CINQ IDÉES FAUSSES COURANTES SUR LES FEMMES ET L'ESPRIT D'ENTREPRISE

Ingrid Chadwick est professeure agrégée de gestion et directrice de l'initiative de la Banque nationale en matière d'entrepreneuriat et d'entreprise familiale à l'École de commerce John Molson de l'Université Concordia. Elle est titulaire d'un doctorat en comportement organisationnel et d'une maîtrise d'éducation en apprentissage organisationnel de l'université Queen's. Les recherches d'Ingrid se concentrent sur la nature sexuée du leadership et de l'entrepreneuriat et ont été publiées dans des revues universitaires de premier plan. Elle participe activement à des conférences universitaires et à des événements sur les femmes dans le leadership et l'entreprenariat. Avant sa carrière universitaire, Ingrid a collaboré à des initiatives de développement du personnel et organisationnel dans des entreprises en Suède et au Canada.

Alexandra Dawson est professeure agrégée de gestion et titulaire du poste de professeur distingué de la CIBC en entrepreneuriat et en entreprise familiale à l'École de commerce John Molson de l'Université Concordia. Alexandra Dawson s'intéresse à l'enseignement et à la recherche dans le domaine de l'entrepreneuriat et des entreprises familiales. Elle a publié dans plusieurs revues universitaires de premier plan et fait régulièrement des présentations lors de conférences internationales. Alexandra est titulaire d'un doctorat en gestion et en administration des affaires de l'université Bocconi (Milan, Italie), où elle a également été boursière postdoctorale, et d'un MSc Econ de la London School of Economics (Londres, Royaume-Uni). Avant d'entrer dans le monde universitaire, Alexandra a été directrice d'une société de conseil en stratégie au Royaume-Uni.

Les femmes entrepreneures représentent une ressource essentielle pour l'économie et la société canadienne dans son ensemble. Toutefois, les femmes restent sous-représentées bien qu'elles constituent le segment des entrepreneurs qui connaît la croissance la plus rapide au niveau mondial[1]. Cette sous-représentation des femmes dans l'entrepreneuriat est préjudiciable à l'économie et aux progrès vers l'égalité. Comme l'illustre une étude récente du Boston Consulting Group[2], si les femmes participaient à l'entrepreneuriat autant que les hommes, le PIB mondial augmenterait de 3 à 6 %, ce qui ajouterait 2,5 à 5 billions de dollars à l'économie mondiale. Au Canada, une participation équivalente des femmes et des hommes à l'économie peut ajouter environ 150 milliards de dollars au PIB[3]. Ces considé-

1 Elam, A. B. Brush, C. G., Greene, P. G., Baumer, B., Dean, M. & Heavlow, R. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor 2018/19 Women's Entrepreneurship Report*. www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50405

2 www.bcg.com/publications/2019/boost-global-economy-5-trillion-dollar-support-women-entrepreneurs.aspx

3 www.ic.gc.ca/eic/site/107.nsf/eng/home

rations importantes ont conduit le gouvernement du Canada à agir. Plus précisément, le gouvernement a lancé la Stratégie pour les femmes en entrepreneuriat (SFE)[4] en 2018. Cette stratégie prévoyait un investissement global de 5 milliards de dollars pour soutenir les femmes dans l'entrepreneuriat, avec pour objectif de doubler le nombre d'entreprises appartenant à des femmes d'ici 2025, un taux qui a augmenté de 50 % entre 2014 et 2017, montrant ainsi que, bien qu'il s'agisse d'un objectif ambitieux, doubler ce nombre n'est pas irréaliste[5].

> « Au Canada, une participation équivalente des femmes et des hommes à l'économie peut ajouter environ 150 milliards de dollars au PIB. »

Fort de cette dynamique, cet article vise à contribuer au débat sur la manière de rendre l'entrepreneuriat plus inclusif pour les femmes en offrant des informations fondées sur des recherches sur l'intention entrepreneuriale et les normes de genre pour aider à dissiper les idées fausses courantes sur la motivation, le succès, les capacités de financement, la prise de risque et les réseaux établis sur les femmes et l'entrepreneuriat. En faisant la lumière sur ces idées fausses persistantes, nous espérons stimuler davantage cet important débat et encourager des efforts de transformation durables et concrets en vue d'une plus grande inclusion du genre dans l'entrepreneuriat à l'avenir.

