

UNA REVISIÓN A LA INVESTIGACIÓN EN EMPRENDIMIENTO FEMENINO*

CAROLINA ORTIZ RIAGA**
YENNI VIVIANA DUQUE OROZCO***
DAVID CAMARGO MAYORGA****
UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA

(Recibido: Marzo 27 de 2008- Aprobado: Mayo 13 de 2008)

Resumen

Se presenta una revisión a los estudios realizados sobre el tema del emprendimiento femenino a la luz de los planteamientos de Dyer sobre carrera empresarial. La revisión realizada pone de relieve el hecho que, aunque es un tema que no ha sido suficientemente estudiado, existe un interés por comprender los factores que condicionan, influyen y determinan los emprendimientos femeninos, específicamente en lo relacionado con la creación, desarrollo y mantenimiento de nuevas empresas. La tendencia a nivel mundial muestra que las mujeres crean menos empresas que los hombres, pero que esta proporción tiende a aumentar.

Palabras clave: emprendimiento femenino, carrera empresarial, mujeres empresarias.

FEMININE ENTREPRENEURSHIP: A REVIEW TO THE STATE OF RESEARCH

Abstract

We present a review of studies on the subject of female entrepreneurship in the light of the approaches of Dyer on entrepreneurial career. The review highlights the fact that although this is an issue that has not been sufficiently studied, there is interest in understanding the factors that influence and determine the female entrepreneurship, specifically as it relates to the creation, development and maintenance of new enterprises. The global trend shows that women create fewer companies than men, but this ratio tends to rise.

Key words: women entrepreneurship, entrepreneurial careers, business owner women

JEL: L26, J16.

Ortiz, C., Duque, Y. & Camargo, D. (2008). Una revisión a la investigación en emprendimiento femenino. Revista Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Militar Nueva Granada, XVI,(1).

* Artículo de revisión, en el que se analizan los resultados de las investigaciones publicadas sobre el tema de emprendimiento femenino. Este producto es uno de los resultados del proyecto de investigación "Factores determinantes de la actividad emprendedora en mujeres empresarias en Bogotá, Cali y Medellín", y que hace parte de la línea de investigación en .empresariado del Grupo de Emprendimiento y Empresariado.

** Psicóloga y Estudiante de la Maestría en Educación de la Universidad Javeriana. Especialista en docencia universitaria de la UMNG. Docente investigadora y directora del Grupo de emprendimiento y empresariado de la Universidad Militar Nueva Granada. Correo electrónico: carolina.ortiz@umng.edu.co

*** Administradora de empresas y estudiante de la Especialización en Gerencia de la Calidad de la UMNG. Docente investigadora y miembro del Grupo de emprendimiento y empresariado de la Universidad Militar Nueva Granada. Correo electrónico: yenni.duque@umng.edu.co

**** Economista y Estudiante de la Maestría en Economía de la Pontificia Universidad Javeriana, Joven investigador adscrito al Grupo de emprendimiento y empresariado de la Universidad Militar Nueva Granada. Correo electrónico: david.carmargo@umng.edu.co

1. Introducción

El presente artículo tiene como propósito presentar las tendencias de las investigaciones que se han realizado en varios países del mundo alrededor del emprendimiento femenino. Esta exploración se realiza en el marco de la investigación que adelanta el grupo de investigación en emprendimiento y empresariado de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad “Mujeres empresarias en Bogotá, Medellín y Cali”. El enfoque teórico sobre el que se desarrolla la investigación corresponde a los planteamientos de Gibb Dyer, de la Brigham Young University y en esa medida, el estado del arte se presenta a partir de los criterios presentados por él, respecto al desarrollo de carrera empresarial.

2. Planteamientos teóricos de Gibb Dyer

W. Gibb Dyer, es un académico norteamericano, profesional en psicología, con un MBA en Comportamiento Organizacional y doctorado en Estudios de las Organizaciones. Ha realizado varias investigaciones y publicaciones en temas de emprendimiento y negocios familiares, y ha sido ponente en múltiples congresos y conferencias en temas relacionados al emprendimiento.

Dyer (1993) plantea que un buen número de estudios sobre emprendimiento han girado en torno a la articulación de los factores individuales que influyen en que las personas se embarquen en una carrera empresarial. Otros, más recientes, han identificado los factores sociales y económicos que potencian la aparición del emprendimiento. Sin embargo, afirma que estos dos tipos de estudios se han realizado en forma paralela y que son pocos los que integran los dos campos en la búsqueda de una teoría comprensiva de la carrera empresarial.

Dyer propone desarrollar una teoría de la carrera empresarial a partir de los aportes de las líneas de investigación que ha identificado sobre el emprendimiento. Identifica al emprendedor como la persona que tiene la habilidad para formar nuevas empresas y define el concepto de carrera como el

hilo social en el curso de la vida de una persona. Estas definiciones proveen el contexto amplio para estudiar la carrera empresarial y permiten iluminar la interacción del trabajo, la familia y los aspectos personales de la vida de los emprendedores, con la pretensión de evitar centrarse únicamente en roles laborales.

Plantea Dyer cuatro dimensiones de la carrera empresarial:

- *Elección de carrera: aborda la explicación sobre la elección por una ocupación particular. Para los emprendedores es necesario articular los factores individuales, sociales y económicos que influyen en que los individuos creen empresa.*
- *Socialización de carrera: describe las clases de experiencias socializadoras que preparan a las personas para adoptar roles emprendedores.*
- *Orientación de carrera: explica los diferentes roles que un emprendedor puede adoptar.*
- *Progresión de carrera: plantea los dilemas y/o conflictos que se le pueden presentar al emprendedor a través de su vida, además de los roles adoptados por él en el tiempo.*

En el Cuadro No. 1 se presenta el esquema propuesto por Dyer para examinar las carreras empresariales.

2.1 Elección de carrera

Respecto a la elección de carrera, plantea tres factores que influyen la decisión de llegar a ser un emprendedor:

Los factores individuales: sobre los que tradicionalmente se han estudiado aspectos como la necesidad de control, la motivación al logro, la habilidad para asumir riesgos y la tolerancia a la incertidumbre. Para otros estudiosos del tema, estos factores psicológicos no son suficientes, y han agregado otras categorías de análisis como pueden ser los procesos cognitivos y los fenómenos de cognición social. Adicionalmente, algunos estudios que se han hecho sobre género sugieren diferencias significativas en las orientaciones y motivaciones de hombres y mujeres.

Aunque estos factores no pueden explicar completamente la opción emprendedora, es claro que juegan un papel importante en la elección de carrera empresarial y no pueden ser dejados de lado.

Los factores sociales: los primeros estudios sobre emprendedores encontraron que muchos de ellos provenían de ambientes sociales que podían describirse como deprivados. Condiciones de negligencia, abandono y dificultades económicas, motivaban a los individuos a tomar el control sobre lo que consideraban un mundo injusto y hostil. Una forma de obtener este control es creando negocios propios.

La familia es un actor social importante en varios sentidos: por una parte, se evidencia en el emprendedor la influencia de padres con negocios propios o que han ejercido sus labores sin depender de un empleo. Por otra parte, el soporte familiar es clave en aspectos como el facilitar los recursos económicos para iniciar la aventura empresarial. Otros factores influyentes que menciona Dyer son la raza y la cultura como determinantes del éxito empresarial.

Adicionalmente otras investigaciones (Stevenson, 1987, y Aldrich & Waldinger 1990, citados por Dyer, 1993) mencionan el soporte de la comunidad en el éxito de la actividad empresarial, representado en redes sociales de trabajo y apoyo a la empresa local. Producto de esto, se resalta la influencia de modelos a imitar en la comunidad como factor influyente en la actividad emprendedora.

Los factores económicos: pueden relacionarse con ausencia de oportunidades de empleo y discriminación laboral que impulsan la búsqueda de nuevas alternativas dentro de las cuales se encuentra la creación de empresa; el crecimiento económico de los países que crea oportunidades de negocios y el acceso a redes de apoyo financiero, trabajo y materias primas, que soporten el arranque de las nuevas iniciativas.

2.2 Socialización de carrera

Se refiere a las experiencias que han tenido las personas a lo largo de su vida. Se han encontrado aspectos tales como experiencias infantiles relaciona-

das con designación de responsabilidades a edades tempranas, experiencias laborales o capacitaciones que dan a las personas la confianza para poder iniciar sus propias compañías o iniciativas anteriores asociadas con la creación de empresas.

2.3 Orientación de carrera

Se da en dos etapas: la primera es la aceptación del rol emprendedor. Y dicho rol se puede asumir de forma total o parcial, es decir, muchos emprendedores crean sus propios negocios mientras continúan con sus empleos regulares. La segunda etapa es lo que se podría llamar el “*rol específico emprendedor*”. Algunos inician sus carreras porque disfrutaban desarrollando nuevas tecnologías, otros porque les parece interesante construir organizaciones y ser propietarios de su propia empresa. Otros prefieren asumir riesgos e iniciar nuevos proyectos pero no están interesados en administrarlos o manejarlos. Se ha estudiado también la relación que existe entre diferentes experiencias de socialización y la adopción de roles emprendedores.

En un estudio de género (Goffee y Sacsés, 1985, citados por Dyer, 1993) se determinó que la orientación que las mujeres le den a su carrera empresarial tiene un impacto profundo en sus vidas. Las mujeres estudiadas variaban su orientación de carrera dependiendo de cómo percibían sus roles en relación con sus familias y su trabajo. Las mujeres que priorizaban su familia tendían a organizar sus negocios alrededor de las necesidades y actividades familiares. Aquellas que priorizaban su negocio, trabajaban lejos de su hogar y estaban “casadas con su negocio”. Las necesidades familiares estaban subordinadas al negocio.

En este orden de ideas, los roles adoptados por los emprendedores y los dilemas o conflictos que deben enfrentar, dependen de su orientación.

