Revista Canaria de Ciencias Sociales

ATLÁNTIDA

Universidad de La Laguna 5 2013

Revista

ATLÁNTIDA

Revista
ATLÁNTIDA

Revista Canaria de Ciencias Sociales
e-mail: alantida@ull.es
revistaatlantida@ull.es

DIRECCIÓN
Jorge Rodríguez Guerra

SECRETARIA
Carmen Barranco Expósito

CONSEJO DE REDACCIÓN

Carmen Barranco (Trabajo Social, ULL), Juan M. Cabrera (Economía Aplicada, ULL), Alberto Galván (Antropología Social, ULL), Mª. Teresa González (Sociología, ULL), Juan Hernández (ULL), Juan Herrera (Trabajo Social, ULL), Antonio Martín (UAB), Ubaldo Martínez (UAB), L. Moreno (CSIC), Jorge Rodríguez (Sociología, ULL).

CONSEJO ASESOR

José Abu (ULL), El Hadji Amadou (Univ. de Dakar, Senegal), D. Andrade (Univ. Federal de Minas Gerais, Brasil), Esther Barbé (UB), Miguel Beltrán (UAM), Blas Cabrera (ULL), Julio Carabaña (UCM), Juan J. Castillo (UCM), Jesús Contreras (UB), Cecilia Díaz (UOVI), Paulete Dieterlen (UNAM, México), José L. García (ICS-UL, Portugal), Enrique de la Garza (UAM, México), Salvador Giner (UB), Emilio Lamo (UCM), Juan S. León (ULL), Teresa Lobo (UOVI), Ana López (CSIC), Hector Lucena (Univ. de Carabobo, Venezuela), Gema Martín (Casa Arabe), Mª. Asunción Martínez (UA), Maite Montagut (UB), Isidoro Moreno (US), Sara Morgenstern (UNED), J.C. Neffa (UBA, Argentina), Carlos Prieto (UCM), Benjamín Oltra (UA), Olga Pelayes (UNSL, Argentina), Rita Radl (USC), Natividad de la Red (UV), Cristóbal Torres (UAM), Susana Vior (UNLU, Argentina).

EDITA
Servicio de Publicaciones de la Universidad de La Laguna
Campus Central. 38200 La Laguna. Santa Cruz de Tenerife
Tel.: 34 922 31 91 98

DISEÑO EDITORIAL
Jaime H. Vera
Javier Torres/Luis C. Espinosa

PREIMPRESIÓN
Servicio de Publicaciones

I.S.S.N.: 2171-4924
Depósito Legal: TF 556/2010

Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra sin permiso del editor.

Revista
ATLÁNTIDA
5

Servicio de Publicaciones
UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA, 2013

REVISTA Atlántida: revista canaria de ciencias sociales. N. 1 (2009). —La Laguna: Servicio de Publicaciones de la Universidad de La Laguna, 2009—
Anual
ISSN: 2171-4924
1. Ciencias sociales-Investigación-Publicaciones periódicas I. Universidad de La Laguna. Servicio de Publicaciones, ed.
3(05)

http://bddoc.csic.es:8080/ver/ISOC/revi/2360.html

http://www.latindex.unam.mx/

NORMAS DE ENVÍO Y PUBLICACIÓN DE ARTÍCULOS

Atlántida. Revista Canaria de Ciencias Sociales, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, acepta artículos sobre investigaciones empíricas o aplicadas, trabajos teóricos, metodológicos y reseñas relacionados con las Ciencias Sociales: Trabajo Social, Sociología, Derecho, Economía, Antropología, Ciencia Política, Psicología Social, entre otras:

1. Los trabajos deberán ser enviados al correo electrónico de la dirección de la revista, alantida@ull.es o revistaatlantida@ull.es , en Word o compatible, acompañados de dos archivos, uno con el artículo y otro con la identificación del autor/a o de los autores/as. Datos de identificación: nombre completo y apellidos, pertenencia institucional, dirección, teléfono y dirección de correo electrónico.
2. Extensión de los trabajos: a) artículos de investigación teórica o empírica de 20 a 30 páginas; b) artículos de personal novel, de 10 a 15 páginas, debiendo presentarse el informe avalado por la profesora o profesor que tutoriza o dirige el doctorado; y c) reseñas de libros y de eventos, de 2 a 4 páginas; las reseñas de eventos incluirán unas notas críticas de relevancia para la comunidad científica como Congresos o Seminarios sobre temas de Ciencias Sociales. La extensión de los artículos indicados incluye bibliografía, notas, cuadros, gráficos y anexos, a doble espacio en letra Times New Roman, tamaño 12.
3. Los trabajos que el Comité de Redacción estime apropiados para su publicación y que cumplan con los requisitos indicados, serán sometidos a la evaluación de especialistas en el área temática de la revista, es decir, Ciencias Sociales. Los artículos que no presenten todos los requisitos serán devueltos y por lo tanto no serán sometidos a evaluación.
4. Las notas al pie de página deberán reducirse al mínimo posible y su contenido se limitará a ampliaciones o precisiones de asuntos elaborados en el texto. Dichas notas no deben usarse en reemplazo de citas bibliográficas.
5. Las citas bibliográficas deberán integrarse en el cuerpo del artículo a través del siguiente formato: (Autor/es, año: página). En caso de haber varias referencias a los/las mismos/as autores/as, en el mismo año, la distinción se hará de la siguiente forma: Primer texto: (Autor/es, año a: páginas) Segundo texto: (Autor/es año b: páginas) Tercer texto: (Autor/es año c: páginas)

6. La bibliografía correspondiente a las citas bibliográficas deberá incluirse al final del texto, siempre respetando el siguiente formato.

Libros: Autor/es (año de publicación), Título (cursiva). Lugar de edición, editorial.
Ejemplo:
Aburto, M. (1992). *Administración por Calidad*. Madrid: Paidós.

Capítulos en obras colectivas: Autor/es (año de publicación), Título, compilador/es o editor/es, en Título de la obra colectiva. Lugar de edición, editorial, páginas del capítulo.
Ejemplo:
Alemán, C. (2002). «El sistema público de Servicios Sociales en España». En T. Fernández y A. Ares (coords.). *Servicios Sociales: Dirección, gestión y Planificación*. Madrid: Alianza.

Artículos en Revistas: Autor/es (año de edición). Título. Nombre de la Revista, volumen o tomo, número, páginas del artículo.
Ejemplo:
Bahamonte y Toro, J. (1978). «Mendicidad y paro en el Madrid de la Restauración». *Estudios de Historia Social,* núm. 7, 353-384.

Fuentes electrónicas: Autor/es (año). Título. Día, mes y año de la consulta, dirección web.
Ejemplo:
Ruiz Lázaro, P.J. (2005). *Promoviendo la adaptación saludable de nuestros Adolescentes.* Extraído el 2 de marzo del 2005, de http://www.msc.es/Diseno/informacionProfesional/prevencion.htm.

7. Los cuadros y gráficos deberán presentarse en hoja aparte y estos últimos en formato digital, en el programa en que fueron realizados. Los lugares de su inserción deberán señalarse en el texto.
8. Los textos deberán acompañarse con un resumen de hasta 10 líneas en dos versiones, una en español y otra en inglés. Se incluirán las palabras clave.
9. Todos los artículos enviados a la Revista y no solicitados por ésta estarán sujetos al sistema de evaluación por consultores especializados, a cuyo resultado los autores/as tendrán acceso, respetando el principio de no identificación del evaluador.

