



EL PAPEL DE LA MUJER EN EL MUNDO DE LA EMPRESA EN LA HISTORIA RECIENTE DE LAS ISLAS CANARIAS

THE WOMAN'S ROLE IN THE WORLD OF WORK IN THE RECENT HISTORY OF THE CANARY ISLANDS

Marta Núñez Zamorano*

Cómo citar este artículo/Citation: Núñez Zamorano, M. (2017). El papel de la mujer en el mundo de la empresa en la historia reciente de las Islas Canarias. *XXII Coloquio de Historia Canario-Americana* (2016), XXII-093. <http://coloquioscanariasmerica.casadecolon.com/index.php/aea/article/view/10038>

Resumen: La presente comunicación expone el estado de la cuestión de la tesis que se está desarrollando en la actualidad y que tiene por título “El papel de la mujer en el mundo de la empresa en la historia reciente de las Islas Canarias” cuyo objeto es el análisis del papel de la mujer en el mundo de la empresa en general y en el desarrollo del tejido empresarial en la historia reciente de las Islas Canarias en particular.

Palabras clave: Mujer, Emprendimiento, Género, Desarrollo empresarial, Tejido empresarial

Abstract: The present notice shows the state of the question of the thesis that is currently under development and which is entitled ‘The woman’s role in the world of work in the recent history of the Canary Islands’. Its objective is to assess the role women play in the world of work in general and in the development of the fabric of business in the recent history of the Canary Islands in particular.

Keywords: Women, Entrepreneurship, Gender, Business Development, Business network

INTRODUCCIÓN

En la presente comunicación se expone el estado de la cuestión de la tesis que se está desarrollando en la actualidad y que tiene por título “El papel de la mujer en el mundo de la empresa en la historia reciente de las Islas Canarias”. El objeto de la tesis es el análisis del papel de la mujer en el mundo de la empresa en la historia reciente de las Islas Canarias, tanto en el campo del emprendimiento como en el de la gestión, centrándonos en este segundo punto en las mujeres que ocupan cargos de dirección.

Para establecer el estado de la cuestión de la tesis se ha ampliado el contexto espacial y así dar una visión general del papel de la mujer en el desarrollo empresarial.

La incertidumbre económica actual, así como las dudas sobre la capacidad de regeneración de la economía a nivel internacional, nacional y local, ha fomentado la vía del autoempleo y de la creación de nuevas empresas como salida laboral tras la finalización de los estudios, ante situaciones de desempleo o como una forma de desarrollo profesional para personas que, estando en el mercado laboral, vieron cómo con sus profesiones no serían capaces de seguir manteniendo su actividad laboral.

La capacidad emprendedora ha sido señalada por muchos autores como motor del desarrollo económico. Reynolds (1994) y Malecki (1997) hablan de la relación entre

* Licenciada en Historia por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Doctoranda del Programa de Doctorado *Islas Atlánticas: Historia, Patrimonio y Marco Jurídico Institucional* de la Escuela de Doctorado de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Plaza de España 3. 35010. Las Palmas de Gran Canaria. España. Teléfono: +34 616 674 954; Correo electrónico: martanz@gmail.com

emprendimiento y desarrollo local y regional; Kuratko (2005) destaca las dos contribuciones fundamentales que las organizaciones emprendedoras hacen a las economías de mercado: por un lado, formas parte del proceso de renovación de una economía de mercado, jugando con su capacidad innovadora un papel crucial en el proceso de cambio tecnológico y en el crecimiento de la productividad y, por otro lado, la puesta en marcha de nuevos negocios es una forma de ganarse la vida y lograr el éxito financiero para muchas personas.

Es en este contexto en el que queremos resaltar y analizar la importancia de las mujeres en la actividad emprendedora, tanto a nivel económico como a nivel social. Tal y como afirma Ana Jesús López Díaz (2013), la contribución femenina al emprendimiento constituye un factor que impulsa la igualdad de géneros y hace a hombres y mujeres corresponsables del desarrollo de su país y del nivel de bienestar.