2.4 Progresión de carrera

Describe las clases de roles adoptadas por los emprendedores a través del tiempo. Se plantea una perspectiva dinámica que subraya los cambios en la interacción de la persona con su contexto desde una

perspectiva histórica. Algunos roles comunes en la vida de un emprendedor pueden ser: propietario de un negocio, esposo/a, padre/madre, líder comunitario, administrador y muchos otros. Dependiendo de que tan lejos los emprendedores han progresado en sus carreras, pueden adoptar diferentes roles como resultado de los cambios en sus familias, en sus negocios y en sus vidas personales. Dyer realiza una investigación, explorando las historias de vida de 100 emprendedores y a partir de esta información plantea algunos dilemas a los que se pueden ver enfrentados, dependiendo del momento vital en el que se encuentren. Dyer identifica estos dilemas en los ámbitos personal, familiar y empresarial que pueden ejercer una influencia decisiva en esta progresión de carrera.

Al concluir la descripción de su modelo, Dyer hace una reflexión en torno al tema del *Fracaso empresarial*: Un patrón común que han encontrado varios estudios es que muchos emprendedores han tenido iniciativas de negocio malogradas, antes de tener éxito empresarial. Cuando el negocio falla, los factores individuales, sociales y económicos que afectaron la elección de carrera se ponen en juego nuevamente. De cómo se conjuguen factores como la necesidad de autonomía, la viabilidad de otras formas de empleo o las condiciones económicas, entre otros, va a depender si el emprendedor decide iniciar un nuevo negocio o si se emplea hasta que se den las condiciones para iniciar una nueva empresa. Por supuesto, en algunos casos el emprendedor puede abandonar definitivamente su carrera empresarial para dedicarse a otras actividades.

Bowen y Hisrich (1986) realizan un trabajo similar al que se presenta en este artículo, basándose en la perspectiva de carrera empresarial propuesta por Sonnenfeld y Kotter (1982) con el propósito de brindar elementos que permitan un mejor desarrollo y fomento del espíritu empresarial de las mujeres, especialmente en industrias no tradicionales. Hacen una síntesis de los estudios encontrados hasta ese momento y concluyen que todavía se encuentran muchos vacíos en la investigación sobre el fenómeno del emprendimiento femenino. Los pocos estudios encontrados tienden a emplear muestras pequeñas que no son representativas ni por sector ni por área

geográfica. Los pocos resultados que se pueden generalizar se refieren por ejemplo a que: a) las mujeres tienen buenos niveles de educación, aunque hay deficiencias en el área de habilidades gerenciales; b) el locus de control interno es uno de los aspectos más destacados; c) reportan valores más instrumentales que otras mujeres; d) rara vez son propietarias de grandes empresas; e) reportan una necesidad de adquirir más capacitación en aspectos gerenciales; f) no inician empresas en industrias tradicionales, dominadas generalmente por hombres.

A partir de la presentación de este enfoque teórico, se hace un recorrido por las investigaciones encontradas sobre emprendimiento femenino para identificar cuales han sido los énfasis de dichas investigaciones y a qué conclusiones se ha llegado sobre la creación de empresas por parte de las mujeres. Los estudios no siguen una secuencia cronológica, lo que se intenta mostrar son las diferentes perspectivas de análisis que ha tenido la investigación en torno a la actividad empresarial de las mujeres, de acuerdo al enfoque adoptado por Dyer para analizar la carrera empresarial.

3. Investigaciones en emprendimiento femenino. Análisis desde el enfoque de carrera empresarial

3.1 Elección de carrera

El proceso de elección de carrera ha sido ampliamente estudiado desde diferentes enfoques y metodologías que incluyen unos factores y desestiman otros de los tantos existentes que son decisivos para el proceso emprendedor, de acuerdo a aquello que los autores en sus estudios particulares quieren mostrar o hacer ver como más importantes.

Factores individuales: Uno de los primeros estudios encontrados es el de Cromie (1987), quien examina los motivos que estimulan a las personas a convertirse en propietarios de negocios. Más concretamente, trata de descubrir si los empresarios tienen múltiples motivos para la creación de sus empresas, si los motivos no económicos predominan sobre los económicos, y si los hombres y las mujeres

tienen razones similares para iniciar sus negocios. Los resultados, basados en entrevistas personales con 35 hombres y 34 mujeres, indican que ambos sexos tienen una variedad de razones para fundar empresa y que tanto mujeres como hombres, son motivados principalmente por la búsqueda de autonomía, de progreso, deseo de satisfacción en el trabajo y otras recompensas no económicas. Aunque el deseo de ganar dinero también es un motivo de peso, las diferencias entre hombres y mujeres se encuentran precisamente aquí. Las mujeres están menos interesadas en hacer dinero y, a menudo, eligen hacer empresa propia como resultado de la insatisfacción de su carrera. También ven el espíritu empresarial como medio de satisfacer simultáneamente las necesidades de su propia carrera profesional y las necesidades de sus hijos.

En el mismo sentido, Sarri y Trihopoulou (2004) indagan sobre el fenómeno de la mujer emprendedora en Grecia, especialmente en lo que se refiere a sus características personales y sus motivaciones con el propósito de apoyar la elaboración de políticas de fomento a la creación y puesta en marcha de empresas femeninas.

Kourilsky y Walstad (1998) realizan otro estudio sobre la propensión empresarial en Estados Unidos, basándose en que aunque las tendencias y proyecciones indican que las mujeres desempeñen un papel cada vez más importante en el desarrollo empresarial de la economía, se conoce poco acerca de lo que las mujeres jóvenes entienden o reflexionan sobre el espíritu empresarial. El estudio recoge datos de una muestra nacional de 1000 mujeres y hombres estudiantes de alto nivel escolar e indaga sobre sus conocimientos y actitudes respecto al espíritu empresarial, para ver si existen diferencias de género en estos ámbitos. Los resultados sugieren que existen muchas similitudes entre mujeres y hombres con respecto a sus conocimientos y opiniones acerca de la iniciativa empresarial, pero también muestran grandes diferencias en varios ámbitos. Ambos, hombres y mujeres muestran un bajo nivel de conocimiento de la capacidad empresarial. Las mujeres, sin embargo, son más conscientes de sus deficiencias en esta área de conocimiento que sus contrapartes masculinas. Ambos sexos creen que la

educación puede corregir el problema del conocimiento. Aunque muy interesadas en crear una empresa, todavía las mujeres son menos que los hombres (62% vs 72%) cuando desean abrir un negocio de su propiedad. Ambos, mujeres y hombres por abrumadora mayoría creen en la importancia de aportar a la comunidad, más allá de proporcionar puestos de trabajo.

Langowitz y Minniti (2007) realizan una investigación bajo la premisa de que el espíritu empresarial se está convirtiendo en una fuente cada vez más importante de empleo para las mujeres en muchos países, aunque el nivel de participación femenina en la actividad empresarial sigue siendo significativamente inferior a la de los hombres. La investigación aborda una amplia muestra de personas de 17 países, para intentar determinar qué variables influyen en la propensión empresarial de las mujeres y si las variables tienen una correlación significativa con las diferencias entre sexos. Además de las variables demográficas y económicas, se incluyeron una serie de variables de percepción. Los resultados muestran que las variables de percepción subjetiva tienen una influencia decisiva sobre la propensión empresarial de las mujeres y representan gran parte de las diferencias en las actividades empresariales entre sexos. Especialmente, se encontró que las mujeres tienden a percibirse a sí mismas y al entorno empresarial en forma menos favorable que los hombres en todos los países de la muestra, independientemente de la motivación empresarial. Las conclusiones sugieren que las variables de percepción pueden ser factores importantes que influyen en el comportamiento empresarial, por encima de otras de caracterización socio-económica como por ejemplo el país de residencia, la edad, el ingreso familiar, la educación alcanzada, entre otras.

Los resultados de este estudio sugieren también una importante paradoja en las características pre-empresariales de mujeres y hombres jóvenes: la mayoría de los estudiantes que aspiran a iniciar sus propias empresas, sostienen ciertas opiniones que podrían ser perjudiciales para el éxito empresarial. Las conclusiones sugieren la necesidad de iniciar o mejorar la educación en el espíritu empresarial de los jóvenes ya que las bases de la iniciativa empre-

sarial se dan en los años de formación y el sistema educativo puede aportar a su fortalecimiento. La educación empresarial debería centrarse en los conceptos clave de la iniciativa empresarial, así como en los vínculos fundamentales entre la dinámica de un sistema de mercado competitivo y de los conceptos y prácticas de la iniciativa empresarial. Dos ejemplos de programas educativos que responden a las necesidades particulares de las mujeres jóvenes con respecto a estos temas, así como otros requisitos clave para la educación empresarial, se describen en la sección final del estudio.

El proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor), una iniciativa que surge en 1999, en cabeza del Babson College de Boston en Estados Unidos y el London School of Economics de Londres en Reino Unido, es un estudio que se realiza periódicamente a nivel mundial y que en la actualidad reúne información de 42 países sobre los componentes asociados a la creación y desarrollo de nuevas empresas, haciendo además comparaciones internacionales para comprender el impacto del proceso en la generación de riqueza de los países, ha incentivado la realización de múltiples estudios con diferentes enfoques y metodologías que también han abordado el tema del emprendimiento femenino.

En España, con base en los resultados del proyecto, Díaz Casero y Cols (2007) hacen un estudio para determinar 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 de nacional en el mismo periodo. El trabajo pretendió contribuir a profundizar en el estudio de la creación de empresas por parte de la mujer en Extremadura analizando su actividad emprendedora, sus motivaciones, su perfil, los factores psicosociales, y su percepción del apoyo institucional que recibió en el momento de crear empresa. Los resultados más relevantes indican una 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.

Estas investigaciones sugieren la importancia de hacer estudios que indaguen sobre las percepciones de las mujeres respecto a sus motivaciones, sus concepciones de mundo, sus necesidades de autorrealización, es decir, sobre las categorías que configuran el proyecto de vida en sus aspectos individuales.