IDÉE FAUSSE #1: « LES FEMMES NE SONT PAS MOTIVÉES À DEVENIR ENTREPRENEURS »

L'une des principales idées fausses sur les femmes et l'esprit d'entreprise est que (1) « les femmes ne sont pas motivées à devenir entrepreneurs ». S'il est vrai que les femmes ont moins de chances que les hommes de créer une entreprise, la différence n'est pas aussi frappante qu'on pourrait le croire. Par exemple, alors que les femmes ne possèdent que 15,6 % des petites et moyennes entreprises du Canada, elles représentaient 37 % des travailleurs indépendants canadiens en 2019[6], un chiffre significatif qui témoigne d'un fort intérêt pour l'entrepreneuriat. Les femmes sont également très susceptibles de travailler à leur compte sans se décrire comme entrepreneurs, ce qui peut fausser les données[7]. En outre, le langage entourant l'entrepreneuriat a tendance à être plus masculin[8,9], les mots décrivant les entrepreneurs étant généralement « preneurs de risques », « axés sur la réalisation » et « confiants ». Lorsque l'on pense aux grands entrepreneurs artisans de leur propre réussite, nombreux sont ceux qui pourront rapidement nommer des hommes tels que Bill Gates, mais bien moins nombreux sont ceux qui penseront à Sara Blakely, même si on leur laisse le temps de réfléchir. Globalement, les normes et les caractéristiques masculines entourant l'entrepreneuriat contribuent aux idées fausses selon lesquelles les femmes sont moins aptes à être entrepreneurs, ce qui, en fin de compte, les éloigne de la création d'entreprise.

> « Lorsque l'on pense aux grands entrepreneurs artisans de leur propre réussite, nombreux sont ceux qui pourront rapidement nommer des hommes tels que Bill Gates, mais bien moins nombreux sont ceux qui penseront à Sara Blakely, même si on leur laisse le temps de réfléchir. »

IDÉE FAUSSE #2: « LES FEMMES NE RÉUSSISSENT PAS EN TANT QU'ENTREPRENEURS »

Une autre idée fausse est que (2) « les femmes ne réussissent pas en tant qu'entrepreneurs ». Comme le montre une étude réalisée en 2018 par le Boston Consulting Group[10], les start-ups fondées ou cofondées par des femmes ont en fait tendance à être plus performantes au fil du temps, générant des revenus 10 % plus élevés sur une période de cinq ans. L'idée fausse

4 www.ic.gc.ca/eic/site/107.nsf/eng/home

5 Women Entrepreneurship Knowledge Hub (2020). The State of Women's Entrepreneurship in Canada 2020. Toronto: Diversity Institute, Ryerson University.

6 Women Entrepreneurship Knowledge Hub (2020). The State of Women's Entrepreneurship in Canada 2020. Toronto: Diversity Institute, Ryerson University.

7 Women Entrepreneurship Knowledge Hub (2020). The State of Women's Entrepreneurship in Canada 2020. Toronto: Diversity Institute, Ryerson University.

8 De Bruin, A., Brush, C.G. & Welter, F. (2006). Introduction to the special issue: towards building cumulative knowledge on women's entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice, 30(5), 585-593.

9 Winn, J. (2005). Women entrepreneurs: can we remove the barriers? *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(3), 381-397.

10 www.bcg.com/publications/2018/why-women-owned-startups-are-better-bet.aspx

selon laquelle les femmes ont peu de succès en tant qu'entrepreneurs s'explique en partie par les normes masculines qui entourent l'entrepreneuriat, en vertu desquelles les entreprises reçoivent principalement une attention en fonction de leur taille, de leur rentabilité, de leur forte croissance et de leurs connexions internationales. Ces caractéristiques sont plus courantes dans les entreprises dirigées par des hommes et, de ce fait, les mesures actuelles exacerbent le déséquilibre entre les genres[11]. Des recherches ont montré que le mythe des femmes entrepreneures peu performantes provient de la déconnexion entre une définition traditionnellement plus masculine de la réussite entrepreneuriale et le fait que les femmes ont des motivations entrepreneuriales différentes en termes de types d'objectifs et d'industries auxquels elles accordent la priorité[12]. Par exemple, il a été démontré que les femmes se concentrent davantage sur des motivations socio-émotionnelles, notamment l'accent mis sur les relations avec les employés et la famille et la capacité à avoir un impact sociétal positif, et qu'elles sont plus présentes dans les industries de services aux consommateurs où la rentabilité est plus faible et où les investisseurs sont moins susceptibles de placer leur argent[13].