Una de las claves más importantes en la investigación sobre emprendimiento femenino es conocer y destacar las diferencias de género que existen a la hora de tomar la decisión de emprender. Desde los primeros estudios sobre el tema realizados en Estados Unidos en los años 80 hasta hoy en día, el eje central es el análisis y comprensión de los factores que condicionan, influyen y determinan el fenómeno emprendedor femenino¹. Cabe destacar también que muy pocos autores se centran específicamente en el emprendimiento femenino desde el enfoque institucional².

ESTADO DE LA CUESTIÓN

El Proyecto Global Entrepreneurship Monitor, GEM³, destaca que, a pesar del incremento de la actividad emprendedora experimentado en los últimos años, el porcentaje de mujeres emprendedoras sigue siendo menor que el de hombres. La investigación sobre las diferencias de género en el emprendimiento parece indicar que la mujer emprendedora presenta determinadas características diferentes a los emprendedores masculinos, lo que justifica un análisis de las mismas para poder promover y apoyar eficientemente la actividad emprendedora femenina.

En el *Informe GEM 2015-2016*, se indica que en las economías en desarrollo, el TEA⁴ femenino tiene un valor promedio mayor que en el resto de economías y mayor que el TEA masculino. Entre los empresarios, las mujeres son casi un tercio más propensas a iniciar un negocio por necesidad que los hombres. En seis economías (Vietnam, Filipinas, Tailandia, Malasia, Perú e Indonesia), las mujeres muestran mayor o igual TEA que los hombres. Para hombres y mujeres, el patrón general de edad para el desarrollo de la actividad emprendedora se sitúa en dos franjas concretas, entre los 25-34 y los 35-44 años, al comienzo y en la mitad de su carrera profesional. Estas consideraciones nos dan una visión del panorama internacional.

En el ámbito nacional, tomando como referencia diferentes estudios e informes, se destaca que aumenta el peso de las personas emprendedoras nuevas y disminuye el de las personas emprendedoras nacientes. Según el *Informe GEM España 2015*, cuatro de cada diez emprendedores en fase inicial que fueron identificados en 2015 eran mujeres, disminuyendo

¹ ORTIZ *et al.* (2008).

² ÁLVAREZ *et al.* (2012).

³ El proyecto GEM surge en 1999 como una iniciativa de las universidades London Business School (Reino Unido) y Babson College (Estados Unidos). El objeto del proyecto es el análisis de la actividad emprendedora en el ámbito internacional, el análisis del papel del emprendimiento en el crecimiento de los países y facilitar el desarrollo de políticas públicas para el fomento de la actividad emprendedora.

⁴ El TEA, Total Entrepreneurial Activity o Índice de Actividad Emprendedora, uno de los indicadores del proyecto GEM, define como emprendedor a aquellos individuos que están en el proceso de puesta en marcha de un negocio y/o que son actualmente propietarios de una nueva empresa.

de esta manera la diferencia entre géneros a la hora de emprender comparando con los dos últimos años de estudio del informe.

En el *Plan Estratégico de Igualdad de Oportunidades 2014-2016*, elaborado por el Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades, se señala la baja tasa de actividad empresarial de las mujeres en España. En 2011 la tasa de actividad empresarial de los hombres era de un 19,2% frente al 11,2% de las mujeres, en 2013 fue del 21,4% en el caso de los hombres frente al 12,4 % de las mujeres.

En opinión de Ángeles Briñón, socióloga experta en temas de género, las mujeres españolas tienen, de partida, el mismo espíritu emprendedor que los hombres, sin embargo, emprenden menos y cuando deciden emprender lo hacen en el sector servicios, coincidiendo con los estudios de Ruíz-Navarro⁵ que afirman que la actividad emprendedora de las mujeres se concentra en el sector servicios (44,4%) y en el sector industrial (37,7%). El nivel formativo de las mujeres es igual o superior al de los hombres. Por todo esto, Briñón afirma que la explicación al bajo índice de actividad emprendedora femenina está en que los estereotipos y roles de género influyen en la toma de decisiones. Esta realidad hace imprescindible medidas para potenciar la corresponsabilidad y para lograr la igualdad de oportunidades.

Las conclusiones del *Mapa del Emprendimiento South Summit 2016* recientemente presentado por Spain Startup⁶ a partir de los más de 3000 proyectos presentados en la “Startup Competition”, revela que, aunque solo un 17% de las personas que emprenden son mujeres, éstas fracasan menos en sus proyectos que los hombres, un 48% frente a un 66%. Atendiendo al estudio, la causa es que las mujeres son más conservadoras que los hombres a la hora de gestionar los recursos.