Factores sociales: Smith-Hunter y Boyd (2004) ofrecen una explicación sustentada teóricamente de las diferencias raciales observadas entre las mujeres empresarias. Aplican varias teorías de la capacidad empresarial a un estudio comparativo entre mujeres blancas y mujeres consideradas como minorías en la ciudad de Nueva York. El estudio arroja luces sobre estas diferencias, llamando la atención sobre una brecha entre las grandes aspiraciones de las mujeres de las minorías propietarias de sus propias empresas y la escasez de recursos formales empresariales que están a disposición de estas mujeres como son el capital financiero y el capital humano.

Un estudio que aborda el fenómeno analizando las diferencias de género es el realizado por Verheul, Van Stel y Thurik (2004), que apunta a explicar la iniciativa empresarial femenina y masculina desde una perspectiva de nación. Las variables explicativas se obtienen a partir de tres vertientes de la literatura: la que analiza los factores determinantes de la capacidad empresarial en general, la participación de la fuerza de trabajo femenina, y la del empresario femenino. Hacen uso de los datos de Global Entrepreneurship Monitor, incluidos los índices de actividad emprendedora total de las mujeres y los hombres para el año 2002, así como una serie de posibles factores determinantes de las estadísticas nacionales. Se encontró que la iniciativa empresarial femenina y masculina son, en gran medida influidas por los mismos factores. Una notable excepción es la satisfacción de vida, en la cual se encontró un impacto positivo sobre el emprendimiento femenino y ningún impacto sobre el espíritu empresarial masculino.

Uno de los estudios de las Naciones Unidas (2005) realizado en el sur de Asia afirma que hay una cantidad de barreras que impiden a las mujeres desarrollar su potencial emprendedor para hacer contribuciones significativas a la sociedad. El emprendimien-

to por definición es la capacidad de controlar la vida y las actividades propias y es allí donde muchas sociedades impiden el desarrollo femenino al coartar la independencia de las mujeres. Las obligaciones familiares generalmente van en contra de la posibilidad de iniciar negocios. La responsabilidad de los hijos y de otros miembros de la familia impide que la mujer pueda destinar tiempo y energía a su propio negocio. Los roles tradicionales y las actitudes machistas en muchos países en vías de desarrollo hacen muy difícil a la mujer liberarse de sus responsabilidades familiares. Además inhibe la confianza, independencia y movilidad de la mujer. Esto se refleja en poca posibilidad de acceso a información, créditos, tecnología, mercados, etc, impidiendo a la mujer iniciar negocios y mantenerlos. El estudio plantea que esta situación es mas critica en países como Bangladesh, Bután, India, Nepal, Pakistán y Sri Lanka.

La investigación que se esta desarrollando sobre los factores determinantes del emprendimiento femenino en Colombia, de la que esta revisión hace parte, pretende indagar por los factores sociales que inciden en la elección de carrera empresarial, específicamente en lo que se refiere a las diferencias regionales; es decir, como las influencias culturales, los modos de ser y de pensar que se definen en las diferentes regiones del país, configuran formas distintas de entender el emprendimiento y el desarrollo empresarial de las mujeres.

Factores económicos: Mattis (2004) realiza un análisis centrado en las mujeres propietarias de negocios que salieron de la carrera corporativa a iniciar sus propias empresas. Las encuestadas refieren que encontraron dificultades dentro de las corporaciones como la falta de flexibilidad y reto, la falta de modelos y mentores, la carencia de oportunidades de ascensos y la ausencia de recompensas para la contribución de la mujer. Las diferencias entre los tres grupos de edad de las mujeres propietarias de negocios incluidas en el análisis, predice una mayor dificultad para las empresas de retener a las mujeres talentosas profesionales y directivas, especialmente aquellas con intereses empresariales. Las recomendaciones a las empresas incluyen la identificación y eliminación de barreras para el avance de la mujer en la cultura

corporativa y ambiente de trabajo, y el desarrollo de más oportunidades intraempresariales.

Más allá de las barreras corporativas que enfrenta la mujer y siguiendo en la misma línea de análisis, se puede inferir que la dinámica del mercado laboral a nivel mundial en las últimas dos o tres décadas, es un factor determinante en la elección de carrera. Las cifras disponibles y lo expuesto por muchos estudiosos del tema (Handy, 1991, OIT, 2004, y UTAL, 1998 citados por Carosio, 2004) permiten observar que aproximadamente más de la mitad de la fuerza de trabajo esta repartida entre empleados por cuenta propia y a tiempo parcial, y la tendencia es que siga en aumento esta proporción. Es importante entonces indagar si los procesos de flexibilización laboral que han llevado a que los empleos sean de menor calidad y más inestables, llevan a asumir que una opción valida para intentar escapar de estos vaivenes es ser empresario. En este orden de ideas, la pregunta que surge es si las mujeres tienden a crear empresa más por necesidad que por elección, al no tener alternativas laborales suficientemente buenas como empleadas dependientes que les permitan cumplir con sus bien sabidas responsabilidades familiares.

Por otro lado, basándose en el proyecto GEM, el estudio de Baughn, Chua y Neupert (2006) examina el impacto de las normas específicas de apoyo a la iniciativa empresarial de la mujer en relación con las tasas de las mujeres y hombres que participan en la iniciativa empresarial en los distintos países. Los países con altos niveles generales de actividad empresarial tienden también a evidenciar mayor proporción relativa de participación femenina. Estos resultados se observan aun cuando se controla el efecto sustancial de países desarrollados económicamente en la configuración de patrones de la actividad empresarial.

Estudios que combinan los tres factores: Algunos estudios combinan el análisis de factores individuales como las motivaciones o las percepciones, con la descripción de factores sociales como las influencias familiares o educativas o las barreras económicas que han incidido en la elección de carrera empresarial de las mujeres.

Shabbir y Di Gregorio (1996) realizan un estudio sobre los aspectos individuales de las mujeres empresarias en Pakistán, centrándose en sus percepciones y en la forma en la que ellas definen sus metas y las ventajas y las obligaciones que enfrentan al empezar un negocio en un nivel micro. A partir de la revisión de la literatura realizada para este estudio, afirman que la mayoría de los trabajos sobre emprendimiento femenino en países en desarrollo se refieren en su mayoría a personas con bajos niveles educativos y bajos ingresos, ubicadas en áreas rurales o en sectores informales urbanos. Se encontraron pocos estudios que estudien a las mujeres empresarias en el sector formal urbano en países en desarrollo. Además, muchos de estos estudios, conducidos en su mayoría por agencias internacionales de desarrollo, han tendido a centrarse sobre problemas desde una macroperspectiva. Ellos asumen que las mujeres empresarias de países en desarrollo son un grupo homogéneo, con experiencias similares en empezar un negocio. Esta investigación trata de subsanar estos vacíos: se basa en la actual y potencial mujer empresaria en el sector formal urbano y adopta una aproximación de interacción simbólica que trata de ofrecer una visión más cercana de las experiencias de las mujeres en empezar un negocio.

La muestra estudiada fue de 33 participantes de un programa de desarrollo empresarial en Karachi. Dentro de sus hallazgos se encuentra que la intención de crear empresa esta ligada a tres tipos de metas personales: libertad personal, seguridad y satisfacción. La libertad se busca después de experimentar alguna clase de frustración o insatisfacción en su ingreso laboral y por la posibilidad de poder escoger el tipo de trabajo, el tiempo, el ambiente y la gente con la que trabajan. Las que buscan seguridad fueron en su mayoría mujeres que tuvieron algún percance personal (como la muerte o el despido del esposo) y decidieron empezar un negocio para mantener o mejorar su estatus socioeconómico y el de su familia. Quienes buscan satisfacción fueron en su mayoría amas de casa, sin experiencia previa, quienes deseaban empezar un negocio para probarse a si mismas y a los demás que ellas son miembros productivos y útiles de la sociedad.

El impacto de los factores estructurales sobre la habilidad de la mujer de empezar un negocio varía de acuerdo a las metas personales dominantes que las mujeres han elegido. Los factores estructurales que influyen en la puesta en marcha de la empresa se dividen en tres categorías:

- *recursos internos que se refieren a la cualificación de la mujer y/o a su experiencia laboral;*
- *recursos externos, como las finanzas y la locación del negocio;*
- *recursos relacionales como la familia, empleados, proveedores y clientes.*

El aporte de esta investigación para sus autoras es la relación que se establece entre las metas personales de las mujeres y los factores estructurales que influyen en la puesta en marcha de su negocio, relación que conduce al desarrollo de un marco conceptual que podría ayudar a explicar por qué algunas mujeres, a pesar de unas aparentes circunstancias desfavorables, logran iniciar un negocio, mientras que otras, aun bajo aparentes circunstancias favorables no lo hacen. Concluyen además que es importante reconocer que a partir de la diversidad de necesidades y experiencias, las mujeres tienen diferentes metas hacia la propiedad empresarial.

Por otro lado, DeMartino y Barbato (2003), partiendo de investigaciones anteriores referentes a las diferencias de género entre empresarios, exploran las diferencias motivacionales usando una muestra de empresarios con MBA. Realizan una comparación entre una muestra de hombres y mujeres empresarias, quienes son similares en términos de educación en negocios, referencias educativas, y otras variables. La regresión logística es empleada para medir la relación entre los motivadores de carrera y género y entre los motivadores de carrera y género ajustada por estatus marital y la presencia de hijos (niños dependientes). El estudio concluye que las diferencias entre mujeres y hombres empresarios llega a ser más amplia si los empresarios son casados con hijos dependientes.

De la muestra estudiada el 11,5% de las mujeres se identifican como empresarias, mientras que el 16,2% de los hombres se reconocen como tal. Am-

bos, hombres y mujeres empezaron su negocio doce años después de graduarse y éste lleva aproximadamente siete años en el mercado. En cuanto a los motivadores de carrera, las mujeres identificaron la flexibilidad y el balance entre la carrera (profesión) con sus obligaciones familiares. Cabe resaltar que estos dos factores motivacionales fueron los menos relevantes para los hombres. Para ellos, la creación de riqueza es el factor motivacional más importante, mientras que las mujeres lo resaltaron como el menos influyente.

