

Personalidad emprendedora y género

Amaia Yurrebaso Macho¹; Carolina Rodríguez-Parets Carabaza²; Álvaro Jáñez González³; Eva María Picado Valverde⁴; Raquel Guzmán Ordaz⁵; José Luis Pérez Iglesias⁶

Recibido: 2 de Septiembre de 2018 / Aceptado: 23 de octubre de 2019

Resumen. En la última década adquieren especial protagonismo en la literatura científica los estudios vinculados a la actividad emprendedora, especialmente aquellos que abordan las diferencias de género y su influjo en la intención de emprender. En la misma línea, este trabajo se centra en el análisis del llamado perfil psicosocial del emprendedor y su influencia en la intención emprendedora. Se analiza si existen diferencias de género en aquellos emprendedores ya empresarios en su perfil psicosocial, así como la potencial influencia que éstas hayan podido tener en el mantenimiento de la intención emprendedora en una muestra de 479 empresarios emprendedores. La literatura científica previa defiende estas diferencias de perfil entre hombres y mujeres antes de realizarse el emprendizaje, asumiendo que influyen en la intención. Sin embargo, los resultados obtenidos en este estudio confirman que una vez que el emprendedor ha llevado a cabo la actividad emprendedora no se encuentran diferencias significativas en base al género. Se concluye que alguna de las posibles causas de este hecho esté vinculada al constructo social que hace que la mujer sienta que tiene mayores dificultades a la hora de emprender.

Palabras clave: emprendimiento; género; perfil psicosocial; intención emprendedora.

[en] Entrepreneur personality and gender

Abstract. In the last decade, studies related to entrepreneurial activity, especially those tackling the impact of gender differences on entrepreneurial intention, have gained special importance in scientific literature. In this line of research, the present study focuses on the so-called psychosocial profile of the entrepreneur and its influence on entrepreneurial intention. A sample of 479 entrepreneurs is analyzed, to check if there are gender based psychosocial profiles differences among established businesspeople, as well as the potential influence that these differences may have had on entrepreneurial endurance. Previous scientific evidence supports the existence of gender based differences before trying a business, and it is often assumed that these differences have an impact on intention. However, the results obtained in the present study confirm that these gender based psychosocial differences seem to subside once the business is set. It is concluded that social constructs are possible factors deterring women entrepreneurial initiative, specifically at social images that render women as less able to undertake business initiatives.

¹ Departamento de Psicología Social y Antropología. Universidad de Salamanca
amaia@usal.es

² Grado en Psicología, Universidad de Salamanca
carolinaa_19@hotmail.com

³ Escuela Universitaria de Relaciones Laborales de Zamora
alvarojg@usal.es.

⁴ Departamento de Psicología Social y Antropología. Universidad de Salamanca
evapicado@usal.es

⁵ Departamento de Sociología y Comunicación, Universidad de Salamanca
r.guzman@usal.es

⁶ Departamento de Informática y automática, Universidad de Salamanca
jpi@usal.es

Keywords: entrepreneurship; gender; psychosocial profile; entrepreneurial intention.

Sumario. 1. Introducción. 2. Personalidad emprendedora. 2.1. Locus de control. 2.2. Autoeficacia. 2.3. Propensión al riesgo. 2.4. Proactividad. 2.5. Intención emprendedora. 3. Método. 3.1. Participantes. 3.2. Procedimiento. 3.3. Instrumento. 3.4. Resultados. 4. Discusión. 5. Conclusiones.

Cómo citar: Yurrebaso Macho, A.; Rodríguez-Parets Carabaza, C.; Jáñez González, A.; Picado Valverde, E. M.; Guzmán Ordaz, R.; Pérez Iglesias, J. L. (2020). Personalidad emprendedora y género. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 38(1), 85-103.

Introducción

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM), en su último análisis, muestra en España un índice de Actividad Emprendedora Total (TEA) en la población de entre 18 y 64 años del 5,2%. En concreto, el 2,3% se corresponde con personas con negocios nacientes (hasta 3 meses) y el 2,9% por personas con negocios nuevos (de entre 3 y 42 meses) (GEM,2017).

En cuanto a género, el índice TEA muestra una mayor participación masculina frente a la femenina (55,7% y 44,3% respectivamente). Sin embargo, aunque dichas diferencias entre hombres y mujeres han existido a lo largo de los años, su intensidad va disminuyendo progresivamente (GEM, 2016).

La literatura científica apoya los datos proporcionados por GEM, ya que en los últimos años se han podido recoger numerosos resultados que corroboran dichas cifras. Fuentes y Sánchez (2010) apostillan que los dirigentes de empresas de la Unión Europea (UE) continúan siendo varones (entre un 65% y 75%). En el caso español, sólo el 32,9% de las mujeres ocupan puestos de dirigente en empresas privadas o de la administración pública. Asimismo, Allen, Elam, Langowitz y Dean (2008) apuntan en su estudio realizado con una muestra belga, que existe una ratio de cuatro hombres por cada mujer emprendedora. Autores como Mueller y Conway Dato-on (2013) destacan la brecha de género que existe en la última década y puntualizan las diferencias de género en la orientación emprendedora y en la motivación, deseo e intención para convertirse en un emprendedor. Por otro lado, Brush (1992) afirma que incluso cuando las personas tienen un contexto similar, existe una mayor prevalencia en la intención emprendedora en hombres que en mujeres en gran cantidad de culturas. Zhang et al. (2009), por su parte, abogan que las mujeres son discriminadas en la intención emprendedora y que tienen que lidiar con mayores dificultades que los hombres en el proceso de emprender. De igual forma, Do Paço et al. (2015) concluyen que la intención emprendedora es significativamente menor en mujeres que en hombres, así como su conducta emprendedora, sus características y actitudes personales.

Desde una perspectiva psicológica la conducta emprendedora puede analizarse desde varias orientaciones teóricas, destacando la cognitiva, la orientación de la conducta y la de la personalidad como más fructíferas a tal fin (Sánchez, 2010; Suárez-Álvarez, 2016; Yurrebaso, 2012).

Desde el marco de la personalidad emprendedora, numerosos investigadores ponen en su punto de mira el análisis de las diferentes competencias y capacida-

des necesarias para emprender de forma exitosa. Las investigaciones pretenden encontrar una serie de rasgos que sirvan como modelos explicativos de la conducta emprendedora, dirigiendo sus esfuerzos a la identificación y diferenciación de los emprendedores, con respecto a quienes no lo son (Lee-Ross, 2015 (en Campos Vázquez, 2017); Moriano, 2005; Sánchez, 2010; Suárez-Álvarez y Pedrosa, 2016; Vantilborgh, Joly y Pepermans 2015; Yurrebaso, 2012).

Teniendo en cuenta los hallazgos en la mayoría de estudios que resaltan la disparidad de género tanto en la iniciativa como en la propia conducta emprendedora, este estudio se plantea si las diferencias de género pueden ser explicadas en base a la personalidad. Los rasgos específicos que se analizarán son los recogidos en el COE⁷. Dichos rasgos son: Proactividad, Autoeficacia, Locus de Control y Propensión al riesgo (Sánchez, 2010). Éstos son identificados como más significativos por diferentes autores como Korunka, Frank, Lueger y Mugler (2003), quienes señalan en sus investigaciones la propensión al riesgo y el locus de control, entre otros, como factores determinantes en la personalidad emprendedora. Propuesta compartida por Vecchio (2003), quien añade la autoeficacia como dimensión cognitiva determinante en la actividad emprendedora. Además, Moriano, Palací y Trejo proponen el rasgo de proactividad como factor determinante en las competencias de un emprendedor (2001). Otros estudios internacionales también avalan dichos factores como se pone de manifiesto en las investigaciones sobre el locus de control de Sesen (2013), de propensión al riesgo de Xiazhou (2015) y de proactividad de Muñoz-Bullón, Sánchez-Bueno y Vos-Saz (2015), entre otros.

