
Mujeres emprendedoras, financiación y crisis económica.

M^a Teresa Méndez Picazo
Universidad Complutense de Madrid

Resumen

Los emprendedores están cobrando cada vez más importancia en el panorama económico actual. Se espera de ellos que reactiven la economía creando empleo, llevando a cabo actividades innovadoras y creando nuevos bienes y procesos. Sin embargo, las dificultades a las que se enfrentan las iniciativas emprendedoras se han agudizado como consecuencia de la crisis económica. La financiación, que es uno de los factores fundamentales para emprender, se ha visto reducida a causa del riesgo que implican dichas actividades. Esto ha afectado especialmente a las emprendedoras, que dadas sus características diferenciadoras de sus homólogos masculinos, encuentran mayores obstáculos para obtener los recursos necesarios. En este artículo se estudia cómo dichas características condicionan la obtención de financiación y los efectos que esto tiene ante la crisis actual.

Palabras clave: emprendedoras, financiación formal, business angels.

Clasificación JEL: L26, M13, J16

Women entrepreneurship, finance and economic crisis.

Abstract

Entrepreneurs are becoming increasingly important in the current economic landscape. Expected them to reactivate the economy by creating employment, carrying out innovative activities and creating new assets and processes. However, the difficulties faced by the entrepreneurial initiatives have exacerbated as a result of the economic crisis. Financing, which is one of the key factors for undertaking, has been reduced because of the risk involved in such activities. This has particularly affected the enterprising, given its differentiating characteristics of their male counterparts, are major obstacles to obtain the necessary resources. This article looks at how these requirements entail obtaining financing and the effects this has to the current crisis.

Key words: Women entrepreneurship, formal investment, business angels.

JEL Classification: L26, M13, J16

1.- Introducción.

Cada vez es más aceptado a escala global que los emprendedores tienen una gran importancia en el crecimiento económico, la innovación, el empleo y la productividad, y por eso muchos países, especialmente los más desarrollados, han diseñado políticas expresamente dedicadas a ellos. Ante una situación económica marcada por la globalización y el cambio tecnológico, los emprendedores resultan un factor fundamental a la hora de impulsar la economía. La presente crisis económica ha hecho que se contemple a los emprendedores como a los creadores de nuevas empresas más dinámicas, competitivas y eficientes que transformen la economía, y gracias a las nuevas tecnologías, reduzcan sus costes y sean capaces de crear nuevos productos y procesos. El estímulo a los emprendedores puede ayudar a cumplir objetivos diversos. En muchos países está ligado a la necesidad de desarrollo de determinadas regiones, donde se intenta disminuir la pobreza fomentando el establecimiento de pequeños negocios familiares; en otros simplemente se persigue el aumento del tejido productivo mediante la creación de nuevas empresas, y en muchas ocasiones sirve como plataforma de integración social y económica a colectivos que no siempre tienen fácil el acceso al mercado de trabajo, como los inmigrantes y las mujeres, a las cuales nos referiremos en este artículo.

El pasado siglo XX ha sido el escenario de cambios drásticos en el papel social y económico de las mujeres en los países más desarrollados. La lucha de las mujeres por la mejora económica y su incorporación al mercado de trabajo ha sido documentada por la literatura (Kessler-Harris, 1982, 1990; Goldin, 1983, 1990). Su

irrupción en el ámbito público, tradicionalmente reservado a los hombres, que comienza en el siglo XIX, se ha producido en estos países gracias al acceso a la educación, así como a los avances relativos a la igualdad de oportunidades. El intento de mejorar sus condiciones laborales y su posición económica ha impulsado a las mujeres a crear sus propios negocios, aumentando el número de emprendedoras durante este período (Yeager, 1999; Kwolek-Folland, 2002). Sin embargo, la participación social y económica de las mujeres es muy distinta en otras áreas geográficas menos desarrolladas, donde continúan existiendo importantes diferencias de género. No obstante, eso no significa que no existan emprendedoras en dichos países. Por ello, abordar el estudio de la mujer emprendedora supone trazar su perfil, tarea que comienza en la investigación de los motivos que llevan a las mujeres a emprender un negocio, de los sectores en que lo inician, del modo en que se financian y de la importancia que tienen sus iniciativas en el entorno económico en el que están inmersas. La participación de las emprendedoras en la economía va cobrando cada vez más fuerza, si bien, en la mayoría de los países, aún está lejos de igualar a la de los hombres.

En este momento de grave crisis económica, la importancia de los emprendedores se perfila como decisiva para estimular la economía y crear empleo y en este sentido, por lo que se refiere a la mujer, se añan dos de los objetivos que los gobiernos occidentales intentan conseguir: la igualdad y el crecimiento.

2.- El papel de la mujer emprendedora en la economía.

