profesional para las mujeres la posibilidad de crear un negocio o en el aliento que éstas reciben para crear una empresa. Ahora bien, sí parecen existir diferencias significativas en la valoración de los expertos extremeños y del resto de España sobre la capacidad y motivación necesaria de la mujer para iniciar una empresa y en que no existan diferencias con los hombres para acceder a buenas oportunidades. Tampoco parecen coincidir a la hora de valorar la existencia de suficientes servicios sociales para que las mujeres puedan seguir trabajando después de haber formado una familia.

Esto nos lleva a decir, que solo el apoyo al autoempleo de la mujer o la aceptación social para ser empresaria como opción profesional, son valoraciones comunes al resto de España.

6. CONCLUSIONES

1ª.- Durante el periodo analizado, aunque la actividad emprendedora general femenina parece haber descendido respecto a 2003, tanto en el número de mujeres involucradas en iniciativas de creación de empresas (-4,23%) como en su TEA (6,09% vs. 5,5%); el índice de creación de empresas por oportunidad de la mujer es el único que ha crecido en este periodo (9,38%), lo que nos lleva a decir que la mujer emprende más por razones de oportunidad y menos por necesidad que hace dos años.

Este crecimiento en el aprovechamiento de oportunidades por parte de la mujer, parece haberse visto reflejado en el ratio de iniciativa emprendedora mujer/hombre, ya que el ratio extremeño para el periodo de estudio es de 0,58, superando a la media española y europea, y se está acercando a la de los países GEM.

2ª.- El 36% de los empresarios extremeños son mujeres, que tienen 39,61 años de media, con un nivel de renta bajo, que crea sus empresas en sectores orientados al consumidor y que espera crear al menos entre uno y cinco empleos en su empresa al cabo de cinco años. En cuanto a su nivel de estudios, no suele pasar del nivel secundario, aunque este aspecto habrá que corroborarlo con posteriores investigaciones.

3ª.- En cuanto a los factores psico-sociales, las empresarias, tanto en Extremadura como en España, manifiestan conocer a menos empresarios que sus homónimos hombres, aunque la diferencia con éstos no es grande (49,4% vs.51,8%). En España se ha encontrado una relación del sexo con este conocimiento, no así en Extremadura.

Las mujeres parecen ser más pesimistas que los hombres en cuanto a la percepción de buenas oportunidades en los 6 meses siguientes a la realización de la encuesta, lo que corrobora la relación encontrada entre la variable sexo y la percepción de estas buenas oportunidades, tanto en Extremadura como en España.

Las empresarias extremeñas manifiestan tener los conocimientos, habilidades y experiencia necesaria para crear su empresa en porcentajes que superan los de los hombres (87% vs 84,7%). También sucede esto con la media española (86,9% vs. 86,9%). Los conocimientos y habilidades no dependen del sexo.

Por último, en Extremadura, la mujer en general (empresaria y no empresaria) manifiesta mayor miedo al fracaso, al igual que sucede a escala nacional con los no empresarios, habiéndose encontrado una relación significativa entre este miedo y el sexo en el caso extremeño. Sin embargo, no parecen existir diferencias en el temor a fracasar entre los empresarios españoles en función del sexo.

4ª.- El apoyo institucional a la mujer emprendedora en términos generales es positivo, tanto en Extremadura como en España, excepto en lo concerniente a la existencia de suficientes servicios sociales para que las mujeres puedan seguir trabajando después de haber formado una familia. A pesar de estas coincidencias, existen diferencias significativas en cuanto a la valoración de la capacidad y motivación necesaria de la mujer para iniciar una empresa, a las diferencias existentes con los hombres para acceder a buenas oportunidades y a la existencia de suficientes servicios sociales para que las mujeres puedan compatibilizar la vida profesional con la personal. Solo el apoyo al autoempleo de la mujer o la aceptación social para ser empresaria como opción profesional, son valoraciones comunes entre Extremadura y el resto de España.

7. BIBLIOGRAFÍA

ACS, Z.J.; AUDRETSCH, D.B. (1988): "Innovation in Large and Small Firms: An Empirical Analysis". *The American Economic Review*, vol. 78, nº 4, pp. 678-690.

ALDRICH, H.; REESE, P.; DUBINI, P. (1989): "Women on the Verge of a Breakthrough? Networking Among Entrepreneurs in the United States and Italy". *Entrepreneurship and Regional Development* 1: 339-356.

ALDRICH, H.E.; ELAM, A.B.; REECE, P.R. (1997): Strong Ties, Weak Ties and Strangers: Do Women Owners Differ from Men in their use of Networking to Obtain Assistance? In Birley S and MacMillan IC (eds), Entrepreneurship in a Global Context. London: Routledge.

ALLEN, S.; TRUMAN, C. (1988): Women's Work and Success in Women's Businesses. Paper presented to 11th UK National Small Firms Policy and Research Conference, Cardiff Business School.

