

OBSTÁCULOS PARA INNOVAR. LAS MICROEMPRESARIAS EN CANARIAS

Nieves Santana Díaz

Instituto de Ciencias Políticas y Sociales-ULL

nisandia@ull.es

Marcel Bonnet Escuela

Departamento de Economía de las Instituciones-ULL

mbonnet@ull.es

RESUMEN

A pesar de los esfuerzos institucionales por fomentar la igualdad de género en la investigación, el desarrollo y la innovación dentro del tejido empresarial, resulta evidente que las mujeres siguen teniendo una baja representación en la dirección de empresas y en la toma de decisiones. De hecho, la decisión del Séptimo Programa Marco establece que «la integración de la dimensión del género y la igualdad de género se abordará en todos los ámbitos de la investigación». Además, la mejora de la participación de las mujeres en la investigación requiere que se incorporen investigadoras femeninas en los equipos a todos los niveles y a su vez que se ofrezcan unas condiciones de trabajo sensibles al género y la cultura. En todos los países, a pesar de que existen distintos sistemas de educación y de empleo, las mujeres desaparecen de los puestos más elevados tanto en el mundo empresarial como en el mundo académico. En este trabajo analizamos los diferentes factores que dificultan la innovación empresarial desde la perspectiva de género, así como los obstáculos a la innovación existentes además de los problemas añadidos con los que se encuentran las mujeres.

PALABRAS CLAVE: Microempresa, mujeres, innovación, obstáculos, Islas Canarias.

ABSTRACT

«Obstacles to Innovation. The Micro Entrepreneurs Women in Canary Island». In despite of the efforts to improve the gender equality in research, development and innovation in business world, women have still less representation and participation in the companies direction and making decisions. In fact, the Seventh Framework Programme sets that “the gender dimension and equality will be treated in every scope of research”. Also, the women participation improvement requires that female researchers must be incorporated in every team and every level with work conditions adecuated to gender and culture. Although every country has different employment and education systems, women disappear of the highest jobs in the business and also the academy world. This paper analyzes the diferents obstacles that avoid the business innovation with special consideration to gender. The existing innovation obstacles and the added problems that women can find in their trajectories.

KEY WORDS: Microentrepreneurs, women, innovation, obstacles.



1. MARCO DE LA CUESTIÓN: INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y CULTURA INNOVADORA

La innovación se puede definir como el proceso que convierte conocimiento en Producto Interior Bruto y bienestar, mediante la creación de nuevos productos o servicios, o la mejora de los existentes, y su introducción con éxito en el mercado, o la mejora de los procesos de producción de productos o provisión de servicios que los haga más competitivos. Se trata por tanto de una actividad netamente empresarial, aunque en el proceso también intervienen otros agentes que pueden facilitar o dificultar la actividad innovadora (COTEC, 2009).

Por tanto, para que se produzca innovación no sólo es necesario que exista la invención de algo nuevo, ya sea un producto o un proceso, sino que, además, tenga éxito. Es en esta última característica donde la empresa juega su papel más relevante. La comercialización es la clave para que una invención tenga éxito y genere ingresos. Además, para que una invención llegue a convertirse en una innovación útil se precisan considerables recursos humanos y financieros y fuentes de apoyo que pueden provenir de fondos público o privados.

La capacidad de innovación tecnológica de un país se apoya en su esfuerzo de inversión en investigación y desarrollo tecnológico (I+D), en su capacidad de adquirir tecnologías, conocimientos, medios y equipos tecnológicos en el exterior, en el capital humano de que dispone y dedica a la I+D y en el aprovechamiento que hacen sus empresas e instituciones de las oportunidades que ofrece la globalización de la economía (COTEC, 2010).

En concreto, la empresa innovadora se encarga de transformar la investigación científica en nuevos productos y procesos, relacionando la investigación científica, el desarrollo tecnológico, la producción, las necesidades sociales y los mercados. Es la forma de obtener rentabilidad a lo novedoso de la innovación.