Se adopta, en definitiva, una visión psicosocial del perfil del emprendedor que incluye otras dimensiones cognitivas, además de los rasgos de personalidad, como la autoeficacia y la intención emprendedora, apoyados en la idea de que los hombres tienen mayor sensación de eficacia que las mujeres (Bagheri y Akmaliah, 2014; De la Cruz et al., 2014) y una mayor intención de emprender (Morales-Alonso et al., 2015).

Se pretende analizar si existen o no diferencias en cuanto al género en la personalidad emprendedora y, en su caso, determinar cuáles son, así como las causas y consecuencias de las mismas.

2. Personalidad emprendedora

2.1. Locus de control

Uno de los temas más estudiados en el emprendimiento es el locus de control. Rotter (1966) lo define como la creencia en que las acciones que uno realiza determinan los resultados que uno hace. Quienes tienen un locus de control interno alto, piensan que son capaces de controlar los resultados de sus acciones, por lo que dedicarán más esfuerzo y persistencia hacia aquéllos que son deseados (Sánchez, 2010). En esta línea, Ferreira et al. (2012) comparten la idea de que el locus de control interno es uno de los rasgos de la personalidad asociados al emprendimiento.

Diferentes autores centran sus investigaciones en la determinación de las diferencias de género en el locus de control interno. Xiaozhou et al. (2015) afirman

⁷ Cuestionario de Orientación Emprendedora (COE), de Sánchez, (2010).

que existen diferencias significativas y apoyan la idea de que los hombres obtienen puntuaciones más altas que las mujeres en este rasgo. Estos datos coinciden con los resultados alcanzados por Maes, Leroy y Sels (2014), quienes pudieron comprobar en su estudio que, aunque tanto hombres como mujeres pueden experimentar una falta de control a la hora de convertirse en emprendedor, las mujeres disponen de un menor control interno en comparación con los hombres. Esta diferencia es atribuida a la idea estereotipada de que los hombres tienen mayores habilidades para emprender, haciendo de este modo a la mujer menos segura de sí misma (Maes et al. 2014; Xiaozhou, 2015).

2.2. Autoeficacia

La autoeficacia es entendida como la convicción individual para organizar y ejecutar acciones para producir los resultados deseables, ejerciendo así influencia en las situaciones que afectan a la propia vida (Bandura, 1986). Son numerosos los estudios que ponen de manifiesto cómo aquellos individuos con alta autoeficacia correlacionan con altos niveles de intención emprendedora y además están más preparados para el futuro como emprendedores (Chen et al., 1998; Zhao et al., 2005). Barnir et al. (2011) y Carr y Sequeira (2007), en la misma línea, subrayan la importancia que juega la autoeficacia en la intención emprendedora y en la influencia de otros factores como las experiencias familiares empresariales o la educación.

Investigaciones centradas en las diferencias de autoeficacia en base a género ponen de manifiesto una menor confianza de las mujeres en sus propias capacidades para emprender que los hombres, lo que merma, sin duda, su intencionalidad emprendedora (Alonso, Galvegórriz y Hernández, 2006; Bagheri y Akmaliah, 2014; Drnovšek, Wincent y Cardon, 2010; Langowitz y Minniti, 2007; Oliveira, Moriano y Salazar, 2013; Sánchez, Lanero, Yurrebaso y Villanueva, 2007; Saurav Pathak, Goltz y Buche, 2013; Wilson, Kickul y Marlino, 2007).

Bagheri y Akmaliah (2014) subrayan el papel del género como variable significativa en la relación entre autoeficacia e intención emprendedora. Sus resultados apuntan que la autoeficacia masculina tiene mayor contribución que la femenina en dicha intención, corroborando así la tesis de Barnir et al. (2011), quienes asumían que la confianza de los hombres en sus habilidades contribuye mayormente en sus intenciones emprendedoras. Por otro lado, Bagheri y Akmaliah (2014) destacan que la autoeficacia de las mujeres tiene un menor impacto en sus intenciones a la hora de convertirse en emprendedoras. Esto sustenta la idea propuesta por Verheul et al., (2012), que propone que las mujeres perciben mayores impedimentos y barreras económicas, así como dificultades administrativas en el proceso de establecer su propio negocio en comparación con los hombres. Por último, Arshad et al. (2016) señalan cómo “[...] estos efectos están moderados por el género en la manera en la que la autoeficacia afecta de manera más positiva en la actitud emprendedora en los hombres que en las mujeres” (Arshad et al., en Bandura y Cervone, 1983: 1018).

2.3. Propensión al riesgo

Das y Teng (1997) definen la propensión al riesgo como el rasgo de la personalidad que determina la tendencia y disposición del individuo a asumir riesgos. Los individuos con puntuaciones altas en esta dimensión estarán inclinados a comportamientos

de alto riesgo, es decir, considerarán las alternativas cuyas consecuencias finales puedan alejarse de su marco de expectativas de resultados. Por su parte, los sujetos con baja propensión al riesgo tenderán a comportamientos de bajo riesgo y evitarán las alternativas que puedan causar resultados que varíen mucho de sus expectativas iniciales. No es necesario esclarecer que toda actividad emprendedora implica incertidumbre y correr cierto tipo de riesgos. Diferentes autores señalan que el riesgo puede inhibir el deseo de iniciar actividades complejas como la emprendedora, por cuanto que ésta puede implicar un fracaso, y es habitual desarrollar miedo al fracaso asociado al comportamiento de riesgo. Este miedo al fracaso condicionaría la conducta emprendedora (Bowen y De Clercq, 2008; Brockhaus, 1980; Hancock y Teevan, 1964).

La propensión al riesgo es, junto con la proactividad y la innovación, una de las tres dimensiones de la llamada orientación emprendedora (Covin y Slevin, 1989). Gurel et al. (2010), en un estudio realizado con estudiantes, concluyó que aquéllos con una fuerte actitud emprendedora puntuaban más alto en la toma de riesgos que aquéllos que no tenían una inclinación emprendedora. Niess et al. (2014) añaden que quienes son más tolerantes al riesgo tienen más probabilidad de emprender y cómo aquellos emprendedores con un nivel medio de asunción de riesgos tienen mayor probabilidad de permanecer como emprendedores. En cuanto al análisis de género también se han encontrado diferencias significativas. Zeffane (2015) corrobora dichas diferencias cuando afirma que las mujeres están menos predispuestas a correr riesgos en comparación a los hombres. Reivindica incluso la necesidad de profundizar en los estudios de asunción de riesgo femenino, por entender que puede ser una de las causas de la desvinculación de la mujer al emprendimiento (Zeffane, 2015). El discurso de Dawson, de Meza, Henley y Arabsheibani (2015) sigue la misma línea cuando afirman que una fuerte actitud hacia el riesgo contribuye a explicar por qué los niveles de intención son significativamente mayores en los hombres que en las mujeres. Parece evidente que las mujeres son más sensibles al riesgo que los hombres, manifestando preferencia a un mercado laboral estable frente a uno con mayores ganancias si su obtención implica mayores riesgos “Solo el 30.2% de las mujeres aceptarían trabajar en actividades de alto riesgo en contraposición con los hombres que lo harían en un 50.9%” (Cuevas y Rodríguez, 2008: 385). De la misma forma se manifiesta Kargwell (2012), señalando la menor propensión al riesgo como un rasgo característico femenino, junto a una mayor necesidad de logro, un mayor control interno y una personalidad menos proactiva que la de los hombres.