ALSOS, G.; LJUNGGREN, E. (1998): Does the Business Start-Up Process Differ by Gender? A Longitudinal Study of Nascent Entrepreneurs. Frontiers of Entrepreneurship Research. Wellesley, Mass: Babson College. www.babson.edu/entrep/fer

ARENIUS, P.Y KOVALAINEN, A. (2005): "Gender and entrepreneurial choices: A multilevel analysis of individual and structural labor market characteristics". Second GEM Research Conference: Entrepreneurship, Economic Growth and Public Policy, Budapest (Hungary), 25 - 27 May.

BAINES, S.; WHEELOCK, J. (1998): "Working for each other: Gender, the household and micro-business survival and growth". *International Small Business Journal*, 17(1): 16-35.

BERG, N.G. (1997):" Gender, place and entrepreneurship". *Entrepreneurship and Regional Development*, 9(3): 259-268.

BIRCH, D. (1979): The Job Generation Process. Cambridge, MA.

BIRCH, D. (1987): The Job Creation in America. New York. The Free Press

BIRLEY, S. (1987): "New ventures and employmen growth". *Journal of Business Venturing*, vol. 2, nº 2.

BLENKER, P. (1992): Towards a sociological and anthropological understanding of entrepreneurship and small business, trabajo presentado al *RENT VI Workshop*. Barcelona.

BOUWEN, R. STEYAERT, Ch. (1992): Openning the domain of entrepreneurship: a social construction perspective, trabajo presentado al *VI RENT Workshop*. Barcelona.

BROCKHAUS, R.H. (1987): "Entrepreneurial Folklore". *Journal of Small Business Management*, vol. 25, nº 3, pp. 1-6.

BRUSH, C. (1992): "Research on women business owners: Past trends, a new perspective and future directions". *Entrepreneurship Theory and Practice,* 16(4): 5-30.

BRUSH, C.G. (1997): A Resource Perspective on Women's Entrepreneurship: Research, Relevance and Recognition. Proceedings of the OECD Conference on Women Entrepreneurs in Small and Medium Enterprises: A Major Force in Innovation and Job Creation, Paris, April, pp155-168.

BYGRAVE, W.D.; HOFER, Ch.W. (1991):" Theorizing about entrepreneurship". *Entrepreneurship, Theory and Practice*, Winter, pp. 13-22.

CARTER, S. (2001): "Women's business ownership: A review of the academia, popular and internet literature", *Small Business Service*.

CARTER, S.; CANNON, T. (1992): Women as Entrepreneurs. London: Academic Press.

CARTER, S.; ROSA, P. (1998): "The financing of male- and female-owned businesses." *Entrepreneurship and Regional Development*, 10(3): 225-241.

CHAGANTI, R. (1986): "Management in women-owned enterprises". *Journal of Small Business Management*, 24(4): 18-29.

CROMIE, S.; BIRLEY, S. (1992): "Networking by female business owners in Northern Ireland". *Journal of Business Venturing*, 7(3): 237-251.

CURRAN, J. (1986): Bolton fifteen years on: a review and analysis of small business research in Britain 1971 – 1986, London: Small Business Research Trust.

DE LA VEGA, I; CODURAS, A.; CRUZ, C.; JUSTO; R.; PÍA, M. (2006): "Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo GEM España 2005". Instituto de Empresa. Madrid.

DRUCKER, P. (1964): Managing for results. New York. Harper and Row..

DRUCKER, P. (1986): La Innovación y el Empresario Innovador. La práctica y los principios. Barcelona: Edhasa

DUBINI, P. (1989): "The Influence of Motivation and Environment on Business Starts-ups. Some Hints for Public Policies". *Journal of Business Venturing*, vol. 4, nº 1, pp. 11-26.

FERNÁNDEZ, F.; LÓPEZ, M.; MAEZTU, I.; MARTÍN, A. (2005): "El techo de cristal: El caso de las PYMES andaluzas", XV Congreso Nacional de ACEDE 2005 (La Laguna).

FUENTES, M.M. (2006): "Mujeres emprendedoras: capacidades distintivas y desempeño empresarial", *Perspectivas del Sistema Financiero*, nº 86, pag. 49-59.

GARDINER, M.; TIGGEMANN, M. (1999): "Gender differences in leadership style, job stress and mental health in male- and female-dominated industries". *Journal of Occupational and Organisational Pychology*, 72.