« En mesurant et en valorisant une vision de l'esprit d'entreprise plus inclusive du point de vue du genre et en élargissant ce que signifie la réussite, il y a moins de chances de rater l'occasion de soutenir un plus grand nombre de femmes qui poursuivent l'entrepreneuriat à tous les stades de la croissance et de la rentabilité, et avec des modèles d'entreprise qui leur conviennent et qui correspondent à leurs désirs, dans tous les types d'industries. »

Ces différents motifs et priorités contribuent à expliquer pourquoi les femmes sont plus susceptibles que les hommes de diriger de petites entreprises dont la rentabilité et la croissance sont moindres, mais il est essentiel de souligner qu'une performance moindre n'est pas synonyme de sous-performance. En d'autres termes, les indicateurs traditionnels ont été développés pour l'entrepreneuriat masculin et, par conséquent, nous devons envisager d'autres indicateurs de réussite, tels que l'impact social, afin de saisir les effets des femmes qui suivent des voies entrepreneuriales non traditionnelles. Il ne s'agit pas ici de minimiser le faible nombre de femmes propriétaires d'entreprises, ni d'ignorer les femmes entrepreneures qui lancent des entreprises innovantes et à forte croissance, mais plutôt de souligner la nécessité d'intégrer une conceptualisation plus large de l'esprit d'entreprise en général et de la réussite entrepreneuriale en particulier. Par exemple, il a été démontré que les femmes se concentrent davantage sur des motivations socio-émotionnelles, notamment l'accent mis sur les relations avec les employés et la famille et la capacité à avoir un impact sociétal positif, et qu'elles sont plus présentes dans les industries de services aux consommateurs où la rentabilité est plus faible et où les investisseurs sont moins susceptibles de placer leur argent. En mesurant et en valorisant une vision de l'esprit d'entreprise plus inclusive du point de vue du genre et en élargissant ce que signifie la réussite, il y a moins de chances de rater l'occasion de soutenir un plus grand nombre de femmes qui poursuivent l'entrepreneuriat à tous les stades de la croissance et de la rentabilité, et avec des modèles d'entreprise qui leur conviennent et qui correspondent à leurs désirs, dans tous les types d'industries.

IDÉE FAUSSE #3: « LES FEMMES SONT INCAPABLES D'OBTENIR SUFFISAMMENT DE FINANCEMENT POUR LEUR ENTREPRISE »

Une autre idée fausse concernant les femmes entrepreneures est que (3) « les femmes ne sont pas capables d'obtenir suffisamment de financement pour leur entreprise ». Si les femmes sont moins susceptibles de recevoir un soutien financier en tant qu'entrepreneurs, les recherches ne suggèrent pas que cela soit dû à leur manque de capacités[14]. Les chercheurs ont plutôt constaté que les femmes sont moins susceptibles de demander un financement, en particulier des montants plus importants, soit parce qu'elles n'en ont pas besoin, soit parce qu'elles sont réticentes à postuler par crainte d'être rejetées en raison des stéréotypes masculins entourant l'entrepreneuriat. À l'appui de ce point de vue, des recherches montrent que, lorsque les femmes demandent un soutien financier, elles se voient poser

11 Marlow, S. & McAdam, M. (2013). Gender and entrepreneurship: advancing debate and challenging myths; exploring the mystery of the under-performing female entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 19 (1), 114-124.

12 Marlow, S. & McAdam, M. (2013). Gender and entrepreneurship: advancing debate and challenging myths; exploring the mystery of the under-performing female entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 19 (1), 114-124.

13 Eddleston, K. A., & Powell, G. N. (2008). The role of gender identity in explaining sex differences in business owners' career satisfier preferences. *Journal of Business Venturing*, 23(2), 244-256. Jennings, J. E. & Brush, C. G. (2013). Research on women entrepreneurs: Challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature? *Academy of Management Annals*, 7(1), 661-713.

14 Orser, B.J., Riding, A.L. & Manley, K. (2006). Women entrepreneurs and financial capital. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 643-665.

différents types de questions qui les freinent par rapport aux hommes[15]. En d'autres termes, les bailleurs de fonds ont tendance à poser aux femmes des questions axées sur la prévention qui se concentrent sur leurs échecs potentiels, tandis que les hommes se voient poser des questions axées sur la promotion qui se concentrent sur le succès potentiel et attendu. Il n'est pas surprenant que les questions axées sur la prévention posées aux femmes n'inspirent pas confiance dans leurs entreprises, ce qui explique pourquoi elles ont tendance à recevoir moins de financement. Dans l'ensemble, cette idée fausse selon laquelle le manque de soutien financier des femmes est dû à leur propre incapacité à réussir en tant qu'entrepreneurs est préjudiciable, car elle ne permet pas d'aborder correctement la raison de ce déséquilibre financier. Il est plutôt nécessaire d'éliminer les préjugés sexistes dans le processus d'allocation financière, notamment en ce qui concerne les types d'évaluation mis en place afin d'encourager davantage de femmes entrepreneures à demander le soutien financier approprié.