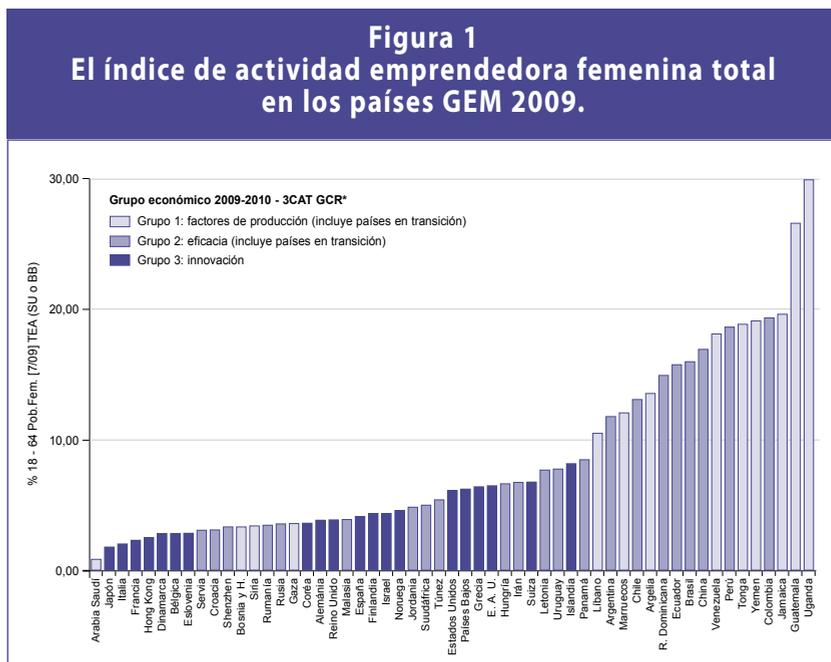
Tradicionalmente, se ha considerado que los emprendedores, independientemente de su género, tienen una serie de rasgos comunes que los caracterizan, como la necesidad de éxito, la disposición para asumir riesgos, la innovación, la independencia y el control del entorno (Ahl, 2006; Masters y Meier, 1988; Neider, 1987; Sexton y Bowman-Upton, 1990; Tan, 2008; Zapalska, 1997). Sus prácticas de gestión son también similares (Chaganti, 1986; Olson y Currie, 1992; Van Auken *et al.*, 1994). Del mismo modo comparten el hecho de tener una idea y desarrollarla poniendo en marcha un

negocio. La búsqueda continua de oportunidades conlleva una cierta agresividad, que es un rasgo común entre las mujeres y hombres por igual. En conjunto, están dispuestos a comprometer su tiempo, su dinero y sus recursos, con la visión del un éxito a largo plazo y no de la ganancia a corto plazo (Clark, 1999). La decisión de llevar a cabo una iniciativa emprendedora, según autores como Langowitz y Minniti (2007), Almeida y Borges (2009) y Ruiz *et al.* (2010), se deriva de factores sociodemográficos (sexo, edad, nivel educativo, capital social, etc.), de percepción (detección de oportunidades, capacidad de asunción de riesgos, etc.) y contextuales (entorno socioeconómico).

El papel tradicional del emprendedor como uno de los principales agentes económicos, capaz de generar riqueza y empleo, tiene características diferenciadoras en el caso de las mujeres emprendedoras. La diversidad cultural y las diferentes circunstancias económicas de los países conllevan también diferencias en la actividad emprendedora femenina Bahmani-Oskooe, Galindo y Méndez, 2011). Tradicionalmente, las mujeres desarrollan menos actividad emprendedora que los hombres; por ejemplo, en España un 3,88% de las mujeres con edades comprendidas entre 18 y 64 años frente a un 6,29% de los hombres (Informe Ejecutivo GEM España 2009) y se han visto más afectadas por la crisis con una mayor disminución de su actividad emprendedora.

Los motivos que conducen a la esta situación son diversos, como ha destacado la literatura escrita al respecto (Gupta *et al.*, 2009). Aunque algunos autores sugieren que el estereotipo masculino asociado con las empresas no se puede generalizar aplicándolo también a los emprendedores (Baron, Markman, y Hirs, 2001), la iniciativa emprendedora ha sido tradicionalmente un campo dominado por hombres (Ahl, 2006; Bruni, Gherardi, y Poggio, 2004b). Los hombres poseen un porcentaje mayor de las empresas, y son más numerosos que las mujeres que emprenden en industrias de alta tecnología (Marlow, 2002). Las mujeres emprendedoras se concentran en sectores de escaso crecimiento y baja cualificación, como el comercio minorista y de servicios, que son considerados peyorativamente (Lewis, 2006).

Observando los datos más recientes obtenidos por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), correspondientes a 2008-2009,



Fuente: Ruiz et al. (2010).

donde se compara el índice de actividad emprendedora total (TEA) (porcentaje de iniciativas que tienen entre 0 y 3,5 años de actividad en el mercado, emprendidas por mujeres), sobre la población activa femenina de cada uno de los países que ha aportado información al observatorio GEM 2009, se aprecia que en los países con economías menos desarrolladas, las mujeres emprenden más que en los países más desarrollados (Figura 1).

Esto encuentra su justificación en las circunstancias económicas de estos países, donde la posibilidad que tienen las mujeres de acceder al mercado de trabajo, ya sea al empleo público o privado, son tan reducidas que el desarrollo de una pequeña iniciativa emprendedora es su única posibilidad de supervivencia.