2.4. Proactividad

La proactividad haría referencia a la tendencia a iniciar y mantener acciones que directamente alteran el ambiente circundante (Bateman y Crant, 1993). Es el rasgo que poseen algunas personas para identificar diferentes oportunidades y actuar sobre ellas. Implicaría iniciativa, realizar acciones directas y perseverar hasta conseguir un cambio significativo. La proactividad pone el acento en la anticipación, en ser capaz de prevenir los problemas antes de que ocurran y tener una clara orientación a la acción. (Sánchez, Lanero y Yurrebaso, 2005).

Muñoz-Bullón (2015) incluye la proactividad, junto la toma de riesgos y la innovación, como factores clave para tener mayor probabilidad de emprender. Asimismo, Crant (1996) afirma que una persona se caracteriza como proactiva por enfrentarse y

solucionar los problemas y tener una responsabilidad individual para crear impacto en su alrededor. La literatura científica identifica la proactividad como un importante propulsor de la intención emprendedora (Crant, 1996; Covin y Slevin, 1991; Gupta, Turbany y Bhawe, 2008; Krueger y Brazeal, 1994; Moriano, 2005; Sánchez, 2010; Shapero, 1982; Yurrebaso 2012). Relacionada con el género, diferentes investigaciones han puesto el acento sobre este tema. Autores como Gupta et al. (2008) analizan la influencia de la personalidad proactiva y las amenazas de los estereotipos en la intención emprendedora en las mujeres, comprobando que las más proactivas eran más vulnerables a ser influenciadas por las amenazas de los estereotipos, lo que consecuentemente producía una reducción de su intención emprendedora. Sin embargo, esto no ocurría con las mujeres que no eran proactivas. Además, concluyeron que las mujeres proactivas tienen mayores intenciones emprendedoras que las que no lo son.

2.5. Intención emprendedora

Las investigaciones basadas en la intención ponen de manifiesto la contribución de la intención como predictor individual de la conducta planificada y constituyen un marco coherente y sólido que ayuda a comprender los procesos de emprendizaje (Bygrave, 1989; Moriano, 2005; Sánchez, 2010; Yurrebaso, 2012).

Bird (1988) define la intencionalidad como un estado mental que conduce al individuo a un objetivo concreto. Otros autores (Chen, Greene y Crick, 1998; De Noble, Jung y Ehrlich, 1999; Kickul y Zaper, 2000) entienden que la intención depende de otras variables (independientes) que pueden ser de tipo personal, del entorno social, económico o incluso organizativo. Vesalainen y Pihkala (1999) defienden que la intencionalidad incluiría pensamientos racionales y analíticos y pensamientos globales intuitivos. La intención emprendedora dependería de la personalidad, pero también de la situación vital de la persona, de los cambios de objetivos, preferencias o contingencias. Estos autores atribuyen a la autoeficacia un papel preponderante sobre la intencionalidad, ya que la autoeficacia puede incentivar, u obstaculizar tal intención. Desde este modelo conceptual del emprendimiento se considera que la acción emprendedora es el resultado de un complejo proceso, en el que intervienen intenciones, actitudes, así como variables del entorno y otros factores. Las variables personales incluyen rasgos de la personalidad, mientras que los factores externos incluyen variables relacionadas con redes, finanzas y otros aspectos socioculturales diferenciados también en base al género (Álvarez y Urbano, 2011; Álvarez, Noguera y Urbano, 2012; Ortiz y Olaz, 2016). El estudio de estos rasgos de la personalidad resulta eficaz y se relacionan con factores situacionales. En la misma línea se pronuncian Obschonka et al. (2010) y Niess y Biesemann (2014), quienes resaltan cómo las propias experiencias emprendedoras también pueden ir cambiando de forma gradual los rasgos de personalidad.

De entre todos estos diferentes estudios, en la Psicología Social, dominan los basados en la propuesta de Ajzen y Fishbein (Ajzen, 1991), junto con los elementos principales de la Teoría del Aprendizaje Social y Autoeficacia de Bandura, (1986), e incluso el Modelo del Evento Emprendedor de Shapero (1982).

Ajzen, en un intento de predecir y explicar la conducta humana en contextos específicos, formula su Teoría de la Conducta Planeada (Ajzen, 1991). Su principal premisa es que las intenciones que conducen a realizar determinadas conductas pueden ser predichas en función de determinadas variables. Ajzen considera a estas va-

riables subjetivas de determinantes o antecedentes de intenciones conceptualmente independientes. Estas variables son:

- **La actitud para la acción:** referida a la valoración que uno hace sobre determinada conducta, sea favorable o no. Se relaciona con la percepción de la persona sobre el resultado de una conducta. Si uno percibe como favorable el resultado de una conducta, es más probable que la realice.
- **Las normas subjetivas:** alude a la presión social que un individuo percibe respecto a la realización o no de una determinada conducta. Es una influencia externa que condiciona la toma de decisiones. Si las personas del entorno de un individuo esperan que éste realice una conducta es más probable que éste la ponga en práctica que si la actitud de las personas que le rodean fuere negativa.
- **El control percibido de la conducta:** es la percepción del individuo en orden a la dificultad o facilidad de ejecutar una determinada conducta. Si el individuo percibe una conducta como factible, hay mayor probabilidad de que se realice. Este control percibido es un concepto cercano al de la autoeficacia de Bandura, e incide más sobre las intenciones que sobre la conducta real (Azjen, 1991).

La teoría de la conducta planeada postula que cuanto más favorables sean la actitud, las normas subjetivas, y el control percibido hacia una conducta, aumentará la intención de un individuo hacia la realización de esa conducta (Azjen, 1991). Ahora bien, el propio Azjen relativiza el impacto de cada uno de esos antecedentes de intenciones, como motivante de una conducta variando al compás de las diferentes situaciones. En ocasiones, únicamente las actitudes ejercen un influjo suficiente sobre las intenciones. En otros casos, las actitudes y el control percibido de la conducta justificarán el aumento de las intenciones. Para otros supuestos, cada una de las tres variables contribuye independientemente a la ejecución de la conducta

El modelo diferencia, claramente, dos dimensiones de análisis; la intención (previa a la conducta, en este caso la intención de abrir un negocio o emprender) y la conducta final, a la que, se supone, conduce la intención (abrir el negocio). Este estudio se centrará en la segunda dimensión, por tomar como muestra a un colectivo de empresarios emprendedores que han materializado su idea de negocio.

Krueger, Reilly y Carsrud (2000), tras comprobar en sus investigaciones que las variables situacionales (pérdida de empleo) e individuales (rasgos de la personalidad) ofrecían resultados empíricos parciales e inconsistentes para las predicciones de la conducta emprendedora, optaron por la Teoría de la Conducta Planeada de Azjen y el Modelo del Evento Empresarial de Shapero (1982). Sus resultados les llevan a concluir que las intenciones son los elementos más importantes de la conducta al emprendedurismo antes que las variables situacionales e individuales que ejercen una influencia indirecta en el emprendedor. La intención ejerce una función mediadora entre la acción emprendedora y las potenciales influencias externas. La intención es el estado cognitivo inmediatamente anterior a la ejecución de una conducta. Las actitudes influyen en la conducta, por su impacto en las intenciones, del mismo modo que las intenciones y actitudes dependen de la situación (Krueger, et al. 2000). En el modelo de las intenciones además de las variables aludidas, influyen otros factores variables del individuo, tales como su nivel de educación, estado civil y experiencia

vicaria. Scholten, Kemp y Omta (2004) defienden, además, que otras variables al margen de las que integra el modelo de intenciones, como los factores personales individuales (educación, estado civil y experiencia vicaria), pueden influir en la intención de emprender, y aunque no lo incluyen en su estudio, afirman que la propensión al riesgo y la autoeficacia tienen una influencia indirecta en la intención, estando mediatizados por la actitud, las normas subjetivas y el control percibido del comportamiento.