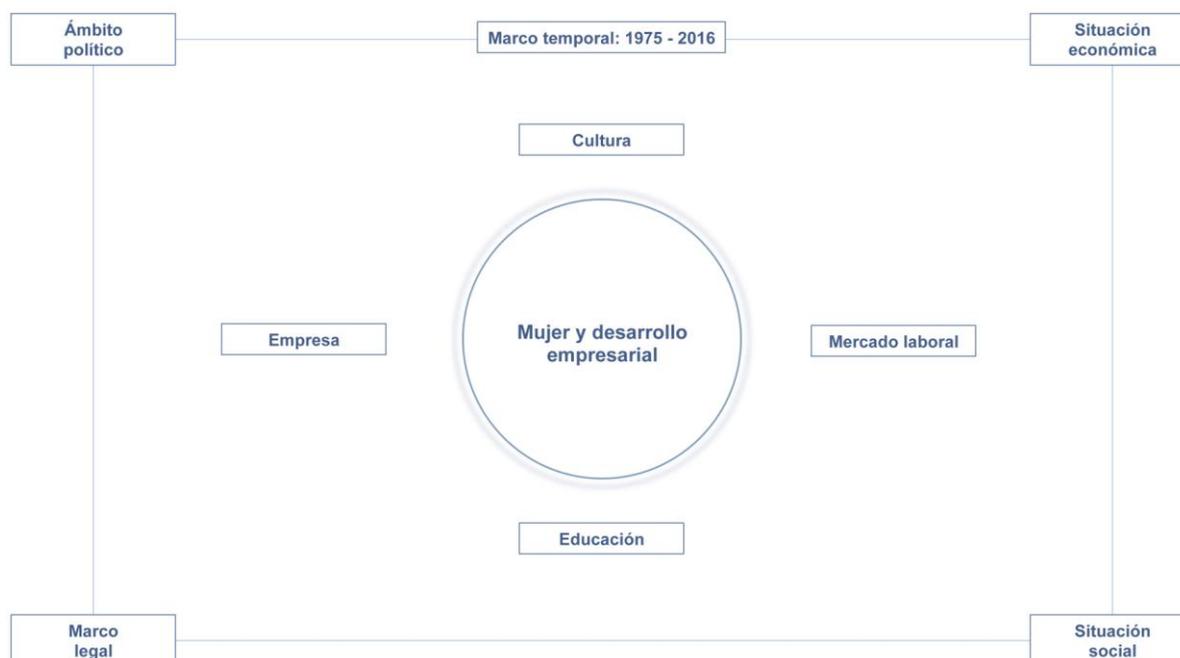
El esquema propuesto del estado de la cuestión tiene como ejes principales Mujer y desarrollo empresarial, que se tratan de manera conjunta ya que el objetivo de la tesis que está en desarrollo es el estudio, el análisis y la valoración del protagonismo de las mujeres en el desarrollo empresarial en una realidad espacial y temporal concreta, Gran Canaria en el periodo comprendido entre 1975 y la actualidad, a partir del estudio de la bibliografía existente sobre emprendimiento y género, tanto a nivel general como a través del análisis de estudios específicos, y del trabajo de campo a través del contacto directo mediante entrevistas con empresarias canarias.

Como se observa en el esquema, son cuatro las variables principales que afectan al papel de la mujer en el desarrollo empresarial. En primer lugar, la situación del mercado laboral actual; en segundo lugar, la empresa como entidad propia; en tercer lugar hemos destacado la cultura, es decir, el papel de la mujer en la sociedad en general; y en cuarto lugar, la educación. Este esquema se desarrolla en un contexto concreto: un espacio temporal determinado, 1975 – 2016, una situación económica marcada por la crisis, un marco social que ha dejado a muchas familias en una situación social muy complicada, un ámbito político e institucional inestable y, por último, un marco legal que no siempre favorece el emprendimiento.

⁵ RUÍZ-NAVARRO *et al* (2012).

