

SOZIOLOGIA ETA ZIENTZIA POLITIKOAREN EUSKAL ALDIZKARIA

I · N · G · U · R · U · A · K

REVISTA VASCA DE SOCIOLOGIA Y CIENCIA POLITICA

[53 - 54]

IX CONGRESO VASCO DE SOCIOLOGÍA Y CIENCIA POLÍTICA

Una Ciencia Social renovada para un nuevo tiempo

IX SOZIOLOGIA ETA ZIENTZIA POLITIKOAREN KONGRESUA

Gizarte Zientzia berria aro berri baterako

**Trabajo, empresa y nuevas tecnologías - Migrazioak - Sociología
urbana - Gizarte bazterkeria eta hirugarren sektorea -
Comunicación y cultura - Teoria soziologiakoa**

Editan y ©:

Asociación Vasca de Sociología y Ciencia Política / Euskal Soziologia eta Zientzia Politikoaren Elkartea
Universidad de Deusto / Deustuko Unibertsitatea

Dptos. de Sociología y Trabajo Social, Sociología II y Ciencia Política y de la Administración (UPV/EHU)
EHU-ko Soziologia eta Gizarte Langintza, Soziologia II eta Politika eta Administrazio Zientzien Sailak

Gabinete de Prospección Sociológica de Presidencia del Gobierno Vasco / Eusko Jaurlaritzako
Lehendakaritzako Prospekzio Soziologikoen Kabinetea

ISSN: 0214-7912

Depósito Legal / Lege gordailua: BI-2059 /98

Diseño portada / Azalaren diseinua : SE_AZ.UPV / EHU

Fotocomposición / Fotokonposaketa: CIANOPLAN

Impresión / Inprimategia: CIANOPLAN

Distribución y suscripciones:

Asociación Vasca de Sociología y Ciencia Política

C/ Hurtado Amézaga 27, 9º Dpto. 9

48008 Bilbao

tlf. 944 100 740

mail: avps@euskalnet.net

web: <http://www.avps.es>

La Revista Vasca de Sociología y Ciencias políticas INGURUAK está indexada en las bases de datos siguientes: Latindex, IN-RECS, RESH, y Dialnet.

La revista Inguruak es la revista oficial de la Asociación Vasca de Sociología y Ciencia Política. Desde el año 1986, año en el que se edita su primer número, el objetivo principal de la revista ha sido servir como cauce de expresión de la Sociología practicada en el País Vasco, incorporando de manera progresiva numerosos artículos de expertos españoles y extranjeros, lo que ha permitido ampliar significativamente el ámbito de referencia. Para ello, la revista publica trabajos científicos bajo criterios de excelencia, aplicando procedimientos de evaluación universalista, anónima y competitiva. En la actualidad, tiene una periodicidad trimestral.

Inguruak aldizkaria Soziologia eta Zientzia Politikako Euskal Elkartearen aldizkari ofiziala da. 1986an argitaratu zen lehen zenbakia eta, orduz geroztik, aldizkariaren helburu nagusia Euskal Herrian egin izan den Soziologiaren adierazpide izatea da; horretarako, Espainiako eta atzerriko adituen artikulua gehitu dituzte pixkanaka, eta modu horretan nabarmen zabaldu da erreferentzia-eremua. Hori lortzeko, aldizkariak lan zientifikoak argitaratzen ditu bikaintasun-irizpideen arabera, eta ebaluazio-prozedura unibertsal, anonimo eta lehiakorrek erabiliz. Gaur egun, aldizkaria urtean hirutan argitaratzen da.

Inguruak is the official journal of the Basque Association of Sociology and Political Science. Since the publication of the first issue in 1986, the journal's principal aim has been to serve as a channel for expression in the field of sociology in the Basque Country. The publication actively features articles by Spanish and international experts, which has lent the journal a wide area of reference. The journal publishes scientific articles based on criteria of excellence, with evaluation procedures that include anonymous, university-level and peer review. Currently, Inguruak is published three times a year.

5. SPIN-OFFS UNIVERSITARIAS EN CATALUÑA. UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO.

Inma Pastor, Ignaci Brunet. A. Belzunegui y Paloma Pontón. (Universidad Rovira i Virgili).

INTRODUCCIÓN

La investigación en la que se sustenta este texto busca analizar las spin-offs generadas en y por las universidades catalanas y pretende conocer si las mujeres y hombres disfrutan de las mismas oportunidades a la hora de crear este tipo de empresas. Este objetivo se puede formular en forma de interrogante: ¿Por qué hay una mayor presencia masculina tanto en la generación de las spin-offs como en su desarrollo posterior? La hipótesis que formulamos para explicar esta presencia desigual de hombres y mujeres es la persistencia de la división sexual del trabajo que se traduce en que los hombres tengan una mayor orientación al logro personal de metas económicas en el mercado, mientras que en el caso de las mujeres esta orientación se ve restringida por el hecho de ocupar un papel central en el trabajo reproductivo. Mantene-mos como hipótesis que la variable género juega un papel relevante en el desarrollo de las spin-off universitarias. Este estudio intenta dar continuidad a otras investigaciones que inciden en la relación entre emprendeduría y género (Brunet et al., 2009). Uno de los objetivos es, por tanto, verificar si las diferencias encontradas en la creación de empleo por cuenta propia según el género también se manifiestan en la creación de empresas spin-offs y qué papel juega el propio sistema universitario en la producción y reproducción de las desigualdades de género. Es así que nos interesa en primer lugar analizar la estrategia de transferencia de tecnología y de desarrollo local/regional de las universidades emprendedoras de las comunidades escogidas, en segundo lugar establecer la diversidad de tipologías de las spin-offs universitarias,

y finalmente estudiar las decisiones estratégicas tomadas por las personas emprendedoras de spin-offs universitarias.

Los objetivos de la investigación son: analizar la trayectoria académica y profesional previa de hombres y mujeres para observar los efectos sobre la creación de spin-offs, indagar sobre las relaciones entre trabajo productivo y trabajo reproductivo y su incidencia sobre la creación de spin-offs, y analizar los efectos de la variable género sobre la gestación del capital cultural, económico y el desarrollo del capital relacional funcional en la creación y desarrollo de la iniciativa empresarial.

A nivel internacional, existe un creciente número de investigaciones relativas a las mujeres emprendedoras que se evidencia en el aumento de foros de expertos internacionales (OCDE, 1997; 2001; 2003). Las investigaciones recientes tienden a dar relevancia a la variable género para explicar la creación y el éxito de las empresas (Verheul y Thurik, 2001; Cromie y Hayes, 1988; Álvarez y Meyer, 1998; Shaw et al., 2001), resaltándose así el papel importante que tienen las mujeres en el desarrollo de las pymes y en la creación de empleo (GEM, 2007). También se ha incorporado la variable género en relación a preocupaciones más específicas, tales como los negocios étnicos, la creación de empresas en espacio rural o la presencia de mujeres en los puestos de toma de decisiones de las empresas.

Las investigaciones realizadas, mayoritariamente en la Gran Bretaña y norte de Europa, muestran cómo las mujeres experimentan desventajas tanto

en la creación como gestión de las empresas. Sus empresas se caracterizan en relación a las de los hombres por factores como: baja capitalización, baja rentabilidad, concentración sectorial y estereotipos negativos, como falta de credibilidad o menor ambición de sus metas estratégicas (Shaw et al., 2001; Rosa y Hamilton, 1994). La literatura apunta a que estas características estructurales son las que explican por qué es menor el número de empresas dirigidas por mujeres que se registran como sociedades que experimentan un crecimiento rápido o que buscan financiación bancaria (Rosa y Hamilton, 1994).