Son numerosos los estudios que señalan diferencias en base a género en la intención emprendedora (Fuentes y Sánchez, 2010; GEM, 2016; Moriano et al., 2006; Oliveira et al., 2013; Sánchez et al., 2007; Saurav Pathak, et al., 2013) contribuyendo a generar la percepción de que el emprendimiento es percibido como un dominio masculino (Green et al., 1995; Hancock, Pérez-Quintana y Hormiga, 2014; Langowitz y Minniti, 2007; Saurav Pathak, et al., 2013; Gupta, Turban, Wasti y Sikdar, 2009; Vivel Búa, Fernández y Rodeiro, 2011) y adoptando un enfoque en su estudio neutro en cuanto a género se refiere, que no tiene en cuenta factores socioculturales (estereotipos) que influyen de forma directa en la percepción y posterior actuación de los individuos, hombres y mujeres, en su potencial actividad emprendedora (Gupta et al., 2008; Langowitz y Minniti, 2007; Maes et al., 2014; Saurav Pathak, et al., 2013). Estos condicionamientos y roles atribuidos socialmente a las mujeres serán los que afecten en mayor medida a su intencionalidad a través de la norma subjetiva (Oliveira, Moriano, Lagúa y Salazar, 2015; Karimi, Biemans, Lans, Chizari y Mulder, 2014).

En resumen, la conducta emprendedora, por lo que implica en cuanto creación y puesta en marcha de una idea o negocio, puede definirse como una conducta planeada. Asumiendo que la simple intención de ejecutar una conducta no garantiza su ejecución, y que la intención es uno de los mejores predictores de determinados tipos de comportamientos, podemos justificar el modelo de intenciones en el campo del emprendedurismo (Krueger et al., 2000).

3. El presente estudio

En base a las investigaciones revisadas en las secciones previas, el presente estudio se propone analizar si las siguientes hipótesis se cumplen o no:

H1. Los hombres tienen más locus de control interno que las mujeres.

H2. Los hombres tienen más autoeficacia que las mujeres

H3. Los hombres asumen más riesgos que las mujeres

H4. Los hombres tienen más proactividad que las mujeres.

3. Método

3.1. Participantes

El presente estudio cuantitativo se basa en un muestreo no probabilístico por cuotas, ya que previamente se establecieron los criterios de sexo. La muestra se compone de 479 sujetos emprendedores, 262 son varones y 210 mujeres, de edades comprendidas entre los 19 y 76, siendo la media de edad de 38.6 años. Los 7 sujetos restantes

son sujetos perdidos en relación a la variable sexo. Se codificó en dos grupos en función de su experiencia laboral de 1 a 120 meses (equivale a una experiencia entre 0 y 10 años) y de 121 a 998 meses (equivale a una experiencia mayor a 10 años). Se pusieron en relación las variables Experiencia y Sexo y se eliminaron los casos perdidos de ambas variables, quedando un total de 326 sujetos, 194 varones y 132 mujeres, de los cuales 147 informan de una baja experiencia laboral (72 varones y 75 mujeres) y 179 informan de una experiencia laboral intermedia-alta (122 varones y 57 mujeres). La procedencia es diversa, pues se recogió la muestra en diferentes regiones del país: zona norte y centro peninsular español. De los 479 sujetos los 194 varones se distribuyen de la siguiente forma conforme a la provincia de procedencia: Vizcaya (74), Navarra (42), Zamora-Salamanca (31), Soria (14) y Valladolid (33). Las 132 mujeres se distribuyen de acuerdo a la provincia: 45 son de Vizcaya, 16 son de Navarra, 27 de Zamora-Salamanca, 15 de Soria y 29 de Valladolid. Un total en la zona norte de 225 y un total de en centro peninsular de 254.

3.2. Procedimiento

Para la realización del estudio se requiere la colaboración de las diferentes Cámaras de Comercio e Industria de las provincias de Vizcaya, Navarra, Zamora, Salamanca, Soria y Valladolid. Estas entidades proporcionaron listados de las empresas activas de cada zona, indicando el contacto para acceder a la muestra. Se seleccionó a las personas de contacto de cada empresa que fueran fundadoras de la misma y siguieran manteniendo vínculos con ella. Tras requerir el permiso y consentimiento pertinente se realizaron las diferentes entrevistas personales con cada una de ellas, siempre que hubieran aceptado previamente la participación en el estudio.

3.3. Instrumento

El instrumento utilizado para este estudio es el COE que mide los rasgos que en la literatura se consideran relevantes en el comportamiento emprendedor. La estructura del cuestionario está formada por dos bloques: un primer apartado de variables control y un segundo bloque con variables relacionadas con el perfil personal del emprendedor. En el primer apartado se recogen los datos personales del sujeto que podrían tener influencia en su intención emprendedora: edad, sexo, tipo de estudios, situación laboral, profesión del padre y profesión de la madre. El segundo bloque abarca desde el apartado II al X. Consta de 20 ítems, en escala 0-5, de los cuales: 11 están diseñados para medir locus de control interno y 9 están diseñados para medir locus de control externo. El tercer apartado posee 23 ítems, en escala 0-10, diseñados para medir autoeficacia emprendedora. El cuarto apartado tiene 22 ítems, en escala de 0 a 5, que pretenden medir Proactividad (del 1 al 10), Riesgo (del 11 al 22) e Iniciativa (del 23 al 35). En el quinto apartado, se evalúan (de 0 a 5) los motivos que la persona juzga como importantes para otros a la hora de crear una empresa. En el sexto apartado se valoran (de 0 a 5) los motivos propios en la creación de una empresa. En el apartado VII se valoran, de 0 a 5, los recursos que se consideran importantes. Las dificultades se miden en el punto VIII del COE y, en el apartado IX, se evalúan, de 0 a 5, las variables circunstanciales que pudieran influir en la creación de una empresa. Con relación a la intención laboral, se valora el grado de preferencia (de 0 a 5) de

distintas opciones en el apartado X. El diseño de la investigación es cuantitativo no experimental y transversal.

Los datos recogidos en la muestra se analizaron mediante el programa informático IBM-SPSS statistics-24. En primer lugar, se realizó un análisis descriptivo de las cinco variables objeto de estudio: autoeficacia, proactividad, propensión al riesgo, iniciativa emprendedora y locus de control. A continuación, se comprobó si existían diferencias de medias entre grupos en las variables presentadas. Para comprobar si existían diferencias entre hombres y mujeres en las variables del estudio se realizó una prueba t de Student de diferencias de medias para muestras independientes. Para comprobar si existían diferencias entre los grupos de mujeres y hombres en las variables del estudio se realizó una prueba ANOVA de un factor inter.

3.4. Resultados

Con respecto a la diferencia de medias, no se encontraron diferencias significativas entre hombres y mujeres en ninguna de las variables del estudio (tabla 1), obteniendo en la variable autoeficacia ($t_{(308)} = 1.498: p > .05$). En la variable proactividad ($t_{(306)} = 1.323: p > .05$). En la variable propensión al riesgo ($t_{(306)} = 1.373: p > .05$). En la variable iniciativa emprendedora ($t_{(305)} = 1.343: p > .05$). Por último, en la variable locus de control ($t_{(602)} = .296: p > .05$).