⁶ Spain Startup es un proyecto fundado por María Benjumea en 2012 para ayudar al ecosistema emprendedor fomentando las relaciones entre startups, empresas e inversores. En 2014 se incorporan también los mercados internacionales y se rebautiza como “South Summit” para convertirse en el mayor escaparate del ecosistema emprendedor del sur de Europa y Latinoamérica.

Estado de la cuestión: esquema de trabajo



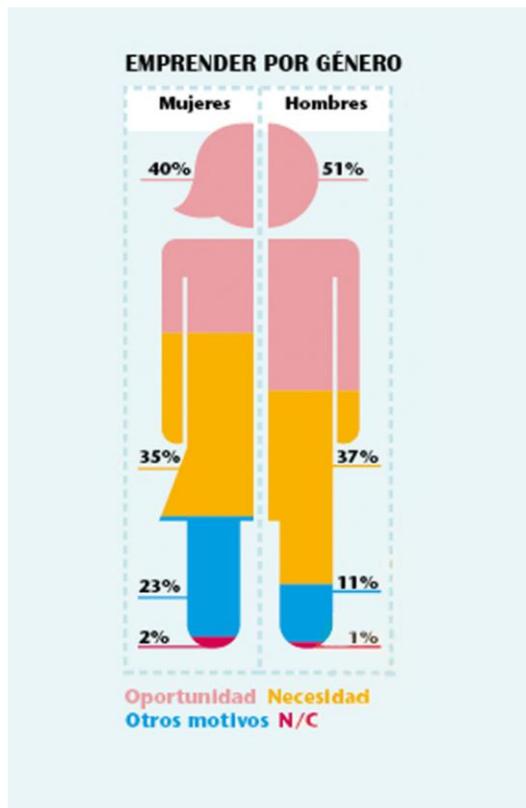
Fuente: elaboración propia.

MERCADO LABORAL

La dificultad para acceder al mercado laboral y para conciliar la vida familiar y la vida profesional, empuja a muchas mujeres a optar por el autoempleo y por emprender, aunque no es la única causa. Según el Informe *Impacto de la actividad empresarial femenina en la economía española*, la mujer toma la decisión de optar por el autoempleo por otros dos motivos: ser una fórmula jurídica barata, rápida y sencilla, convirtiendo más adelante su negocio en una sociedad mercantil si éste crece y así convertirse también en empleadora; y por tener un espíritu emprendedor y no concebir otra forma de trabajar nada más que ante su propio proyecto. Autores como Cárdenas (2009) y Carosio (2004) afirman que hay dos tipos de mujeres emprendedoras, dos extremos contextuales que motivan la creación de empresas: la oportunidad y la necesidad.

Llama la atención que en España, a pesar de la masiva incorporación femenina al mercado laboral a partir del siglo XX, mientras que en 1980 sólo el 25% de las mujeres tenía un trabajo remunerado (Fundación INCYDE), en el año 2010 el porcentaje es del 42% según datos del Instituto Nacional de Estadística⁷, su representatividad en el desarrollo empresarial y en los puestos directivos sea escasa. Para Mercedes Sánchez-Apellániz (1997) la escasa representación femenina en los puestos directivos se debe al llamado “techo de cristal”, barrera que encuentran las mujeres en su desarrollo empresarial. Las causas de esta barrera se encuadran en tres grandes grupos: sociales, organizacionales y actitudinales, grupos que coinciden con dos de las tres de las variables que hemos destacado en el esquema del estado de la cuestión antes presentado.

⁷ ÁLVAREZ *et al* (2012).



Fuente: Emprendedores.es a partir de datos del *Informe sobre la Igualdad en el Emprendimiento 2011*, elaborado por el Observatorio Estatal de la Igualdad en el Emprendimiento.

EMPRESA

Siguiendo a Sánchez-Apellániz, una de las variables que afecta a la participación de las mujeres en las empresas, trabajo por cuenta ajena, es la propia empresa como organización. Afirma que aspectos organizacionales tales como sistemas de promoción, de recompensa y salariales, acentúan las diferencias entre géneros y la perpetuación de estereotipos por sexo.

La realidad antes comentada impulsaría también a las mujeres a crear sus propias empresas para evitar estas situaciones de desigualdad.