SUMARIO / CONTENTS

Número monográfico coordinado por
Teresa González de la Fe

MONOGRÁFICO / MONOGRAPH

Los Estudios Sociales de la Innovación en Canarias / Social Studies of Innovation in the Canary Islands
Presentación/ Presentation
Teresa González de la Fe 9

ARTÍCULOS / ARTICLES

Innovación, ultraperiferia y microempresa. Algunas conclusiones sobre el sistema de innovación en Canarias / Innovation and microenterprise in outermost regions. Some conclusions about Canarian innovation system
Teresa González de la Fe 15

Motivación, iniciativa empresarial e innovación en las microempresas canarias / Motivation, entrepreneurship and innovation in Canarian microenterprises
Rocío Peña Vázquez y *José Antonio Álvarez González* 43

Política regional para la innovación en las microempresas canarias / Innovation Regional Policies for Canarian microenterprises
Marcel Bonnet Escuela y *Nieves Santana Díaz* 59

Innovación en el turismo. Reflexiones teóricas y evidencias sobre Canarias / Innovation in tourism. Theoretical reflections and evidence from the Canary Islands
Pablo Rodríguez González 77

El giro cultural en los estudios de innovación / The cultural turn in Innovation Studies
Madelon van Oostrom 95

Obstáculos para innovar. Las microempresarias en Canarias / Barriers to innovate. The women microentrepreneurs in the Canary Islands
Nieves Santana Díaz y *Marcel Bonnet Escuela* 111

MISCELÁNEA / MISCELLANY

Roles de género e instituciones políticas: el caso de los ayuntamientos de la Comunidad Autónoma de Canarias / Gender Roles and Political Institutions: the Case of the Municipalities of the Canary Islands
José Antonio Batista Medina 125

INVESTIGACIÓN NOVEL / JUNIOR RESEARCH

Actividades de transferencia de conocimiento universidad empresa. El caso de Canarias frente a otras comunidades autónomas / Knowledge transfer activities between universities and companies. The case of the Canary Islands compared to other regions
Nuria Hernández Hernández 155

Migraciones y censos: los dilemas de contar categorías fijas en contextos dislocados / Migrations and Census. Dilemmas of Counting Fixed Categories in Dislocated Contexts
Pablo Estévez Hernández 169

El microcrédito como herramienta de empoderamiento. El caso de las mujeres transformadoras de pescado del barrio de Guet N'Dar, Senegal / Microcredit as a tool of empowerment. The case study of women fish processors from Guet N'Dar, Senegal
Soledad Gutiérrez Pastor 189

PRESENTACIÓN

LOS ESTUDIOS SOCIALES DE LA INNOVACIÓN EN CANARIAS

Teresa González de la Fe, coordinadora

Este número de *Atlántida* se dedica a los estudios sociales de la innovación realizados en Canarias en torno al proyecto de investigación SCITECAN2 «Innovación, Tecnología y Economía del Conocimiento en las Microempresas de Canarias»[1] (2009-2011). No significa esto que SCITECAN2 haya sido el único estudio sobre la innovación en Canarias, pues la innovación es un ámbito de investigación multidisciplinar donde trabajan distintas ciencias sociales como la geografía, la economía, la sociología, el management o la psicología social. Además, es un terreno aún poco definido y sin consensos sobre los significados de sus principales conceptos. Como ha señalado Manuel Fernández Esquinas (2012) parafraseando al magistral Merton (1987), en el número monográfico que la revista *Arbor* dedicó a este mismo tema, los estudios de la innovación han logrado un alto grado de «ignorancia codificada»: hay un corpus de conocimiento acumulado y existe consenso sobre las cosas relevantes que aún no se saben.

En la tarea de acumular conocimiento, en este caso sobre las microempresas de Canarias y la innovación, el proyecto SCITECAN2 permitió conocer mejor y con mayor precisión distintos aspectos de la innovación relacionados con los comportamientos de las microempresas y con las actitudes y opiniones de las personas al frente de ellas. Los artículos aquí recogidos exponen diversos temas a partir de resultados procedentes de SCITECAN2 que, en conjunto, presentan una imagen coherente de la innovación en las microempresas de Canarias y de las actitudes y opiniones del microempresariado sobre la innovación.

---

[1] SCITECAN2 obtuvo financiación del Gobierno de Canarias (BOC 5-10-2009) y se desarrolló en el Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales de la ULL por el equipo compuesto por Teresa González de la Fe como investigadora responsable, Rocío Peña Vázquez, José Antonio Álvarez González y Marcel Bonnet Escuela como investigadores, Madelon van Oostrom y Nieves Santana Díaz como estudiantes de doctorado y Nuria Hernández Hernández contratada como técnica de investigación. La «tijera» sufrida por el presupuesto del proyecto no permitió abarcar todos los objetivos, pues el cuestionario de la encuesta prevista en la fase primera tuvo que recortarse y ajustarse a lo esencial, al tiempo que a los últimos 8 meses del proyecto, de elaboración y presentación de datos y resultados, se le eliminó el contrato de investigación. El trabajo de campo de la encuesta se realizó del 6 al 27 de septiembre de 2010, mediante el sistema CATI en la empresa Servicios Estadísticos de Canarias, S.L. con personal formado por Nuria Hernández. Las entrevistas de la segunda fase cualitativa fueron realizadas por Nuria Hernández Hernández. Nuria nos ha enseñado a todo el equipo de investigación de SCITECAN2 el inmenso valor del buen trabajo técnico de investigación.

En el primero, mi trabajo, «Innovación, ultraperiferia y microempresa. Algunas conclusiones sobre el sistema de innovación en Canarias», se centra en el resultado de las hipótesis presentadas en el proyecto, en la medida en que pudieron someterse a prueba. Dos ejes principales centran el análisis: el entorno y el capital humano de las microempresas de la región y de cada una de las islas del Archipiélago Canario. Respecto al primero, interesaba el peso de los campus tecnológicos y el fenómeno de la «doble insularidad», mientras que respecto al segundo era fundamental el análisis de género (¿dónde y cómo están las mujeres?), edad y nivel de estudios del microempresariado canario. Los resultados obtenidos dan pie para sacar algunas conclusiones sobre la situación de la innovación en Canarias y sugerir algunas actuaciones.

Rocío Peña Vázquez y José Antonio Álvarez González, ambos procedentes de las ciencias económicas, firman el segundo trabajo, «Motivación, iniciativa empresarial e innovación en las microempresas canarias», que estudia cómo las motivaciones del empresario afectan al comportamiento de las microempresas. Para ello, analizan la asociación de los tipos de motivaciones con rasgos de la personalidad, para atender después a cómo afectan las motivaciones al comportamiento innovador de los microempresarios. Entre las aportaciones de su trabajo destaca el perfil del microempresario innovador: varón entre 35 y 44 años con estudios secundarios o superiores y que crea su empresa por «implicación en un reto profesional». Las escasas mujeres microempresarias, por el contrario, lo son para «para conciliar la vida profesional y familiar».

El tercer trabajo, «Política regional para la innovación en las microempresas canarias», lo firman Marcel Bonnet Escuela y Nieves Santana Díaz, economista y socióloga respectivamente. Atiende a otra dimensión básica de los estudios de la innovación, el análisis de las políticas públicas, considerando el impacto de la política para la innovación sobre las microempresas canarias. Después del análisis de las políticas de innovación de las regiones ultraperiféricas y de la actividad innovadora de las pyme canarias, usan resultados de la encuesta de SCITECAN2 sobre el grado de utilización de las TIC por las microempresas canarias, y las conclusiones de las entrevistas en profundidad a 25 responsables de microempresas innovadoras acerca del impacto de las políticas de innovación en su actividad empresarial, para señalar aspectos importantes sobre las políticas de innovación. Los microempresarios innovadores casi coinciden en señalar que el principal obstáculo para innovar en Canarias radica en el escaso apoyo institucional, la excesiva burocracia y el elevado coste, de tal modo que consideran preferible financiar sus innovaciones sin solicitar subvenciones.