Por último, queremos resaltar la importancia de la cultura de la innovación ya que, gracias a ella, la innovación está considerada como un factor fundamental para el éxito de una empresa. De hecho, las empresas con una cultura innovadora más fuerte confiarán más en la innovación como factor de éxito (Salcedo, G., 2002).

2. MUJERES, EMPRENDEDURÍA E INNOVACIÓN

El estudio del Impacto de la actividad empresarial femenina en la economía española realizado por la Organización de Mujeres Empresarias y Gerencia Activa y la Fundación Banesto, concluye que en España, el 71% de las mujeres empresarias crearon su empresa «desde cero», mientras que casi una cuarta parte la heredaron o la adquirieron. Siendo la fuente de financiación por excelencia los «recursos propios», esto en un 65% de los casos. El 65% de las empresarias no presentan experiencia previa en el ámbito empresarial, mientras que el resto (34,5%) que si tiene experiencia previa, una gran proporción de éstas la tuvo además en el mismo sector de



actividad (el 61%). Esta proporción es mayor cuanto más joven es la empresaria. Del estudio cualitativo se extrae que una de las razones más importante por las que las empresarias individuales crean sus propias empresas es la necesidad de generar su puesto de trabajo y de poder compatibilizar su vida laboral y familiar, mientras que en el estudio cuantitativo se puede observar que el 70% de las mujeres está de acuerdo con que el motivo principal por el cual creó una empresa fue por «el deseo de auto realizarse». Además son las empresarias más jóvenes las que coinciden con las más formadas (universitarias), las que se sintieron en mayor medida motivadas (VV.AA. 2010).

Del análisis de los estudios existentes se puede concluir en que las mujeres emprenden menos que los hombres, lo hacen mayormente en el sector servicios, emprenden más tarde y con una formación académica mayor que la de los hombres y, cuando se trata de emprender por necesidad, las mujeres emprenden más (Pecharroman, B., 2008).

La socialización de las mujeres en roles que distan mucho del perfil de una empresaria dificultan la emprendeduría. Se socializa a las mujeres en la creencia de que lo importante para ellas es formar una familia y el cuidado de ésta. Es el rol reproductivo frente al rol productivo que se inculca mayormente a los hombres. Este proceso se produce desde la niñez con juguetes diferenciados por sexos y conductas facilitadas y reforzadas de forma diferenciada por sexo. Esta socialización diferencial fomenta valores, cualidades y capacidades en las mujeres, que poco o nada tienen que ver con el mundo empresarial y por las que se presupone que tienen cualidades innatas para el trabajo reproductivo familiar, cuidado de hijos, de mayores, de la pareja, entre otros.

Además, la maternidad supone la desconexión con el mundo laboral por la priorización de la familia, mientras que en el caso de los hombres la vida familiar queda supeditada a un segundo plano por una vida profesional. Lo contrario, en ambos casos, es incluso mal visto por la sociedad. Los hombres, centrados en su rol productivo, tienen detrás mujeres que llevan a cabo las necesarias tareas privadas reproductivas (cuidado de la casa, hijos, familiares...) sin las cuales no sería posible ese rol público productivo.

3. OBSTÁCULOS A LA INNOVACIÓN

La innovación, que está condicionada por múltiples variables (Bonnet Escuela, M., Hernández Hernández, N. y Santana Díaz, N., 2011), también requiere crear un clima propicio que facilite la investigación científica, el desarrollo tecnológico y la innovación. Este clima es lo que se ha denominado cultura innovadora en las empresas y en la sociedad. También la generación de políticas de favorecimiento a la investigación a través de las administraciones públicas o la transferencia de conocimiento entre universidades y centros de investigación con las empresas propicia la innovación. Esta serie de factores deben ser puestos en práctica y favorecidos para contrarrestar los factores que influyen en la decisión de las empresas de no innovar.