Como se pone de manifiesto a través de los datos anteriores, los motivos para emprender que tienen las mujeres son diversos y en muchos casos, dependen de las circunstancias económicas en las que se ven inmersas. Las mujeres no sólo emprenden por motivos de necesidad o supervivencia. En los países más desarrollados, buscan más la mejora de su situación económica y social y emprenden porque son capaces de detectar las oportunidades para poner en

Figura 2
Tasa de iniciativas por oportunidad y por necesidad de hombres y mujeres de los países desarrollados que han participado en el observatorio GEM 2009.

País	TEA masculino		Ratio masculino	TEA femenino		Ratio femenino	Diferencia de ratios: masc - fem
	Oport.	Neces.	Opor / Nec	Oport.	Neces.	Opor / Nec	
Alemania	2,82	1,41	2,00	2,22	1,16	1,91	0,09
Bélgica	3,81	0,42	9,07	1,86	0,22	8,45	0,62
Dinamarca	4,13	0,38	10,87	2,15	0,14	15,36	-4,49
EE.UU.	6,73	2,61	2,58	4,28	1,09	3,93	-1,35
Emiratos A.U.	14,20	1,25	11,36	5,39	0,87	6,20	5,16
Eslovenia	7,12	0,74	9,62	2,23	0,28	7,96	1,66
España	5,14	0,93	5,53	3,01	0,67	4,49	1,03
Finlandia	4,38	1,31	3,34	3,32	0,67	4,96	-1,61
Francia	5,55	0,95	5,84	1,21	0,23	5,26	0,58
Grecia	8,66	2,71	3,20	4,10	1,89	2,17	1,03
Hong-Kong	3,73	0,73	5,11	1,40	0,63	2,22	2,89
Islandia	12,16	1,62	7,51	6,10	0,70	8,71	-1,21
Israel	5,36	2,16	2,48	2,84	0,87	3,26	-0,78
Italia	4,58	0,72	6,36	1,31	0,35	3,74	2,62
Japón	3,30	1,56	2,11	1,07	0,36	2,97	-0,86
Noruega	11,07	0,85	13,02	3,43	0,70	4,90	8,12
P. Bajos	5,54	0,95	5,83	4,46	0,54	8,26	-2,43
R. de Corea	5,47	4,69	1,17	1,84	1,51	1,22	-0,05
R. Unido	6,08	1,23	4,94	2,57	0,61	4,21	0,73
Suiza	8,25	0,47	17,55	5,60	0,55	10,18	7,37

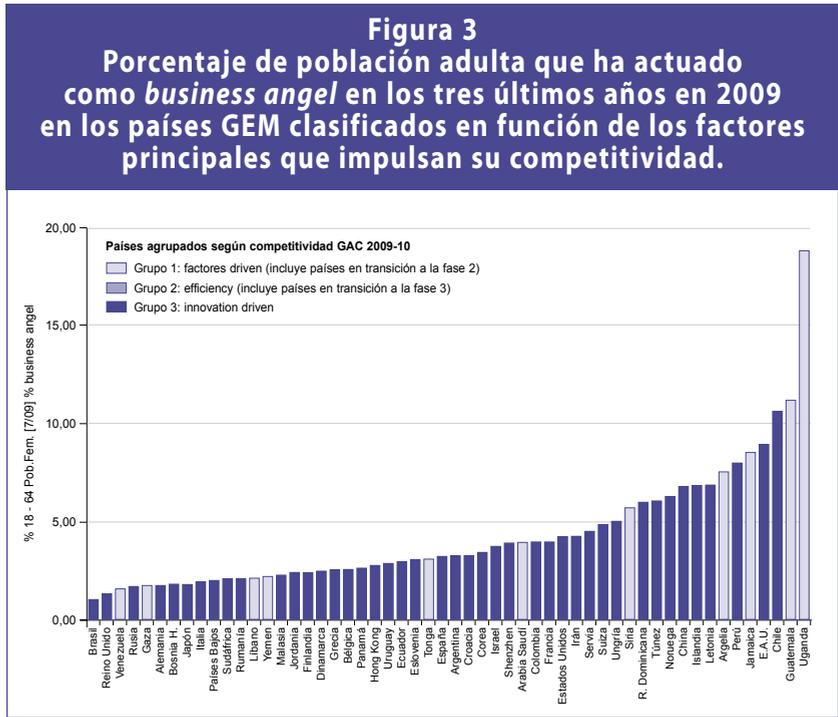
Fuente: Ruiz *et al* (2010).

marcha sus ideas, como puede verse en la Figura 2.

En este sentido el entorno tiene un peso fundamental. La aceptación social que tienen las mujeres que crean negocios, los apoyos que pueden recibir tanto en el entorno familiar, como institucional y financiero, la formación que las capacita para emprender una iniciativa y gestionarla, así como el asesoramiento desempeñan un papel importante en la puesta en marcha de iniciativas emprendedoras por parte de las mujeres en los países desarrollados. Los avances sociales también son determinantes. En muchos países, la desigualdad entre hombres y mujeres pone poderosos obstáculos a las emprendedoras. Sin apoyo social, formación y asesoramiento, obtener recursos para el desarrollo de una iniciativa se convierte en una de las principales dificultades que enfrentan las emprendedoras potenciales y también para aquellas que han conseguido poner su iniciativa en marcha y necesitan financiación para mantenerla o para ampliarla.