La explicación de estas características o situación de desventaja de las mujeres en la adquisición de recursos, los cuales son necesarios para crear y dirigir un negocio con éxito, se encuentra, teniendo en cuenta la distribución desigual de recursos, en los siguientes factores principales: en primer lugar, la necesidad de buscar fórmulas alternativas de conciliación de la vida laboral y familiar conduce a las mujeres a tener mayor propensión hacia el autoempleo que los hombres (Gardiner, 1997; Williams, 2004; Baines et al., 2003). Las investigaciones internacionales sugieren que existe una correlación positiva entre el número de hijos y la probabilidad de creación de empresas por parte de mujeres, en especial durante la infancia de los hijos (Boden, 1999; Connely, 1992). Algunas investigaciones, a partir de este resultado, han inferido que la opción del autoempleo está positivamente relacionada con el trabajo doméstico, derivado de las cargas familiares (Baines et al., 2003). El autoempleo se valora positivamente por su flexibilidad en la cantidad, el tiempo y el lugar de trabajo; flexibilidad que, supuestamente, permite una mayor conciliación entre vida laboral y familiar. Sin embargo, pese a que la conciliación entre vida laboral y familiar puede ser una motivación para el autoempleo, otras investigaciones muestran cómo esta estrategia puede tener efectos no deseados, reduciéndose, finalmente el tiempo total destinado al cuidado de los hijos (Baines et al., 2003). En una investigación realizada a partir del panel de hogares de la Unión Europea con datos relativos a ocho países, Williams (Williams, 2004) indica que tanto en el caso de hombres como de mujeres la

principal variable explicativa de la perdurabilidad en la situación de ocupados(as) por cuenta propia es la cantidad de tiempo dedicado a dicha actividad remunerada. En segundo lugar, la literatura existente apunta que la trayectoria laboral de las mujeres como asalariadas también condiciona notablemente los orígenes y desarrollo de sus proyectos empresariales. Se destacan problemas motivados por el «techo de cristal» que afecta a sus carreras profesionales.

MARCO TEÓRICO

Esta investigación se centra en el fenómeno del emprendeduría, atendiendo a la dimensión de género. Pero, lejos de estudiar todo tipo de emprendedores y emprendedoras, esta investigación busca verificar si las diferencias encontradas en la creación de empleo por cuenta propia según el género (Brunet et al., 2009) también se manifiestan en la creación de empresas spin-offs. Desde este punto de vista, numerosos estudios han destacado, en este sentido, el rol de las universidades como potenciales incubadoras de empresas de base tecnológica (Ussman y Postigo, 2000; Vesper y Gartner, 1997), además de que cada vez más la sociedad demanda un papel activo, no sólo en la creación de conocimiento, sino en la transferencia del mismo, de sus universidades. Así, la creación de empresas, como parte de la estrategia de transferencia de tecnología de la Universidad, se ha convertido en uno de los objetivos actuales de las autoridades académicas (Etzkowitz, 2002; 2003; Etzkowitz et al., 2000; OCDE, 2001; 2003; Rodeiro et al., 2008; 2010). Entre estas empresas de base tecnológica, encontramos las empresas spin-off y las empresas start-up. Una empresa spin-off universitaria es una forma particular de transferir parte del conocimiento generado en la Universidad hacia la sociedad (Clarysse et al., 2002; Henderson et al., 1998).

Y es que, en el proceso hacia una economía intensiva en el conocimiento, se ha añadido una tercera función a las universidades: fomentar el desarrollo económico del entorno a través de la transferencia de tecnología y de la relación Universidad-Empresa (Etzkowitz, 1998). La transferencia

1. TALDEA-GRUPO 1

Trabajo, empresa y nuevas tecnologías / Lana, empresa eta teknologia Berriak

tecnológica se define como el paso de la tecnología de un individuo u organización a otro, a través de un canal de comunicación, siendo el medio a través del cual los resultados de las investigaciones que se desarrollan en las universidades y centros públicos de investigación pueden tener aplicación comercial. Existe una gran variedad de canales de transferencia de tecnología entre la universidad y la industria y el comercio, como son: 1) convenios y contratos de colaboración entre la universidad y las empresas; 2) licencias de patentes de las universidades; 3) movilidad de recursos humanos entre la universidad y las empresas; 4) publicaciones en revistas y aportaciones a congresos; 5) relaciones informales, y 6) creación de empresas a partir de los resultados de la investigación que se lleva a cabo en las universidades, las llamadas spin-offs universitarias –que conforman el objeto de estudio de este proyecto. Estos canales dan cuenta del nuevo papel de las universidades para garantizar, por un lado, la empleabilidad de las personas y, por otro lado, la I+D y la innovación, en cuanto que con ello los países y regiones alcanzan ventajas competitivas.

Esta nueva función o papel, que se suma a las dos desempeñadas por la universidad humboldtiana de enseñanza e investigación, requiere de las universidades que se manejen de forma empresarial, comercializando y/o explotando económicamente los resultados de sus investigaciones, ya sea en forma de patentes, contratos con empresas para la realización de I+D o con la creación de spin-offs universitarias. De este modo, el desempeño de la nueva función de las universidades se materializa mediante la investigación conjunta con empresas, los servicios, la consultoría o la creación de empresas. Nuevo desempeño que genera una nueva universidad que algunos autores definen como “capitalismo académico” y otros como “universidad emprendedora” (Etzkowitz et al., 2000). Esta universidad, además de estar más implicada con su entorno económico y con la comercialización de los resultados de las investigaciones, asume la creación de empresas en sus laboratorios e instalaciones dando lugar a un nuevo tipo de personal universitario y a un nuevo tipo de investigador: el científico-empresario.

La universidad emprendedora constituye un agente central del desarrollo, mediante la creación de emprendimientos académicos, en la promoción de los cambios tecnológicos y la innovación. Uno de los objetivos, entonces, para conseguir la producción de conocimientos económicamente valiosos, y la aplicación de dichos conocimientos en el crecimiento y la competitividad, es que las universidades fomenten la creación de nuevas capacidades y emprendimientos empresariales contribuyendo, así, a la valorización del entorno empresarial. Nuestra propuesta de investigación contextualiza este discurso y las prácticas de creación de spin-offs en el marco de la desigualdad de género. Así, la división sexual del trabajo nos va a permitir examinar el encaje y los límites socioestructurales de las estrategias universitarias de creación de emprendimientos.

Respecto al estudio de la emprendeduría en clave de género, Parker (Parker, 2004) indica que la actividad empresarial femenina no ha disfrutado del esfuerzo investigador que merece, al ser los hombres los que tradicionalmente ejercían esta actividad, de modo que la mayor parte de la investigación se centró en su experiencia (Berg, 1997). Sin embargo, a nivel internacional, hay un creciente número de investigaciones relativas a las mujeres emprendedoras que se evidencia en el aumento de foros de expertos internacionales (OCDE, 1997; 2001; 2003). Recientemente, las investigaciones tienden a dar relevancia a la variable género para explicar la creación y el éxito de las empresas (Álvarez y Meyer, 1998; Shaw et al., 2001; Verheul y Thurik, 2001), resaltando así el importante papel que tienen las mujeres en el desarrollo de las pymes y en la creación de empleo (Arenius y Minniti, 2003; GEM, 2006; 2007).