Por otro lado, el estudio también reveló que la presencia de hijos incrementa la propensión de la mujer a emprender, mientras que los hombres casados con hijos dependientes no difieren de los solteros en términos de motivación de carrera. La investigación revela que las mujeres están usando el emprendimiento como una elección de carrera que provee flexibilidad para manejar las obligaciones familiares.

Otro trabajo que analiza factores individuales y sociales es el de Brindley (2005) que proporciona un resumen exhaustivo de la literatura académica con respecto al riesgo y su papel en la experiencia empresarial de la mujer. Afirma que el riesgo empresarial tiene un bajo desarrollo conceptual y su aplicación en los aspectos específicos de género es difícil. Una de sus premisas es que aunque la literatura no siempre demuestra una asociación entre las diferentes facetas del riesgo y el espíritu empresarial, hay acuerdo general en que una combinación de factores personales, políticos y sociales interrelacionados influyen el riesgo y su posterior comportamiento. El estudio plantea que la comprensión del riesgo asociado al género es necesaria para diseñar políticas constructivas que ayuden a las mujeres a superar los obstáculos y a lograr su potencial empresarial. Las conclusiones extraídas de la literatura proporcionan las bases para un debate de los probables medidas de política que se requieren para alentar a las mujeres empresarias.

Así mismo, Cowling y Taylor (2001) parten en su investigación de la premisa de que la habilidad de autoemplearse para crear oportunidades laborales adicionales es un asunto fundamental dado el gran

incremento en recursos públicos dirigidos a la creación de nuevas empresas en el Reino Unido, y otros países desde 1979. Este estudio inicialmente se concentra en la identificación de diferencias en las características personales y demográficas de las mujeres y hombres en 4 estados potenciales del mercado laboral, a saber; el desempleo; empleo remunerado, empleo por cuenta propia, y; la creación de puestos de trabajo por cuenta propia. A continuación, se pasa a considerar la transición del mercado laboral durante un período de 4 años entre 1991 y 1995. Los hallazgos claves son inicialmente, que las mujeres empresarias son mejor educadas que su contraparte masculina y segundo que el flujo del autoempleo era considerablemente más alto para los hombres que para las mujeres.

En una investigación que analiza factores individuales y sociales, Rábago, D'annunzio y Monserrate (2004), realizan un estudio sobre las mujeres argentinas bajo la premisa de que el conocimiento de las características de comportamiento y fortalezas actitudinales que son pertinentes a las mujeres emprendedoras exitosas, permitiría conocer a priori las dimensiones del espíritu emprendedor que deberían desarrollarse y fortalecerse con el fin de alcanzar la gestación y consolidación de nuevos emprendimientos correlacionados a una mayor participación de la mujer en el mundo empresarial. A partir de un muestreo intencional, se trabajó con un grupo de mujeres que han logrado determinada trayectoria en sus emprendimientos, con el objetivo de determinar en mujeres exitosas el grado de existencia de ciertas características personales relacionadas con la auto eficacia, el foco de control y la necesidad de logro; verificar la presencia y grado de la participación de mentores en el desarrollo personal y profesional y medir algunas variables culturales que pudieran demostrar cierta influencia en las características analizadas.

3.2 *Socialización de carrera*

Kolland y Parikh (2005) realizan una investigación sobre el emprendimiento de las mujeres indias, afirmando que poco a poco las mujeres en este país han llegado a tener conciencia de su existencia, sus derechos y su situación laboral, por lo cual, los estu-

dios sobre este tema son recientes. Establecen una relación por clases sociales afirmando que las mujeres de clase media no están tan ansiosas o deseosas de cambiar su rol por miedo a la reacción social. El progreso o la inclinación hacia el emprendimiento es más visible entre las familias de clase más alta en las ciudades urbanas. Dentro de las conclusiones plantean que cualquier estudio sobre la mujer india, sobre su identidad, y especialmente sobre su rol de optar o romper nuevos caminos, será incompleto sin reconocer la historia de un país donde la mujer ha vivido e internalizado varios modelos de rol. El estudio presenta una panorámica desde los años 50 hasta el siglo XXI respecto a como ha transcurrido la transformación en los roles de la mujer. Además, aborda el estatus de la mujer empresaria y los problemas que enfrenta en su aventura de encontrar su propio espacio en el mundo competitivo del ambiente empresarial.

Kirkwood (2007) plantea que la familia tiene el potencial de ser un caldo de cultivo para los empresarios y puede ser clave para estimular el espíritu emprendedor. Su investigación se centra en cómo los padres pueden influir en la decisión subsecuente de los hijos para iniciar una nueva empresa. Partiendo de un enfoque cualitativo, realiza entrevistas a 50 empresarios, 25 hombres y 25 mujeres. Sus resultados muestran que los padres influyeron en sus hijos en la decisión de crear una nueva empresa de diversas maneras y se observaron dos diferencias claras relacionadas con el género. La primera se refiere a cómo los participantes fueron influenciados diferente por sus madres y padres, con los padres jugando el papel principal en la decisión de creación de la nueva empresa. La segunda, es la forma en que las mujeres y los hombres participantes describen las maneras en que fueron influenciados por sus padres. Muchas mujeres empresarias confían de sus padres para el asesoramiento, apoyo y aliento, mientras que algunos hombres desean la independencia de sus padres (principalmente de su papa) o están tratando de competir con ellos.

Los roles sociales que se les han dado históricamente son a juicio de muchos, elementos suficientes para considerar a una ama de casa como una empresaria en potencia. Las mujeres aprenden naturalmente a

ser administradoras, por eso se dice que están “culturalmente equipadas” para la gestión empresarial más allá de la influencia que otros culturalmente ejercen sobre su carrera empresarial. Esos mismos comportamientos adquiridos a lo largo de sus vidas, dan a sus empresas características particulares, como el hecho de tener modelos de toma de decisiones más participativos y ser más pequeñas sus organizaciones que las de sus contrapartes en aras de un mayor control y una revisión más rigurosa de sus actividades.

3.3 Orientación de carrera

Respecto a la otra dimensión planteada por Dyer, la orientación de carrera se encuentran investigaciones como la realizada por Winn (2005), quien afirma que aunque actividad emprendedora entre las mujeres, continua llamando la atención en todo el mundo y a pesar de sus evidentes beneficios, las mujeres van a la zaga de los hombres en propiedad de negocios e independencia económica en la mayoría de los países del mundo. Este estudio revisa el emprendimiento como una elección de carrera para la mujer; las motivaciones y trayectorias profesionales seguidas por mujeres empresarias, las actitudes y comportamientos asociados con empresas de éxito, los problemas que persisten y las políticas que conspiran para mantener las pocas y pequeñas empresas de mujeres. Adicionalmente se hace una discusión sobre la legislación y practicas que han ayudado y dificultado el emprendimiento femenino, con sugerencias para refrendar los temas y reformar las políticas.

En la misma línea, Justo y Cols (2006), realizan un estudio en el que examinan en qué medida las mujeres y los hombres empresarios difieren en la manera en que perciben y evalúan el éxito empresarial, medido por dimensiones extrínsecas e intrínsecas. Los resultados indican un número de similitudes entre hombres y mujeres empresarios pero también revelan diferencias interesantes basadas en el género y relacionadas con el estatus familiar: se encontró que los factores familiares, y especialmente el estatus de los padres, juegan un papel clave en la configuración de las diferentes percepciones del éxito empresarial entre diferentes tipos de mujeres empresarias. Establecen una tipología proveniente

de estudios anteriores, de acuerdo a las responsabilidades como madre en tres categorías (Goffee & Scarse, 1983; Cromie & Hayes 1988, citados por Justo y cols, 2006): *innovadoras*, mujeres jóvenes sin hijos; *dualistas*, mujeres de edad media con hijos jóvenes; y por último las *mujeres de vuelta*, que son mayores y tienen hijos grandes. En particular, las mujeres empresarias con hijos dependientes hacen más énfasis en la independencia como una medida de éxito.

Siguiendo el análisis de la influencia de los factores sociales en el emprendimiento femenino, el estudio de Gundry y Ben-Yoseph (1998) analizó el impacto de la cultura y la familia sobre las estrategias, las oportunidades y los obstáculos para el crecimiento de las mujeres empresarias de Rumania, Polonia, y Estados Unidos. El propósito de esta investigación fue doble: reunir información sobre las mujeres empresarias en diferentes culturas y construir e integrar una perspectiva de la mujer empresaria en relación con la familia y con el contexto cultural mas amplio en el que se encuentra. Incorpora un diseño de medidas cualitativas y cuantitativas que se utilizó para recopilar información en profundidad sobre el lenguaje de los empresarios. También realizan un análisis de similitudes y diferencias estratégicas alrededor de la organización empresarial y de las características organizacionales.

Buttner (2001) reporta los resultados de un análisis cualitativo teniendo en cuenta los roles de las mujeres emprendedoras empleados en sus organizaciones utilizando la Teoría Relacional como el marco analítico. El análisis de los grupos focales indicó que la mujer emplea una aproximación relacional a la hora de trabajar con empleados y clientes. Las habilidades relacionales incluyen la preservación, el empoderamiento mutuo, el logro y la creación de equipos. El estilo gerencial esta basado en sus creencias y valores sobre las formas efectivas de relacionarse con empleados y clientes apartándose de las tradiciones ya establecidas. Los resultados demuestran que la Teoría Relacional es un marco útil para identificar y explicar el estilo empresarial de la mujer en sus propios negocios. Se corrobora en este estudio que las mujeres tienden a liderar con estilos democráticos y participativos. Las mujeres

emprendedoras casi siempre reportan creer que al incrementar la competitividad de sus empleados, se incrementará el éxito de sus empresas. De esta manera invierten tiempo y energía en formar a sus empleados con la expectativa de que ellos podrán operar autónomamente en el futuro para que la empresaria pueda dedicarse a otras responsabilidades y con la satisfacción de poder participar en el crecimiento y desarrollo de sus empleados. Igualmente las empresarias incentivan la creación de un espíritu de equipo que incluye la toma de decisiones de forma colaborativa, asegurando una visión compartida para la compañía.