Tabla 1. Diferencias entre las características analizadas según el género

Variable		Prueba de Levene de igualdad de varianzas		Prueba t para la igualdad de medias						
		F	Sig.	t	gl	Sig. bilateral	Dif. de medias	Dif. de error standard	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
									Inferior	Superior
Autoeficacia	Se asumen varianzas iguales	.973	.325	1.498	308	.135	.60285	.40241	-.18898	1.39467
	No se asumen varianzas iguales			1.719	294.474	.087	.60285	.35079	-.08753	1.29322
Proactividad	Se asumen varianzas iguales	.005	.945	1.323	306	.187	.15374	.11619	-.07489	.38237
	No se asumen varianzas iguales			1.407	295.499	.160	.15374	.10925	-.06126	.36875
Riesgo	Se asumen varianzas iguales	.289	.591	1.373	306	.171	.13119	.09556	-.05685	.31922
	No se asumen varianzas iguales			1.358	241.952	.176	.13119	.09660	-.05911	.32148
Iniciativa	Se asumen varianzas iguales	1.305	.254	1.343	305	.180	.09870	.07348	-.04590	.24329
	No se asumen varianzas iguales			1.368	266.027	.173	.09870	.07215	-.04337	.24076
Locus Equal	Se asumen varianzas iguales	1.095	.296	-.022	602	.982	-.00150	.06737	-.13381	.13081
	No se asumen varianzas iguales			-.021	405.522	.983	-.00150	.07015	-.13941	.13640

Fuente: Elaboración propia

Se comprobó si había diferencias entre los grupos en los rasgos de personalidad y dimensiones cognitivas (tabla 2), encontrando que no había diferencias estadísticamente significativas entre los grupos en ninguna de las variables en relación al sexo. Los datos estadísticos para la variable autoeficacia fueron ($F_{(1,308)} = 2.244; p > .05$). La variable proactividad ($F_{(1,306)} = 1.751; p > .05$). La variable riesgo ($F_{(1,306)} = 1.885; p > .05$). La variable iniciativa, ($F_{(1,305)} = 1.804; p > .05$). Por último, la variable locus de control ($F_{(1,602)} = .000; p > .05$).

Tabla 2. Influencia de las características analizadas en la intención de emprendimiento

Variable		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
autoeficacia * sexo	Entre grupos (Combinado)	26.729	1	26.729	2.244	.135
	Dentro de grupos	3668.289	308	11.91		
	Total	3695.018	309			
proactividad * sexo	Entre grupos (Combinado)	1.726	1	1.726	1.751	.187
	Dentro de grupos	301.649	306	.986		
	Total	303.375	307			
riesgo * sexo	Entre grupos (Combinado)	1.257	1	1.257	1.885	.171
	Dentro de grupos	204.036	306	.667		
	Total	205.292	307			
iniciativa * sexo	Entre grupos (Combinado)	0.71	1	.710	1.804	.180
	Dentro de grupos	120.01	305	.393		
	Total	120.72	306			
Locus I * sexo	Entre grupos (Combinado)	.000	1	.000	.000	.982
	Dentro de grupos	410.596	602	.682		
	Total	410.596	603			

Fuente: Elaboración propia.

Para comprobar la influencia de las variables Autoeficacia, Locus de Control Interno, Locus de Control Externo, Proactividad, Riesgo e Iniciativa sobre la intención laboral se realizó un análisis de regresión (Tabla 3).

Los datos encontrados indican que el modelo es significativo ($F=2.63; p=.01; R^2=.03$). Dentro del modelo, las variables que explicaban una cantidad significativa de varianza en las puntuaciones sobre la Intención Laboral en empresa privada fueron el Locus de Control Interno ($t=3.0; p<.001$) y la Proactividad ($t=2.5; p=.01$).

ZN: Los datos encontrados señalan que el modelo es significativo ($F=3.1; p=.001; R^2=.08$). Dentro del modelo, las variables que explicaban una cantidad significativa de varianza en las puntuaciones sobre la Intención Laboral en empresa privada fueron el Locus de Control Interno ($t=2.6; p=.001$) y la Proactividad ($t=1.2; p=.03$).

ZC: Los datos encontrados apuntan a que el modelo no es significativo ($F=0.91; p=.4; R^2=.02$).

Tabla 3. Correlaciones entre las escalas LCI, LCE, Autoeficacia, Proactividad, Riesgo e Iniciativa emprendedora

Variable	Autoeficacia	LCI	LCE	Proactividad	Riesgo	Iniciativa
Autoeficacia		.485	-.195	.478	.359	.415
LCI	.485		-.216	.451	.283	.304
LCE	-.195	-.216		-.058	-.090	.057
Proactividad	.478	.451	-.058		.477	.603
Riesgo	.359	.283	-.090	.477		.300
Iniciativa	.415	.304	.057	.603	.300	

Fuente: Elaboración propia.

Ante estos resultados se puede afirmar que existen relaciones significativas entre dichas variables.

4. Discusión

Si bien el punto de mira de este estudio se centraba en el análisis de la existencia o no de diferencias entre hombres y mujeres en las variables del perfil psicosocial del emprendedor, los resultados ponen de manifiesto que no se han encontrado diferencias de género estadísticamente significativas en el perfil psicosocial de los empresarios y empresarias, no confirmándose ninguna de las cuatro hipótesis planteadas. Es decir, no se confirma que los hombres tengan más locus de control interno que las mujeres, no se confirma que los hombres tengan más autoeficacia que las mujeres, no se confirma que los hombres sean más proactivos que las mujeres y no se confirma que los hombres asuman más riesgos que las mujeres. Una vez que la persona ha emprendido no se encuentran diferencias de género entre los emprendedores. Como sigue la lógica si ya han emprendido, no tendrían por qué existir diferencias. Sin embargo, la literatura pone el punto de mira en las diferencias de género que sí que existen en el paso previo al emprendimiento, resaltando la propensión de las mujeres a tener menor locus de control interno, menor propensión al riesgo y menor autoeficacia entre otras variables ligadas a la actividad emprendedora (Bagheri y Akmaliah, 2014; Sánchez, et al., 2005; Shikova et al., 2016; Xu et al., 2015). Además, estos resultados se utilizaban como posibles factores explicativos del mayor porcentaje de hombres emprendedores que de mujeres.

Otras investigaciones comparten los resultados obtenidos en el presente estudio. Bardasi y Bady (2008) concluyeron que no existen diferencias de género en el desarrollo de las pequeñas empresas. En esta misma línea, Obschonka et al. (2014) exponen en su estudio que no se encuentra ningún patrón consistente para las dimensiones de personalidad mediadas por el género y el emprendimiento. Además, añade que aparte de la personalidad, existen otros factores que juegan un rol importante en las diferencias de género y el emprendimiento, como el económico, los estereotipos de género y las responsabilidades familiares. En esta línea sigue Rodica (2017) quien considera que las diferencias de género entre los hombres y las mujeres tienen su naturaleza en factores hormonales y culturales. Asimismo, dicha autora recoge en su artículo la idea de Chell (2008), que expresa la carencia de estudios longitudinales en los factores de personalidad de los emprendedores. Es decir, al no tener datos de

los sujetos en sus rasgos de personalidad antes y después es difícil determinar si se han convertido en empresarios porque tenían rasgos de emprendedor o bien los han adquirido una vez trabajando como emprendedores.

También Pineda Duque (2004) defiende que no existen diferencias en cuanto al género en los rasgos propios de la personalidad, sino que las diferencias aparecen como prácticas aprendidas y puestas en marcha en contextos específicos. Lo que implica ahondar más en las situaciones socioculturales. Esta idea la comparten otros autores como Castiblanco (2013) que recoge en su artículo el estudio de Langowitz y Minniti (2007) quienes demostraban que las diferencias en los emprendimientos no están dadas por las variables intrínsecas al género sino por las variables de percepción, en las que las mujeres perciben que ellas mismas y el entorno en el que se desenvuelven son menos favorables para los emprendimientos. En el mismo sentido se manifiestan Olaz y Ortiz (2017) al incidir cómo la falta de confianza y motivación que manifiestan las mujeres al emprender es fruto de la percepción de un entorno más hostil hacia ellas en este ámbito, proponiendo la capacitación en habilidades y competencias decisiva para contrarrestar este hecho. También Kargwell (2012) en un estudio en Emiratos Árabes Unidos sobre las diferencias existentes entre los emprendimientos dirigidos por hombres y mujeres, resalta el género como una construcción social con rasgos propios de cada comunidad, señalando los aspectos culturales más que los personales como diferenciadores entre ambos colectivos.