Sus empresas se caracterizan en relación a las de los hombres por factores como: baja capitalización, baja rentabilidad, concentración sectorial y estereotipos negativos, como falta de credibilidad o menos ambición de sus metas estratégicas (Chinchilla, 1997; Rosa y Hamilton, 1994; Shaw et al., 2001). La explicación de estas características o situación de desventaja de las mujeres en la adquisición de recursos, los cuales son necesarios para

crear y dirigir un negocio con éxito, se encuentra, teniendo en cuenta la distribución desigual de recursos, en diferentes factores. Entre ellos, la necesidad de buscar fórmulas alternativas de conciliación de la vida laboral y familiar conduce a las mujeres a tener mayor propensión hacia el autoempleo que los hombres (Baines et al., 2003; Gardiner, 1997; Williams, 2004). Sin embargo, las motivaciones para el autoempleo de hombres y mujeres son diferentes en tanto que su situación de partida respecto a la relación entre trabajo productivo y reproductivo es diferente, porque aunque las mujeres se están incorporando progresivamente al mercado de trabajo, como contrapartida, los hombres no se incorporan al mismo ritmo al reparto del trabajo doméstico (Boden, 1999; Connelly, 1992). El GEM (GEM, 2008), en España, apunta que la ausencia de unos sistemas de conciliación de la vida familiar y laboral efectivos constituye una de las principales trabas de las emprendedoras ante sus homólogos masculinos.

En una investigación realizada a partir del panel de hogares de la Unión Europea con datos relativos a ocho países, Williams (Williams, 2004) indica que tanto en el caso de hombres como de mujeres la principal variable explicativa de la perdurabilidad en la situación de ocupados/as por cuenta propia es la cantidad de tiempo dedicado a esta actividad remunerada. En cuanto al cuidado de los hijos, los resultados son diferentes entre hombres y mujeres. Mientras que en el caso de los hombres el número de hijos tiene un efecto positivo sobre la permanencia en el autoempleo, en el caso de las mujeres tiene un efecto insignificante aunque de dirección negativa en el agregado de los países analizados. En cambio, cuando se observan por separado los diferentes países, se observa en el sur de Europa como el número de hijos tiene un efecto negativo sobre la duración del autoempleo, lo que nos remite, de acuerdo con el autor, a las diferencias de protección de los Estados de bienestar y, siguiendo a Torns (Torns, 2005), a las carencias en servicios de atención a la vida diaria (SAD) en España.

Observamos, pues, que hay restricciones de orden institucional relevantes, ya que las instituciones definen lo que los actores pueden hacer, que

se espera de ellos, que han de hacer y que resultaría más ventajoso para ellos. Estas restricciones tienen que ver con el género de las empresarias (Ferguson y Durup, 1997), ya que las mujeres que eligen crear un negocio no están exentas de tener un doble papel como empresarias y “amas de casa” (Brush et al., 2004).

METODOLOGÍA

Para conseguir los objetivos planteados, la investigación se ha desarrollado en tres fases bien diferenciadas. La investigación tiene un diseño en el que se combinan las técnicas cuantitativas y técnicas cualitativas. La utilización de las diferentes técnicas está en consonancia con las fases de las que consta la investigación. En resumen, en el estudio se combina el análisis documental facilitado por las propias Universidades, las entrevistas semiestructuradas y en profundidad y la encuesta a través de cuestionario. El análisis de datos documentales y de la información cualitativa, se realiza con la ayuda de programas informáticos específicos para el análisis cualitativo y los datos de la encuesta se analizan con el programa estadístico SPSS.

1ª fase: Para la primera fase se ha realizado una selección de mujeres investigadoras con una trayectoria profesional consolidada (la totalidad de las entrevistadas son directoras de un grupo de investigación consolidado), distribuidas por las diferentes universidades públicas catalanas, a las que se les ha hecho una serie de entrevistas semiestructuradas de tipo exploratorio. En el análisis las entrevistas aparecen codificadas con el acrónimo EMD (Entrevista a Mujer Directora) seguido de una numeración.

2ª fase: Para la segunda fase, una vez actualizado el conjunto de empresas spin-offs de toda Cataluña, se ha realizado una encuesta a todas las empresas spin-off universitarias de Cataluña. El universo para la realización de la encuesta ha estado formado por todas las empresas spin-off activas creadas por las universidades catalanas, vinculadas a los sectores con más carga tecnológica (quedan excluidos, pues, los sectores de sociales y humanidades). La encuesta a través de cuestionario se

1. TALDEA-GRUPO 1

Trabajo, empresa y nuevas tecnologías / Lana, empresa eta teknologia Berriak

ha hecho bajo la modalidad de cuestionario vía mail, dada la dispersión territorial de las empresas a encuestar. La encuesta ha sido dirigida al universo completo de empresas spin-off generadas por las universidades. Por tanto, no ha habido estrictamente una selección muestral sino que el objetivo ha sido el de abarcar el mayor número posible de empresas que forman el universo poblacional de spin-offs. El universo poblacional de las empresas spin-off universitarias catalanas es de 103 casos con un nivel de respuesta de casi el 40 por ciento.

3ª fase: Para la tercera y última fase, se ha hecho una selección de emprendedores y emprendedoras del total de empresas encuestadas, a los que se les ha hecho una serie de entrevistas en profundidad. El análisis intenta profundizar en las percepciones de los actores principales en la creación de empresas spin-offs. En este sentido, se ha puesto un mayor énfasis en las percepciones de las propias emprendedoras sobre las que recae el peso de estas iniciativas empresariales.

En el análisis las entrevistas aparecen codificadas con el acrónimo EME (Entrevista a Mujer Emprendedora) y el acrónimo de EHE (Entrevista a Hombre Emprendedor) seguido de una numeración.

SPIN-OFFS UNIVERSITARIAS Y GÉNERO: ANÁLISIS DE DATOS

Según la RedOtri y el informe de ACUP, las universidades públicas catalanas crearon, en el año 2008, 21 empresas spin-off. Este número supone el 22 por ciento de las empresas creadas en todo el Estado. El total de ingresos llegó también a un 22 por ciento de todo el Estado. Estos datos evidencian la importancia del sector del R+D y, más específicamente, de la creación de empresas de transferencia de conocimiento en Cataluña, confirmando los datos superiores en gasto en R+D en Cataluña respecto a la media española.

Tabla 1. Empresas spin-off en universidades públicas. Cataluña y España. 2009.

	Universidades de Cataluña	Universidades de España	Universidades Cataluña/ Universidades España (%)
Número de spin-off creadas en el año	21	94	22%
Total ingresos (M€)	125,33	563,87	22%
Importe contratos R+D y consultoría (M€)	68,74	407,5	17%
Importe proyectos de financiación pública de colaboración con empresas (M€)	43,57	131,08	33%
Importe facturado por prestaciones de servicio (M€)	12,7	22,7	56%
Ingresos por licencias (M€)	0,33	2,59	13%

Fuente: ACUP 2011 a partir de la RedOtri 2009, 134.