En el cuarto trabajo, «Innovación en el turismo. Reflexiones teóricas y evidencias sobre Canarias», Pablo Rodríguez González, sociólogo del turismo no perteneciente al equipo de SCITECAN2, usa los datos de SCITECAN2 referidos a las empresas turísticas para reflexionar sobre el estado de la innovación en el sector turismo, fuente principal de recursos de Canarias. Señala que la presencia retórica de la innovación en las políticas turísticas no ha venido acompañada de reflexión sobre las peculiaridades de la innovación en una actividad como el turismo, plagada de especificidades económicas. Después de atender a las distintas definiciones de

la innovación turística, desde un extremo constructivista hasta el polo escéptico, analiza los resultados del proyecto SCITECAN2 a la luz de ese debate. Una de sus conclusiones es que las microempresas turísticas canarias tienen un carácter relativamente poco innovador, pero no innovan menos que el resto, sino incluso más en determinados ámbitos. Sin embargo, el tipo de innovaciones que se realizan y la forma en que se hacen apuntan a que el microempresariado turístico no es consciente de las interrelaciones de los procesos de innovación en las complejas cadenas de valor turísticas y sus frecuentes consecuencias imprevistas.

En el quinto trabajo, «El giro cultural en los estudios de innovación», Madelon van Oostrom, socióloga vinculada a SCITECAN desde el inicio del grupo, se aparta de los datos empíricos para reflexionar sobre la diversidad de enfoques teóricos presentes bajo el epígrafe de «cultura de la innovación». La autora analiza la influencia de la cultura en la innovación a través de la revisión de la literatura especializada y con el fin de diseñar un esquema de análisis operativo que permita el análisis sociológico empírico de la cultura de la innovación, objeto de su tesis doctoral en elaboración. El trabajo parte del gran interés por el papel de la cultura o de factores culturales en el dinamismo económico global, y en especial en las relaciones entre las actividades de innovación de las empresas y los resultados económicos de los países y regiones. El análisis de la influencia de la cultura en la innovación adopta, en este 'giro cultural' de los estudios sobre innovación, distintas perspectivas según las escuelas y corrientes principales, y según el nivel de análisis de la cultura de la innovación (nacional, regional o local), que son analizadas críticamente en el trabajo, para concluir con un marco de referencia regional para el estudio de la cultura de la innovación susceptible de ser operativo empíricamente.

El sexto y último de los trabajos, «Obstáculos para innovar. Las microempresarias en Canarias», firmado por Nieves Santana Díaz y Marcel Bonnet Escuela, se centra en las políticas de igualdad de género fruto de los esfuerzos institucionales por fomentar la igualdad de género en la investigación, el desarrollo y la innovación dentro del tejido empresarial. En todos los países, a pesar de las diferencias en los sistemas de educación y de empleo, las mujeres desaparecen de los puestos más elevados tanto en el mundo empresarial como en el mundo académico. Según los datos de SCITECAN2, resulta evidente que las mujeres siguen teniendo una baja representación en la dirección de empresas y en la toma de decisiones. El trabajo analiza desde la perspectiva de género diferentes factores que dificultan la innovación empresarial según las microempresarias, además de los problemas añadidos con los que se encuentran las microempresarias por ser mujeres, como la doble jornada o los problemas de conciliación de la vida familiar y laboral.

En la sección de Investigación novel, Nuria Hernández Hernández, responsable técnico de investigación en SCITECAN2 durante 18 meses, presenta los resultados para Canarias de un proyecto de investigación «Cooperación universidad-empresa en el sistema español de I+D: opiniones y experiencias de los grupos de investigación», dirigido por Irene Ramos Vielba primero desde el IESA-CSIC de Córdoba y después desde la Fundación Ideas para el progreso de Madrid. En su trabajo, «Actividades de transferencia de conocimiento universidad empresa. El caso de Canarias frente a otras comunidades autónomas», Nuria Hernández parte

de estudios sobre las motivaciones del personal investigador para la transferencia de conocimiento entre la universidad y la empresa que muestran que está dispuesto a comprometer tiempo, energía y recursos intelectuales y que los beneficios de estas actividades redundan en el propio grupo de investigación y son muy diversos. El objetivo del trabajo es analizar las motivaciones del personal investigador ante la transferencia de conocimiento universidad-empresa, haciendo énfasis en el caso de Canarias, en el contexto de la opinión de este colectivo sobre las motivaciones para realizar actividades de transferencia de conocimiento en cuatro comunidades autónomas con indicadores de I+D+i muy diferenciados; de un lado, Madrid y País Vasco y, de otro, Andalucía y Canarias. Las especificidades de Canarias son manifiestas en la escasa experiencia de colaboraciones en actividades de transferencia de conocimiento universidad-empresa, pero no difiere de las otras tres regiones en cuanto a las motivaciones para realizarlas ni en cuanto a su opinión de que el principal freno para incrementar estas actividades de cooperación con las empresas es la falta de reconocimiento académico.

Sólo me resta concluir con el agradecimiento al profesor Dr. D. Jorge Rodríguez Guerra, director de *Atlántida*, revista de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, por la oportunidad que nos brindó de exponer a la comunidad universitaria diversos resultados de investigaciones sociológicas y económicas sobre la innovación en Canarias.

REFERENCIAS

Fernández Esquinas, M. (2012). «Hacia un programa de investigación en Sociología de la Innovación», *Arbor*, vol. 188, núm. 753, doi:10.3989/arbor.2012.753n1001.

Merton, R.K. (1987). «Three fragments from a sociologist's notebook: establishing the phenomenon, specified ignorance, and strategic research materials», *Annual Review of Sociology*, 13, 1-28. http://dx.doi.org/10.1146/annurev.so.13.080187.000245.

ARTÍCULOS

INNOVACIÓN, ULTRAPERIFERIA Y MICROEMPRESA. ALGUNAS CONCLUSIONES SOBRE EL SISTEMA DE INNOVACIÓN EN CANARIAS

Teresa González de la Fe
Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales,
Universidad de La Laguna
tgdelafe@ull.es

Resumen

El trabajo forma parte de una investigación desarrollada entre 2009 y 2011 que trataba de completar información sobre las microempresas canarias que quedaban fuera de los muestreos estadísticos pero representan más del 90% de empresas de Canarias, y testar algunas hipótesis sobre la influencia del entorno, especialmente insular, y las características del microempresariado (sexo, edad, niveles educativos, uso de TIC) en relación con el papel de la innovación en el desarrollo económico en regiones insulares ultraperiféricas y economía de servicios tradicionales. El trabajo se ciñe a las siete hipótesis del proyecto exponiendo algunos resultados obtenidos mediante encuesta, especialmente la escasa colaboración entre las microempresas y los grupos de investigación y el predominio masculino en el microempresariado. Estos resultados permiten formular algunas conclusiones generales sobre la situación de la innovación en las microempresas de Canarias.

Palabras clave: Innovación, Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), microempresas, regiones ultraperiféricas de la Unión Europea, cambio social.