Todo ello sugiere la posibilidad de que el constructo social de género pueda ser un factor explicativo de dicha situación. La idea de que la reinante cultura patriarcal basada en creencias y valores que en su conjunto limitan, en este caso, la figura de la mujer emprendedora, es defendida por autores como Cuevas y Rodríguez (2008) al señalar que la participación en la actividad empresarial en función del género ha sido mayoritariamente relacionada con problemas de carácter específico, dificultades y obstáculos que las mujeres tienen que lidiar en un primer momento al inicio de la actividad emprendedora. Asimismo, aclaran que estas barreras que afectan a las mujeres, difieren de los hombres. En esta línea, Verheul et al. (2011) concluyeron que las dificultades que presentan las mujeres a la hora de empezar un negocio son dadas por el ambiente que las rodea. Ahl (2006) y Cliff et al. (2005) defienden la existencia de una asociación sistemática en la atribución de estereotipos de género a los emprendedores en función de su sexo biológico. Esto conlleva al posible riesgo de reforzar la idea de que hay algo inherente al hecho de ser mujer que hace que no se sienta capaz para emprender un negocio.

Algunos autores apuntan a que determinadas prácticas sociales favorecen los intereses de un grupo de género, el masculino, frente al femenino, llegando a influir en las reglas e instituciones formales de un país. De esta forma las prácticas sociales asumen una orientación de género que afectaría a la sociedad en su conjunto (GEM, 2016; North, 1994; Olson, 2000). En este sentido se impone tomar medidas que mitiguen estas diferencias de género actuales ligadas a la actividad emprendedora, ancladas en nuestro contexto cultural. Desde eficaces políticas de conciliación laboral, una de las principales trabas al emprendimiento femenino ante sus homólogos masculinos (Díaz, 2016), hasta el necesario impulso del factor educativo y la necesidad de brindar una real igualdad de oportunidades educativas en el ámbito empresarial (Fairlie y Robb, 2009; Saurav Pathak, et al, 2013). De igual forma se requiere mayor apoyo social y ayudas estatales (Álvarez et al., 2012).

5. Conclusiones

A lo largo de los últimos años, el estudio de todo lo relativo a la actividad emprendedora ha crecido de manera exponencial. La psicología tiene un papel clave en estas investigaciones, interesándose, entre otros temas, por identificar el perfil emprendedor, así como sus posibles diferencias de género, si las hubiera. En este sentido, parece ir disminuyendo la tendencia a practicar el denominado “androcentrismo científico”, es decir, a analizar la actividad emprendedora asumiendo como natural la forma tradicional y masculina de hacer negocios (Green y Cohen, 1995). Por lo que las mujeres ya no pertenecen a una parte casuística del estudio, sino que al igual que los hombres son una parte crucial del mismo en la actividad emprendedora.

Este estudio pretendía comprobar si existen diferencias de personalidad en base al género en la intención de mantener el negocio en los empresarios una vez que ya han emprendido. Los resultados de este estudio concluyen que en el emprendimiento la diferencia de género no resulta ser relevante al configurar un perfil psicosocial de la mujer emprendedora. Una vez que la persona ha emprendido no se encuentran diferencias de género entre los emprendedores

Se puede concluir que las dificultades y diferencias del emprendimiento femenino están más ligadas a factores socioculturales e institucionales del entorno que a sus características personales a título individual. Esto reclama un nuevo abordaje del emprendimiento desde las teorías de género cuando se analicen diferencias de sexo, un marco teórico basado en género y no sólo observaciones empíricas del proceso emprendedor, como las de este estudio. Quizás esta carencia de abordaje nos ayude a explicar los factores que influyen específicamente en la iniciativa empresarial de las mujeres.

Referencias

- Ahl, H. (2006). “Why research on women entrepreneurs needs new directions”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30 (5): 595-821.
- Ajzen, I. (1991). “Theory of planned behavior: Some unresolved issues”. *Organizational Behavior y Human Decision Processes*, 50 (2): 179-211.
- Alonso, M.J. y Galve, C., (2008). “El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución”. *Acciones e Investigaciones Sociales*, 26: 5-44.
- Álvarez, C.; Noguera M. y Urbano, D. (2012). “Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino. Un estudio cuantitativo en España”. *Economía Industrial*, 383 (1): 43-52.
- Alonso Nuez, M.J.; Galvegórriz, C. y Hernández Trasobares, A. (2006). “Creación de empresas y autoempleo en Europa: período 1997-2002”, *XVI Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica*. Universidade de Évora.
- Alvarez, C. y Urbano, D. (2011). “Una década de investigación sobre el GEM: logros y retos”. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 46: 6-37.
- Bagheri, A. y Akmaliah. Z. (2014). “The moderating role of gender in shaping entrepreneurial intentions: implications for vocational guidance”. *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, 14: 255-273.
- Bandura, A. (1986). *The social foundations of thought and action*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

- Bardasi, E. y Baby, G. (2008). *Unlocking the power of women: toward the competitive frontier, strategies for improving Ethiopia's investment climate*. World Bank, Washington.
- Barnir, A., Watson, W.E. y Hutchins, H.M. (2011). "Mediation and moderated mediation in the relationship among role models, self-efficacy, entrepreneurial career intention, and gender". *Journal of Applied Social Psychology*, 41: 270-297.
- Bateman, S., y Crant, J. M. (1993). "The proactive component of organizational behavior". *Journal of Organizational Behavior*, 14 (2): 103-118.
- Bird, B., (1988). "Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention". *Academy of Management* 13(3): 442-453.
- Bowen, H.P. y De Clercq, D. (2008), "National institutions and the allocation of entrepreneurial effort", *Journal of International Business Studies*, 39 (4): 747-767.
- Brockhaus, R.H.S. (1980), "Risk taking propensity of entrepreneurs", *Academy of Management Journal*, 23 (3): 509-520.
- Brush, C.D. (1992). "Research on women business owners: past trends, a new perspective, and future directions". *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 16 (4): 5-30.
- Bygrave, W.D. (1989). "The entrepreneurship paradigm: a philosophical look at OTS research methodologies". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14 (1): 7-26.
- Campos Vázquez, R.M. (2017). *Economía y psicología: Apuntes sobre economía conductual para entender problemas económicos actuales*. México: FCE, El Colegio de éxito.
- Carr, J, y Sequeira, J. (2007). "Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A Theory of Planned Behavior approach." *Journal of Business Research*, 60, (10): 1090-1098.
- Castiblanco S.E. (2013) "La construcción de la categoría de emprendimiento femenino". *Fundación universitaria Konrad Lorenz rev.fac.cienc.econ.*, 21 (2): 53-66 recuperado en DOI: <https://doi.org/10.18359/rfce.656>
- Chao-Tung, L., Tsorng-Lin, C. y Chaoyun, L. (2015). "Effect of Personality Differences in Shaping Entrepreneurial Intention". *International Journal of Business and Social Science*, 6, (4:1): 166-176.
- Chell, E. (2000). "Towards researching the opportunistic entrepreneur: A social constructionist approach and research agenda". *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9 (1): 63-80.
- Chen, C.C., Green, P.G. and Crick, A. (1998), "Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?" *Journal of Business Venturing*, 13 (4): 295-316.
- Christensen, M.A. (1994). *The identification of Business Starters using attitude*. Calgary, University of Calgary Press.
- Cliff, J.E., Langton, N. y Aldrich, H.E. (2005). "Walking the Talk? Gendered Rhetoric vs. Action in Small firms". *Organization Studies*, 26 (1): 63-91.
- Covin, J.G y Slevin, D.P. (1989). "Strategic management of small firms in hostile and benign environments". *Strategic Management Journal*, 10: 75-87.
- Crant, J. (1996). "The proactive personality scale as predictor of entrepreneurial intentions". *Journal of Small Business Management*, 34 (3): 42-49
- Cuevas, J.G. y Rodríguez, M.J. (2008). "Comportamiento de las mujeres empresarias: una visión global". *Revista de Economía Mundial*, 18: 381-392.
- Das T.K. y Teng, B.S (1997). "Time and entrepreneurial risk behaviour". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 22 (2): 69-88.
- Dawson C., de Meza D., Henley A. y Arabsheibani G.R. 2015. "The power of (none) positive thinking: self-employed pessimists earn more than optimists". *IZA DP 9242*.