El análisis de los datos recogidos mediante la encuesta realizada a las empresas spin-off de Cataluña nos permitió obtener una visión general del perfil tanto de las empresas como de sus responsables. Los datos recogidos a partir de la encuesta nos permiten hablar de factores diversos como, por ejemplo, el tipo de financiación inicial en el momento de la creación de la iniciativa, el ámbito de actividad, el número de trabajadores, etc. Pero, además, desde el punto de vista de sus responsables, la encuesta aporta cierta información sobre el perfil de los emprendedores y las emprendedoras. Así, a partir de los datos recogidos por la encuesta, podemos estudiar factores como los motivos por crear su iniciativa empresarial, valoraciones sobre su situación actual, valoraciones sobre las entidades tanto en el momento inicial de creación como en el mantenimiento y consolidación posterior de la empresa, las condiciones y estrategias que los responsables consideran adecuadas para llevar a término con éxito su negocio, etc. También, podemos estudiar las condiciones familiares de los y las responsables y que nos permiten poder relacionar la esfera del trabajo productivo con el trabajo reproductivo. Todos estos elementos se pueden estudiar bajo el prisma de la variable género para averiguar posibles diferencias significativas entre emprendedores y emprendedoras. Respecto al funcionamiento de la propia empresa, se debe tener en cuenta que resulta muy complejo aislar el factor género respecto a otros factores que también determinan las estrategias y posiciones de las iniciativas rebuscadas. Así, podemos encontrar elementos que distorsionan, en cierta medida, la situación inicial y actual de las empresas rebuscadas: el ámbito de actividad con su correspondiente mercado y nivel de competitividad, el tipo de producto y/o servicio que se realiza desde la empresa (dimensión no rebuscada en esta

investigación), el nivel de competencia asociado a este producto o servicio facilitado por la empresa o la existencia de posibles nichos de mercado que facilitan la consolidación de una empresa. Por esta razón, se deben tomar con mucha precaución las posibles relaciones entre la situación de la empresa y la persona responsable.

Los datos analizados a partir de la encuesta evidencian que no hay grandes diferencias entre hombres emprendedores y mujeres emprendedoras en cuanto a la adopción de unas u otras estrategias empresariales o diferencias en la actividad profesional, lo cual viene a rechazar, en parte, la hipótesis “del perfil femenino”, que afirma que hay diferencias respecto a la gestión de la actividad profesional por cuestiones de género. Dónde sí que encontramos diferencias significativas es respecto a la relación entre la esfera productiva y la esfera reproductiva, dependiendo de si hablamos de hombres emprendedores o de mujeres emprendedoras. Cuestión esta que viene a confirmar las teorías sobre la desigual división sexual del trabajo, tanto si hablamos de trabajo por cuenta ajena como de trabajo por cuenta propia. A continuación se presentan algunos de datos obtenidos con el estudio.

La proporción de empresas en donde uno de los responsables o corresponsables es una mujer, resulta muy bajo. Según la Tabla 1, una de cada diez empresas spin-offs está dirigida por una mujer (un 10,7 por ciento). Estas diferencias son más acusadas que los datos sobre dirección de empresas entre hombres y mujeres. Según la EPA, en el 4º trimestre de 2010 y para Cataluña, el 28,7 por ciento de los empresarios eran mujeres frente al 71,3 de los hombres.

Tabla 2. Empresas spin-off por género en Cataluña

	N.	%
Empresas dirigidas por hombres	92	89,3
Empresas dirigidas por mujeres	11	10,7
Total de empresas	103	100

Fuente: Elaboración propia

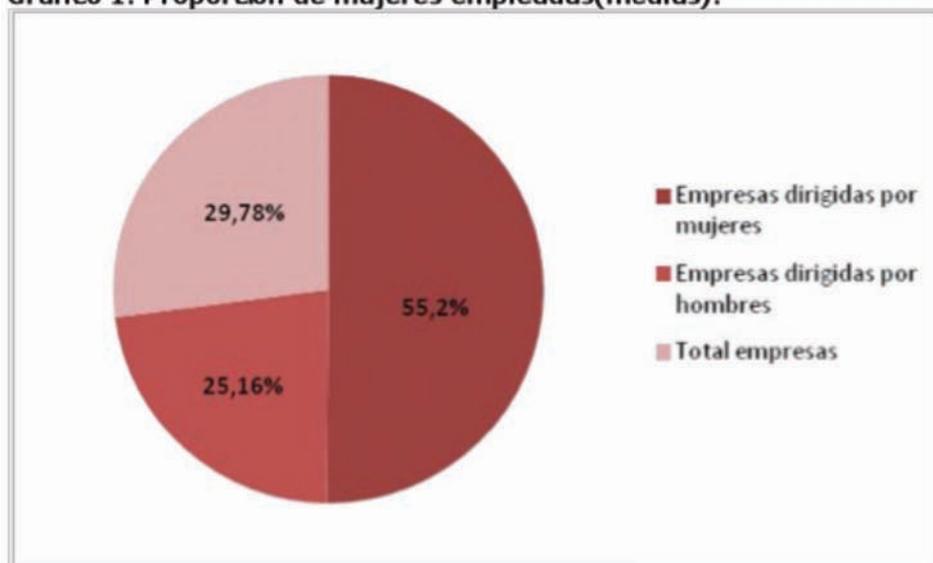
1. TALDEA-GRUPO 1

Trabajo, empresa y nuevas tecnologías / Lana, empresa eta teknologia Berriak

La presencia de mujeres empleadas en las empresas (Gráfico 1) estudiadas también resulta relativamente baja. La proporción de mujeres empleadas en empresas spin-off es de un 29,78 por ciento de media. En cambio, la presencia de mujeres empleadas varía significativamente si diferenciamos

entre empresas dirigidas por hombres y mujeres. La media de mujeres empleadas para empresas dirigidas por hombres es de un 25,16 por ciento, mientras que para empresas dirigidas por mujeres, la presencia de estas aumenta hasta un 55,20 por ciento de media.

Gráfico 1: Proporción de mujeres empleadas(medias).



Fuente: Elaboración propia

Respecto a las formas de financiación inicial de las empresas estudiadas (Tabla 2), encontramos ciertas diferencias respecto a las fuentes de financiación. La primera observación es que el 82,4 por ciento de los hombres han contestado en alguna de las dos opciones posibles que una de sus fuentes de financiación fueron los ahorros propios. Este porcentaje baja hasta el 66,7 por ciento para el caso de las mujeres. El otro factor también a considerar es la mayor presencia para el caso de los hombres de fondos de financiación vinculadas a créditos bancarios (con o sin avales) con un 19,8 por ciento y con inversiones de sociedades de capital riesgo, con un 17,6 por ciento, lo que nos puede indicar dos cuestiones. La primera, que esta finan-

ciación esté vinculada a una estrategia inicial más agresiva por parte de los hombres emprendedores respecto a su negocio. La segunda cuestión hace referencia al tipo de empresa, de actividad y de mercado competitivo en donde se inicia el negocio empresarial. Para las empresas dirigidas por mujeres, los créditos bancarios con o sin avales también suponen una fuente importante de financiación inicial junto con los propios proveedores y clientes, ambos con un 33 por ciento de casos.

Tabla 2: Financiación inicial (dos opciones) según género.