Eddleston y Powell (2007) aplican una encuesta a 201 propietarios de negocios, usando medidas para determinar el éxito de las mismas (los resultados de las empresas en comparación con los competidores y las ventas). Aunque las empresas de propiedad de los hombres tenían más éxito que las de las mujeres, sustentan la existencia de una "paradoja de mujer propietaria de empresa satisfecha". Existen diferentes explicaciones para esta paradoja. Las mujeres dueñas de negocios asignan menos valor al logro del éxito empresarial que sus contrapartes masculinas. Así mismo, la satisfacción de las mujeres propietarias de empresa con cierto éxito está menos relacionada con las fluctuaciones en el rendimiento y las ventas de su negocio que la de los empresarios hombres. Sin embargo, los resultados para los hombres propietarios de empresa muestran un tipo diferente de paradoja, es decir, su satisfacción con el éxito de su negocio esta relacionada positivamente con el desempeño del negocio y negativamente con las ventas.

En otro estudio mas reciente, Eddleston y Powell (2008) examinan cómo la identidad de género incide en lo que hombres y mujeres propietarios de negocios buscan de sus carreras. Sus resultados muestran que la identidad de género, representada por las dimensiones de la masculinidad y la feminidad, sirve como un mecanismo cognitivo que contribuye a las diferencias en la satisfacción de sus expectativas de carrera empresarial. Los hombres buscan mas satisfacer sus necesidades de estatus mientras que las mujeres esperan contribuir a la sociedad y generar empleos. Estos resultados apoyan la opi-

nión de que el espíritu empresarial es un proceso de género.

El trabajo de Green y Cols (2003), examina comparativamente los nuevos y emergentes roles de las mujeres empresarias. Se sugiere que a pesar de las similitudes existentes entre los grupos de empresarios, las mujeres a menudo difieren de los hombres en su elección de la industria, las opciones de financiación, las estrategias de crecimiento, y las estructuras de gobierno. Este documento se basa en los trabajos de otros investigadores que identificaron las diferencias existentes entre hombres y mujeres en los desafíos que enfrentan en la creación y gestión de empresas nuevas y en crecimiento. Los autores sostuvieron que, a fin de desarrollar mejores construcciones teóricas, estas diferencias deben ser consideradas.

Carosio (2004) realizó un estudio en Venezuela para explorar cómo son las mujeres emprendedoras, cuáles son sus dificultades y oportunidades, y cómo manejan los emprendimientos. Afirma que las emprendedoras crean empresas para satisfacer sus necesidades personales y deben estar convencidas de que la naturaleza del negocio está acorde a sus deseos, actitudes, personalidad, conocimientos y potencialidades. Existe una relación unívoca entre las características psicosociales de las mujeres y el tipo de emprendimientos que asumen. Por ello hay diferentes tipos de microempresas, pero en todos los casos la actividad en sí, va constituyéndose en una opción configuradora de la vida y la individualidad de la mujer.

Su investigación resalta varios aspectos relacionados con la educación que ha recibido, los roles que ha asumido y las necesidades que tienen. Afirma que con base en la socialización de género, en las labores y responsabilidades del hogar las mujeres aprenden naturalmente a ser administradoras, y ello se refleja en sus capacidades empresariales. El nivel educativo de las microempresarias se relaciona de manera positiva con el éxito empresarial, entendido como sostenibilidad y rentabilidad. Mejores niveles de educación facilitan mayores logros económicos, pero no son una condición necesaria para ello. Una microempresaria potencialmente exitosa será aque-

lla que cuente con capital social (especialmente relaciones y sostén familiar - parental) y mínimo capital material para iniciar su tarea, buscando aumentar el volumen de sus capitales simbólicos. Pero el mayor aislamiento relativo de las mujeres y el menor capital de las redes sociales productivas inciden negativamente en el rendimiento de las empresas. Por ello la asociatividad representa un elemento clave para el fomento del desarrollo de los mercados y el desarrollo empresarial.

Otra investigación sobre las mujeres empresarias en Estados Unidos que aborda varias dimensiones de análisis es el realizado por Anna y cols (2000). Según este estudio, los pequeños negocios siguen creciendo en importancia para esta economía nacional. Los 22 millones de pequeñas empresas de Estados Unidos generan más de la mitad del Producto Interno Bruto de la nación y son la principal fuente de nuevos puestos de trabajo. Recoge los datos de la Fundación Nacional para la Mujer Propietaria de Negocios respecto a que entre 1987 y 1994, el número de empresas propiedad de mujeres creció 78% y que estas representan el 36% de todas las firmas. Aunque el crecimiento en el número de empresas propiedad de mujeres es alentador, el tamaño de las empresas sigue siendo pequeño en términos de ingresos y número de empleados, sobre todo en comparación a los negocios de propiedad masculina. Una explicación de esta disparidad es que los negocios propiedad de mujeres se concentra principalmente en el comercio al por menor y las industrias de servicios, donde las empresas son relativamente pequeñas en términos de empleo y de ingresos, frente a la alta tecnología, la construcción y la industria manufacturera.

El estudio plantea que una de las más fructíferas corrientes de investigación en la libre elección de ocupación de mujeres se ha basado en la teoría del aprendizaje social. Específicamente, bajo el concepto de autoeficacia se han relacionado el tipo y el número de ocupaciones masculinas y femeninas, con relación a las ocupaciones tradicionales y no tradicionales. Los investigadores del espíritu empresarial también han utilizado la teoría del aprendizaje social para estudiar las intenciones empresariales. Este estudio se basa en los ante-

cedentes de la carrera empresarial de la mujer y las intenciones emprendedoras para examinar las diferencias entre negocios de propiedad femenina, tradicionales y no tradicionales. Se examinaron 170 negocios de propiedad de las mujeres, tradicionales y no tradicionales, en Illinois y Utah. Utilizando una perspectiva de las carreras, sobre la base de la teoría del aprendizaje social, se analizó si las mujeres en estos dos tipos de industrias diferían en los niveles de autoeficacia en su iniciativa empresarial, sus expectativas de carrera y su percepción de apoyo social. Un segundo análisis también exploró la relación entre las mismas variables independientes y el éxito o rendimiento de la empresa. Los resultados permiten comprender las diferencias entre las mujeres en industrias tradicionales y no tradicionales. El primer análisis reveló que existen diferencias significativas entre los dos grupos en varios sentidos: las dueñas de negocios tradicionales tuvieron mayor oportunidad para el reconocimiento de eficacia en la empresa, altas expectativas de carrera hacia la seguridad, e informaron que el apoyo financiero recibido de los demás es más importante para ellos que en los de las empresas no tradicionales. Por otra parte, las propietarias de negocios no tradicionales tuvieron mayor eficacia planificando y altas expectativas de carrera hacia la generación de riqueza que el grupo tradicional.

El segundo análisis examinó si hubo éxito, midiendo el nivel de ventas y contrastándolo con la percepción de autoeficacia empresarial, las expectativas de carrera, o el apoyo recibido por las mujeres en las empresas tradicionales, en comparación con los de las no tradicionales. Este análisis reveló que las mujeres propietarias de negocios tradicionales pueden tener diferentes factores que contribuyen a su éxito que las propietarias de empresas no tradicionales no tienen. Este estudio se reconoce como novedoso ya que la mayor parte de la investigación empresarial ha utilizado predominantemente muestras de hombres empresarios y la que incluye a las mujeres empresarias en general realiza comparativos, entre hombres y mujeres. En esta investigación la comparación de los dos grupos de mujeres empresarias ofrece una contribución diferente.

3.4 Progresión de carrera

Se encuentran también estudios que se centran en la *progresión de carrera*, es decir en el análisis de las empresas ya constituidas y de las dificultades que se les presentan. Loscocco y Robinson (1991) plantean que aunque cada vez es mayor el número de mujeres en los Estados Unidos que han escogido ser propietarias de pequeños negocios, en un aparente intento de escapar de la desigualdad para ellas en el mercado laboral, en este país, las pequeñas empresas de propiedad de mujeres tienden a ser menos exitosas que las de propiedad de los hombres.

El análisis sugiere que la entrada de las mujeres a la vida empresarial en Estados Unidos se da en nichos industriales que son relativamente poco atractivos a los hombres. Los autores encuentran que estas empresas de propiedad femenina se concentran tradicionalmente en campos típicos de las mujeres, con bajo promedio de negocios radicados en el campo de los habitualmente masculinos. Además, incluso dentro de una misma subcategoría industrial, las mujeres propietarias alcanzan menos éxito económico que los hombres propietarios. Aunque algunos de los obstáculos inmediatos que enfrenta la mujer de la pequeña empresa en el país estudiado -tales como los problemas de acceso al capital y los contratos públicos- difieren de los que enfrentan las mujeres empleadas, las causas son similares. Los autores sugieren que las mujeres propietarias de pequeñas empresas en los Estados Unidos tienen una desventaja respecto a los hombres que se ve agravada por la aparición de nuevas barreras institucionales.

Por otra parte, Clancy (2005) afirma que en la actualidad las mujeres ocupan casi el 50% de los empleos gerenciales y profesionales, pero los líderes de la mayoría de las compañías y organizaciones alrededor del mundo son casi siempre hombres. Después de considerar la investigación sobre estereotipos, sobre sesgos y diferencias biológicas entre hombres y mujeres (que pueden impactar los estilos de liderazgo), presenta los resultados de su investigación, donde argumenta que la mejor explicación puede ser aquella que tiene en cuenta las decisiones y escogencias que las mujeres toman durante sus carreras. El éxito frecuentemente requiere un com-

promiso total al cargo y una reducción proporcional del tiempo que la gente puede dedicar a sus familias y a sus vidas personales. Este puede ser el precio que muchas mujeres no están simplemente dispuestas a pagar. De este modo las vidas de las mujeres se terminan amoldando de acuerdo con las decisiones que han tomado, lo que lleva a que no tengan el mismo éxito que su contraparte masculina tiene o a que definan de manera distinta el significado que el éxito tiene para ellas.