IDÉE FAUSSE #4: « LES FEMMES NE DEVIENNENT PAS ENTREPRENEURS PARCE QU'ELLES ONT UNE AVERSION POUR LE RISQUE »

> « Nous avons plus l'habitude de lire des récits sur des entrepreneurs prenant des risques financiers (plus typiques des hommes) et moins sur les risques liés à la défense de ce qu'une personne croit être juste ou au choix de la voie éthique lorsqu'elle est confrontée à un dilemme, même si cela signifie une moindre réussite financière. »

L'attitude des femmes face au risque et à l'échec est une autre idée fausse dans l'esprit d'entreprise : (4) « les femmes ne deviennent pas entrepreneurs parce qu'elles ont une aversion pour le risque ». Certes, certaines recherches semblent confirmer cette idée fausse, bien qu'il ne s'agisse nullement d'un « trait » propre à la plupart des femmes[16,17]. Nous proposons deux explications possibles à ce phénomène. Premièrement, cela est dû à la manière dont les femmes sont socialisées en fonction des normes et des attentes culturelles[18]. Par exemple, des études indiquent que les hommes ont tendance à être trop confiants et plus optimistes que les femmes en ce qui concerne la probabilité de réaliser des gains importants. Deuxièmement, cette idée fausse est souvent due à la définition du risque et aux histoires auxquelles nous sommes exposés[19]. Nous avons plus l'habitude de lire des récits sur des entrepreneurs prenant des risques financiers (plus typiques des hommes) et moins sur les risques liés à la défense de ce qu'une personne croit être juste ou au choix de la voie éthique lorsqu'elle est confrontée à un dilemme, même si cela signifie une moindre réussite financière. En général, les femmes ont tendance à prendre ce dernier type de risque plus que les hommes. Nous devons donc nous attaquer à ce préjugé culturel et adopter une vision plus large du risque entrepreneurial (conformément à une vision plus large de l'esprit d'entreprise, comme préconisé ci-dessus) qui va au-delà de la vision purement financière.

IDÉE FAUSSE #5: « LES FEMMES N'ÉTABLISSENT PAS LES BONS RÉSEAUX POUR DEVENIR DES ENTREPRENEURS À SUCCÈS »

Une dernière idée fausse que nous souhaitons aborder ici est que (5) « les femmes n'établissent pas les bons réseaux pour devenir des entrepreneurs à succès ». Des recherches ont montré que les femmes développent généralement des relations de mentorat et de réseautage plus formelles (c'est-à-dire avec l'aide ou l'intervention d'organisations externes) que les hommes, qui ont tendance à avoir des relations plus informelles (c'est-à-dire spontanées) parallèlement aux relations formelles[20]. Par rapport au mentorat informel, des études ont suggéré que le mentorat formel offre moins d'avantages en termes de développement de carrière et de fonctions psychosociales (comme le développement d'un sentiment de professionnalisme et le conseil ou le modelage) et est généralement moins efficace[21]. Bien que les recherches

15 Kanze, D., Huang, L., Conley, M. A., & Higgins, E. T. (2018). We ask men to win and women not to lose: Closing the gender gap in startup funding. *Academy of Management Journal*, 61(2), 586-614.

16 Jianakoplos, N.A., & Bernasek, A. (1998). Are women more risk averse? *Economic Inquiry*, 36(4), 620-630.

17 Caliendo, M., Fossen, F. M., & Kritikos, A. S. (2009). Risk attitudes of nascent entrepreneurs – new evidence from an experimentally validated survey. *Small Business Economics*, 32(2), 153-167.

18 Eddleston, K. A. & Powell, G. N. (2008). The role of gender identity in explaining sex differences in business owner's career satisfier preferences. *Journal of Business Venturing*, 23(2), 244-256.

19 https://hbr.org/2013/02/do-women-take-as-many-risks-as

20 Ragins, B. R. & Cotton, J. L. (1991). Easier said than done: Gender differences in perceived barriers to gaining a mentor. *Academy of Management Journal*, 34(4), 939-951.