Financiación inicial	Porcentaje de casos	
	Hombre	Mujer
Ahorros propios	82,4	66,7
Ahorros de familiares	8,8	0,0
Ahorros de amigos	5,9	0,0
Créditos bancarios sin avales	8,8	0,0
Créditos bancarios con avales personales	11,8	33,3
Proveedores y clientes	5,9	33,3
Sociedades de capital riesgo	17,6	0,0
Otros	26,5	0,0

Los porcentajes se basan en el número de casos.

Fuente: Elaboración propia

Respecto a las condiciones necesarias para crear una empresa (Tabla 3), encontramos ciertas diferencias entre emprendedores y emprendedoras. Mientras que la mayoría de los hombres consideran la iniciativa individual como la condición principal para poder crear una empresa, las mu-

jer emprendedoras diversifican sus respuestas. Así, la creatividad es, según ellas, la condición principal (con un 33,3 por ciento), seguida de la iniciativa individual, la formación empresarial y el espíritu de riesgo, todos con un 16,7 por ciento.

Tabla 3: Condiciones para crear una empresa según género (porcentajes).

Condiciones de creación de una empresa	Hombre	Mujer	Total
Iniciativa individual	66,7	16,7	59,0
Creatividad	6,1	33,3	10,3
Formación empresarial	6,1	16,7	7,7
Espíritu de riesgo	12,1	16,7	12,8
Apoyo amical/familiar	6,1	0	5,1
Otros	3,0	16,7	5,1
Total	100	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

1. TALDEA-GRUPO 1

Trabajo, empresa y nuevas tecnologías / Lana, empresa eta teknologia Berriak

Respecto a la pregunta sobre la valoración que hacen los emprendedores y emprendedoras del apoyo recibido por parte del entorno familiar (pareja, padres y parientes) y el entorno amical y laboral (amigos y colegas de trabajo) (Tabla 4), los resultados en términos generales son muy positivos. Los 70,4 por ciento de los hombres y mujeres emprendedores han manifestado que tanto la familia como el entorno amical y laboral les han animado

en el momento de poner en marcha su negocio. Los porcentajes se mantienen relativamente si diferenciamos según hombres y mujeres, aunque las mujeres emprendedoras se ven un poco más apoyadas por su entorno. El 71,4 por ciento de las mujeres emprendedoras manifiestan que este entorno las animó en el momento de poner en marcha su negocio, frente al 64 por ciento de los hombres emprendedores.

Tabla 4: Apoyo inicial general según género (porcentaje de respuestas).

Apoyo inicial (porcentajes)	Porcentaje de respuestas		Total
	Hombre	Mujer	
Me animaron	64	71,4	70,4
Se mostraron indiferentes	30	21,4	23,5
Me desanimaron	6	7,1	6,1
Total	100	100	100

Fuente: Elaboración propia

Estas diferencias, en cambio, varían en función del entorno de apoyo inicial. Así, tal y como podemos ver en las Tablas 5, 6 y 7, las mujeres emprendedoras encuestadas muestran un apoyo inicial por parte del entorno familiar mayor que sus homólogos masculinos. Tanto si se trata de la pareja como si se trata de los padres, la totalidad de las mujeres emprendedoras manifiestan que estos las animaron en el momento de poner en marcha su empresa. En el caso de los hombres emprendedores, los porcentajes bajan hasta un 88,5 por ciento para el apoyo de la propia pareja y hasta un 65,5 por ciento para el apoyo de los padres. Respecto al apoyo por parte de los parientes o familiares más cerca-

nos, las mujeres también tienen un mayor apoyo que los hombres. Un 75 por ciento de las mujeres manifiestan que las animaron frente a un 57,1 por ciento de los hombres. Estos datos pueden tener dos lecturas. La primera y más manifiesta es que las mujeres emprendedoras tienen un mayor apoyo por parte de su entorno familiar que los hombres emprendedores. La segunda lectura sería que aquellas mujeres emprendedoras que pueden en marcha una iniciativa de este tipo necesitan de un mayor apoyo que los sus homólogos masculinos. O dicho de otra forma, los hombres emprendedores no necesitan un apoyo tan importante para poder poner en marcha su negocio.

Tabla 5: Apoyo inicial por la pareja según género

Apoyo inicial (porcentajes)	Hombre	Mujer	Total
Me animaron	88,5	100	90
Se mostraron indiferentes	7,7		6,7
Me desanimaron	3,8		3,3
Total	100	100	100

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6: Apoyo inicial por los padres según género

Apoyo inicial (porcentajes)	Hombre	Mujer	Total
Me animaron	65,5	100	70,6
Se mostraron indiferentes	17,2		14,7
Me desanimaron	17,2		14,7
Total	100	100	100

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7: Apoyo inicial por parientes según género.

Apoyo inicial (porcentajes)	Hombre	Mujer	Total
Me animaron	57,1	75	59,4
Se mostraron indiferentes	35,7	25	34,4
Me desanimaron	7,1		6,3
Total	100	100	100

Fuente: Elaboración propia

Respecto al apoyo recibido por parte de amigos y colegas de trabajo (Tablas 8 y 9), la tendencia se invierte. Ahora, son los hombres emprendedores los que manifiestan un mayor apoyo por parte de los amigos y por parte de su entorno laboral. El 80 por ciento de los hombres manifiestan que sus amigos les animaron en el momento de poner en

marcha su empresa, frente al 50 por ciento de sus homólogas femeninas. Respecto al entorno laboral, el 76,7 por ciento de los hombres manifiestan que sus colegas de trabajo les animaron frente al 40 por ciento de las mujeres emprendedoras.

Tabla 8: Apoyo inicial por los amigos según género

Apoyo inicial (porcentajes)	Hombre	Mujer	Total
Me animaron	80	50	76,5
Se mostraron indiferentes	16,7	50	20,6
Me desanimaron	3,3		2,9
Total	100	100	100

Fuente: Elaboración propia

1. TALDEA-GRUPO 1

Trabajo, empresa y nuevas tecnologías / Lana, empresa eta teknologia Berriak

Tabla 9: Apoyo inicial por los colegas de trabajo según género.

Apoyo inicial (porcentajes)	Hombre	Mujer	Total
Me animaron	76,7	40	71,4
Se mostraron indiferentes	20	40	22,9
Me desanimaron	3,3	20	5,7
Total	100	100	100

Fuente: Elaboración propia

Unos de los elementos importantes dentro de la encuesta es el apartado que hace referencia al nivel de dedicación al trabajo reproductivo, o si se quiere, las cargas domésticas y familiares que llevan a cabo los emprendedores y emprendedoras. Podemos observar diferencias significativas respecto a la asunción de estas responsabilidades en función de si hablamos de hombres y mujeres. Si estudiamos las respuestas sólo para los casos con hijos, estas diferencias se acentúan. Según la Tabla 10, el nivel de dedicación de las tres dimensiones principales de las tareas familiares (a saber: mantenimiento y cuidado del hogar, cuidado y atención de hijos y personas mayores, y organización y gestión del hogar) es significativamente superior en el caso de las mujeres emprendedoras que en el caso de los hombres. Así, mientras que 7 de cada 10 mujeres realizan la mitad o más del volumen de

trabajo derivado de estas tareas (75 por ciento), los hombres se quedan en un 19 por ciento. Si sólo consideramos aquellos emprendedores y emprendedoras que tienen hijos (Tabla 11), los resultados se agravan. Tanto hombres como mujeres dedican menos tiempo al conjunto de responsabilidades domésticas y familiares. El 66,7 por ciento de las mujeres dedican la mitad o más de su tiempo, mientras que sólo el 5,9 por ciento de los hombres dedican estos tiempos. Las mujeres bajan en 11 puntos (de 75 a 66,7), mientras que los hombres bajan 13,1 puntos (de 19 a 5,9). Los resultados son similares si los desagregamos por tipo de tareas familiares. Así, tanto en el mantenimiento del hogar como en el cuidado y atención de hijos, las mujeres superan en nivel de dedicación a los hombres. Esta diferencia se agrava para las tareas de cuidado y atención de hijos.