El estudio de McKay (2001), examina un grupo particular de mujeres empresarias largamente ignoradas por la literatura: empresarias de más de 50 años de edad en Estados Unidos. Se enfoca en las mujeres que no tienen una familia, o cuyos hijos han crecido. Dado el envejecimiento de la población, este grupo aumenta en número e impacto sobre el producto interno bruto y las estadísticas de empleo. Se analizan las características de este grupo de empresarias y se considera si el género está implícito en la estructura organizacional de las empresas establecidas por estas mujeres.

En otra investigación realizada por Winn (2004), se plantea que a pesar del aumento de la paridad de género en la fuerza de trabajo en la actualidad, son pocas las mujeres que alcanzan puestos de alta dirección en las empresas más grandes de Estados Unidos. En lugar de ello, un número creciente de mujeres está gerenciando sus propias empresas. A partir de entrevistas a profundidad con mujeres que han vivido en dos mundos –el de la compañía estable, y en la compañía de su propiedad– se presenta un análisis sobre la naturaleza de los problemas y las percepciones que enfrentan las mujeres como administradoras y empresarias. Cuestiones como el sesgo en el rol de género y el equilibrio trabajo-vida son preocupaciones para las mujeres con y sin hijos. Recopilando la información de las mujeres que decidieron formar sus propias organizaciones después de que habían trabajado en una organización de gran tamaño, este estudio examina algunos de los factores en la toma de decisiones y las limitaciones socio-personales que afectan dicha iniciativa empresarial.

McClelland y cols (2005) realizan una exploración en seis países en la que abordan dos de las dimen-

siones planteadas por Dyer, la elección de carrera y la progresión de carrera, analizando el desarrollo de estas organizaciones de propiedad de mujeres desde su creación hasta su madurez, y su crecimiento en los mercados locales y/o internacionales. Toca temas como la motivación para la puesta en marcha, el aumento de los negocios, las cuestiones de género y los retos que enfrentan estas mujeres. Los resultados muestran coincidencias entre las mujeres empresarias en los diferentes países pero también pone de relieve las diferencias en las experiencias de estas mujeres, no sólo entre países sino también dentro de ciertos países. También pone de manifiesto la importancia que le dan las mujeres a la responsabilidad social para el inicio y desarrollo de una empresa.

Existen investigaciones que han abordado las cuatro dimensiones que propone Dyer, que tratan de acercarse al fenómeno del emprendimiento femenino de forma más integral, tratando de dar cuenta de todos los factores que influyen en éste. Es el caso de la realizada por Dhaliwal (1998) sobre las empresas de mujeres asiáticas en Gran Bretaña. El estudio se propuso, por un lado, identificar los factores clave de su éxito empresarial en mujeres que habían creado empresa, y por otro, analizar la participación femenina y la gestión empresarial de las mujeres en negocios familiares. Desde una perspectiva cualitativa, se entrevistaron 5 mujeres de cada grupo y se indagó, en el caso de las empresarias, por sus antecedentes, sus influencias, los factores que facilitaron o inhibieron su decisión de convertirse en trabajadores por cuenta propia, sus experiencias respecto a la capacidad empresarial y los aspectos particulares que les afectan como mujeres asiáticas en los negocios.

Las entrevistas con mujeres asiáticas que trabajan en empresas familiares exploran su papel y contribución a la gestión de los negocios. Entre las cuestiones tratadas están sus posiciones “oficiales” y “no oficiales” dentro de la empresa, el equilibrio entre las responsabilidades domésticas y las de la empresa y la influencia de los factores culturales en la naturaleza de su presencia dentro de la empresa. Dentro de las conclusiones, la autora destaca el hecho de que los resultados de este estudio permiten tener

una visión más clara de los roles, las responsabilidades y las relaciones de las relativamente pocas mujeres asiáticas que son empresarias, y sobre las que ayudan a mantener muchas empresas de Asia. Adicionalmente, el estudio aborda las propiedades culturales de este grupo de mujeres, lo que podría permitir a los encargados de formular políticas, apreciar las necesidades y la diversidad de las minorías étnicas en las empresas.

Igualmente el trabajo de Ulfuk y Özgen (2001) aborda las cuatro dimensiones de Dyer. Ellos realizaron un estudio de carácter descriptivo que analiza factores tanto individuales como sociales y económicos entre 220 mujeres empresarias en Ankara, Turquía. Su objetivo fue determinar el perfil de la mujer empresaria, examinando su estatus laboral, las razones para involucrarse en los negocios y los tipos de negocios en los que están involucradas. Examinaron también las dificultades experimentadas al emprender y mantener un negocio, el riesgo asumido, los ingresos, sus características como empresarias en términos de edad, nivel educativo, su experiencia, su participación en programas de entrenamiento y su proyecto de vida a futuro. También se tuvieron en cuenta sus percepciones sobre las políticas gubernamentales y las regulaciones por las que se rigen sus empresas.

Utilizando nuevamente los resultados del Proyecto GEM, Justo (2007) realiza una investigación para determinar la influencia que el factor género tiene sobre las probabilidades de que una empresa tenga éxito o fracase. Dentro de los determinantes de éxito o fracaso la autora identifica tres: las características del emprendedor, dentro de las que están la edad, raza, educación, experiencia y redes de contacto; las estrategias empresariales y las características organizacionales donde considera la edad de la empresa, los productos, los clientes, los recursos financieros y humanos, la gestión y el crecimiento del negocio; y las condiciones del entorno en las que analiza el sector, las condiciones del mercado y las condiciones macroeconómicas. Concluye que la percepción subjetiva del fracaso y las motivaciones internas son un factor clave al momento de comprender las pautas de comportamiento de los emprendedores y las posibilidades de éxito o de fracaso en sus negocios.

4. Otros estudios

Adicional a la literatura anteriormente expuesta, se encuentran otro tipo de estudios que abordan el fenómeno del empresariado femenino que no pueden ser clasificados dentro del modelo que plantea Dyer. Dentro de estos encontramos el perfil realizado por Daeren (2000) realizado en el marco del trabajo que adelanta la CEPAL. En el documento que presenta en el Primer Seminario Internacional de la Mujer Empresaria, menciona las siguientes características: son mujeres casadas, con hijos y hay un considerable número de mujeres separadas; tienen niveles educativos altos, con grados universitarios en un 50%; dedican de su tiempo más de 48 horas semanales a su empresa y menos de 30 horas semanales al hogar; son en su mayoría dueñas de empresas micro, pequeñas y medianas; la antigüedad de sus empresas es de menos de 10 años y en un porcentaje significativo, menor de 5 años; tienen una estrategia empresarial caracterizada por su apertura a las innovaciones respecto a la organización y a las relaciones laborales y no tanto hacia las innovaciones tecnológicas; destacan como aspectos favorables la satisfacción que les da su trabajo porque les permite realizarse profesional, familiar y profesionalmente; dentro de las dificultades están la falta de experiencia y formación empresarial, escasa información en temas financieros, barreras de acceso a fuentes financieras y a redes de comercialización y prejuicios sociales; su participación gremial es considerada baja y esto se debe a sus responsabilidades familiares y a la falta de estímulo e información por parte de estas organizaciones.

La investigación de Du Rietz y Henrekson (1999) realiza una prueba para corroborar las razones del bajo rendimiento de las mujeres empresarias en relación con sus homólogos masculinos. La prueba se realizó en Suecia sobre una muestra de 4200 emprendedores (405 mujeres) con empresas que tenían de 1 a 20 empleados en todos los sectores de la economía. El estudio confirma los resultados de varios estudios anteriores, es decir, que las empresarias tienden a un bajo rendimiento relativo con respecto a los hombres cuando los datos se examinan en el nivel más agregado. En un análisis de regresión multivariada con un gran número de controles,

resulta que los bajos resultados femeninos desaparecen para tres de las cuatro variables de desempeño. Si bien es cierto que las mujeres empresarias presentan en promedio, un bajo nivel de desempeño en su crecimiento en ventas, también se encontró que ellas no tienen bajo rendimiento en términos de rentabilidad. Un análisis más detallado revela que el bajo desempeño femenino es mucho más débil en las empresas más grandes y nula en las empresas con un solo empleado.

Basargekar (2007) analiza la evolución de los distintos conceptos y definiciones de la iniciativa empresarial, con especial referencia a las mujeres indias. Describe la situación actual de las mujeres empresarias en la India y los diversos desafíos que se enfrentan en el escenario mundial. Se enfoca en los desafíos de la comercialización y en el marketing de los productos y servicios que afectan más severamente a las mujeres empresarias y describe las diversas estrategias que utilizan ellas y sus compañeras para superar dichos retos. También encuentra que existen obstáculos para el desarrollo empresarial expresados en barreras socio culturales, restricciones de financiación, técnicas y administrativas.