3.- Aspectos relevantes de la financiación de las iniciativas emprendedoras.

Una de las principales dificultades a las que se enfrenta un emprendedor, independientemente de su género, es la obtención de financiación suficiente para su actividad. La falta de recursos financieros reduce la capacidad del emprendedor para aplicar la tecnología al desarrollo de su idea, afrontar la creación y desarrollo de nuevos productos o procesos, expansionarse y con ello crear empleo. La financiación empresarial puede proceder de fuentes formales, como las entidades financieras o el capital riesgo, o informales, generalmente aportaciones del propio emprendedor, la familia, amigos o los denominados *business angels*, que son personas que invierten una cuantía (a partir de un euro) en una empresa puesta en marcha por otro sin intervenir en ella como propietarios o empleados, según la definición del GEM. La importancia de los *business angels* puede verse en la Figura 3.



Fuente: Informe GEM España (2009).

Para los emprendedores, sin distinción de género, la tarea de identificar, atraer y persuadir a los proveedores de recursos financieros es con frecuencia el mayor obstáculo al que se enfrentan (Scott, 1987; Katz y Gartner, 1988; Bhide, 2000). Esta dificultad, extensiva a todas las empresas, se ve acentuada en el caso de actividades nacientes (de cero a tres meses) y nuevas (de tres a 42 meses), porque los principales proveedores de recursos financieros suelen ser reacios a asumir el riesgo que dichas actividades implican. En la mayoría de las ocasiones, especialmente en las iniciativas nacientes, el emprendedor recurre a la financiación informal, financiándose a sí mismo e implicando además en ello a su familia, amigos o desconocidos que apoyan la idea.

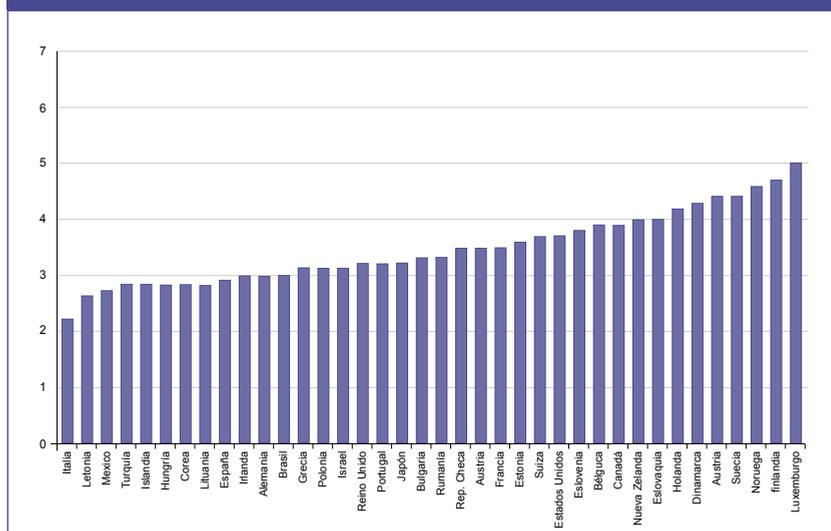
Sin embargo, esta financiación informal no es suficiente y el emprendedor necesita recurrir a otras fuentes financieras de carácter formal, entre las que habitualmente se encuentran las entidades financieras, las administraciones públicas (locales, regionales, nacionales o supranacionales), las sociedades de capital riesgo o las de garantía recíproca. La dificultad de obtención de recursos financieros procedentes de fuentes de financiación formales provoca un desplazamiento de la financiación de las iniciativas hacia los canales informales que a veces se ve reforzada por la baja remuneración que las entidades bancarias ofrecen a dichos inversores. En este sentido, las emprendedoras recurren más a la financiación informal que los hombres (Carter y Rosa, 1998; Cliff, 1998; Cooper Maysami y Goby, 1999; Coleman, 2000; Orhan, 2001; Robb y Wolken, 2002). El problema de la financiación está presente a lo largo de toda la vida de la empresa, ya que también en el caso de iniciativas consolidadas (de 42 meses en adelante), la supervivencia de las mismas depende de su capacidad para desarrollar planes de expansión, para proveer al mercado de nuevos bienes y servicios y para generar empleo.

Sin embargo, una excesiva dependencia de la autofinanciación y de la financiación informal puede perjudicar a las iniciativas nacientes y nuevas. La descapitalización en el caso de las iniciativas nacientes puede poner en peligro la supervivencia, mientras que la falta de recursos financieros ahoga el crecimiento (Hill *et al.*, 2006). Por este motivo, la financiación no debe provenir sólo de las entidades financieras, sino también de

otras fuentes, como el capital riesgo o los *business angels*, e incluso de fuentes situadas fuera del ámbito local, que es donde primero se busca. Si intentamos trasladar esto al caso de España, la autofinanciación por término medio ha sido en 2009 de un 67,5% del capital aportado, si bien más del 50% de los emprendedores pone todo el capital, siendo dichos datos similares a los de 2008 (Informe Ejecutivo España GEM 2009). En este sentido, algunos autores como McGregor y Tweed (2002) creen que es de gran ayuda para el emprendedor contar con alguien que le proporcione asesoramiento e información. Freear *et al.* (1995) también contemplan el empleo de instrumentos de financiación procedentes de las entidades financieras, pero distintos de los préstamos tradicionales a las empresas, como son las tarjetas de crédito, o recurrir al aplazamiento de proveedores o a los anticipos de los clientes.