GENESCÀ, E.; URBANO, D.; CAPELLERAS, J.L.; GUALLARTE, C. y VERGÈS, J. (coords.) (2003): Creación de empresas-Entrepreneurship. Homenaje al profesor José María Veciana Vergés. Manuals d'Economia. Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (2205): Informe Ejecutivo GEM España 2005

GÓMEZ, S.; MARTÍ, C. (2004): "La incorporación de la mujer al mercado laboral: Implicaciones personales, familiares y profesionales, y medidas estructurales de conciliación trabajo-familia." XIV Congreso Nacional de ACEDE (Murcia)

HERNÁNDEZ, R.; DÍAZ, J. C. (2006): Informe Ejecutivo GEM Extremadura 2005

HISRICH, R.; BRUSH, C. (1986): Women and minority entrepreneurs: A comparative analysis. Working paper. The University of Tulsa.

HISRICH, R.D. (1988): "Entrepreneurship past, present and future". *Journal of Small Business Management*, October, pp. 1-4.

HISRICH, R.D.; PETERS, M. (1989): Entrepreneurship: Starting, developing and managing a new enterprise. Pp. 3-23. Boston:Richard D. Irwin, Inc.

HOLMQUIST, C.; SUNDIN, E. (1988):Women as entrepreneurs in Sweden - conclusions from a survey. In Kirchoff B, Long W, McMullan W, Vesper K and Wetzel W Jr (eds), Frontiers of Entrepreneurship Research. Wellesley, MA: Babson College, pp643-653.

HORNADAY, J.A. (1992): "Thinking about entrepreneurship: A fuzzy set approach". *Journal of Small. Business Managemen*t, 30 (4), pp. 12-23.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE), (2006): "Encuesta de Población Activa (EPA)" 3º Trimestre. http://www.ine.es/daco/daco42/daco4211/epa0306.pdf.

JOHANNISSON, B. (1992): In search of a methodology for entrepreneurship research. Documento presentado en *RENT VI Workshop*. Barcelona.

JUNQUERA, B. (2004): "¿Tienen menos éxito las empresas propiedad de mujeres? Una revisión de la literatura sobre la cuestión", *Información Comercial Española*, nº 818, pag. 245-269.

JUSTO, R.; CRUZ, C., DE CASTRO, J.; CODURAS, A., (2005): "Entrepreneur´s perception of success: in there really a gender divide?. RENT XIX Conference-Research in Entrepreneurship and Small Business. Noviembre 17-18. Naples, Italia.

KENT, C.A. (1982): Entrepreneurship in Economic Development. En Kent, C.; Sexton, D. y Vesper, K. (eds).: Encyclopedia of Entrepreneurship, pp. 237-256. Englewood Cliffs, N.J: Prentice Hall.

KIRCHHOFF, B.A.; PHILLIPS, D.B. (1988): "The Effect of Firm formation and growth on job creation in the United States". *Journal of Business Venturing*, vol. 3, nº 4, pp. 261-272.

KOVALAINEN, A.; ARENIUS, P.; GALLAOWAY, L. (2002): "Entrepreneurial Activity Of Women In The Global Economy: Analysis Of Data From 29 Countries. Frontiers For Entrepreneurship Research.

MINNITI, M.; NARDONE, C. (2005): "Begin in some else´s shoes: The role of gender in nascent entrepreneurship". Second GEM Research Conference: Entrepreneurship, Economic Growth and Public Policy, Budapest (Hungary), 25 - 27 May (2005), págs.

MINNITI, M.; ALLEN, I.E.; LANGOWITZ, N., (2005): Global Entrepreneurship Monitor. 2005 Report on Women and Entrepreneurship. Babson College, London Business School and The Center for Women´s Leadership at Babson College.

MINNITI, M.; ARENIUS, P.; LANGOWITZ, N., (2004): Global Entrepreneurship Monitor. 2004 Report on Women and Entrepreneurship. Babson College, London Business School and The Center for Women´s Leadership at Babson College.

NUENO, P. (1994): Emprendiendo. El arte de crear empresas y sus artistas. Ediciones Deusto: Bilbao.

NUENO, P. (2005): Emprendiendo hacia el 2010. Una renovada perspectiva global del arte de crear empresas y sus artistas. Ediciones Deusto: Bilbao.

ORSER, B.J.; FOSTER, M.K. (1994): "Lending practices and canadian women in micro-based businesses". *Women in Management Review*, 9(5): 11-19.

RAM, M.; HOLLIDAY, R. (1992): Keeping it in the family, small firms and familial culture. Paper presented at the 13th National Small Firms Policy and Research Conference, Southampton.

REYNOLDS, P.; BOSMA, N.; AUTIO, E.; HUNT, S.; DE BONO, N.; SERVAIS, I.; LÓPEZ-GARCÍA, P.; CHIN, N. (2005): "Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003". *Small Business Economics*, Vol. 24, Nº 3, pp.205-231.

REYNOLDS, P.; HAY, M.; CAMP, R.M. (2002): "Global Entrepreneurship Monitor. 2002 Executive Report". Babson College, Kauffman Center For Entrepreneurial Leadership; Ed. London School Business, London.