El trabajo de Eversole (2004) pretende responder las siguientes preguntas ¿cuál es el papel de los empresarios en los países pobres? ¿Qué esperanza para disminuir la pobreza y mejorar los medios de vida ofrecen las microempresas? En particular, ¿cuál es el papel de las mujeres microempresarias, cuyos ingresos se ha entendido que contribuyen mucho al bienestar de los hogares pobres?. El documento se basa en estudios de casos recogidos en el decenio de 1990 en Sucre, Bolivia, un contexto en el que muchas mujeres son las propietarias de microempresas independientes. La mujer en Sucre controla una serie de microempresas en el comercio, producción y sector servicios, y son reconocidas como gente de negocios por parte de sus esposos, familias y personas en su comunidad. Se exploran las experiencias comerciales de las mujeres microempresarias, sus prioridades, la capacidad empresarial y los obstáculos a que se enfrentan. Se sugiere el tipo de actividad económica donde las mujeres de Sucre tienen mayores posibilidades de actuar y el nivel de ingresos que estas actividades suelen repor-

tar. Por último, se indica que, aunque en Sucre las mujeres pueden controlar los recursos y toman ventaja de las oportunidades como mujeres de negocio, la mayoría de las empresas de mujeres sólo tienen una capacidad limitada para reducir la pobreza. Por si solas las “microempresas de desarrollo” son insuficientes para hacer frente a las complejas relaciones que afectan la forma cómo estas mujeres y sus familias acceden a los recursos.

En la misma línea y utilizando los datos de la encuesta de Caracterización Socioeconómica CASEN 2000 en Chile, Huaita y Valenzuela (2004) evalúan el impacto en la generación de ingresos de mujeres microempresarias en Chile. La descripción realizada reporta que sólo un 16% de mujeres trabajadoras remuneradas en Chile poseen empresas unipersonales o multipersonales de 2 a 9 trabajadores. Sin embargo este grupo de microempresarias es heterogéneo en términos de ingresos y de educación. Las propietarias de empresas unipersonales resultan ser un grupo más precario en términos de educación que el resto de la población trabajadora, pero a pesar de ello, en promedio, reciben más ingresos que las mujeres asalariadas. Las estimaciones realizadas con metodologías paramétricas y no paramétricas muestran que las mujeres que son microempresarias tienen un impacto positivo y estadísticamente significativo en sus ingresos. Se encuentra además, que dicho impacto aumenta con el grado de complejidad de la microempresa (medida por el número de trabajadores que la componen) y con el nivel de escolaridad de la microempresaria.

Por otro lado y basándose en la teoría psicológica de Bem sobre la auto-percepción, el trabajo de Verheul, Uhlaner y Thurik (2005), presenta y prueba un modelo que examina el impacto de los logros en los negocios y del género en la auto-imagen emprendedora y explora la definición de emprendimiento de acuerdo a la tipología emprendedora de Vesper. Utilizan técnicas de regresión para identificar esos logros empresariales que los estudiantes universitarios asocian con las auto-percepciones de emprendimiento. La experiencia personal en pequeñas empresas (como fundadores, en puesta en marcha, y/o como propietarios) es un buen predictor de la auto-imagen emprendedora. Los resultados

también sustentan que existen efectos de directos e indirectos, con relación al género, así como efectos directos alrededor de la formación educativa y el nivel del negocio. Los resultados revelan contrastes importantes en la concepción de emprendimiento que tienen los expertos (académicos y profesionales afines) y la comunidad en general de los negocios (representada por los alumnos antiguos). Esto da lugar a preguntas acerca del significado del término “emprendimiento” y a lo que la palabra “empresario” transmite al público en general.

Romo, Suárez y Llamas (2007) hacen un análisis de las mujeres empresarias partiendo de la premisa de que éstas cada vez más juegan un papel importante en la dinámica económica de sus países. Esta transición de la participación femenina, ha sido el resultado de transformaciones sociales, políticas e ideológicas. En los diversos países, el proceso ha sido distinto, sin embargo, la tendencia global indica una participación femenina que aumenta día a día. Las autoras realizan una comparación en Latinoamérica, Europa, Estados Unidos y Canadá, África y el Medio Oriente. Las semejanzas que encuentran se relacionan con que la edad de mayor ocupación se encuentra alrededor de los 35 años y que la tasa de participación femenina se encuentra en el 40% aproximadamente. Adicionalmente, en la mayoría de los casos, la participación femenina esta orientada principalmente al sector terciario, el cual abarca actividades como educación, comercio, servicios y administración pública. Identifican características comunes como el compromiso, la intuición, la creatividad, la adaptabilidad, la independencia, la seguridad en si misma y la disciplina. Además, las competencias mas destacadas son: la tendencia a la cooperación, el trabajo en equipo, la capacidad de planificar, de negociar y la comunicación efectiva, la capacidad de delegar autoridad, la tolerancia a la frustración y la búsqueda de eficiencia y eficacia. Sin embargo, la mujer empresaria aún se enfrenta con limitantes para llevar a cabo su participación en las actividades empresariales, convirtiéndose estas, en retos a superar.

El trabajo de DeTienne y Chandler (2007) presenta una nueva tendencia de la investigación en emprendimiento: las formas de identificar oportunidades.

Además este estudio es el primero en explorar las diferencias de género en este tema. Empleando dos muestras diferentes (95 estudiantes universitarios de grados superiores y 189 empresarios en dos industrias de alta tecnología), se encontró que las mujeres y los hombres se apoyan en elementos de su capital humano para identificar oportunidades y que usan procesos y secuencias diferentes para identificarlas con diferentes grados de conocimientos, aunque no hay diferencias en la innovación de las oportunidades que identificaron. Esta investigación contribuye tanto a la literatura de identificación de oportunidades como a los enfoques de género, demostrando empíricamente que aunque mujeres y hombres utilizan diferentes procesos para identificar oportunidades, éste no es intrínsecamente superior en unos y otras.

De Bruin y Brush (2007) sostienen que el espíritu empresarial es una pujante área de investigación en todo el mundo, sin embargo la investigación sobre el fenómeno del emprendimiento femenino es escasa. El Proyecto GEM muestra que aunque las mujeres en la mayoría de los países están empezando empresa a un ritmo menor que los hombres, la actividad empresarial de mujeres es mayor del 30% en muchos países. La falta de producción científica puede ser explicada por el poco interés y falta de líneas de investigación definidas específicamente al tema, con una mínima cantidad de artículos relacionados con la mujer que se escriben en los journals de empresariado. Mencionan que de los cuatro o cinco más importantes journals en empresariado en Europa y EE.UU solo el 25% de las publicaciones son referentes a la mujer.

Rani y Rao (2007), analizaron una muestra de mujeres en la India. Argumentan que el emprendimiento femenino ocurre en un rango amplio de contextos y ambientes y plantean la necesidad de que la investigación aborde estos contextos en sus niveles macro, meso y micro. Adicionalmente es necesario tener en cuenta los contextos culturales de los diferentes países y los ambientes institucionales que apoyan o dificultan estos emprendimientos.

Hacen una revisión de los temas mas abordados, de las metodologías y aproximaciones para plantear

posibles líneas futuras de investigación. Sugieren también que la investigación aborde varios niveles y unidades de análisis. Una de estas unidades puede ser la mujer emprendedora en economías de transición o realizando estudios comparativos de sus características en diferentes países.

Ahl (2006) plantea que la mayoría de artículos de investigación sobre emprendimiento femenino tienen una tendencia a reafirmar la idea de que las empresas de mujeres ocupan lugares secundarios en comparación con las de los hombres o que son menos significativas, o en el mejor de los casos, que son complementarias. En su trabajo, basándose en la técnica de análisis de discurso analiza por qué las prácticas investigativas llegan a estos resultados. Sugiere además nuevas formas de abordar la investigación que no insinúen la subordinación femenina, sino que capturen de forma más rica los aspectos más relevantes del emprendimiento femenino. Para esto sugiere expandir el objeto de investigación y asumir nuevas posiciones epistemológicas que permitan entender el fenómeno desde otros puntos de vista.

En el único estudio encontrado en Colombia, Guacaneme (1999) sostiene que la propiedad empresarial de mujeres es inversamente proporcional al tamaño de las empresas. La mayor participación de mujeres empresarias en Colombia se da en el ámbito de la microempresa, o sea aquellas que emplean entre 2 y 10 trabajadores. Para el año 1996 las estadísticas muestran 1.827.000 microempresas urbanas que distribuidas por género del jefe del negocio, registran 629 mil microempresas de mujeres en Colombia, es decir por cada empresa de dirección femenina, hay dos de dirección masculina.

Weeks y Seiler (2001) hacen un estudio sobre el emprendimiento femenino en Latinoamérica y afirman que entre 25% y 35% de los empleadores y los trabajadores por cuenta propia en la región son mujeres, de modo que entre un cuarto y un tercio de las microempresas, pequeñas y medianas empresas (PYME) son de propiedad de mujeres. La investigación llevada a cabo por la Fundación Nacional para la Mujer Propietaria de Negocios, NFWBO, (citada por Weeks y Seiler, 2001) en América Latina y en otras regiones, encontró que las mujeres propieta-

rias de negocios tienen muchas cosas en común independientemente de la nacionalidad. Comparten características personales comunes, son similares en muchos aspectos, en las líneas de negocios que persiguen, y enfrentan los mismos problemas y desafíos mientras dan inicio y crecimiento a sus empresas. Cuando se les pregunta directamente lo que necesitan para hacer crecer sus negocios, surgen algunos temas comunes: el acceso a la información, incluida la capacitación, la asistencia técnica y la tecnología, el acceso a capital, acceso a los mercados, tanto nacionales como internacionales, a redes de trabajo, tanto en forma de asociaciones empresariales de mujeres, como a organizaciones empresariales regionales.

La revisión de la literatura y el análisis de este estudio van dirigidos a hacer recomendaciones al Banco Interamericano de Desarrollo partiendo de que el análisis de la relación entre la actividad económica de las mujeres en general, su estado de gestión y la actividad empresarial y el crecimiento económico nacional en toda América Latina y el Caribe muestra claramente qué apoyo a los esfuerzos de desarrollo empresarial podrían tener un impacto significativo en el crecimiento económico y la prosperidad en la región.

5. Comentarios finales

La revisión realizada pone de relieve el hecho de que, aunque es un tema que no ha sido suficientemente estudiado, existe un interés por comprender los factores que condicionan, influyen y determinan los emprendimientos femeninos, específicamente en lo relacionado con la creación, desarrollo y mantenimiento de nuevas empresas. La tendencia a nivel mundial muestra que las mujeres crean menos empresas que los hombres (en una proporción de 70 a 30), pero que esta proporción tiende a aumentar y se vuelve significativa para la economía de los países.