- De la Cruz Sánchez-Escobedo, M., Díaz-Casero, J.C., Díaz-Aunión, A.M. Y Hernández-Mogollón, R. (2014). "Gender analysis of entrepreneurial intentions as a function of economic development across three groups of countries", *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10 (4): 747-765.
- De Noble, A. F., Jung, J., y Ehrlich, S. B. (1999). "Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial action". En Reynolds P. D. W. D. Bygrave S. Manigart C. M. Manson G. D. Meyer H. J. Sapienza y K. S. Shaver (Eds.). *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp. 73-87). Wellesley, MA: Babson College.
- Díaz, C. (2016). *Brecha Salarial y Brecha de Cuidados*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Díaz, C., Urbano, D. y Hernández, R. (2005). "Teoría Económica Institucional y Creación de Empresas". *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 11 (3): 209-230.
- Do Paço, A., Ferreira, J.M., Raposo, M., Rodrigues, R.G. y Dinis, A. (2015). "Entrepreneurial intentions: is education enough?" *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11 (1): 57-75.
- Drnovšek, M., Wincent, J. y Cardon, M.S. (2010). "Entrepreneurial self-efficacy and business startup: Developing a multi-dimensional definition". *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 16 (4): 329-348. Doi: 10.1108/13552551011054516.
- Espíritu-Olmos, R. y Sastre-Castillo, M.A. (2015). "Personality trait versus work values: Comparing Psychological theories on entrepreneurial intention". *Journal of Business Research*, 68: 1595-1598.
- Fairlie, R. W. y Robb, A. M. (2009). "Gender differences in business performance: evidence from the Characteristics of Business Owners survey". *Small Business Economics*, 33 (4): 375-395. doi:10.1007/s11187-009-9207-5.
- Felipe Martín, L. (2016). *Comparación de la intención emprendedora entre estudiantes de ingeniería. Estudio entre la Universidad Politécnica de Madrid y Linköping University*. Proyecto Fin de Carrera / Trabajo Fin de Grado, E.T.S.I. Industriales (UPM).
- Ferreira, J.J., Raposo, M.L., Rodríguez, R.G., Dinis, A. y Paco, A.D. (2012). "A model of entrepreneurial intention: An application of the Psychological and behavioral approaches". *Journal of the Small Business and Enterprise Development*, 19 (3): 424-440.
- Fuentes, M., Bojica, A.M. y Ruiz, M. (2010). "La orientación emprendedora en las iniciativas empresariales de mujeres: influencia d las relaciones externas". *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 20: 35-53.
- Fuentes, F.J. y Sánchez, M.S. (2010). "Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género". *Estudios de Economía Aplicada*, 28 (3): 1-28.
- Global Entrepreneurship Monitor (2016). *Informe GEM España 2016* (en línea). <http://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2015/03/InformeGEM2016-1.pdf> [consulta 22 de febrero de 2018]
- Green, E. y Cohen, L. (1995). "Women's Business. Are women Entrepreneurs breaking new ground or simply balancing the demands of women's work in a new way?" *Journal of gender studies*, 4 (3): 297-314.
- Gurel, E., Zltinay, L. y Daniele, R. (2010). "Tourism students' entrepreneurial intentions". *Annals of Tourism Research*, 37 (3): 646-669.
- Gupta, V.K., Turban, D.B. y Bhawe, N.M. (2008), "The effect of gender stereotype activation on entrepreneurial intentions", *Journal of Applied Psychology*, 93 (5): 1053-1061.
- Gupta, V.K., Turban, D.B., Wasti, S.A. y Sikdar, A. (2009). "The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 (2): 397-417. Doi: 10.1111/j.1540-6520.2009.00296.x.

- Hancock, C., Pérez-Quintana, A. y Hormiga, E. (2014). "Stereotypical notions of the entrepreneur: An analysis from a perspective of gender". *Journal of Promotion Management*, 20 (1): 82-94. Doi: 10.1080/10496491.2014.869100.
- Hancock, J. y Teevan, R. (1964), "Fear of failure and risk-taking behavior", *Journal of Personality*, 32 (2): 200-209.
- Justo, R., (2008). *La influencia del género y entorno familiar en el éxito y fracaso de las iniciativas emprendedoras*. Universidad Autónoma de Madrid. Madrid.
- Kargwell, S. (2012). "A comparative study on gender and entrepreneurship development: still a male's world within UAE cultural context". *International Journal of Business and Social Science*, 3 (6): 44-55.
- Karimi, S., Biemans, H.J.A., Lans, T., Chizari, M. y Mulder, M. (2014). "Effects of role models and gender on students' entrepreneurial intentions". *European Journal of Training and Development*, 38 (8): 694-727. Doi: 10.1108/EJTD-03-2013-0036.
- Khedhaouria, A., Gurau, C. y Torres, O. (2014). "Creativity, self-efficacy, and small-firm performance: the mediating role of entrepreneurial orientation". *Small Business Economics*, 44 (3): 1-20.
- Kickul, J. y Zaper, J., (2000): "Untying the knot: Do personal and organizational determinants influence entrepreneurial intentions?" *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 15 (3): 57-77.
- Korunka, C., Frank, H., Lueger, M. y Mugler, J. (2003). "The entrepreneurial personality in the context of resources, environment, and the startup process-A configurational approach". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28 (1): 23-42.
- Krueger, N. F. y Brazeal, D. V. (1994): "Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs". *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 18: 91-104.
- Krueger, N., Reilly, M. y Carsrud, A. (2000). "Competing models of entrepreneurial intentions". *Journal of Business Venturing*, 15 (5/6): 411-532.
- Langowitz, N. y Minniti, M. (2007). "The entrepreneurial propensity of women". *Entrepreneurship: Theory and practice*, 31 (3): 341-364.
- Le Bras, H., (1995). "La aritmética de la población". *Mundo Científico*, 162: 964-969.
- López, D. (2013). *Psicología de la Personalidad*. Universidad de Salamanca, Salamanca
- Lumpkin, G.T. y Dess, G.G. (1996). "Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance". *Academy of Management Review*, 21 (1): 135-172.
- Maes, J., Leroy, H. y Sels, L. (2014). "Gender differences in entrepreneurial intentions: A TPB multigroup analysis at factor and indicator level". *European Management Journal*, 32 (5): 784-794. Doi: 10.1016/j.emj.2014.01.001.
- Morales-Alonso, G, Pablo-Lerchundi, I. y Núñez-del Río, M.C. (2016). "Entrepreneurial intention of engineering students and associated influence of contextual factors". *Revista de Psicología Social*, 31 (1): 75-108.
- Morales, S.T. (2008): *El emprendedor académico y la decisión de crear SPIN-OFF: un análisis del caso español*. Tesis doctoral, Universidad de Valencia, Facultad de Economía.
- Moriano, J.A. (2005). *El perfil psicosocial del emprendedor*. Madrid, España: Consejo Económico y Social.
- Moriano, J.A., Palací, F. J. y y Trejo, E. (2001). "El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores". *Revista de Psicología Social*, 16 (2): 229-242.
- Moriano, J.A., Palací, F.J. y Morales, J.F. (2006). "Adaptación y validación en España de la escala de Autoeficacia Emprendedora". *Revista de Psicología Social*, 21 (1): 51-64.