De hecho, las empresas tienen cuatro motivos principales para no innovar. Los principales y más obvios son los motivos de tipo económico. La falta de fondos públicos y privados, unida al elevado coste de la innovación, es el principal motivo para no innovar. Pero existen otros motivos sobre los que también se puede incidir, como son los factores relacionados con la falta de conocimiento, es decir, la falta de personal cualificado, la falta de información sobre tecnología o sobre los mercados o la dificultad de encontrar socios con los cuales innovar. Los factores de mercado son también importantes y son principalmente dos, la incertidumbre de los mercados y la presencia de empresas ya establecidas que lo copan. Por último, existen razones minoritarias para no innovar, como pueden ser la falta de demanda de las innovaciones o la creencia por parte de la propia empresa de que no es necesario innovar.

Según la Fundación COTEC, la innovación en Europa se encuentra obstaculizada por un conjunto de factores que dificultan la generación de ideas y la creación y desarrollo de empresas que las exploten. Estos obstáculos se agrupan en las siguientes categorías:

1. La investigación en la UE es insuficiente y, además, se encuentra dispersa. Los gastos de las empresas europeas en I+D, así como los gastos públicos y privados, son inferiores a los efectuados en Estados Unidos y Japón. Los esfuerzos innovadores están dispersos, mientras que otros países competidores de la UE centran su actuación en prioridades esenciales.
2. Los recursos humanos no se encuentran adaptados a las exigencias de la innovación. La rigidez de los sistemas de educación y formación impide responder de forma rápida y efectiva a las nuevas necesidades de una sociedad en constante cambio. También falla la educación técnica, por su bajo nivel y la escasa difusión y la escasa movilidad de las personas.
3. Dificultades para financiar la innovación. Las empresas tienen la tendencia a huir del riesgo que supone financiar la innovación y las incertidumbres. La financiación pública es muy escasa y las empresas, además, se enfrentan a un entorno fiscal poco favorable. El desarrollo de los mercados financieros ha favorecido la inversión en proyectos a corto plazo con gran rentabilidad económica en detrimento de los proyectos a largo plazo y con unos resultados más intangibles, como es el caso de los proyectos innovadores.
4. El entorno jurídico y reglamentario. Se infrutilizan las normas de protección, normalización y sistemas de calidad. Existen demasiados trámites administrativos y hay una falta de adaptación de las fórmulas jurídicas para la cooperación Europea (COTEC, 2003).

En la tabla 1, y tal como señala la Encuesta sobre Innovación Tecnológica en las Empresas del INE, se señalan las razones que exponen las empresas para no innovar.



TABLA 1. INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN EL PERÍODO 2009-2011:
FACTORES QUE DIFICULTAN LA INNOVACIÓN O QUE INFLUYEN
EN LA DECISIÓN DE NO INNOVAR. PORCENTAJE DE EMPRESAS

TOTAL EMPRESAS	PYMEs	TOTAL
1) Factores de coste: Total	43,92	43,66
1.1) Factores de coste: Falta de fondos en la empresa	31,65	31,4
1.2) Factores de coste: Falta de financiación de fuentes exteriores a empresa	28,49	28,29
1.3) Factores de coste: Coste demasiado elevado	31,26	30,98
2) Factores de conocimiento: Total	22,45	22,24
2.1) Factores de conocimiento: Falta de personal cualificado	12,54	12,4
2.2) Factores de conocimiento: Falta de información sobre tecnología	10,92	10,76
2.3) Factores de conocimiento: Falta de información sobre los mercados	10,2	10,06
2.4) Factores de conocimiento: Dificultades para encontrar socios para innovar	12,65	12,51
3) Factores de mercado: Total	26,84	26,64
3.1) Factores de mercado: Mercado dominado por empresas establecidas	15,36	15,24
3.2) Factores de mercado: Incertidumbre respecto a bienes y servicios innovadores	22,76	22,57
4) Motivos para no innovar: Total	30,46	30,24
4.1) Motivos para no innovar: No es necesario, debido a las innovaciones anteriores	10,42	10,33
4.2) Motivos para no innovar: No es necesario, porque no hay demanda de innovaciones	26,74	26,54