Tabla 10: Responsabilidad del encuestado (todas las cargas familiares). Todos los casos

Nivel de dedicación (porcentajes)	Hombre	Mujer	Total
Menos de 50%	81	25	72
50% o más	19	75	28
Total	100	100	100

Todos los casos (con y sin hijos)

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11: Responsabilidad del encuestado (todas las cargas familiares). Casos con hijos.

Nivel de dedicación (porcentajes)	Hombre	Mujer	Total
Menos de 50%	94,1	33,3	85
50% o más	5,9	66,7	15
Total	100	100	100

Solo casos con hijos
Fuente: Elaboración propia

La dimensión en donde encontramos más diferencias es la dimensión del cuidado y atención de los hijos (Tabla 12). Aquí, la diferencia entre hombres y mujeres emprendedores es muy acusada. Como podemos observar, la totalidad de las mujeres emprendedoras se dedican mayoritariamente al cuidado y atención de sus hijos, mientras que sólo el 11,8 por ciento de los hombres emprendedores se dedican en porcentaje igual o superior al cincuenta por ciento. El cuidado de hijos sigue siendo la tarea y/o responsabilidad de las mujeres,

independientemente de la situación profesional de las mismas, así como de la situación profesional de sus parejas. Una tarea que resulta la más rígida y compleja y que necesita de más dedicación temporal que el resto de tareas vinculadas al hogar y la familia (según la Encuesta de Usos del Tiempo 2009-2010 del INE, la actividad que conlleva una mayor dedicación en la dimensión de Hogar y Familia es la de Cuidado de hijos con una media diaria de 2 horas y 7 minutos).

Tabla 12: Responsabilidad del encuestado en cuidado de hijos

Nivel de dedicación (porcentajes)	Hombre	Mujer	Total
Menos de 50%	88,2		75
50% o más	11,8	100	25
Total	100	100	100

Solo casos con hijos
Fuente: Elaboración propia

Este desigual reparto respecto a las tareas domésticas y familiares se evidencia también cuando se pide por posibles consecuencias negativas de la maternidad o paternidad sobre la trayectoria profesional (Tabla 13). Mientras que casi 7 de cada 10 mujeres consideran que la maternidad no las

ha perjudicado, la totalidad de los hombres emprendedores manifiestan que la paternidad no ha supuesto ningún perjuicio en su trayectoria profesional.

Tabla 13: Perjuicios maternidad/paternidad sobre trayectoria profesional.

Perjuicios maternidad/paternidad (porcentajes)	Home	Dona	Total
Sí		33,3	4,8
No	100	66,7	95,2
Total	100	100	100

Solo casos con hijos

Fuente: Elaboración propia

EMPRENDEDURÍA Y UNIVERSIDAD: LAS PERCEPCIONES SOBRE LA CREACIÓN DE SPIN-OFFS

Tal y como apunta en el apartado metodológico, los datos obtenidos con la encuesta se han visto complementadas con una serie de entrevistas semi-estructuradas a mujeres directoras de grupos de investigación y entrevistas en profundidad a hombres y mujeres emprendedores.

GÉNERO E INVESTIGACIÓN⁴⁰

Investigación y familia, ¿una relación posible?

Cuando se pide a las entrevistadas por la trayectoria académica y/o de investigación, el primer elemento a tener en cuenta es la desigual presencia que existe entre hombres y mujeres actualmente en el ámbito de la investigación. Cierto es que los niveles de presencia de investigadoras femininas ha aumentado en la última década. Pero, aún así, seguimos estando ante un mundo preferentemente masculino. Hoy, la presencia de mujeres que optan por estudiar una carrera universitaria ha aumentado considerablemente, hasta el punto que en algunos estudios la presencia de hombres resulta residual. Pero llega un momento donde esta mayor presencia de mujeres que de hombres se revierte en favor de estos últimos. El momento de realizar estancias postdoctorales en el extranjero resulta el punto de inflexión en el cambio de pre-

sencia entre hombres y mujeres en el ámbito de la investigación (EMD1, EMD3, EMD5, EMD8, EMD9, EMD11).

Las razones que hay detrás de este cambio son diversas en función de la persona entrevistada. En este sentido, encontramos dos modelos de discursos claramente diferenciados. Un modelo de discurso más tradicional y más neutro al género, donde los factores que condicionan la trayectoria académica e investigadora de una persona son estrictamente científicos. En el otro modelo de discurso, más sensible al género, son las cargas familiares y las expectativas que la sociedad tiene sobre las mujeres y su “obligada” responsabilidad hacia estas cargas las que condicionan en gran medida la desigual trayectoria académica e investigadora de hombres y mujeres (EMD1, EMD2, EMD4).

Iniciativa emprendedora y género

Esta fuerte presencia de las cargas familiares o, si se quiere, del trabajo reproductivo sobre la esfera pública o visible del ámbito profesional, condiciona en gran medida la propia forma de concebir la vida de hombres y mujeres y de su relación con respecto a diferentes dimensiones (como el trabajo, la familia, etc.). Es tal esta incidencia que el discurso termina interiorizado. Los hombres resultan ser más competitivos, asumen más riesgos y tienen más claros sus objetivos. Las mujeres, en cambio, serían menos competitivas y buscan más la seguridad y la estabilidad de un trabajo por encima de los riesgos que, a veces, supone la carrera investigadora (EMD4, EMD5, EMD6, EMD7, EMD9).

⁴⁰ Las siglas que aparecen en este apartado corresponden a:
EMD: Entrevista a Mujer Directora de grupo de investigación;
EME: Entrevista a Mujer Emprendedora; EHE: Entrevista a Hombre Emprendedor

Este discurso resulta interesante si vinculamos la idea del emprendeduría como forma de entender el trabajo más asociada a riesgos y novedades que a una cierta estabilidad, más si hablamos del momento inicial de la creación de una empresa. En este sentido, cabría pensar que los hombres, además de tener menos obstáculos en la carrera académica e investigadora, también estarían más predispuestos a poder iniciar un proceso de creación de una empresa. Pero, como ya se ha apuntado antes, de las entrevistas se desprende que esta búsqueda de estabilidad y de seguridad por parte de las mujeres está condicionada por su asunción de un ámbito, el familiar, que debe ser necesariamente compatible con su trabajo (si es que quieren continuar desarrollando este ámbito profesional). Los hombres, en cambio, no suelen tener en cuenta ambos ámbitos a la hora de tomar decisiones sobre su trayectoria profesional. Dicho de otra forma, las mujeres ponen en la misma balanza familia y trabajo y buscan la forma de hacerlos compatibles. Y estas decisiones vienen condicionadas por diversos factores, como es el apoyo familiar, materializado en el “pacto” adquirido con la pareja, las expectativas familiares propias así como las condiciones del propio trabajo. Este último factor hace referencia a unas condiciones laborales (fundamentalmente referente a los horarios) que sean compatibles con sus actuales o futuras responsabilidades familiares. Los hombres, en cambio, mayoritariamente no tienen en cuenta la familia a la hora de “pensar” en el trabajo, lo que permite tomar decisiones sobre éste sin condicionantes ni limitaciones (EMD9).