Sin embargo, la situación actual no es muy alentadora para los emprendedores. Los datos del World Economic Forum (2009) indican que las empresas están encontrando mayores dificultades para obtener financiación bancaria (OCDE, 2009). A raíz de la crisis financiera, los bancos están menos dispuestos a

Figura 4
Facilidad de acceso a la financiación (1= imposible, 7= fácil).

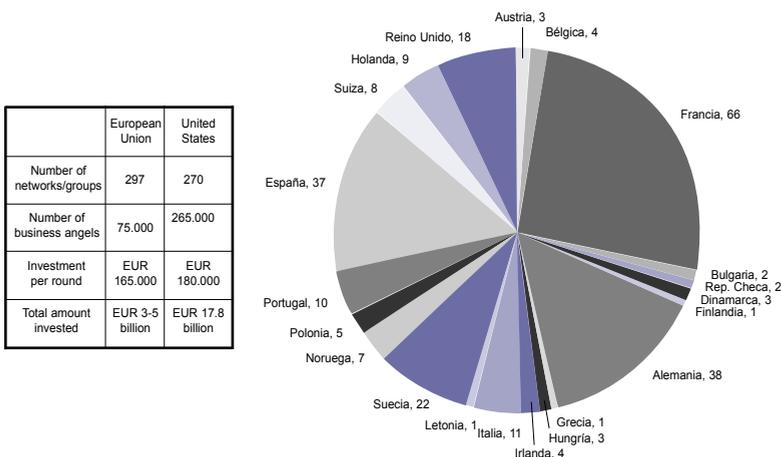


Fuente: OCDE y World Economic Forum, Global Competitiveness Report 2009.

aprobar la concesión de préstamos a las empresas. La percepción sobre la facilidad de acceso a los préstamos también ha cambiado respecto a períodos anteriores en la mayoría de los países considerados, lo que sugiere diferencias importantes a nivel mundial en la capacidad de las empresas para atraer recursos financieros, como puede observarse en la Figura 4.

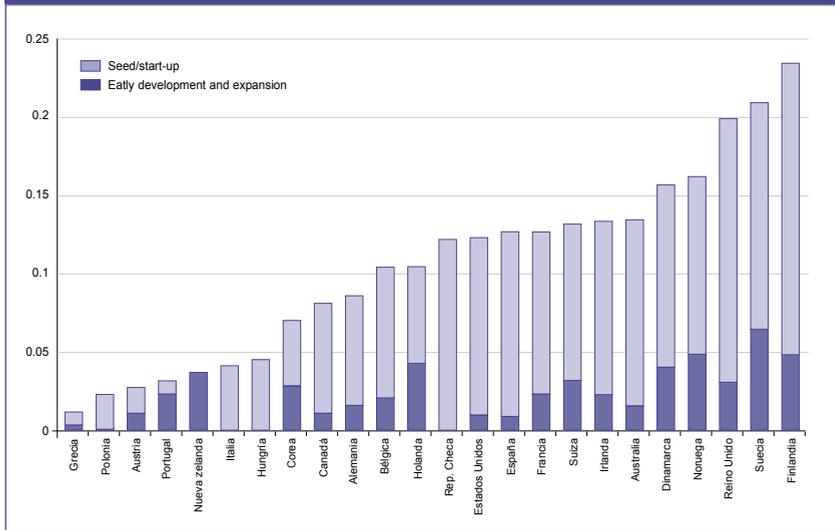
Por lo que se refiere a la financiación procedente de los *business angels*, situada entre la financiación formal procedente de las entidades financieras y el capital riesgo y la informal de la familia, amigos y el propio emprendedor, su papel es muy destacado, sobre todo en la etapa inicial de la puesta en marcha del negocio. En términos tanto de cuantía de las inversiones, como de número de *business angels*, Estados Unidos predomina claramente sobre el conjunto de países analizados, si bien también son muy relevantes en Europa y Asia, como puede verse en los datos estimados que se reflejan en la Figura 5. En Estados Unidos, algunas organizaciones de *business angels* revisten la forma de fundaciones en vez de redes, por ello en la Figura 5 se consideran conjuntamente las redes y las fundaciones dentro de los grupos.

Figura 5
Número de redes/grupos de *business angels* 2007.



Fuente: OECD Entrepreneurship Financing Database, basada en datos de la European Business Angel Network (EBAN) y la Angel Capital Association (ACA).

Figura 6
Inversiones Capital Riesgo 2008 como porcentaje del PIB.



Fuente: OECD Entrepreneurship Financing Database, basada en datos de la European Venture Capital Association (EVCA), el Australian Bureau of Statistics (ABS), el Venture Enterprise Center (VEC) de Japón, la National Venture Capital Association (NVCA) de Estados Unidos, la Korean Venture Capital Association (KVCA) y la New Zealand Private Equity and Venture Capital Association (NZVCA).