Fuente: Elaboración propia a partir del INE

El principal motivo que tienen las empresas españolas para no innovar es el coste de la innovación. Tiene un coste demasiado elevado, la empresa no tiene fondos y/o faltan fuentes de financiación externa. Prácticamente la mitad de las empresas de menos de 250 trabajadores esgrime este motivo como de elevada importancia, mientras que sólo un tercio de las empresas de más de 250 trabajadores lo expresa como principal motivo para no innovar. En segundo lugar influye en la decisión de no innovar la creencia de que la innovación no es necesaria porque no hay demanda de innovaciones y porque ya se han hecho innovaciones anteriores. Ya en tercer lugar, están los motivos de mercado, en concreto por la incertidumbre que tienen las empresas por tener un entorno cambiante, en lo que a demanda de bienes y servicios se refiere, y también por la creencia de que el mercado ya está dominado por las empresas establecidas en él. El último motivo para no innovar es el de la falta de conocimiento, es decir, la falta de personal cualificado, de información sobre tecnología, de información sobre mercados y las dificultades para encontrar socios con los que poder innovar.

La fundación COTEC ha elaborado una serie de factores a través de un estudio a 100 PYMEs innovadoras españolas del que se desprenden las siguientes



conclusiones: Las PYMEs españolas están interesadas en llevar a cabo actividades innovadoras que las induzcan hacia la mejora y mantenimiento de una ventaja competitiva y desean facilidades y medios prácticos para acceder a la innovación, sin comprometer excesivamente su patrimonio y sin contraer grandes riesgos a largo plazo.

La misma fundación COTEC, en un reciente estudio sobre innovación en las pymes españolas, concluye que el factor que más pymes consideran una importante dificultad a la innovación en 2010 es el coste, citado por el 45% del total de pymes encuestadas. Seguido de cerca por el porcentaje de pymes que no considera necesario innovar (31%). El 29% de las microempresas encuestadas considera los factores de mercado como factor que dificulta la innovación. La falta de financiación externa es percibida como un obstáculo por el 28% de las pymes. Y, por último, la falta de conocimientos adecuados es considerada como obstáculo por un 25% de las microempresas encuestadas (COTEC, 2013).

3.1. LA FALTA DE REFERENTES COMO OBSTÁCULO PARA LA INNOVACIÓN

A los obstáculos anteriores, presentes para todas las empresas, hemos de añadirle un obstáculo más para el caso de las mujeres microempresarias. Se trata de la falta de referentes con los que puede identificarse una mujer para tener unas u otras perspectivas de futuro laboral o familiar.

Hay falta de referentes que hagan que las mujeres identifiquen su futura carrera profesional con la de otras mujeres empresarias. Estos referentes son escasos y poco visibles, lo que hace que sea aún más complicada la normalización social del cambio.

La preocupación por la escasa presencia de las mujeres en el ámbito de las nuevas tecnologías va más allá del mero convencimiento moral de que hombres y mujeres tienen que llegar a ser iguales en la sociedad de la información. Las estadísticas señalan una correlación entre mayor presencia femenina en las TIC y una mayor rentabilidad económica (Castaño, C., 2008:185).

La ciencia y la tecnología son áreas de conocimiento que tradicionalmente han estado vinculadas a lo masculino. Las cifras estadísticas de científicas y tecnólogas corroboran esta escasa presencia de mujeres en este tipo de profesiones y esconden aún más los pocos ejemplos a seguir que existen de mujeres científicas e ingenieras. Si bien este problema antes era considerado como un obstáculo a salvar para conseguir la equidad entre hombres y mujeres que preocupaba únicamente a grupos feministas, ahora es visto como un problema de eficiencia económica y de despilfarro de recursos humanos, lo que ha llevado a impulsar incipientes políticas para la incorporación de las mujeres a la ciencia y la tecnología (Castaño, C., 2008).

Se pierde talento, se pierde perspectiva de género y se pierde personal altamente formado que no llega a terminar su carrera profesional por encontrar impedimentos sociales, laborales y morales, entre otros.