Otras causas que podemos encontrar dentro de las organizaciones que empujarían a la mujer a emprender son: la insatisfacción en una ocupación anterior, el “techo de cristal” o imposibilidad de avanzar en la carrera profesional, el interés por poner en práctica sus propias ideas, la necesidad de una mejora salarial y una mayor libertad de acción y decisión. Cabe mencionar que las recientes políticas de igualdad que han puesto en marcha algunas empresas e instituciones públicas están contribuyendo a minimizar el impacto de estas causas en la decisión de iniciar una actividad emprendedora por parte de las mujeres⁸.

En este apartado nos gustaría indicar que, a pesar del vacío historiográfico existente sobre el papel de la mujer en el desarrollo empresarial de las Islas Canarias, en el marco de la empresa familiar sí hemos detectado estudios en los que se ha tratado el papel de la mujer, y que nos permiten conocer el rol femenino en un entorno muy concreto, en el que suelen ser la segunda generación y no las promotoras. En este sentido, y según se desprende del estudio

⁸ LÓPEZ FERNÁNDEZ *et al* (2012).

realizado por López Fernández⁹, la variable “tradición familiar” es un pilar fundamental de motivación para la decisión de emprender.

CULTURA (ENTORNO SOCIAL)

El rol familiar de la mujer es uno de los factores culturales que influye de manera negativa en la iniciativa emprendedora femenina y en su acceso al mercado laboral. Los resultados del estudio de Álvarez¹⁰ muestran que ser mujer y tener responsabilidades familiares hace que la probabilidad de acceder al mercado laboral y/o de emprender se reduzca en un 33,1%, mientras que en el hombre la probabilidad se reduce solamente un 2,4%. De hecho, autores como Kantor, tal y como resaltan Álvarez *et Al.*, han observado roles familiares que limitan exclusivamente el emprendimiento femenino, *women exclusive constraints*, y roles que, limitando el emprendimiento masculino y femenino, afectan en mayor medida a las mujeres, *women intensive constraints*.

Otro de los factores socio-culturales que se han destacado en los estudios sobre emprendimiento femenino es la percepción de las habilidades de las mujeres emprendedoras desde una doble visión, la de la sociedad en general y su percepción de la capacidad de las mujeres para crear empresas, y la de las propias mujeres emprendedoras, su auto-percepción sobre su capacidad de crear una empresa. Estudios como el de Langowitz y Minniti (2007) muestran que la mujer tiene una percepción negativa de sí misma como creadora de empresas, se consideran menos válidas que los hombres para emprender, lo que produce una repercusión negativa en su intención emprendedora. Por el contrario, otras investigaciones defienden el carácter positivo de la percepción de la sociedad de habilidades para emprender, sobre todo en el caso de las mujeres, tal y como afirman Álvarez¹¹ en el estudio antes mencionado. Destacan que su estudio estaría en la línea de trabajos de otros investigadores como Rosa y Dawson o Fairlie y Robb.

Las redes sociales y de colaboración son otro factor cultural muy relevante en el emprendimiento femenino. Estas redes se refieren a las relaciones con personas externas a la empresa pero necesarias para su correcto funcionamiento: proveedores, clientes, etc. Según destacan Álvarez¹², las redes que crean las mujeres emprendedoras están compuestas mayoritariamente por mujeres y son fundamentalmente familiares. Ferreiro (2013) afirma, basándose en estudios de otros autores como Shaw, Huggins, Bowey y Easton y Steier y Greenwood, que las redes sociales aumentan la base de recursos útiles para el emprendedor, la capacidad de reconocer oportunidades y la supervivencia de su empresa, entre otras cuestiones.

Otros factores sociales son la legitimidad social de la actividad empresarial¹³ que, por un lado, en el caso de las mujeres, está muy presente en el momento de creación de la empresa, y, por otro, en el caso de las empresas, debería estar presente en la búsqueda de soluciones adecuadas para mitigar la desigualdad de género existente en las organizaciones¹⁴; y la movilidad social¹⁵. Con respecto a la movilidad social, en palabras de Wompner¹⁶, es la

⁹ LÓPEZ FERNÁNDEZ *et al* (2012).

¹⁰ ÁLVAREZ *et al* (2012).

¹¹ ÁLVAREZ *et al* (2012).