Abstract

«Innovation and microenterprise in outermost regions. Some conclusions about Canarian innovation system». This paper just focuses on a part of a bigger research project (2009-2011) with two main objectives: to complete the information about Canarian micro-enterprises (1 to 9 employees) which fall outside the statistical samplings but represent over 90% of regional total enterprises, and to test some hypothesis about the insular environmental influence. Futhermore, it studies some entrepreneurial social characteristics (sex, age, education level, use of ITC) related to the role of innovation in regional development of outermost islands with a services economy classic model. The paper centers on the project's seven hypothesis and presents some results obtained from survey, especially the scarce collaboration between micro-enterpreneurs and research groups. Also the overwhelming male predominance in the world of micro-businesses. The results obtained lead to some general conclusions about the role that innovation plays in the Canarian micro-enterprises.

Key words: Innovation, Information and Communication Technologies (ICT), micro-enterprises (SME: small and medium enterprises), outermost regions of European Union, social change.

Revista Atlántida, 5; diciembre 2013, pp. 15-42; ISSN: 556-4924

INTRODUCCIÓN

Hace dos décadas se inició en el Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad de La Laguna el estudio sistemático de las actividades de I+D+i en Canarias con el fin de aportar nuevos conocimientos y dar explicaciones a los datos estadísticos del Instituto Nacional de Estadística (INE) sobre las actividades de I+D realizadas en la región. Partiendo de los resultados de estudios preliminares (González de la Fe, 1995; 1999), se constituyó un equipo de investigación interdisciplinar para el estudio socio-económico del sistema de ciencia y tecnología de Canarias (SCITECAN) en torno al proyecto «Análisis sociológico y computacional del Sistema de Ciencia y Tecnología de las Islas Canarias» (2003-2006) que analizó el sistema canario de I+D desde el ángulo de los investigadores y las políticas públicas de I+D. Posteriormente, el proyecto SCITECAN2 «Innovación, Tecnología y Economía del Conocimiento en las Microempresas de Canarias»[1] (2009-2011) buscaba completar el análisis desde el lado de las empresas, las cuales, en España en general y en Canarias en particular, son mayoritariamente microempresas (de 0 a 9 trabajadores).

SCITECAN2 tenía un doble objetivo: a) probar una metodología de explotación de bases de datos empresariales procedentes de las Cámaras de Comercio para obtener información sobre microempresas; b) el análisis de la microempresa en relación con los factores implicados en el proceso de innovación, en especial la situación de las microempresas canarias en los sectores intensivos en conocimiento.

La mayor parte de las empresas regionales (más de 9 de cada 10) son microempresas que quedan fuera de los muestreos estadísticos de la «Encuesta sobre el uso de TIC y comercio electrónico en la empresa» y de la «Encuesta sobre innovación tecnológica en las empresas» que realiza regularmente el INE, por lo que los análisis sobre la situación de la I+D empresarial y la innovación en general carecían de realismo sobre las características principales de estas empresas en relación a la innovación y el uso de nuevas tecnologías. Las bases de datos de las Cámaras de Comercio de Canarias proporcionaron un universo a partir del cual se extrajo una muestra para la realización de una encuesta telefónica, cuyos resultados aportaron información y conocimiento sobre la situación de las microempresas en relación con las nuevas tecnologías (TIC), la innovación y la economía del conocimiento. Una vez obtenida la información general sobre las microempresas y sus relaciones con la

---

[1] SCITECAN2 obtuvo financiación del Gobierno de Canarias (PI2003/173) y se desarrolló en el Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales de la ULL por el equipo compuesto por Teresa González de la Fe como investigadora responsable, Rocío Peña Vázquez, José Antonio Álvarez González y Marcel Bonnet Escuela como investigadores, Madelon van Oostrom y Nieves Santana Díaz como estudiantes de doctorado y Nuria Hernández Hernández contratada como técnica de investigación. La «tijera» sufrida por el presupuesto del proyecto no permitió abarcar todos los objetivos del mismo, pues el cuestionario tuvo que recortarse y ajustarse a lo esencial al tiempo que al último semestre del proyecto, de elaboración y presentación de datos y resultados, se le eliminó el contrato de investigación.

innovación, la segunda fase de la investigación llevó a cabo un estudio cualitativo de las microempresas con actividades en la economía del conocimiento, en sectores intensivos en conocimiento o de base tecnológica, para conocer más en detalle su situación, sus relaciones con los otros actores del sistema de I+D y los problemas que encuentran en lo relativo a la innovación.

Para la realización de este proyecto se contó con la colaboración activa de las Cámaras de Comercio de Canarias, que participaron no sólo en el acceso a las muestras sino en el propio diseño del cuestionario y de la fase cualitativa. La mayor parte de los resultados de SCITECAN2 han sido expuestos en diversos trabajos y foros (por ejemplo, González de la Fe *et al.*, 2012; Bonnet *et al.*, 2009 y 2011), por lo que este trabajo se centrará en aspectos más generales del sistema canario de innovación que se plantearon como hipótesis a comprobar mediante encuesta.

El marco teórico que sirvió de base al proyecto se expone resumidamente en el apartado 1; el apartado 2 expone las hipótesis y la metodología y técnicas usadas en SCITECAN2; mientras que los apartados siguientes exponen los resultados obtenidos en relación con las variables del entorno (apartado 3) y respecto al capital humano (apartado 4). Por último, las conclusiones resumen los resultados al tiempo que reflexionan sobre la situación de la innovación en Canarias en esta segunda década del siglo XXI marcada por las crisis financieras y la recesión de la zona euro de la que Canarias forma parte como región ultraperiférica.

1. IMPACTOS DEL CONOCIMIENTO Y LA INNOVACIÓN EN EL DESARROLLO REGIONAL

A nivel teórico, la finalidad de SCITECAN2 era estudiar el papel de las microempresas en el desarrollo regional en el caso de regiones insulares con una economía centrada en el tándem turismo/construcción. El hilo conductor de la investigación fue el análisis del papel del cambio tecnológico y la innovación en la actividad económica regional, problema en el que confluyen distintas disciplinas y líneas de investigación que han experimentado un importante desarrollo en los últimos treinta años. El proyecto se desarrolló en un contexto económico, social y político muy distinto a la actual situación de crisis financiera de la zona euro, de políticas de liberalización de bienes públicos y de drástica contención de la inversión estatal, así como de gran incertidumbre respecto al futuro político de Europa. Los síntomas de esta crisis ya se perciben en las entrevistas del proyecto, si bien no con la contundencia actual.

En el año 2000, la Unión Europea lanzó la «estrategia de Lisboa», que se proponía crear para 2010 una economía europea del conocimiento poniendo énfasis en el papel central de la innovación como elemento clave del crecimiento económico, de la competitividad a largo plazo y del pleno empleo (European Commission, 2000). Como aspectos esenciales se destacaba la financiación de la innovación, la promoción de la innovación en las PYME y el desarrollo de las políticas regionales de innovación. Se partía de la consideración de la innovación como un sistema multidimensional y dinámico más que lineal, lo que implica la actuación de diversos

agentes y un proceso que se extiende más allá del hecho puntual de una transferencia de tecnología desde la universidad o centro de I+D a las empresas. En el sistema de innovación se producen flujos de información y de conocimiento a través de los espacios de interfaz entre grandes empresas, investigadores, emprendedores, inversores, administraciones, pequeñas y medianas empresas y otros actores que forman parte del nuevo modelo de innovación europea (OCDE 2000). En este escenario, cargado de buenas intenciones y que ha resultado un fracaso en cuanto a su realización, el proyecto SCITECAN2 trataba de recoger evidencia empírica sobre Canarias para poner a prueba algunas hipótesis sobre la innovación y el contexto regional, el papel de las mujeres en la innovación y el uso de las TIC en las microempresas canarias.