La invisibilidad de la mujer en el mundo empresarial, como falta de referente que incentive a otras mujeres, no es el único obstáculo específico al que



se enfrentan las empresarias. Para el 43% de las directivas españolas, el principal obstáculo en el desarrollo de su trayectoria profesional es la escasa representatividad de la mujer española en puestos de dirección. Los estilos de dirección rígidos (32%), las reuniones a última hora de la tarde (13%) y la discriminación salarial (12%) son obstáculos mencionados en segundo lugar. Además, la ausencia de políticas de conciliación también se menciona como un gran obstáculo en el propio desarrollo profesional del 22% de ellas. Sin embargo, no se puede hablar sólo de techo de cristal, también está el denominado «techo de cemento» autoimpuesto por elecciones personales, como rechazar la promoción a puestos directivos más rígidos y exigentes. Al ordenar los criterios en la toma de decisiones de las directivas referentes a la propia carrera, el 68% consideraba como muy importante el equilibrio entre vida personal/familiar y profesional. Un 41% de las directivas valoraban como importante el interés del nuevo trabajo. Otros criterios en la toma de decisiones referentes a la propia carrera eran considerados con menor frecuencia: las posibilidades de promoción (18%) y la opinión y carrera del cónyuge (17%) (Chinchilla, N., Polemans, S. y León, C., 2005).

4. LA DIMENSIÓN DEL GÉNERO EN LA INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS CANARIAS

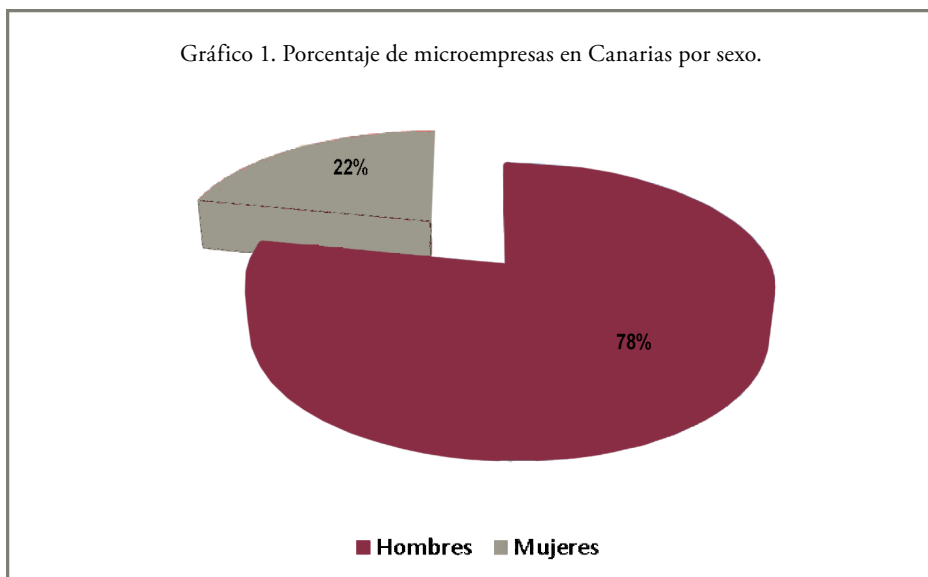
Abordar la dimensión del género en la investigación, en el desarrollo y en la innovación, implica que el género sea considerado una variable clave analítica y explicativa en la investigación. Si no se tienen en cuenta las cuestiones de género pertinentes o se abordan de manera superficial, los resultados de la investigación podrían parecer parciales y sesgados.

En este sentido, se considera necesario incorporar investigadoras en todas las posibles ramas de estudio y mujeres en toda la escala de puestos de decisión en las empresas teniendo en cuenta la realidad de género. En todos los países, a pesar de que existen distintos sistemas de educación y de empleo, las mujeres desaparecen de los peldaños más altos de la escalera académica. Para apoyar la igualdad de género se requieren acciones en la contratación, las condiciones de trabajo, la monitorización y la gestión. Por lo tanto, el género puede constituir un factor importante en la investigación de calidad (VV.AA., 2011).