¹² ÁLVAREZ *et al* (2012).

¹³ La legitimidad social la otorgan las personas y los grupos de interés que están o pueden estar directa o indirectamente afectados por su actividad.

¹⁴ GARCÍA-MARZÁ (1999).

¹⁵ CAROSIO (2004).

¹⁶ WOMPNER (2012).

actividad emprendedora uno de los mejores instrumentos de desarrollo económico y social, por lo que debería fomentarse la educación para el emprendimiento y el apoyo a la gestión de los emprendedores con actores clave de la movilidad social.

Kargwell (2012) afirma que existen diferencias entre los negocios que emprenden las mujeres y los hombres y que se deben atribuir a factores fundamentalmente culturales. Las emprendedoras tienden a trabajar en actividades relacionadas con el hogar, los cuidados, la educación, etc. porque son socialmente mejor aceptadas.

EDUCACIÓN

La educación superior es un elemento clave para el desarrollo empresarial. La formación en un campo concreto y la obtención de un título facilita la empleabilidad. No obstante, la formación no es suficiente para afrontar con éxito la actividad emprendedora ni el desarrollo de una carrera profesional. La experiencia laboral en conjunción con una buena formación facilita la labor emprendedora¹⁷.

Las mujeres emprendedoras se caracterizan por ser jóvenes, con niveles de educación superiores a la media y por tener experiencia laboral previa. Los negocios que emprenden están también marcados por su formación, más enfocada a las humanidades que a las ciencias, por lo que no suelen empezar negocios de base tecnológica o que requieran grandes habilidades técnicas¹⁸.

Según se desprende del estudio realizado por Contín¹⁹, las mujeres universitarias sin miedo al fracaso presentan una mayor probabilidad de ser emprendedoras. Curiosamente el perfil de empresarias establecidas que detectaron en su estudio son mujeres con estudios primarios, sin estudios y sin miedo al fracaso. Podríamos deducir de esto que el miedo al fracaso condiciona más la iniciativa emprendedora que la falta de una formación adecuada.

Existe entre los investigadores del fenómeno emprendedor femenino una divergencia en cuanto a la importancia de la formación. Autores como Wilson²⁰ afirman que la formación tiene repercusiones muy favorables en el emprendimiento femenino, mientras que otros como Grilo e Irigoyen (2006) sostienen que el emprendimiento no se ve afectado por la formación ni por el género del emprendedor. Para Sánchez-Apellániz (2003), el nivel de formación de las mujeres empresarias ya establecidas no suele ser alto por lo que se requieren planes formativos específicos de educación en el emprendimiento. Toribio²¹ afirman que los empresarios con mayor formación tendrán más habilidades para detectar oportunidades de negocio y mayor confianza en su capacidad para desarrollarlas exitosamente.

El estudio realizado por Quevedo²² sobre factores endógenos y exógenos de mujeres y hombres emprendedores, destaca que, de entre los factores exógenos analizados, las mujeres califican con mayores puntuaciones que los hombres la importancia de programas educativos y el acceso a la financiación como elementos clave de la cultura emprendedora.

CONCLUSIONES

¹⁷ JIMÉNEZ MORENO (2011).

¹⁸ KARGWELL (2012)

¹⁹ CONTÍN *et al* (2007)

²⁰ WILSON *et al* (2007)

²¹ TORIBIO *et al* (2004)

²² QUEVEDO *et al.* (2010)

Del estudio del estado de la cuestión podemos sacar las siguientes conclusiones que nos serán útiles para establecer los objetivos y las hipótesis de la tesis en desarrollo:

— Las dificultades que encuentra la mujer para incorporarse al mercado laboral hacen que busque otras vías para desarrollarse profesionalmente: autoempleo, creación de su propio negocio.

— La empresa como organización afecta a la participación de las mujeres en las empresas. Aspectos organizacionales tales como sistemas de promoción, de recompensa y salariales, acentúan las diferencias entre géneros y la perpetuación de estereotipos por sexo;

— La “necesidad” es una de las causas principales que hace que las mujeres se decanten por el emprendimiento: la conciliación de la vida familiar y profesional, el desarrollo de la carrera profesional, la mejora salarial, etc.