Tanto desde la ciencia económica como desde la sociología se ha estudiado el impacto de la innovación tecnológica en las sociedades. En la estela de Talcott Parsons y Merton, Daniel Bell (1978) avanza un nuevo modelo de sistema social, la sociedad postindustrial, caracterizado por el creciente peso de la ciencia industrial y de una industria basada en la ciencia y la tecnología.

En los años 80 del siglo xx, la revolución tecnológica que supuso la creación y desarrollo de las TIC (las nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones) ha originado una abundante literatura sobre el papel de las TIC en la configuración de un modelo económico y societario de alcance mundial, conocido como globalización. Para algunos autores (por ejemplo, Castells, 1997 o Drucker, 1992) se trata de una nueva sociedad, de un nuevo estadio de la evolución social aún no claramente definido, que denominaron Sociedad red y Sociedad postcapitalista, pero que también se ha definido como Sociedad del conocimiento o Sociedad Tecnocientífica (véase, González de la Fe, 2002 y 2007). Todos tienen en común la idea de la importancia de los conocimientos científicos y tecnológicos para el crecimiento de la economía y del bienestar social, por lo que los análisis comparativos de los países incluyen medidas de las inversiones nacionales, públicas y privadas, en ciencia y tecnología y de las proporciones de la población que poseen conocimientos y habilidades relacionadas con las actividades de ciencia y tecnología. Las inversiones en I+D y los volúmenes de capital humano forman parte de las medidas estándares de la riqueza y el desarrollo de los países y proporcionan una medida de la capacidad de innovación y de éxito económico en términos de competitividad en el mercado mundial. Otras medidas del desarrollo social ponen el acento en indicadores diferentes, pero también la ciencia y la tecnología, la educación y el capital humano, forman parte esencial para la sostenibilidad, el bienestar social y los derechos humanos (Banco Mundial, 2013; Naciones Unidas, 2013).

Desde los años noventa del pasado siglo xx, en el ámbito de influencia de los países de la OCDE empieza a ganar peso en los discursos políticos, en la literatura gris y en las revistas académicas la idea de la innovación como objetivo de la política económica (González de la Fe, 2009; García, 2012; Brunet y Pizzi, 2012) en un contexto de importantes novedades tecnológicas que tienen repercusiones relevantes en las sociedades, si bien su alcance no es el mismo en todos los países, como es el acceso a las redes telemáticas y el uso de éstas para distintas actividades, bien a través de computadores o de otros dispositivos, especialmente telefónicos, rápidamente puestos al alcance de la población. Los discursos sobre la innovación están presentes

tanto en la literatura procedente de la gestión de empresas y el marketing, como en la del conjunto de las ciencias sociales (por ejemplo, Lundvall (ed) 1992; Nelson (ed) 1993; Edquist (ed) 1997; Malerba, 1999; Nooteboom, 2000;). Igualmente, la innovación funciona como una especie de «mantra» que aparece con frecuencia en los medios de comunicación y en el discurso de los políticos y gestores públicos de toda la Unión Europea y en todos y cada uno de los niveles de la administración desde el local hasta el supranacional. A las tradicionales estadísticas de I+D se añaden medidas de la innovación elaboradas siguiendo las recomendaciones metodológicas de la OCDE expuestas en el conocido Manual de Oslo (OCDE, 2006).

Dentro de la diversidad disciplinar y teórica de los estudios de la innovación (Fernández Esquinas, 2012; Olazaran *et al.*, 2005 y 2011), el modelo de la Triple Hélice (Etzkowitz y Leydesdorff, 2000) permitía estudiar, en contextos locales o regionales específicos, el papel de las universidades, los gobiernos y las empresas en el crecimiento económico, a través de la transferencia de conocimiento y tecnología y mediante el desarrollo de relaciones o interacciones entre ellos (Leydesdorff y Etzkowitz, 1996; Viale y Ghiglione, 1998; González de la Fe, 2009). En el análisis general de los resultados de SCITECAN2, la metáfora de la triple hélice permitió analizar la innovación desde el punto de vista de las microempresas atendiendo a sus interacciones (o ausencia de ellas) con las otras dos palas de la hélice, universidades y gobiernos.

2. HIPÓTESIS Y METODOLOGÍA

SCITECAN2 tenía objetivos descriptivos y explicativos. Los descriptivos venían obligados por la mencionada carencia de información relevante sobre las microempresas en lo relativo a TIC e innovación. La información obtenida ha permitido conocer, desde una perspectiva sociológico-económica, el estado de las microempresas en relación a la innovación, la tecnología y la economía del conocimiento en una economía de servicios, atendiendo a distintas variables geográficas, sociodemográficas, económicas y educativas, además de los indicadores habituales de uso de las TIC. Respecto a los objetivos explicativos, SCITECAN2 trató de poner a prueba un conjunto de hipótesis referidas al comportamiento probable de las microempresas en el sistema de I+D+i en Canarias, relacionado con el papel de los campus tecnológicos y de algunas características de los microempresarios —como el género, el nivel de estudios y la edad— en los procesos de innovación y en el desarrollo de una economía del conocimiento.

En una sociedad archipielágica como Canarias es preciso anclar los resultados de cualquier investigación en su entorno geográfico. Dos variables tienen especial importancia en cuanto a los datos: la provincia y la isla, siendo la primera una división administrativa con arraigo económico, político e identitario, y la segunda la que enmarca la actividad natural de las microempresas y le impone sus condicionantes. La investigación previa del equipo apuntaba indicios de la existencia de diferencias en la cultura innovadora de los empresarios de los distintos territorios provinciales e insulares.

Un supuesto subyacente es que el mayor nivel educativo de las personas al frente de las microempresas favorece un uso más frecuente de las TIC para establecer nuevos tipos de servicios, o atender a nichos de mercado emergentes relacionados con actividades económicas de alto contenido tecnológico en las que el conocimiento es el principal componente del valor añadido. Por ello, el subsector de las microempresas que desarrollen sus actividades bajo los epígrafes CNAE de los sectores intensivos en conocimiento, minoritario en el conjunto de la microempresa de Canarias, con mayor probabilidad estará relacionado con las «fábricas» de conocimiento que son los centros de investigación y, especialmente, las universidades y los entornos universitarios.

Además, atender al uso de las TIC por parte de las microempresas permite saber en qué medida se usan como sustitutas de tecnologías anteriores o traen consigo comportamientos empresariales de nuevo tipo, dando lugar a formas distintas de organización y de actuación. Dado que Internet no es una tecnología sino una forma de organización que permite otras formas de acciones y relaciones (Castells, 1997), es importante diferenciar el uso de TIC exclusivamente para la sustitución de tecnologías predigitales como la máquina de escribir, la caja registradora o el archivo de clientes, del uso de las TIC para realizar tareas y prestar servicios nuevos. Usando el modelo clásico de la sociología se distingue entre un uso tradicional y un uso nuevo de las TIC para profundizar en el conocimiento sobre la cultura de la innovación. La evidencia empírica disponible permitía suponer que los microempresarios, como cualquier otro colectivo social, usarán más las TIC a medida que tengan mayor nivel de estudios, predominando los hombres sobre las mujeres de forma creciente de acuerdo con las pirámides de edad: a más edad, menos mujeres.