- Mueller, S.L. y Conway Dato-on, M. (2013). "A cross-cultural study of gender-role orientation and entrepreneurial self-efficacy". *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9 (1): 1-20.
- Muñoz-Bullón, F., Sánchez-Bueno, M.J. y Vos-Saz, A. (2015). "Nascent entrepreneurs' personality attributes and the international dimension of new adventures". *International Entrepreneurship Management Journal*, 11: 473-492.
- Niess, C. y Biemann, T. (2014). "The role of risk propensity in predicting self-employment". *Journal of Applied Psychology*, 99 (5): 1000-1009.
- North, D. (1994), "Economic performance over time", *American Economic Review*, 84 (2): 359-368.
- Obschonka, M., Schmitt-Rodermund, E. y Terracciano, A. (2014). "Personality and the Gender Gap in Self-Employment: a Multi-Nation Study". *PLoS ONE*, 9 (8): e103805. Doi: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0103805>.
- Oliveira, B.M, Moriano, J.A., Laguía, A. y Salazar, V.J. (2015). "El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de género". *Anuario de Psicología/The UB Journal of Psychology*, 45 (3): 301-315.
- Olson, M. (2000). *Power and Prosperity*. Basic Books: New York, NY.
- Olaz, A. y Ortiz, P. (2017). Aproximación a la caracterización del emprendimiento femenino: una investigación cualitativa en clave competencial. *Barataria, Revista Castellano Manchega de Ciencias Sociales* nº 22, pp. 51-66, DOI: <http://dx.doi.org/10.20932/barataria.v0i22.335>
- Ortiz, P. y Olaz, A. (2016). *Mujer y emprendimiento desde una perspectiva competencial*. Cizur Menor (Navarra): Thomson Civitas – Aranzadi.
- Pineda Duque, J (2004). "Emprendimiento y género: el caso de la industria de la belleza en Bogotá". *Sociedad y Economía*, 26: 239-269,(en línea) http://historiayespacio.univalle.edu.co/index.php/sociedad_y_economia/article/view/3959 [consulta 30 agosto 2018].
- Pihkala, T. y Vesalainen, J. Y. (1999). "Entrepreneurial identity, intentions and the effect of the push-factor". *Academy of Entrepreneurship Journal*, 5 (2): 1-24.
- Rauch, A. y Frese, M. (2007). "Born to be an entrepreneur? Revisiting the personality approach to Entrepreneurship". En J.R. Baum, M. Frese y R.J. Baron (Eds.), *The psychology of entrepreneurship* (pp.41-65). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Rodeiro Pazos, D., Fernández López, S., y Vivel Búa, M. (2011). "Universidad emprendedora: La creación de spin-offs". En S. Fernández López y D. Rodeiro Pazos (Coords.), *El emprendimiento femenino en el sistema universitario español y gallego*. Universidade de Santiago de Compostela, Serv. de Publ. e Intercambio Científico.
- Rodica, M. (2017). "Entrepreneurial personality and entrepreneurial behaviour". *Bulletin of the Transilvania University of Brasov*, 10 (59): 19-28.
- Romero, E., Villar, P., Luengo, M. A. y Gómez–Fraguela, J. (2009). "Traits, personal strivings and well-being". *Journal of Research in Personality*, 43 (4): 535-546.
- Rotter, J.B. (1966). "Generalised expectations from internal versus external control of reinforcement". *Psychological Monographs*, 80.
- Sánchez, J.C. (2010). "Evaluación de la Personalidad Emprendedora: Validez Factorial del Cuestionario de Orientación Emprendedora (COE)". *Revista Latinoamericana de Psicología*, 42 (1): 41-52.
- Sánchez, J. C., Lanero, A. y Yurrebaso, A. (2005). "Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario". *Revista De Psicología Social Aplicada*, 15 (1-2): 37-60.
- Sánchez, J.C., Lanero, A., Villanueva, J.J., D'Almeida, O. y Yurrebaso, A. (2007). "¿Por qué son los hombres más emprendedores que las mujeres? Una explicación basada en la elección de carrera". *Artículo presentado en el X Congreso Nacional de Psicología*

- Social: Un encuentro de perspectivas, Cádiz, España.* <http://psi.usal.es/emprendedores/documentos/Sanchez07.pdf>
- Saurav Pathak, S., Goltz, S. y Buche, M. (2013). “Influences of gendered institutions on women’s entry into entrepreneurship”. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour y Research*, 19 (5),: 478-502. DOI 10.1108/IJEBR-09-2011-0115
- Sesen, H. (2013). “Personality or environment? A comprehensive study on the entrepreneurial intentions of university students”. *Education Training*, 55 (7): 624-640.
- Shapiro, A. (1982). “Social dimensions of entrepreneurship”. En Kent, C., Sexton, D. y Vesper, K. (Eds.). *The encyclopedia of Entrepreneurship*, (pp. 72-90). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Scholten, V., Kemp, R. y Omta, O. (2004) *Entrepreneurship for life: The entrepreneurial intention among academic in the life sciences*. European Summer University.
- Suárez-Álvarez, J. y Pedrosa, I. (2016). “Evaluación de la personalidad emprendedora: situación actual y líneas de futuro”. *Papeles del Psicólogo*, 37 (1): 62-68.
- Vantilborh, T., Joly, J. y Pepermans, R. (2015). “Explaining Entrepreneurial Status and Success from Personality: An individual –Level Application of the Entrepreneurial Orientation Framework”. *Psychologica Belgica*, 55 (1): 32-56.
- Vecchio, R. P. (2003).” Entrepreneurship and leadership: Common trends and common threads”. *Human Resource Management Review*, 13 (2): 303-327.
- Veciana, J.M. (2005). *La creación de Empresas: un enfoque gerencial*. Colección de estudios económicos, La Caixa: Barcelona.
- Verheul, I., Thurik, R., Grilo, I. y van der Zwan, P. (2012). “Explaining preferences and actual involvement in self-employment: Gender and the entrepreneurial personality”. *Journal of Economic Psychology*, 33 (2): 325-341. Doi: 10.1016/j.joep.2011.02.009
- Vesalainen, J., y Pihkala, T. (1999). *Motivation structure and entrepreneurial intentions* (en línea) <http://www.babson.edu/entrep/fer/papers99/>
- Wilson, F., Kickul, J. y Marlino, D. (2007). “Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31 (3): 387-406. Doi: 10.1111/j.1540-6520.2007.00179.x.
- Xiaozhou, X., Hao, N. y Yinghua, Y. (2015). “Factors influencing entrepreneurial intentions of Chinese secondary school, Joly students: an empirical study”. *Asia Pacific Educate*, 17: 625-635.
- Xu, Y., Yen, D., Lin, B. y Chou, D. (2002). “Adopting customer relationship management technology”. *Industrial Management & Data System*, 102 (8): 442-452.
- Yurrebaso, A., (2012). *La personalidad y los valores sociales: influencia en el emprendizaje* (Tesis doctoral). Universidad de Salamanca, Salamanca.
- Zhang, Z., Zyphur, M.J., Narayanan, J., Arvey, R.D., Chaturvedi, S., Avolio, B. J., Lichtensein, P. y Larsson, G. (2009). “The genetic basis of entrepreneurship: effects of gender and personality”. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 110: 93-107.
- Zhao, H., Seibert, S. and Hills, G. (2005), “The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions”, *Journal of Applied Psychology*, 90 (6): 1265-1272.
- Zeffane, R. (2015). “Gender, trust and risk-taking: a literature review and proposed research model”. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 9 (3): 221-232.