Los datos que se exponen en este apartado son el resultado de una investigación iniciada en el año 2010. El proyecto se titula «Innovación, tecnología y economía del conocimiento en las microempresas canarias» y está financiado por la Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información del Gobierno de Canarias, cuya directora es la Dra. Teresa González de la Fe. Para su elaboración se confeccionó una muestra de empresas a partir de los datos del Instituto Canario de Estadística (ISTAC) del año 2009. Se hizo un muestreo aleatorio estratificado con afijación proporcional mixta. Una parte no proporcional (mínimos por isla) y el resto proporcional pero del sector por cada isla. Se realizó un diseño muestral de 400 encuestas aunque el resultado final fue de 434 encuestas, con un error muestral



Gráfico 1. Porcentaje de microempresas en Canarias por sexo.



Fuente: Elaboración propia a partir de SCITECAN.

de 4,6% y un nivel de confianza del 95%. Finalmente se eligieron 25 de las empresas encuestadas para hacer una entrevista en profundidad.

4.1. LA SITUACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS

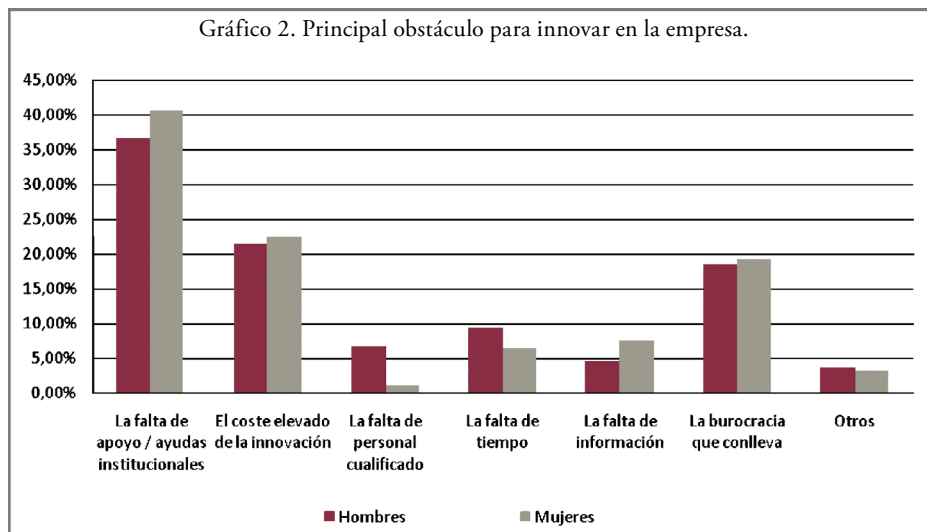
Al comparar la realidad de Canarias con la de otras comunidades autónomas españolas encontramos estudios similares (como el realizado en Andalucía). De ellos se desprende que una de cada tres empresas creadas en el último año está dirigida por una mujer. Son fundamentalmente microempresas dedicadas también al sector servicios. En el caso concreto de Sevilla, el 95% de las autónomas se encuentran en el sector terciario, principalmente en hostelería, comercio, restauración y servicios personales (Ascencio, S., 2002).

El perfil tipo del empresario canario es de un hombre de entre 45 y 54 años, con estudios secundarios y que ha creado su empresa por una oportunidad de negocio. Tan sólo algo más de un 20% de las microempresas encuestadas corresponden a una empresaria o tienen a una mujer a cargo de ella (gráfico 1).

Además, y como ya hemos señalado, en Canarias sólo una de cada cinco microempresas está dirigida por una mujer.

Tal y como se observa en el gráfico 2, la principal razón por la que las empresas canarias no innovan es la falta de apoyo y de ayudas institucionales, por lo que en el estudio se preguntó acerca de las ayudas solicitadas. La conclusión a la

Gráfico 2. Principal obstáculo para innovar en la empresa.