21 Ragins, B. R. & Cotton, J. L. (1999). Mentor functions and outcomes: A comparison of men and women in formal and informal mentoring relationships. *Journal of Applied Psychology*, 84(4), 529-550.

suggèrent que le tutorat informel est plus efficace que le tutorat formel, il n'existe cependant aucune preuve que cela soit dû aux préférences des femmes entrepreneures ou à leur incapacité à établir des liens informels avec d'autres personnes. Il est plutôt dû au fait que les femmes sont moins susceptibles de connaître personnellement d'autres femmes entrepreneures, car elles sont moins nombreuses que les hommes (et les femmes ont tendance à rechercher le soutien d'autres femmes)[22]. Malgré cette limitation, les femmes sont en fait plus actives que les hommes dans le soutien aux autres femmes. Un rapport de Catalyst a indiqué que 65 % des femmes à haut potentiel qui ont bénéficié d'une aide à l'évolution de leur carrière ont activement soutenu d'autres femmes dans leur carrière (comparé à seulement 56 % des hommes)[23]. En outre, il a été démontré que les réseaux formels fonctionnent (bien que les recherches indiquent que les réseaux informels sont plus efficaces) : par exemple, une enquête d'Ernst & Young a conclu que 27 % des femmes qui ont participé à des programmes de travail en équipe ou de mentorat ont eu un accès « facile » au financement, par rapport à 19 % des femmes entrepreneures en général[24].

> « Nous devons continuer à encourager les femmes à se lancer dans l'entrepreneuriat, car, à mesure que le nombre de femmes entrepreneures augmente, nous pouvons nous attendre à ce qu'il y ait des opportunités supplémentaires de créer des réseaux informels également. »

Cela étant dit, il faut se pencher sur la question des réseaux exclusivement féminins, car ils risquent de ghettoïser les femmes chefs d'entreprise au lieu de favoriser un réseau plus diversifié[25]. En résumé, les femmes entrepreneures ont moins de possibilités de créer des réseaux et de trouver des mentors de manière informelle, mais cela n'est pas dû à leur préférence pour ce type de réseau ni à une incapacité à créer des liens informels avec d'autres personnes. En fait, lorsque les femmes rejoignent des réseaux formels, elles bénéficient grandement de ce soutien et donnent au suivant en aidant d'autres femmes entrepreneures. Par conséquent, plutôt que d'écarter les réseaux formels comme étant moins efficaces que les réseaux informels, nous devons continuer à encourager les femmes à se lancer dans l'entrepreneuriat, car, à mesure que le nombre de femmes entrepreneures augmente, nous pouvons nous attendre à ce qu'il y ait des opportunités supplémentaires de créer des réseaux informels également. Les deux types de mise en réseau doivent clairement être encouragés afin de transférer l'expertise, de se forger une réputation, d'accéder aux financements et, d'une manière générale, de fournir des ressources matérielles et immatérielles aux femmes entrepreneures.

Dans le but de contribuer au débat actuel sur la nécessité d'une plus grande inclusion des femmes dans l'entrepreneuriat, cet article fait la lumière sur cinq idées fausses importantes sur les femmes et l'entrepreneuriat qui sont préjudiciables à la motivation et à la capacité des femmes à réussir en tant qu'entrepreneurs. Ces idées fausses sont apparues en raison de la nature masculine de l'écosystème entrepreneurial et, pour cette raison, ce contexte continuera probablement à décourager les femmes entrepreneures jusqu'à ce que nous soyons capables de promouvoir une vision plus inclusive de l'entrepreneuriat. Pour ce faire, nous – chercheurs et praticiens – devons-nous engager dans des efforts de changement ciblant les attitudes, les croyances et les normes sociales entourant l'esprit d'entreprise.

Selon l'une des théories les plus influentes prédisant le comportement entrepreneurial, la théorie du comportement planifié[26], la motivation des individus envers l'esprit d'entreprise découle de ces trois facteurs, de sorte que les individus sont plus susceptibles de vouloir devenir entrepreneurs si :

- ils ont une attitude positive envers l'esprit d'entreprise;
- ils croient qu'ils ont la capacité de devenir entrepreneurs (sur la base des expériences passées et des obstacles prévus); et
- ils croient que les autres autour d'eux les acceptent comme entrepreneurs.

Si l'on considère le rôle du contexte social dans les croyances et les attitudes des individus, il est clair que les préjugés actuels en matière de genre vont à l'encontre de ces trois facteurs pour les femmes et sont donc particulièrement préjudiciables à l'entrepreneuriat féminin.