Las preguntas sobre la situación de las mujeres en las microempresas de Canarias (quiénes son, dónde están y cómo están) recorren todos los ítems estudiados en el proyecto. Los datos educativos señalan que las mujeres poseen una mejor formación y niveles educativos más altos que los hombres, pues las mujeres han de invertir en la educación como una vía para acceder al mercado laboral (Garrido, 1992). La presencia de las mujeres en la microempresa es un asunto del máximo interés, pues permite prever las tendencias de evolución del sector y atender a la cuestión transversal de la igualdad de géneros.

El entorno y el capital humano fueron los dos ejes básicos en torno a los que se formularon las hipótesis de investigación siguientes:

1. «Se encontrará más empresas intensivas en conocimiento y de contenido tecnológico allí donde hay un campus tecnológico».
2. Pone a prueba el papel del fenómeno conocido como «doble insularidad»: «A mayor distancia respecto a las capitales provinciales, menor carácter innovador del conjunto de microempresas, especialmente en lo relativo al uso nuevo de las TIC frente al uso tradicional».
3. «Las microempresas de las dos capitales canarias presentan diferencias significativas o relevantes respecto a la tecnología, la innovación y la economía del conocimiento, estableciendo la significación en un 25% de diferencias en la mayoría de los ítems de la escala y la relevancia en un 50% de diferencias».

4. «El colectivo de hombres titulares de microempresas es mayor que el colectivo de mujeres titulares de microempresas». Una estimación del valor de esta variable podría ser la proporción 2/3: de cada tres microempresas, dos de ellas tendrán hombres como titulares y una tendrá a una mujer.
5. «A mayor edad de los microempresarios, menor será la presencia de mujeres usuarias de TIC y menor aún la de mujeres con un uso nuevo de las TIC».
6. «A mayor nivel de estudios de los microempresarios, mayor probabilidad tanto de uso de las TIC y acceso a Internet como de utilización de las TIC para la organización de la actividad de la empresa, en lo relativo a sus servicios a los clientes y en lo relativo a la coordinación al interior de la empresa».
7. «El colectivo de mujeres microempresarias canarias tiene mayor nivel educativo que los hombres, siendo más altos los porcentajes de titulados superiores entre las mujeres que entre los hombres, especialmente mientras más jóvenes sean éstas».

La metodología usada en la comprobación de estas hipótesis combinó técnicas cuantitativas y cualitativas a fin de recoger y sistematizar una información que en gran medida estaba ausente. Dada esta carencia, se procedió a la explotación de fuentes secundarias de datos que, pese a estar recogidos con otros fines (especialmente fiscales), permitieron obtener una primera información relevante sobre las microempresas. A partir de los datos de las diferentes Cámaras de Comercio de Canarias se obtuvo una muestra representativa de microempresas canarias, a la que se administró una encuesta telefónica cuyo cuestionario permitió conocer con más precisión el grado de implantación de los indicadores básicos de la sociedad de la información y la innovación tecnológica en las micro empresas, complementando la información del INE en este ámbito. La frecuencia y tipo de uso de las TIC, el grado de informatización y de acceso a Internet, las infoestructuras y la infocultura, el uso de los recursos de Internet, la cultura de la innovación y las variables relevantes para la confirmación de las hipótesis del proyecto.

Un paso de importancia básica fue la identificación del subsector de las microempresas que realizan actividades en la economía del conocimiento, es decir, en los sectores intensivos en conocimiento y de alto contenido tecnológico. Este subsector, pequeño en el conjunto del tejido microempresarial canario, fue estudiado posteriormente mediante una técnica cualitativa, la entrevista en profundidad, que posibilitó el análisis de las condiciones de los entornos en los que realizan sus actividades —mercado, normativa, interacciones y relaciones con otros agentes del sistema— y de la percepción de los principales obstáculos a las actividades de innovación. Las actitudes hacia la innovación y otras dimensiones de la cultura de la innovación fueron ítems importantes en el cuestionario, con el objetivo de analizar diferencias entre el subgrupo de empresas innovadoras y el conjunto del tejido microempresarial. De esta forma, el análisis cualitativo produjo información acerca de aspectos relevantes del desarrollo regional como son la innovación, la tecnología y la economía del conocimiento, relacionados, entre otros, con la detección de las posibles limitaciones a la promoción de actividades innovadoras y las posibles diferencias culturales entre los grupos de microempresarios desde un punto de vista territorial

(Hernández y González, 2013; van Oostrom, 2013). El uso combinado de diferentes técnicas de investigación permitió optimizar la información disponible y asegurar la validez de los resultados obtenidos, lo que refuerza la capacidad de explicación y de generalización de los resultados, así como su comparabilidad.

3. EL ENTORNO: INSULARIDAD E INNOVACIÓN

La isla es el entorno natural en el que se realiza la actividad de las microempresas, siendo relevante la diferencia entre las dos islas con capital de provincia, Gran Canaria y Tenerife, y las llamadas islas no capitalinas (Lanzarote y Fuerteventura en la provincia de Las Palmas, y La Palma, La Gomera y El Hierro en la provincia de Santa Cruz de Tenerife) en las que se presenta en fenómeno de la «doble insularidad» al depender de las respectivas islas capitalinas para el suministro y la comercialización, encareciendo el acceso a los recursos. Las dos islas centrales son también sedes de las dos universidades públicas presenciales establecidas en la región, ambas de tipo generalista pero con mayor tradición y presencia de titulaciones de tipo tecnológico en la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria que en la de La Laguna.

3.1. Relación entre campus tecnológico y empresas intensivas en conocimiento

Aunque las dos universidades canarias cuentan en la actualidad con estudios de ingenierías, la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC) ha tenido tradicionalmente un perfil «politécnico» más acusado que la Universidad de La Laguna (ULL) más orientada a ciencias básicas. Por ello, cabía esperar que las empresas intensivas en conocimiento y con mayor capacidad de innovación fueran más abundantes en Gran Canaria que en Tenerife. Sin embargo, nuestros datos no confirman la hipótesis: la cercanía a un campus tecnológico no guarda una relación clara con el peso de las empresas intensivas en conocimiento ni en la isla ni en la provincia, aunque en ambas están casi ausentes las empresas intensivas en conocimiento en sentido estricto. Por ello, nuestra hipótesis puede reformularse respecto al conjunto de las microempresas considerando su puntuación en diversos indicadores de innovación, como la creación de bienes y serivicios, el uso de intranet empresarial, la colaboración con grupos de investigación y el grado de acuerdo con la frase «La colaboración con investigadores o grupos de investigación puede ayudar a la empresa a innovar», como medidas de la capacidad de innovación de las microempresas.

Tomando la creación de bienes o servicios nuevos como primer indicador de innovación, en la tabla 1 se recoge el porcentaje de empresas que han innovado en cada isla, que es mayor en la isla de Gran Canaria (37,8%) que en la de Tenerife (29,7%), pero es mucho mayor en La Gomera (47,1%) y también alto en La Palma (37,1%).