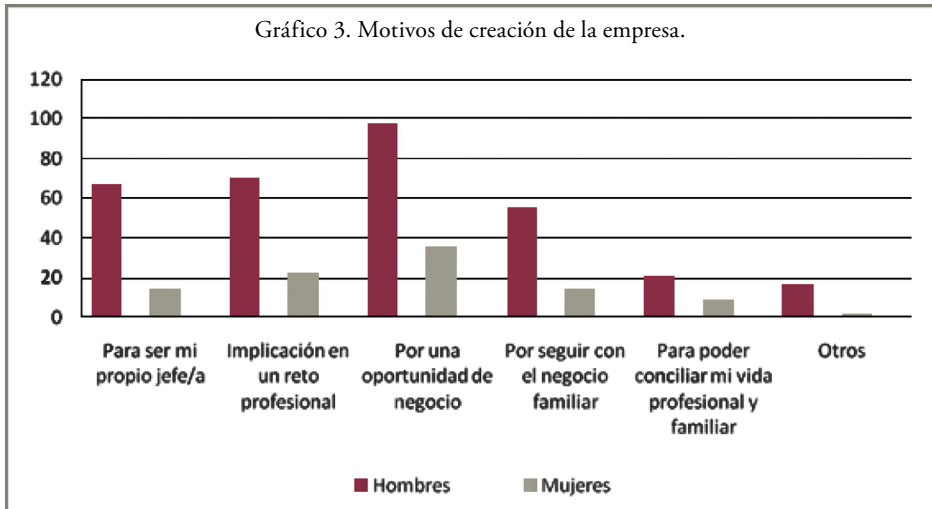
Fuente: Elaboración propia a partir de SCITECAN.

que se llegó en base a los resultados es que las microempresas dirigidas por hombres solicitan mayormente ayudas y le son concedidas también en mayor medida que a las empresas dirigidas por mujeres, esto puede deberse a que las actividades de las empresas más masculinizadas se subvencionan más que las empresas dedicadas a actividades feminizadas. Entre los motivos para no solicitar las ayudas, aún cuando las conocen, se centra en la excesiva burocratización para solicitarlas y justificarlas.

Por último, y tal como se observa en el gráfico 3, en el caso de las mujeres, la razón principal para la creación de la empresa es por una oportunidad de negocio, incluso en mayor medida que los hombres. En segundo lugar, y también por encima del número de empresas dirigidas por hombres, está la razón de implicarse en un reto profesional. En tercer lugar, por ser su propio jefe o por seguir con el negocio familiar, pero en menor medida que las empresas lideradas por hombres. También exponen como motivo de creación de la empresa, en mayor medida que los hombres, el motivo de la conciliación familiar, pero éste no es el principal motivo de la creación de la empresa. En muchos casos, ser emprendedor o responsable de una empresa, aunque sea propia, puede implicar flexibilidad de horarios, pero rara vez más tiempo libre que dedicar a la familia.

Queremos concluir este apartado que según el estudio elaborado en el año 2005 por el Centro Internacional del Trabajo y la Familia, muchas de las mujeres directivas, ante la escasez de políticas de conciliación en las empresas o la vivencia del techo de cristal, abandonan la empresa. De éstas, el 59% reorienta su vida profesional en otra empresa, el 27% crea la suya propia y el 12% se establece como autónoma (Chinchilla, N., Polemans, S. y León, C., 2005).





Fuente: Elaboración propia a partir de SCITECAN.

4.2. EL DISCURSO DE LAS MICROEMPRESARIAS

Las microempresarias a las que se les hizo la entrevista en profundidad se les preguntó por los obstáculos encontrados a la hora de crear, mantener e innovar en la empresa. Todas coincidían en el número escaso de empresarias que hay. Son empresarias con un nivel académico alto, jóvenes, que se han implicado en un reto profesional por diferentes motivos. El problema de la conciliación familiar es recurrente. Los horarios de una microempresaria tienden a dilatarse. Se hacen más horas, lo que se traduce en menos tiempo que dedicar a la familia. Todas coinciden en la existencia de una doble jornada laboral. Una en el trabajo público, la empresa y otra en el trabajo privado, la casa. Respecto a la falta de referentes, son positivas, piensan que el cambio de mentalidad y la aparición de más mujeres en la esfera pública y en puestos directivos irán aumentando de forma paulatina con la evolución de la sociedad. La formación ya está conseguida, el empleo llegará más tarde.