---

22 www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY_Its_who_you_know_Women_entrepreneurs_and_the_impact_of_networks/$FILE/EY-Its-who-you-know-Women-entrepreneurs.pdf

23 www.catalyst.org/research/high-potentials-in-the-pipeline-leaders-pay-it-forward/

24 www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY_Its_who_you_know_Women_entrepreneurs_and_the_impact_of_networks/$FILE/EY-Its-who-you-know-Women-entrepreneurs.pdf

25 McAdam, M., Harrison, R. T., & Leitch, C. M. (2019). Stories from the field: Women's networking as gender capital in entrepreneurial ecosystems. *Small Business Economics*, 53(2), 459-474.

26 Ajzen, I. 1991. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2): 179-211.

Plus spécifiquement, et comme l'illustrent les idées fausses courantes décrites ci-dessus, les préjugés sexistes sont susceptibles :

- d'affaiblir les attitudes positives des femmes à l'égard de l'entrepreneuriat;
- de les rendre moins confiantes dans leurs capacités en tant qu'entrepreneurs; et
- de les amener à remettre en question le soutien que les autres leur apportent en tant qu'entrepreneurs par rapport aux hommes.

Si nous voulons encourager davantage de femmes à se lancer dans l'entrepreneuriat et à y réussir, nous devons par conséquent nous attaquer aux préjugés sous-jacents liés au genre qui freinent actuellement les femmes.

Éradiquer les préjugés sexistes à court terme est une tâche irréaliste, cependant, la stratégie du gouvernement canadien en faveur des femmes entrepreneures nous pousse à entamer un dialogue constructif sur ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas lorsqu'il s'agit de faire avancer le nombre de femmes entrepreneures. Le soutien financier et éducatif que cette initiative apporte aux femmes entrepreneures est également essentiel à cet égard. Cela dit, nous devons garder à l'esprit que, pour accroître le dynamisme entrepreneurial, la recherche souligne l'importance de changer les attitudes, les croyances et les pressions sociales de manière plus générale. Il est donc impératif de poursuivre les efforts pour promouvoir les attitudes et les convictions des femmes quant à la souhaitabilité de devenir chef d'entreprise, et notamment d'accorder une plus grande attention à la manière dont nous pouvons supprimer les obstacles biaisés dans les systèmes éducatifs, sociaux et financiers actuels. En offrant des aperçus fondés sur des données probantes concernant les idées fausses couramment répandues sur les femmes entrepreneures, nous espérons mettre en lumière certains de ces obstacles. Plus spécifiquement, nous avons illustré la nécessité de mesurer l'esprit d'entreprise et la réussite entrepreneuriale d'une manière plus complète afin de garantir que nous soutenons davantage de femmes qui ont tendance à avoir de petites entreprises avec moins d'employés et des objectifs variés. Par exemple, il est essentiel de remettre en cause les stéréotypes qui associent l'esprit d'entreprise à la technologie et de garantir un soutien dans d'autres secteurs où les femmes sont plus susceptibles d'être présentes, tels que le secteur des services, du commerce de détail et de l'hôtellerie. En outre, il est important de reconnaître que les femmes entrepreneures sont très diverses et qu'il n'existe pas de solution toute faite. Nous avons souligné la nécessité pour les fournisseurs de fonds d'éviter l'utilisation de questions et d'évaluations sexistes afin de ne pas manquer des occasions de financer les entreprises des femmes. Les futurs entrepreneurs doivent être évalués sur la base des mêmes critères et avec les mêmes questions.

Nous avons également encouragé un débat visant à élargir notre vision de la prise de risque entrepreneurial et souligné que la situation est considérablement plus nuancée que de simplement dire « les hommes entrepreneurs prennent des risques et les femmes entrepreneures sont réticentes à prendre des risques ». Enfin, nous avons plaidé en faveur d'un soutien continu aux possibilités de mise en réseau formelle, malgré les éléments indiquant une plus grande efficacité des réseaux informels, du moins jusqu'à ce que les femmes aient accès à un plus grand nombre d'autres femmes (et hommes) entrepreneurs qui peuvent agir comme mentors, soutiens et parrains informels. Dans l'ensemble, nous encourageons les décideurs politiques, les éducateurs et les organisations de soutien à l'entrepreneuriat à relever ces défis sexospécifiques afin d'aider à créer un changement durable et efficace pour une plus grande inclusion des femmes parmi les entrepreneurs du Canada.