TABLA 1. MICROEMPRESAS QUE HAN CREADO ALGÚN BIEN O SERVICIO NUEVO (% INSULAR)									
		Tenerife	Gran Canaria	Fuerteventura	Lanzarote	La Palma	La Gomera	El Hierro	Total
Creado algún bien o servicio nuevo (dicotómica)	SÍ	29,7%	37,8%	31,4%	33,3%	37,1%	47,1%	29,4%	33,9%
	NO	70,3%	62,2%	68,6%	66,7%	62,9%	52,9%	70,6%	66,1%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: SCITECAN2

Lo contrario sucede al considerar el uso de las TIC para trabajo en red o como intranet empresarial. Las microempresas de Gran Canaria puntúan bastante por debajo de las de Tenerife, dado que un 15,4% de sus microempresas no disponen de ordenadores frente al 4,5% de las de Tenerife, por lo que solo 1 de cada 2, el 53,7%, de microempresas de Gran Canaria trabaja en red frente a casi 2 de cada 3, el 63,2%, de las de Tenerife, como se muestra en la tabla 2. Pero de nuevo se pone de manifiesto que una isla no capitalina, en este caso Lanzarote, es la que cuenta con una mayor proporción de microempresas con intranet, más de 2 de cada 3 (69,2%) y Fuerteventura, La Palma y La Gomera superan también a Gran Canaria.

TABLA 2. MICOREMPRESAS QUE USAN LAS TIC PARA TRABAJO EN RED O INTRANET									
		Tenerife	Gran Canaria	Fuerteventura	Lanzarote	La Palma	La Gomera	El Hierro	Total
	Filtro*	4,5%	15,4%	2,9%	7,7%		5,9%	11,8%	8,1%
Trabajo en red o intranet	SÍ	63,2%	53,7%	54,3%	69,2%	57,1%	58,8%	52,9%	59,0%
	NO	32,3%	30,9%	42,9%	23,1%	42,9%	35,3%	35,3%	32,9%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: SCITECAN2

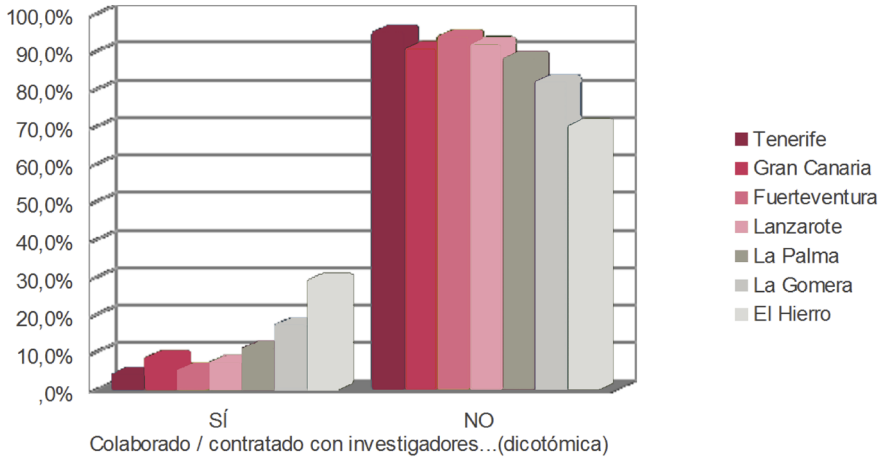
La colaboración con los grupos de investigación es un buen indicador de capacidad de innovación de las microempresas, dado que las microempresas, especialmente de algunos sectores, requieren más conocimientos o usos de aparataje técnico que han de obtener fuera. Sin embargo, como se muestra en la tabla 3, la experiencia de colaboración con investigadores es muy escasa en ambas provincias (no llega a 1 de cada 10 microempresas), no siendo significativa la diferencia entre ambas.

TABLA 3. MICROEMPRESAS QUE HAN COLABORADO / CONTRATADO CON INVESTIGADORES % DENTRO DE PROVINCIA				
		Provincia		Total
		Santa Cruz de Tenerife	Las Palmas	
Colaborado / contratado con investigadores	SÍ	8,5%	8,1%	8,3%
	NO	91,5%	91,9%	91,7%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: SCITECAN2

No obstante, al atender a la isla los datos muestran diferencias interesantes entre ellas, recogidas en el gráfico 1, pues Gran Canaria casi dobla el porcentaje de microempresas que han colaborado con investigadores respecto a Tenerife (8,8% frente a 4,5%) y La Palma (11,4%), Gomera (17,6%) y El Hierro (29,4%) tienen porcentajes muy elevados respecto al resto de las islas, que pueden ser explicados fundamentalmente por el peso de las empresas del sector primario en estas islas.

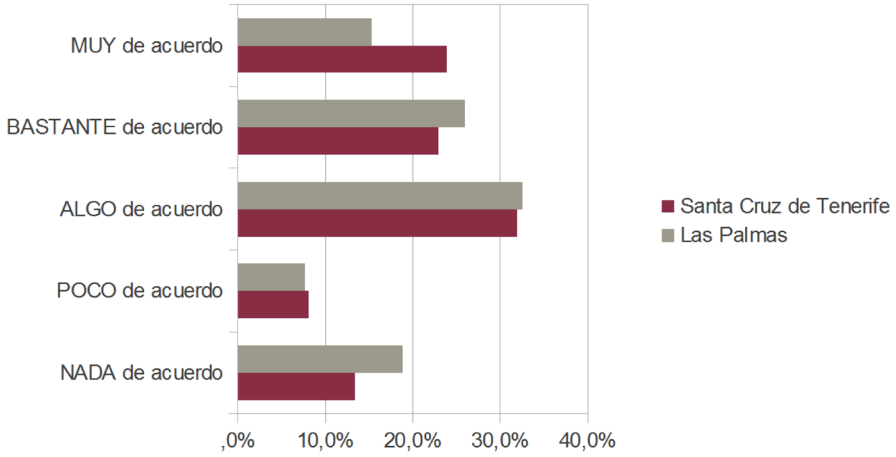
Gráfico 1. Microempresas que han contratado o colaborado con investigadores (% insular)



Fuente: SCITECAN2

Por otra parte, en el conjunto de microempresas de la provincia de Santa Cruz de Tenerife el acuerdo con la frase «La colaboración con investigadores o grupos de investigación puede ayudar a la empresa a innovar» es mayor que en la provincia de Las Palmas, como se muestra en el gráfico 2. Especialmente en los ítems de Muy

Gráfico 2. Acuerdo con la frase «La colaboración con investigadores o grupos de investigación puede ayudar a la empresa a innovar». Provincias



Fuente: SCITECAN2

de acuerdo (23,8% en Santa Cruz de Tenerife frente a 15,2% en Las Palmas) y de Nada de acuerdo (13,3% en Santa Cruz de Tenerife frente a 18,8% en Las Palmas).

Estos datos muestran que la cercanía a los campus tecnológicos no necesariamente implica una relación fluida entre microempresas y centros de investigación, aunque en dos de los indicadores considerados, la creación de un bien o servicio nuevo y la colaboración con grupos de investigación, las microempresas de Gran Canaria puntúan por encima de las de Tenerife. De todos modos, la estructura económica de Canarias, volcada en el sector servicios y sin apenas presencia del sector industrial no es la más adecuada para el desarrollo de estos vínculos. Por otra parte, las políticas regionales industriales y de innovación tampoco han sido capaces, quizás por los constantes cambios y la escasez de inversiones, de generar y mantener un tejido empresarial intensivo en conocimiento que pudiera actuar como alternativa al tándem ladrillo-turismo tradicional desde los años 60 del siglo XX.