¿La iniciativa privada como alternativa?

Esta forma diferente de encarar las dimensiones productiva y reproductiva genera diferencias entre hombres y mujeres a la hora de plantear una iniciativa como la creación de una empresa spin-off. Una iniciativa que se aleja de los parámetros del trabajo por cuenta ajena en términos de horarios, seguridad y estabilidad, entre otros. También resulta muy importante, como ya hemos mencionado, la red de apoyo, sea este familiar, representado por el apoyo de la pareja, como por parte de la universidad, representado por el grupo de investigación, el departamento y/o la facultad donde se ha formado

el investigador o investigadora. No parece frecuente que desde los doctorandos y doctorandas y, posteriormente, los investigadores e investigadoras ya doctores y doctoras, se plantee la alternativa del emprendeduría como una opción futura posible. La falta de apoyo familiar o de corresponsabilidad en las tareas familiares dificulta en mayor medida el planteamiento de este tipo de iniciativas a las mujeres potencialmente emprendedoras que a sus homólogos masculinos (EMD1, EMD4).

GÉNERO, EMPRENDEDURÍA Y UNIVERSIDAD

El factor “pareja” o la importancia del apoyo familiar

Uno de los elementos que aparecen en las entrevistas realizadas es la importancia, ya apuntada en las entrevistas anteriormente analizadas a investigadoras de la importancia de la división sexual del trabajo como factor significativo a la hora de iniciar y mantener una iniciativa empresarial de este tipo. En este sentido, parece derivarse de las entrevistas que un apoyo familiar, fundamentalmente de la propia pareja, resulta fundamental a la hora de sacar adelante una empresa spin-off. Este apoyo se materializa de dos maneras diferentes, en función de si hablamos de emprendedores o emprendedoras. Por un lado, respecto a los hombres emprendedores, este apoyo se materializa en la derivación mayoritaria de las responsabilidades familiares en la propia pareja. En cambio, respecto a las mujeres emprendedoras, este apoyo se materializa en la asunción de responsabilidades familiares en términos paritarios (corresponsabilidad del cuidado). A estos apoyos diferenciados hay que añadir un apoyo emocional y afectivo hacia la iniciativa que pone en marcha tanto el emprendedor como la emprendedora (EHE1, EHE2, EHE3, EHE5, EME2, EME5).

La vida fuera del trabajo

La relación entre trabajo productivo y trabajo reproductivo aparece presente en todos los discursos de las emprendedoras entrevistadas con hijos. Relación que, en cambio, no tiene la misma presencia en los discursos de los emprendedores con

hijos. En ellos, parece no haber una conexión entre ambas dimensiones. Familia y trabajo no parecen interferir entre sí. La razón no sólo viene dada por la plena asunción de las responsabilidades familiares por la propia pareja, llegando a la interiorización de un discurso por parte de los hombres emprendedores, en donde ambas esferas no parecen estar relacionadas. O, dicho de otra forma, un discurso donde no parece que ambas esferas se condicionen entre sí. A pesar de que este discurso es mayoritario, aparecen algunos elementos en algunos discursos de emprendedores que reconocen la importancia de la asunción de estas responsabilidades por parte de la propia pareja, para que uno mismo pueda desarrollar con éxito su trabajo (EHE2, EHE3, EHE4, EHE5).

Lo contrario ocurre con los discursos de las mujeres emprendedoras entrevistadas. La familia y la relación de este ámbito con el ámbito profesional es una constante en todos los discursos analizados. Esta presencia del ámbito familiar en el discurso de las mujeres emprendedoras condiciona el día a día de su trabajo como responsables de sus empresas y supone un agravio comparativo hacia sus homólogos masculinos. De las entrevistas no se derivan elementos que indiquen mayores o menores dificultades para conciliar vida laboral y familiar en función de si hablamos de trabajo por cuenta propia o trabajo por cuenta ajena. Parecen más decisivos factores como el mencionado antes del apoyo familiar y de la organización de las responsabilidades familiares con la propia pareja (EME2, EME4, EME5).

Estrategias diferenciadas por género

Un elemento interesante que aparece en algunos de los discursos es la adopción de estrategias diferenciadas en función de si hablamos de emprendedores o emprendedoras. De algunas entrevistas se deriva que las mujeres emprendedoras adoptan o serían más propensas a adoptar estrategias que podríamos denominar más “conservadoras” a la hora de gestionar una empresa. Con estrategias más conservadoras nos referimos a la no aceptación de inversiones o socios externos, como un capital riesgo o la entrada de un socio mayori-

tario en la empresa. Las mujeres emprendedoras quieren “controlar” su negocio de forma integral y la entrada de capital riesgo podría suponer una pérdida de control del mismo y, según las entrevistadas, una mayor dedicación a la empresa. La razón de esta mayor voluntad de control de su empresa viene condicionada, una vez más, por la búsqueda constante de compatibilidad entre su vida profesional y su vida familiar. Para algunas entrevistadas, la entrada de inversiones externas del tipo de sociedades de capital riesgo o socios mayoritarios, supondría una presión externa al alza que derivaría en el sacrificio de una de las dos “vidas” en favor de la otra. Las mujeres emprendedoras entrevistadas con hijos no se quieren plantear este dilema, manteniendo lo que podríamos denominar como un “perfil bajo” para sus empresas. Esta estrategia no presupone un carácter menos competitivo ni menos ambicioso por parte de las mujeres frente a hombres emprendedores, sino la asunción de sus responsabilidades familiares en mayor medida que sus homólogos masculinos (EME1, EME2, EME3, EME5, EME6).

Por parte de los hombres emprendedores, algunos muestran dudas sobre estas estrategias más arriesgadas, como la introducción de capital riesgo o de socios externos. Pero estas dudas no van relacionadas con las posibles implicaciones respecto a la relación entre familia y trabajo, sino más bien a las consecuencias que tendrían estas inversiones externas en el propio control de la empresa y su situación futura (EHE1, EHE2, EHE3, EHE4, EHE5).

Este discurso incluso se acaba interiorizando en algunos y algunas entrevistadas, llegando a definir a los hombres emprendedores como personas más agresivas, competitivas y arriesgadas, frente a las mujeres emprendedoras como personas más conservadoras y menos competitivas (EME9, EME10).

CONCLUSIONES

Uno de los objetivos de esta investigación era estudiar cómo la división sexual del trabajo condicionaba en gran medida la mayor o menor presencia de mujeres responsables de empresas spin-off. De los resultados de esta investigación se deriva

que la relación entre el ámbito productivo y reproductivo resulta crucial a la hora de condicionar las trayectorias profesionales de las mujeres investigadoras y de su posible “salto” al mundo de la empresa.

En este sentido, se ha observado como uno de los elementos que condicionan este salto a la iniciativa privada es el posible cambio en la organización de las responsabilidades familiares entre hombres y mujeres y sus parejas. Hablamos, en definitiva, de cambios en la división sexual del trabajo a pequeña escala o, si se quiere, a nivel familiar. Por supuesto, el apoyo institucional también resulta decisivo, sea éste del grupo de investigación y en menor medida del departamento y de otras estructuras universitarias como las oficinas de transferencia e innovación o equivalentes. Pero se observa una menor incidencia respecto al factor familiar.