— El rol familiar de la mujer es uno de los factores culturales que influye de manera negativa en la iniciativa emprendedora femenina y en su acceso al mercado laboral. Si la mujer decide emprender, los aspectos culturales inciden en el tipo de negocio que pondrá en marcha.

— La experiencia laboral en conjunción con una buena formación facilita la labor emprendedora pero no garantiza el éxito.

OBJETIVOS E HIPÓTESIS PLANTEADAS

Una vez planteado el estado actual de la cuestión sobre el papel de la mujer en el desarrollo empresarial a través de la iniciativa emprendedora, el autoempleo y/o el trabajo por cuenta ajena, los objetivos que pretendemos alcanzar en la tesis que está en desarrollo son los que se señalan a continuación:

1. Identificar a las mujeres que destaquen en el mundo empresarial canario, tanto en puestos de gestión como en el papel de promotoras de empresas, estableciendo unos criterios de clasificación comunes, centrándonos en los principales sectores de la economía canaria.
2. Definir las variables a través de las cuales se va a hacer la investigación y valoración de la biografía de las mujeres identificadas en el punto anterior. Se hará principalmente un análisis biográfico. Para ello comenzaremos con la realización de un cuadro con todas aquellas mujeres que hayan creado sus propias empresas y/o ocupen cargos directivos en la empresa.
3. Hacer un análisis en profundidad de las mujeres que participan en la creación o en la toma de decisiones en las empresas basándonos, entre otras, en tres variables claves: quiénes son las mujeres emprendedoras (y cuántas); por qué emprenden; cómo incrementan el valor de sus empresas las mujeres²³.
4. Conocer el efecto que tiene la presencia de la mujer en los cargos directivos y en la toma de decisiones; conocer sus actitudes, aptitudes y sus características personales y académicas.

²³ Tres variables claves sobre las que trabaja el Global Entrepreneurship Monitor, 2015 Women’s Report.

5. Analizar cuestiones clave por razón de género en la cultura y en la actividad empresarial isleña y detectar las dificultades específicas que encuentra la mujer empresaria. Para conseguir una visión más completa podremos analizar las diferencias y similitudes con las dificultades que encuentran los hombres en su labor empresarial.

Las hipótesis de partida son:

1. Definir un perfil personal, académico y profesional de las mujeres emprendedoras y/o directivas. Poner en relación su formación con su puesto en la empresa.
2. Establecer las coincidencias en los parámetros que obtengamos de las mujeres analizadas para establecer unas características que podríamos definir como “estilos de dirección femeninos en Canarias”.
3. Analizar en profundidad la biografía de una muestra de mujeres que consideremos más relevantes para nuestro estudio dentro del conjunto de mujeres analizadas y comprender si existe un patrón común a todas ellas.

Debido a que se trata de un estudio con una “muestra viva” y cambiante, no descartamos trabajar nuevas hipótesis atendiendo a la investigación que realicemos.

BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ, C.; NOGUERA, M., y URBANO, D. (2012). “Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino: un estudio cuantitativo en España” en *Economía industrial*, núm. 383, Madrid: Ministerio de Industria, Energía y Turismo, pp. 43-52.
- CÁRDENAS, M. J. (2009). “Mujeres emprendedoras y los beneficios del desarrollo sustentable en proyectos de inversión” en *Revista Ostará*, México: Universidad Autónoma de Aguascalientes, núm. 1 y 2, época 1, pp. 119-120.
- CAROSIO, A. (2004). “Las mujeres y la opción emprendedora: consideraciones sobre la gestión” en *Revista Venezolana de Estudios de la Mujer*, vol. 9, núm. 23, Caracas: Centro de Estudios de la Mujer de la Universidad Central de Venezuela.
- CARTER, S. L.; MARLOW, S., y HENRY, C. (2009). “Exploring the impact of gender upon women's business ownership” en *International Small Business Journal*, vol. 27, núm. 2, Sage Publications, pp. 139-148.
- CASTIBLANCO MORENO, S. E. (2013). “La construcción de la categoría de emprendimiento femenino” en *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, vol. XXI, nº 2, Colombia: Universidad Militar Nueva Granada, pp. 53-66.
- CONTÍN, I.; LARRAZA, M. y MAS, I. (2007). “Características distintivas de los emprendedores y los empresarios establecidos: evidencia a partir de los datos REM de Navarra” en *Revista de Empresa*, nº 20, Madrid: Fundación Instituto de Empresa, pp. 10-19.
- FERREIRO, F. J. (2013). “Mujer y Emprendimiento. Una especial referencia a los viveros de empresas en Galicia” en *Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas (RIPS)*, vol. 12, nº 3, Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela, pp. 81-101.
- GARCÍA-MARZÁ, D. (1999). “Mujer y entorno empresarial” en *Papeles de Ética, Economía y Dirección*, nº 4, Barcelona: Ética, Economía y Dirección. Asociación Española de Ética de la Economía y de las Organizaciones.
- GRILO, I. e IRIGOYEN, J. M. (2006). «Entrepreneurship in the EU: To Wish and not to be» en *Small Business Economics*, vol. 26, nº 4, Suiza: Springer, pp. 305-318.
- JIMÉNEZ MORENO, J. J. (Dir.) (2011). *Los recursos y resultados empresariales: una perspectiva de género*, Madrid: Instituto de la Mujer (Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad).
- KARGWELL, S. (2012). “A comparative study on gender and entrepreneurship development: still a male's world within UAE cultural context” en *International Journal of Business and Social Science*, vol. 3, núm. 6, Virginia: Center for Promoting Ideas (CPI).
- KURATKO, D. F. (2005). “The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges” en *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 29, núm. 5, Texas: Baylor University, pp. 577-598.

- LANGOWITZ, N. y MINNITI, M. (2007). "The Entrepreneurial Propensity of Women" en *Entrepreneurship Theory & Practice*, vol. 31, nº 3, Texas: Baylor University, pp. 341-364.
- LÓPEZ DÍAZ, A. J. (coord.) (2013). *Emprender: una perspectiva de Género*, A Coruña: Universidade da Coruña, Servizo de Publicacións.
- LÓPEZ FERNÁNDEZ, M.; ROMERO FERNÁNDEZ, P. M. y DÍAZ CARRIÓN, R. (2012). "Motivaciones para emprender: un análisis de diferencias entre hombres y mujeres" en *Economía industrial*, nº 383, Madrid: Ministerio de Industria, Energía y Turismo, pp. 75-84.
- MALECKI, E. J. (1997). "Entrepreneurs, networks, and economic development: a review of recent research" en KATZ, J. A. y BORCKHAUS, R. (Eds.). *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, Greenwich: JAI Press.
- ORTIZ, C.; DUQUE, Y. y CAMARGO, D. (2008). "Una revisión a la investigación en emprendimiento femenino" en *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, vol. XVI, nº 1, Colombia: Universidad Militar Nueva Granada.
- QUEVEDO MONJARÁS, L. M.; IZAR LANDETA, J. M. y ROMO ROJAS, L. (2010). "Factores endógenos y exógenos de mujeres y hombres emprendedores de España, Estados Unidos y México" en *Investigación y Ciencia*, vol. 18, nº 46, Barcelona: Prensa científica, pp. 57-63.
- REYNOLDS, P. (1994). "Reducing Barriers to Understanding New Firm Gestation: Prevalence and Success of Nascent Entrepreneurs." Trabajo presentado en la reunión de Academy of Management, Dallas, Texas.
- RUÍZ-NAVARRO, J.; CAMELO, C. y CODURAS MARTÍNEZ, A. (2012). "Mujer y desafío emprendedor en España: característica y determinantes" en *Economía Industrial*, nº 383, Madrid: Ministerio de Industria, Energía y Turismo, pp. 13-22.
- SÁNCHEZ-APELLÁNIZ, M. (1997). *Mujeres, Dirección y Cultura Organizacional*, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), FEDEPE (Federación Española de Mujeres Directivas, Ejecutivas, Profesionales y Empresarias).
- WILSON, F.; KICKUL J. y MARLINO D. (2007). «Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education» en *Entrepreneurship Theory & Practice*, vol. 31, nº 3, Texas: Baylor University, pp. 387-406.
- WOMPNER GALLIARDO, F. H. (2012). "El emprendimiento como factor de movilización social" en *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Universidad Complutense de Madrid*, vol. 36, nº 4, Madrid: Universidad Complutense de Madrid.