Considerando ahora la financiación formal procedente del capital riesgo, muy importante en el caso de iniciativas basadas en la tecnología y con gran potencial de crecimiento, difiere entre los distintos países. En los más desarrollados, como Finlandia, Suecia y Reino Unido es especialmente importante, sobre todo en las etapas más avanzadas, ya que en las iniciales el riesgo de este tipo de empresas es mayor, por lo que resultan menos atractivas para los inversores. (Figura 6). En los países menos desarrollados económicamente, apenas existe este tipo de financiación.

Si nos centramos en el caso de las mujeres emprendedoras, tradicionalmente, la literatura en este ámbito ha venido reflejando que tienden a concentrarse en el sector servicios y buscan menos la expansión del negocio y por tanto no recurren tanto a la financiación externa como los hombres. Algunos autores, como Kon y Storey (2003) se refieren a la actitud de desaliento frente a las entidades financieras que tienen algunos emprendedores, especialmente las mujeres, que aún siendo solventes no se animan a recurrir a dichas instituciones porque creen que serán rechazadas. Es cierto que la obtención de financiación procedente de entidades

financieras es siempre difícil, especialmente en momentos de crisis económica como los actuales, en los que el riesgo y la incertidumbre respecto al futuro de la economía son mucho más altos. En este sentido, Hill *et al.* (2006) muestran que aunque las mujeres consideran a los bancos como la principal fuente de financiación empresarial, creen que su visión negativa de los negocios emprendidos por ellas les hace perder oportunidades. Del mismo modo evitan la concesión de financiación a empresas de alta tecnología porque no comprenden el sector o la propia tecnología. Parece, por tanto, que las desventajas a las que se enfrentan a la hora de obtener financiación condicionan algunos de los rasgos que caracterizan el perfil de las emprendedoras, como son su mayor dedicación a determinadas actividades, principalmente al pequeño comercio y los servicios, o su menor interés por la expansión de sus negocios. Algunos autores como Koreen (2000) reflejan la percepción por parte de las mujeres de un trato discriminatorio a la hora de acceder a la financiación por parte de las entidades financieras. Por otra parte, de acuerdo con Coleman (2000), si bien las mujeres pueden acceder al crédito en los países desarrollados, la concesión de préstamos a las emprendedoras se hace en condiciones menos favorables que las que obtienen sus homólogos masculinos. Estas dificultades que afrontan los emprendedores se ven más acentuadas debido a la difícil situación económica actual, como veremos en el siguiente epígrafe.

4.- La financiación de los emprendedores ante la crisis actual.

La caída de la demanda desde que se inició con la crisis económica ha afectado especialmente a las iniciativas emprendedoras. La disminución de las ventas combinada con la dificultad para cobrar conduce a reducciones de gastos y pérdida de empleo. Según datos de la OCDE, por lo que se refiere a los países europeos más desarrollados, en Bélgica el 43% de las PYMES encuestadas, han sufrido retrasos a la hora de cobrar y en los Países Bajos el 50% se han visto obligadas a conceder mayores

aplazamientos a sus clientes. En Dinamarca, Italia, Irlanda, Noruega y España la insolvencia ha superado el 25%. En Finlandia, más de un 17% de las pequeñas empresas con menos de 50 empleados ha tenido problemas de insolvencia. En Suecia, las quiebras aumentaron más del 50% en los dos primeros meses de 2009, en comparación con el mismo período de 2008. Las tasas de aumento de insolvencia parecen confirmar creciente incapacidad de las empresas pequeñas y medianas para obtener la financiación necesaria a corto plazo. El endurecimiento en el acceso a los préstamos bancarios y en las condiciones de los mismos se ha acentuado en todos los países y los bancos en muchos casos han preferido restringir su clientela y quedarse sólo con los clientes más fuertes. A pesar de que en muchos países los gobiernos han tomado medidas aportando recursos a sus bancos con el fin de que dichos recursos sirvan para financiar a los emprendedores y las PYMES, esto no ha dado los resultados esperados (OCDE, 2009).

Por lo que se refiere a la financiación informal, de acuerdo con el Informe Global GEM 2009 (Bosma y Levie, 2010), se aprecia una reducción de la misma en algunos países. Mientras que la actividad de inversión informal ha aumentado en 16 países GEM en 2009, en comparación con 2008, ha disminuido en 19 países GEM, incluidos Estados Unidos y el Reino Unido. Con un 11,3% de su PIB, China tiene la inversión informal más elevada de todos los países GEM. De los países del G7, Estados Unidos con 1,5% es el primero, seguido por Italia (1,2%), Francia (0,8%), Alemania (0,8%), Japón (0,7%) y el Reino Unido (0,4%). Rusia y Brasil en 0,1% tienen por el contrario las cuantías de inversión informal más bajas de todos los países GEM.

La reducción de la financiación disponible tanto formal como informal está provocando que la actividad emprendedora más reciente no tenga prácticamente expectativas de crecimiento, lo cuál afecta en gran manera a las emprendedoras, que se han retraído, al estar más presentes en sectores que se relacionan fuertemente con el consumo.

5.- Conclusiones.