Por otro lado, no se ha observado una especial incidencia del trabajo por cuenta propia en la mayor o menor conciliación o, si se quiere, compatibilidad de la vida laboral y familiar por parte hombres y mujeres. Lo que sí se ha observado es una serie de características particulares de las empresas dirigidas por mujeres emprendedoras, como es la adopción de estrategias empresariales más conservadoras y, si se quiere, más “modestas” en sus objetivos económicos a alcanzar, respecto a sus homólogos masculinos.

Podemos afirmar que la interiorización de la división sexual del trabajo, como un hecho inscrito en la naturaleza de los hombres y las mujeres, condiciona el desarrollo de la identidad de los sujetos. Esta identidad diferenciada, producto de la socialización de género, significa, en el caso de las mujeres, uno de los obstáculos más grandes por acceder y promocionar profesionalmente, en igualdad de condiciones. En primer lugar, porque las mujeres están obligadas a escoger entre mantenerse en la carrera profesional o relegar esta faceta por compatibilizarla con las obligaciones familiares. La compatibilización de roles se presenta como una problemática exclusiva de las mujeres, tal y como se cristaliza en los discursos. Para las empresarias la dedicación profesional comporta pagar un peaje más elevado que los hombres. En se-

gundo lugar, la interiorización de la división sexual del trabajo condiciona el desarrollo de la identidad de los sujetos, porque las mujeres reproducen, en sus propias ambiciones y actitudes las posturas socialmente y androcéntricamente admitidas de que las posiciones de más prestigio, responsabilidad y remuneración le están vedados.

Los resultados de esta investigación no son, ni de lejos, definitivos, pero aportan una serie de elementos muy interesantes a poder explorar con una mayor atención en un futuro y que nos pueden aportar más luz sobre la relación entre la división sexual del trabajo y su incidencia sobre la creación de empresas y, más específicamente, la creación de empresas spin-offs.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, S. A. y Meyer, G. D. (1998) “Why do women become entrepreneurs?” en *Frontiers of Entrepreneurship Research*, vol. 4, nº 63, pp. 83-98.
- Arenius, P. y Minniti, M. (2003) “A cross-country study of gender differences in self-employment. A preliminary draft”. [Comunicación presentada en *1st GEM Research Conference*, 1-3 abril, Berlín].
- Baines, S., Wheelock, J. y Gelder, U. (2003) *Riding the roller coaster family life and self-employment*, Cambridge, Cambridge Policy Press.
- Berg, N. G. (1997) “Gender, place and entrepreneurship” en *Entrepreneurship & Regional Development*, nº 9, pp. 259-268.
- Boden, R. J. (1999) “Flexible working hours, family responsibilities and female self-employment” en *American Journal of Economics and Sociology*, vol. 1, nº. 58, pp. 71-84.
- Brunet, I., Belzunegui, A., y Valls, F. (2009) *Gènere, creació d'empreses a Catalunya, Tarragona*, Publicacions URV.
- Brush, C. G., et al. (2004) *Clearing the hurdles: Women building high-growth businesses*, Upper Saddle River, Prentice Hall.
- Chinchilla, M. N. (1997) “¿Cómo emprenden las mujeres? Motivaciones y competencias distintivas” en *Iniciativa Empresarial y Empresa Familiar*, nº 13, pp. 11-16.

1. TALDEA-GRUPO 1

Trabajo, empresa y nuevas tecnologías / Lana, empresa eta teknologia Berriak

- Clarysse, B., Moray, N. y Heirman, A. (2002) "Transferring technology by spinning off ventures: Towards an empirically based understanding of the spin off process" [Working Paper January 2002/1, University of Aberdeen Business School].
- Connely, R. (1992) "Self-employment and Providing Child Care" en *Demography*, vol. 1. nº 29, pp. 17-29.
- Cromie, S. y Hayes, J. (1988) "Towards a typology of female entrepreneurs" en *American Sociological Review*, nº 36, pp. 87-113.
- Etzkowitz, H. (2002) "El auge de la Universidad emprendedora" [Working Paper, Estocolmo, 21-23 de Noviembre, pp. 21-23]
- Etzkowitz, H. (2003) "Research groups as 'quasi firms': the invention of the entrepreneurial university" en *Research Policy*, nº 32, pp. 109-21.
- Etzkowitz, H. et al. (2000) "The future of the University and the University of the future: evolution of ivory tower into entrepreneurial university" en *Research Policy*, nº 29, pp. 313-30.
- Ferguson, F. E. y Durup, J. R. (1997) "Work-family conflict and entrepreneurial women: A literature review" en *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 1, nº 14, pp. 46-57.
- Gardiner, J. (1997) *Gender, Care and Economics*, Londres, MacMillan Press Ltd.
- GEM (Varios años) "Informe Ejecutivo GEM España" disponible en <http://www.ie.edu/gem>.
- Henderson, R., Jaffe, A. B., y Trajtenberg, M. (1998) "Universities as a Source of Commercial Technology" en *Review of Economics and Statistics*, nº 80, pp. 119-127.
- OCDE (1997) "Women Entrepreneurs in SMEs: A Major Force in Innovation and Job Creation" disponible en: <http://www.oecd.org>.
- OCDE (2001) *Women Entrepreneurs in SME. Realising the benefits of Globalising and the Knowledge-based Economy*, París, OCDE.
- OCDE (2003) *Entrepreneurship and Local Economic Development through Entrepreneurship*, París, OCDE.
- Parker, S. (2004) *The Economics of Self-Employment and Entrepreneurship*, Cambridge Cambridge University Press.
- Rodeiro Pazos, D. et al. (2008) *La creación de empresas en el sistema universitario español*, Santiago de Compostela, Publicaciones de la Universidad de Santiago de Compostela.
- Rodeiro Pazos, D. et al. (2010) "Factores determinantes de la creación de spin-offs universitarias" en *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, nº 1, pp. 47-68.
- Rosa, P. y Hamilton, D. (1994) "Gender an ownership in UK small firms" en *Entrepreneurship: Theory & Practice*, vol. 3, nº 18, pp. 11-28.
- Shaw, E., Carter, S. y Brierton, J. (2001) *Unequal entrepreneurs: Why female enterprise is an uphill business*, Londres, The Industrial Society.
- Torns, T. (2005) "De la imposible conciliación a los permanentes malos arreglos" en *Cuadernos de Relaciones Laborales*, vol. 1, nº 23, pp. 15-33.
- Ussman, A. y Postigo, S. (2000) "O Papel da Universidade no Fomento da Função Empresarial" en *Anais Universitarios. Ciências Sociais e Humanas*, vol. 1990-2000 Yearbook Special Issue.
- Verheul, I. y Thurik, A. (2001) "Start-up capital: Differences between male and female entrepreneurs: Does gender matter?" en *Small Business Economics*, vol. 4, nº 16, pp. 329-345.
- Vesper, K. y Gartner, W. (1997) "Measuring Progress in Entrepreneurship Education" en *Journal of Business Venturing*, vol. 5, nº 12, pp. 403-421.
- Williams, F. (2004) *Rethinking Families*, Londres, Calouste Gulbenkian Foundation.