REYNOLDS, P.; HAY, M.; CAMP, R.M. (1999): Global Entrepreneurship Monitor. 1999 Executive Report. Babson College, Kauffman Center For Entrepreneurial Leadership; London School Business (Eds.).London

REYNOLDS, P.; HAY, M.; CAMP, R.M. (2000): Global Entrepreneurship Monitor. 2000 Executive Report. Babson College, Kauffman Center For Entrepreneurial Leadership; London School Business (Eds.). London

REYNOLDS, P.; HAY, M.; CAMP, R.M. (2001): Global Entrepreneurship Monitor. 2001 Executive Report. Babson College, Kauffman Center For Entrepreneurial Leadership; London School Business (Eds.).London

REYNOLDS, P.; HAY, M.; CAMP, R.M. (2002): Global Entrepreneurship Monitor. 2002 Executive Report. Babson College, Kauffman Center For Entrepreneurial Leadership; London School Business (Eds.).London

RIVERIN, N.; ROBICHAUD, Y.; ZINGER, J. T.; LEBRASSEUR, R. (2005): "Comparing female and male entrepreneurs - Insights from GEM Canada". Second GEM Research Conference: Entrepreneurship, Economic Growth and Public Policy, Budapest (Hungary), 25 - 27 May (2005), págs.

ROSA, P.; HAMILTON, D. (1994): "Gender and Ownership in UK Small Firms". *Entrepreneurship Theory & Practice*, 18(3): 11-28.

SCHREIER, J (1973): The Female Entrepreneur: A Pilot Study. Milwaukee, Wis: Centre for Venture Management.

SCHUMPETER, J.A. (1963): Teoría del desenvolvimiento económico. México: Fondo de Cultura Económica

SCHUMPETER, J.A. (1983): Capitalismo, Socialismo y Democracia. Madrid: Ediciones Orbis, S.A.

SCHWARTZ, E.B. (1976): "Entrepreneurship: a new female frontier". Journal of Contemporary Business, Winter: 47-76.

SEXTON, D. L.; BOWMAN-UPTON, N. (1988): Sexual stereotyping of female entrepreneurs: A comparative psychological trait analysis of female and male entrepreneurs. Frontiers of Entrepreneurship Research, pp. 654-655. Center for Entrepreneurial Studies. Babson College. Wellesley, Ma.

SEXTON, D.L. (1986): Role of Entrepreneurship in Economic Development, en Hisrich, R.D. (1996): Entrepreneurship, Intrapreneurship and Venture Capital. Heath Company, pp. 27-39.Massachusetts, D.C.

SHABBIR, A.; DI GREGORIO, S. (1996): "An examination of the relationship between women's personal goals and structural factors influencing their decision to start a business: the case of Pakistan". *Journal of Business Venturing*, 11(6): 507-529.

SHANE, S.; KOLVEREID, L.; WESTHEAD, A. (1991): "An exploratory examination of the reasons leading to new firm formation across country and gender". *Journal of Business Venturing*, 6(6).

SMELTZER, L.R.; FANN, G.L. (1989): "Gender differences in external networks of small business owners/managers". *Journal of Small Business Management*, 27(2): 25-32.

SOLOMON, G.T.; FERNALD, L.W. (1988): "Value profiles of male and female entrepreneurs". *International Small Business Journal*, 6: 120-131.

STANFORD, J.; OATES, B.; FLORES, D. (1995): "Women's leadership styles: a heuristic analysis". *Women in Management Review*, 10(2): 9-16.

STEVENSON, H.H.; HARMELIN, S. (1990): "Entrepreneurial management's need for a more chaotic theory". *Journal of Business Venturing*, nº5, pp. 1-14.

STOREY, J. (1982): Impact on the local economy, en Storey, D.J.: Entrepreneurship and the new firm., pp. 167-180. London: Cromm Helm.

STOREY, J. (1994): Employment. En Storey, D.J.: "Understanding the small business sector", Capítulo 6, pp. 160-203. Routledge. London..

VECIANA, J.M. (1999): "Creación de Empresas como programa de investigación Científica". *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 8, nº 3, pp. 11-36.

VERHEUL, I.; VAN STEL, A. Y THURIK, R. (2004): "Explainig female and male entrepreneurship across 29 countries". The First Gem Research Conference: Entrepreneurship, Government Policies, And Economic Growth. Berlin, 1-3 April 2004.

WATKINS, J.M.; WATKINS, D.S. (1986): The female entrepreneur: her background and determinants of business chaos – some British data. In Curran J, Stanworth J and Watkins D (eds), The Survival of the Small Firm Volume 1: The Economics of Survival and Entrepreneurship. Aldershot: Gower Publishing.

WHITE, S.B2.; REYNOLDS, P. (1996): Government programs and high growth new firm. Frontiers of Entrepreneurship Research. Center for Entrepreneurial Studies Babson College