En el actual panorama de crisis económica se han acentuado las dificultades para llevar a cabo una iniciativa emprendedora. Dado que la crisis ha afectado severamente al sector financiero en muchos países, el crédito se ha visto sometido a duras restricciones, lo que ha afectado especialmente a los emprendedores, que en muchos casos no pueden acceder al mismo, o que tienen que asumirlo en peores condiciones. En el caso de las mujeres emprendedoras, este problema se acentúa. A pesar de la percepción que tienen las mujeres acerca de la existencia de discriminación por parte de las entidades financieras en cuanto al acceso a los préstamos y las condiciones en las que se conceden, los estudios académicos al respecto no se muestran concluyentes. En países más desarrollados social y económicamente, donde existe legislación sobre igualdad, la discriminación no parece producirse en función del género, sino más bien del tipo de negocio, su dimensión y sus expectativas de crecimiento, así como del sector (Coleman, 2000). Por otro lado, el acceso a la financiación formal por parte de las mujeres en países donde existen importantes diferencias de género, como los musulmanes, es mucho más difícil debido a factores culturales, sociales y burocráticos, lo que disminuye en gran medida el número de iniciativas emprendedoras femeninas frente a las masculinas. La dificultad de acceso a la financiación formal orienta mucho más a las emprendedoras que a sus homólogos masculinos hacia la financiación informal, procedente de aportaciones propias o de la familia, amigos u otros inversores *business angels*, o hacia los microcréditos, que en tiempos de crisis, potenciados por las administraciones públicas y los gobiernos, se convierten en una importante fuente financiera para ellas.

A pesar de retraimiento de la actividad emprendedora debido a la incertidumbre, muchos emprendedores potenciales detectan oportunidades de negocio que pueden derivarse de la crisis o que no se ven afectadas por la misma. En este caso, el principal motivo para emprender un negocio en los países desarrollados, que es precisamente el motivo oportunidad, aumenta. Por otro lado, ante la pérdida de su puesto de trabajo suelen surgir iniciativas emprendedoras que no se derivan de la detección de

oportunidades, sino que constituyen la única forma de trabajar, ante un mercado de trabajo hostil, es decir, por motivo necesidad, como es característico en los países menos desarrollados, donde no hay demasiada oferta de trabajo por cuenta ajena. En este sentido, si bien aumenta la voluntad de emprender por ambos motivos, lo que podría potenciar el número de emprendedoras, la financiación juega en contra, por el retraimiento de las entidades financieras y los inversores informales. En relación con ello, la potenciación de las redes sociales puede ser un factor importante. La generalización de las nuevas tecnologías y acceso inmediato a la información proporcionan nuevas oportunidades de negocio aún no demasiado desarrolladas. Las redes sociales proporcionan apoyo social, económico y legal a los emprendedores y emprendedoras y pueden propiciar la puesta en marcha de nuevas iniciativas y la obtención de financiación para las mismas.

Referencias.

AHL, H. (2006): "Why research on women entrepreneurs needs new directions", *Entrepreneurship Theory & Practice*, 30, pp. 595-622.

ALMEIDA, J.P y BORGES, M.T. (2009): "Propensity for entrepreneurship among university students", *The Business Review*, 12, No. 1, pp. 308-316.

BAHMANI-OSKOOE, M., GALINDO MARTIN, M.A. Y MENDEZ PICAZO, M. T. (2011): "Women's entrepreneurship and economic policies", en RIBEIRO, D. Y GALINDO MARTIN, M.A.(Eds.): *Women entrepreneurship and Economics*, Springer, Berlín (en prensa).

BARON, R.A., MARKMAN, G.D., y HIRSA, A. (2001): "Perceptions of women and men as entrepreneurs: Evidence for differential effects of attributional augmenting", *Journal of Applied Psychology*, 86, pp. 923-929.

BHIDE, A. (2000): *The Origin and Evolution of New Businesses*, Oxford University Press.

BOSMA, N.S., Y LEVIE, J. (2010): *Global Entrepreneurship Monitor 2009 Executive Report*. Babson Park, MA: Babson College, Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo y London, UK: London Business School.

BRUNI, A., GHERARDI, S. y POGGIO, B. (2004): "Entrepreneur-mentality, gender and the study of women entrepreneurs", *Journal of Organizational Change Management*, 17, pp. 256-268.

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

CHAGANTI, R. (1986): "Management in Women-Owned Enterprises", *Journal of Small Business Management*, 24 (4), pp. 19-29.

CLARK, S. (1999): "Two faces of entrepreneurship: finding the attributes of success", *Houston Business Journal*, 30 (Agosto 6), p. 42.

CLIFF, J. E. (1998): "Does one size fit all? Explaining the relationship between attitudes towards growth, gender and business size", *Journal of Business Venturing*, 13 (6), pp. 523-543.

COLEMAN, S. (2000): "Access to capital and terms of credit: a comparison of men- and women-owned small businesses", *Journal of Small Business Management*, 16 (5), pp. 232-243.

COOPER MAYSAMI, R. y GOBY, V. P. (1999): "Female business owners in Singapore and elsewhere: a review of studies", *Journal of Small Business Management*, 37 (2), pp. 96-105.