Los estudios aquí reseñados muestran la variedad de enfoques y énfasis de las diferentes investigaciones alrededor del mundo. Estos enfoques muestran el aporte de diversas disciplinas como la psicología, la sociología, la administración, la economía, que aportan a la comprensión del emprendimiento femenino

El modelo planteado por Dyer permite abordar la carrera empresarial desde varias dimensiones, con una perspectiva histórica que abarca desde las motivaciones iniciales hasta los desarrollos recientes de los emprendedores, pasando por las diferentes etapas y la forma en que se han enfrentado. Dado que en Colombia aun falta profundizar mucho sobre el tema y especialmente en el tema de la mujer profesional empresaria ya que no se han encontrado estudios que permitan conocer sus características o identificar los factores que estimulan a las mujeres a iniciar una carrera empresarial, cobra importancia asumir este modelo teórico para realizar un primer acercamiento a la forma en que las mujeres perciben sus desarrollos empresariales. Igualmente es necesario realizar análisis que den luces sobre el tamaño de las empresas dirigidas por mujeres o la tendencia a enfocarse en ciertos sectores o en industrias específicas.

La investigación sobre este fenómeno debe contribuir a formular políticas que faciliten la creación de empresas por parte de las mujeres y a fortalecer en la academia los programas de desarrollo empresarial al incluir aspectos específicos relacionados con la disposición y la capacidad de la mujer para emprender.

6. Referencias

- Ahl, H. (2006). "Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions". En: *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30 (5): 595-621.
- Basargekar, P. (2007). "Women Entrepreneurs: Challenges Faced". En: *The ICFAI Journal of Entrepreneurship Development*, 4 (4): 6-15.
- Baughn, C. et al (2006). "The Normative Context for Women's Participation in Entrepreneurship: A Multicountry Study". En: *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5): 687-708.
- Bowen, D. & Hisrich, R. (1986). The Female Entrepreneur: A Career Development Perspective. En: *The Academy of Management Review*, 11 (2): 393-407.
- Brindley, C. (2005). "Barriers to women achieving their entrepreneurial potential: Women and risk. Internacional". En: *Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 11 (2): 144-161.
- Buttner, E. (2001). "Examining Female Entrepreneur's Management Style: An application of a Relational Frame". En: *Journal of Business Ethics*, 2001-29: 253-269.
- Carosio, A. (2004). "Las mujeres y la opción emprendedora: consideraciones sobre la gestión". En: *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer*, 9 (23): 79-112.
- Chandler, A. et al. (1999). "Women business owners in traditional and non-traditional industries". En: *Journal of Business Venturing*, 15 (3): 279-303.
- Clancy, S. (2005). "¿Por qué no hay más mujeres en la cima de la escala corporativa: debido a estereotipos, a diferencias biológicas o a escogencias personales?". En: *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, CLADEA, 2007-38: 1-8.
- Cowling, M. & Taylor, M. (2001). "Entrepreneurial Women and Men: Two different species?". En: *Small Business Economics*, 2001-16: 167-175.
- Cromie, S. (1987). "Motivations of Aspiring Male and Female Entrepreneurs". En: *Journal of Occupational Behaviour*, 8(3): 251-261.
- Daeren, L. (2000). "Mujeres empresarias en América Latina: El difícil equilibrio entre dos mundos de trabajo". Documento presentado en el Primer Seminario Internacional de la Mujer Empresaria "SIME 2000", organizado por el Programa de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa "APYME" de la Facultad de Administración y Economía de la Universidad de Santiago de Chile. Disponible en: http://www.economia.gob.mx/pics/p/p2760/cipi_1AEmpresarias_AL.pdf
- De Bruin, A. & Brush, C. & Welter, F. (2007). Advancing a Framework for Coherent Research on Women's Entrepreneurship. En: *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31 (3): 323-339.
- DeMartino R., & Barbato, R. (2003). "Differences between women and men MBA entrepreneurs: exploring family flexibility and wealth creation as career motivators". En: *Journal of Business Venturing*, 2003-18: 815-832.
- DeTienne D. & Chandler, G. (2007). "The role of gender in opportunity Identification". En: *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3): 365-386.
- Dhaliwal, S. (1998). "Silent contributors: asian female entrepreneurs and women in business". En: *Women's Studies International Forum*, 21 (5): 463-474.
- Díaz C, et al. (2007). "Mujer y creación de empresa en Extremadura: Un análisis comparativo". En: Ayala, J. Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro. Rioja: Universidad de la Rioja.
- Du Rietz, A. & Henrekson, M. (1999). "Testing the Female Underperformance Hypothesis". En: *Small Business Economics*, 14(1): 1-10.
- Dyer, G. (1993). "Toward a theory of entrepreneurial careers". En: *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19 (2): 7-21.
- Eddleston, K. & Powell, G. (2007). "The paradox of the contented female business owner". En: *Journal of Vocational Behavior, Discussion paper*: University of Connecticut and Northeastern University, doi:10.1016/j.jvb.2007.12.005.

- Eddleston, K. & Powell, G. (2008). "The role of gender identity in explaining sex differences in business owners' career satisfaction preferences". En: *Journal of Business Venturing*, 23(2): 244-256.
- Eversole, R. (2004). "Change Makers? Women's Microenterprises in a Bolivian City". En: *Gender, Work and Organization*, 11(2): 123-142.
- Global Entrepreneurship Monitor (2006). GEM Colombia 2006. Reporte de Resultados. Universidad de los Andes, Universidad Icesi, Universidad del Norte, Pontificia Universidad Javeriana.
- Green, P. et al (2003). "Women Entrepreneurs: Moving Front and Center: An Overview of Research and Theory". White paper: United States Association for small business and entrepreneurship. Disponible en: http://www.cofc.edu/entrepreneur-consortium/resources/research_women.php
- Guacaneme, M. (1999) "La mujer microempresaria de la microempresa: la experiencia colombiana. En: *Gender in der Internationalen Zusammenarbeit*. Electronic Ed: Bonn FES. Disponible en: <http://library.fes.de/fulltext/iez/01111toc.htm>
- Gundry, L. & Ben-Yoseph, M. (1998). "Entrepreneurs in Romania, Poland, and the United States: Cultural and Family Influences on Strategy and Growth". En: *Family Business Review*, 11(1): 61-73.
- Huaita, F. & Valenzuela, P. (2004). "Ingresos y microempresarias en Chile". En: *Labor and Demography, EconWPA* 0508010.
- Justo, R. et al (2006). "Entrepreneurs' perceptions of success: examining differences across gender and family status". *Working Paper*: Instituto de Empresa Business School, No 06-07.
- Justo, R. (2007) "La influencia del género en el fracaso empresarial: una aplicación al caso de España. En: *Revista de Empresa* 11: 52 -64.
- Kirkwood, J. (2007). "Igniting the entrepreneurial spirit: is the role parents play gendered?" En: *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 13(1):39-59.
- Kollan, B. & Parikh, I. (2005). "A reflection of the Indian women in the entrepreneurial world". *working paper*: Indian Institute of Management - Research and publications, No 2005-08-07.
- Kourilsky, M. & Walstad, W. (1998). "Entrepreneurship and female youth: knowledge, attitudes, gender differences and educational practices". En: *Journal of Business Venturing*, 13(1): 77-88.
- Langowitz, N. & Minniti, M. (2007). "The Entrepreneurial Propensity of Women". En: *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3): 341-364.
- Loscocco, K. & Robinson, J. (1991). "Barriers to Women's Small-Business Success in the United States". En: *Gender and Society*, 5 (4): 511-532.
- Mattis, M. (2004). "Women entrepreneurs: out from under the glass ceiling". En: *Women in Management Review*, 19(3): 154-163.
- McClelland, E. Et al (2005). "Following the pathway of female entrepreneurs: A six-country investigation". En: *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 11(2): 84-107.
- McKay, R. (2001). "Women entrepreneurs: moving beyond family and flexibility". En: *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 7(4): 148-165.
- Rani, S & Rao, K. (2007) "Perspectives on Women Entrepreneurship. En: *The ICFAI Journal of Entrepreneurship Development*. 4 (4): 16-27.
- Romo, L. et al (2007). "Características y Competencias de las Mujeres Empresarias". En: *Gaceta Ide@s CONCYTEG*, 2(23): 111-127.
- Sarri, K. & Trihopoulou, A. (2005). "Female entrepreneurs' personal characteristics and motivation: a review of a Greek situation. En: *Women of Management Review*, 20 (1): 24-36.
- 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". En: *Journal of Business Venturing*, 11: 507-529.
- Smith-Hunter, A. & Boyd, R. (2004). "Applying theories of entrepreneurship to a comparative analysis of white and minority women business owners". En: *Women in Management Review*, 19(1): 18-28.
- Ufuk, H. & Özgen, Ö. (2001). "The Profile of women entrepreneurs: a sample from Turkey". En: *International Journal of Consumer Studies*, 25 (4): 299-308.
- United Nations (2005). Developing women entrepreneurs in South Asia: issues, initiatives and experiences. Economic and Social Commission for Asia and Pacific.
- Verheul, I. et al (2004). "Explaining female and male entrepreneurship across 29 countries". En: *The SCALES-paper series: EIM Business and Policy Research* N200403.
- Verheul, I. et al (2005). "Business accomplishments, gender and entrepreneurial self-image". En: *Journal of Business Venturing*, 2005-20: 483-518.
- Weeks, J. & Seiler, D. (2001). Women's Entrepreneurship in Latin America: An Exploration of Current Knowledge. Washington: Interamerican Development Bank – BID.
- Winn, J. (2004). "Entrepreneurship: not an easy path to top management for women". En: *Women in Management Review*, 19(3): 143-53.
- Winn, J. (2005). "Women Entrepreneurs: can we remove the barriers?" En: *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2005-1: 381-397.