5. CONCLUSIÓN

La innovación se puede interpretar como la rentabilidad económica obtenida a través de las empresas del conocimiento generado por la investigación y el desarrollo producido en las propias empresas o en los centros de investigación. Esta innovación se ve obstaculizada por una serie de factores: La falta de fondos, de cultura innovadora, de personal cualificado y la percepción de que el mercado no está preparado ni necesita esa innovación, son algunos de los obstáculos con los que se encuentra la innovación.

En el caso concreto de las mujeres, estos factores se unen a la falta de referentes tradicionalmente femeninos en el mundo empresarial. La falta de mujeres directivas, investigadoras que incidan directamente en el proceso innovador hace que no se tengan modelos de carrera a seguir. Los roles socialmente aprendidos desde la infancia hacen que se premien capacidades relacionadas con roles reproductivos que poco o nada tienen que ver con el mundo empresarial. La falta de políticas de conciliación y flexibilidad hace que las mujeres tengan que optar por una vida familiar o empresarial, no pudiendo simultanear las dos como sí lo pueden hacer los hombres. Las cifras de empresarias así lo corroboran.

Todo lo anterior nos lleva a plantear que la investigación, el desarrollo y la innovación en la empresa siguen estando condicionadas por la variable del género, circunstancia que se intenta corregir a través de las actuales políticas, basadas en la igualdad y en la equidad, aunque con una operatividad más que relativa en la práctica, tal como se demuestra en este estudio de investigación.

Recibido: 15-06-2013. Aceptado: 30-10-2013

BIBLIOGRAFÍA

- ASCENCIO, S. (2002). *¿Mujeres empresarias o empresarias femeninas?: la generalización de la gestión empresarial*. Ed. Universidad de Sevilla.
- BONNET ESCUELA, M., HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, N. y SANTANA DÍAZ, N. (2011). La innovación y la tecnología en la microempresa canaria. Algunos resultados. *Anales de la Facultad de Derecho*, 28.
- BONNET ESCUELA, M. y SANTANA DÍAZ, N. (2012). Mujer y microempresa en Canarias. *Revista Jurídica de Canarias*, 24.
- CASTAÑO, C. (2008). *La segunda brecha digital*. Ed. Alianza, Madrid.
- CHINCHILLA, N, POLEMANS, S y LEÓN, C. (2005). *Mujeres directivas bajo el techo de cristal*. Ed. International Center of Work and Family.
- CONTRERAS, R y ARAMAYO, A. (2011). *Mujeres emprendedoras en internet: Una revisión de la literatura*. Ed. Universidad de Vic.
- COTEC (2003). *Nuevos mecanismos de transferencia de la tecnología*. Fundación COTEC. Madrid.
- COTEC (2009). *Libro Blanco de la Innovación en la Comunidad Autónoma de Canarias*. Fundación COTEC. Madrid.
- COTEC (2010). *Tecnología e innovación en España. Informe COTEC 2010*, Fundación Cotec, Madrid.
- COTEC (2013). *La innovación en las Pymes españolas*. Fundación COTEC. Madrid.
- PECHARROMAN, B. (2008). *Emprendizaje en Guipúzcoa (protagonistas mujeres)*. Ed. Farapi, S.L. Guipúzcoa.
- SALCEDO GALIANO, A.M. (2002). Las estadísticas de I+D y sobre innovación tecnológica. Definición, indicadores y situación en España. Ed. *Revista de Economía Industrial*, núm. 343, 2002, <http://www.mityc.es/NR/rdonlyres/35A3FE0C-D20B-4BE9-A05A-2001E19D4B1/0/045SALCEDO.pdf>.



- VV.AA. (2009). *El género en la investigación*. Ed. UMYC (Unidad de Mujeres y Ciencia) Ministerio de Economía y Competitividad.
- VV.AA. (2010). *Impacto de la actividad empresarial femenina en la economía española*. Ed. Organización de Mujeres empresarias y gerencia activa y la Fundación Banesto Disponible en: <http://www.mujeeresempresarias.org/escaparate/verpagina.cgi?idpagina=20621145&refcompra>.
- VV.AA. (2011). *El género en la investigación*. Ed. Ministerio de Ciencia e Innovación. Madrid.