FREER, J., SOHL, J. E. y WETZEL, W. E. (1995): "Who bankrolls software entrepreneurs?", Paper presentado a la 15th Annual Babson College Entrepreneurship Research Conference, Londres.

GOLDIN, C. (1983): "The changing economic role of women: a quantitative approach.", *Journal of Interdisciplinary History*, 13, pp. 707-33.

GOLDIN, C. (1990): *Understanding the Gender Gap: An Economic History of American Women*. Oxford University Press.

GUPTA, V.K., TURBAN, D.B., ARZU WASTI, S. y SIKDAR, A. (2009): "The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33, No. 2, pp. 397-417.

HILL, F.M., LEITCH, C.M. y HARRISON, R.T. (2006): "Desperately seeking finance? the demand for finance by women-owned and -led businesses" *Venture Capital*, 8, No. 2, pp. 159-182

KATZ, J. y GARTNER, W. B. (1988): "Properties of emerging organizations", *Academy of Management Review*, 13(3), pp. 429-441.

KESSLER-HARRIS, A. (1982): *Out to work: a history of wage-earning woman in the United States*. Oxford University Press.

KESSLER-HARRIS, A. (1990): *A woman's wage: historical meanings and social consequences*. University of Kentucky Press.

KON, Y. y STOREY, D. J. (2003): "A theory of discouraged borrowers", *Small Business Economics*, 21(1), pp. 37-49.

KOREEN, M. (2000): "Financing for women-owned businesses." *Women Entrepreneurs In SMEs: Realising the Benefits of Globalisation and the Knowledge-Based Economy*, Workshop n° 3, OCDE. Paris.

KWOLEK-FOLLAND, A. (2002). *Incorporating women: a history of women and business in the United States*. Palgrave.

LANGOWITZ, N. y MINNITI, M. (2007): "The Entrepreneurial Propensity of Women", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 31, No. 3, 341-364.

LEWIS, P. (2006): "The quest for invisibility: Female entrepreneurs and the masculine norm of entrepreneurship", *Gender, Work and Organization*, 13, pp. 453-469.

MARLOW, S. (2002). Women and self-employment: A part of or apart from theoretical construct? *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 3 (2), pp. 83-91.

MCGREGOR, J. y TWEED, D. (2002): "Profiling a new generation of female small business owners in New Zealand: networking, mentoring and growth", *Gender, Work and Organization*, 9 (4), pp. 420-438.

MASTERS, R. y MEIER, R. (1988): "Sex Differences and Risk-Taking Propensity of Entrepreneurs", *Journal of Small Business Management*, 26(1), pp. 31-35.

NEIDER, L. (1987): "A preliminary investigation of female entrepreneurs in Florida", *Journal of Small Business Management*, 25 (3), pp. 22-29.

OCDE (2009): *The Impact of the Global Crisis on SME and Entrepreneurship. Financing and Policy Responses*. Centre for Entrepreneurship, SMEs and Local Development

OLSON, S. F. y CURRIE, H. M. (1992): "Female entrepreneurs in a male-dominated industry: personal value systems and business strategies", *Journal of Small Business Management*, 30(1), pp. 49-57.

ORHAN, M. (2001): "Women business owners in France: the issue of financing discrimination", *Journal of Small Business Management*, 39 (1), pp. 95-102.

ROBB, A. y WOLKEN, J. (2002): "Firm, owner and financing characteristics: differences between female and male-owned small businesses", Finance and Economics Discussion Series, Division of Research and Statistics and Monetary Affairs, Federal Reserve Board, Washington, DC No. 2002-18.

RUIZ, J., CAMELO, C., DE LA VEGA, I., CODURAS, A. y JUSTO, R. (2010): *Mujer y desafío emprendedor en España*. Universidad de Cádiz – Instituto de Empresa, Business School.
http://www.uca.es/recursos/doc/Unidades/Catedra_Emprendedores/1004677940_30620108297.pdf

SCOTT, R. (1987): *Organizations: Rational, Natural and Open Systems*, 2ª ed. (Englewood Cliffs, NJ:Prentice Hall).

SEXTON, D. L. y BOWMAN-UPTON, N. (1990): "Female and Male Entrepreneurs: Psychological Characteristics Breaking the "Bamboo Curtain" and the "Glass Ceiling" and their Role in Gender-Related Discrimination" *Journal of Business Venturing* 5(1), pp. 29-36.

TAN, J. (2008) "Breaking the "Bamboo Curtain" and the "Glass Ceiling": The Experience of Women Entrepreneurs in High-Tech Industries in an Emerging Market". *Journal of Business Ethics*, Vol 8, pp. 547-564.

YEAGER, M. (1999): "Introduction," in *Women in Business*, Vol. 1, pp. ix – xciii. London: Edward Elgar Press.

VAN AUKEN, H. E. , RITTENBURG, T.L., DORAN, B.M. y HSIEH, S.F. (1994): "An Empirical Analysis of Advertising by Women Entrepreneurs", *Journal of Small Business Management*, 32(3), pp. 11-27.

ZAPALSKA, A. (1997): "A Profile of Woman Entrepreneurs and Enterprises in Poland", *Journal of Small Business Management* 35(4), pp. 76-82.