3.2. Doble insularidad

La «doble insularidad» hace referencia a la situación de las islas que no son capital de provincia, las cuales han de sumar a los costes de la lejanía respecto al conjunto del Estado, los de la lejanía respecto a las capitales de sus respectivas provincias. Esto se traduce en economías muy dependientes del exterior, tanto en lo que atañe a la provisión de los bienes y servicios que requieren y que han de traer del exterior, como a la comercialización de sus propios bienes y servicios. Sin em-

bargo, en este aspecto tampoco los resultados confirman la hipótesis pues, como se señaló anteriormente, las microempresas de Lanzarote, La Gomera y El Hierro puntúan más alto que Gran Canaria o Tenerife en los índices usados para mostrar la innovación. Del mismo modo, si se considera la conexión a Internet en la empresa, el uso de las TIC para contactar con los clientes o la oferta de comercio electrónico como ejemplos de usos avanzados de las TIC y de comportamientos innovadores en las microempresas, las distancias entre las islas no capitalinas y las capitalinas no coinciden con la previsión hecha en nuestra hipótesis, como se muestra en las tablas siguientes. Las microempresas de La Palma cuentan con un 100% de conexión a Internet, seguido por las de Fuerteventura (94,3%) y Tenerife (92,9%), mientras que las de Gran Canaria tienen la proporción más escasa (77,2%) y el porcentaje mayor de microempresas sin conexión a Internet (tabla 4).

TABLA 4. INTERNET EN LA EMPRESA. % INSULAR

		Tenerife	Gran Canaria	Fuerteventura	Lanzarote	La Palma	La Gomera	El Hierro	Total
	Filtro*	4,5%	15,4%	2,9%	7,7%		5,9%	11,8%	8,1%
Internet en la empresa	SÍ	92,9%	77,2%	94,3%	89,7%	100,0%	82,4%	88,2%	87,8%
	NO	2,6%	7,4%	2,9%	2,6%		11,8%		4,1%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

* Empresas sin ordenadores
Fuente: SCITECAN2

Respecto al uso de Internet para contactar con los clientes, la proporción de microempresas de Fuerteventura (80,0%) y de La Palma (80,0%) está claramente por encima de la que presenta tanto Tenerife (74,2%) como Gran Canaria (60,3%) como se observa en la tabla 4.

TABLA 5. USO DE INTERNET PARA CONTACTAR CON SUS CLIENTES

		Tenerife	Gran Canaria	Fuerteventura	Lanzarote	La Palma	La Gomera	El Hierro	Total
	Filtro*	7,1%	22,8%	5,7%	10,3%		17,6%	11,8%	12,2%
Utiliza internet para contactar con sus clientes	SÍ	74,2%	60,3%	80,0%	74,4%	80,0%	64,7%	70,6%	70,3%
	NO	18,7%	16,9%	14,3%	15,4%	20,0%	17,6%	17,6%	17,5%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

* Empresas sin ordenadores
Fuente: SCITECAN2

En el caso del comercio electrónico, es Fuerteventura la isla que cuenta con una mayor proporción de microempresas que ofertan servicios de comercio electrónico (40%), mientras que Gran Canaria (17,6%) y Tenerife (19,4%) están por debajo de todas las islas no capitalinas (tabla 6).

TABLA 6. SERVICIOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO. % INSULAR

		Tenerife	Gran Canaria	Fuerteventura	Lanzarote	La Palma	La Gomera	El Hierro	Total
	Filtro*	49,0%	61,0%	48,6%	53,8%	47,1%	41,2%	58,8%	53,1%
Servicios de comercio electrónico	SÍ	19,4%	17,6%	40,0%	25,6%	20,6%	41,2%	23,5%	22,2%
	NO	31,6%	21,3%	11,4%	20,5%	32,4%	17,6%	17,6%	24,7%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

* Empresas sin ordenadores
Fuente: SCITECAN2

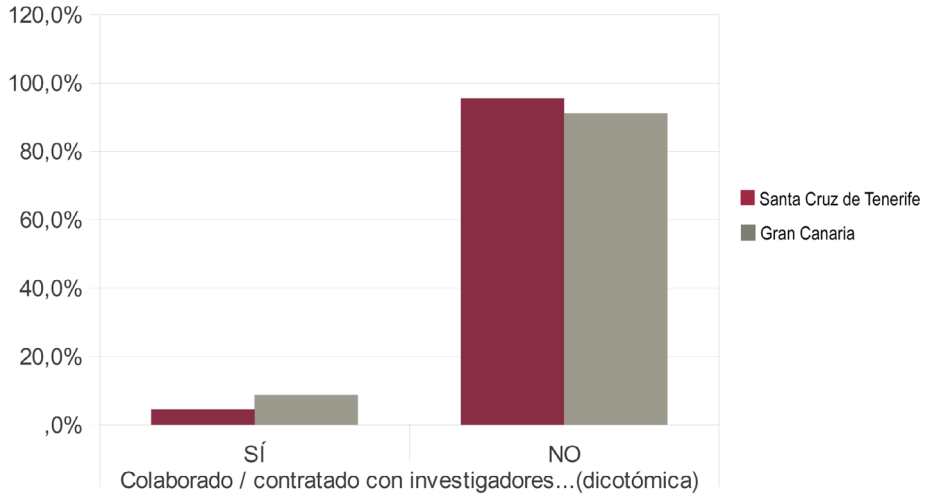
Ello lleva a pensar que la doble insularidad podría estar actuando como un acicate para el uso innovador de las TIC, tratando de paliar mediante las TIC las distancias físicas de la doble insularidad.

3.3. Diferencias entre las capitales

La tercera hipótesis, que hacía referencia a las diferencias entre las dos capitales canarias, no pudo ser comprobada debido a la imposibilidad financiera de hacer encuesta a muestras representativas de microempresas radicadas en ambas capitales. Sin embargo, dado que la mayor parte de las microempresas están establecidas en las capitales, y dado que las diferencias entre las islas capitalinas no parecen estar relacionadas con la cercanía a un campus tecnológico, las tablas 4 a 6 anteriores muestran una mayor presencia de actividades innovadoras relacionadas con las TIC en las microempresas de Tenerife frente a las de Gran Canaria: mayor presencia de Internet en las empresas y mayor proporción de usos nuevos de las TIC en las actividades empresariales. Por el contrario, como ya se señaló en la tabla 1, una proporción superior de empresas de Gran Canaria declaran haber creado bienes o servicios nuevos.

Igualmente, es mayor la proporción de microempresas de Gran Canaria que han contratado o colaborado con investigadores (8,8%) que de Tenerife (4,5%), si bien en ambos casos estas microempresas son minoría dentro de los respectivos conjuntos insulares, como se muestra en el gráfico 3.

Gráfico 3. Microempresas de Gran Canaria y Tenerife que han contratado o colaborado con grupos de investigación



Fuente: SCITECAN2

4. CAPITAL HUMANO, GÉNERO E INNOVACIÓN

Suele hablarse del «techo de cristal» para hacer referencia a los diversos frenos que encuentran las mujeres en el desarrollo de sus carreras profesionales en el seno de las empresas y otras organizaciones, incluido el sector público, con independencia de sus méritos profesionales (Holloway, 1993; Arulampalam *et al.*, 2007). La escasez de mujeres en puestos de dirección y liderazgo, tanto en empresas como en gobiernos, universidades, partidos, sindicatos y otras organizaciones, impulsó el estudio del llamado «factor Atenea» (Hewlett *et al.*, 2008) que hacía referencia a la expulsión de las mujeres en las áreas de ingeniería y tecnología, con la consiguiente pérdida de capital humano para las economías y los países. En SCITECAN2 se midió la presencia de las mujeres en las microempresas canarias, así como otras características como edad y nivel de estudios relacionadas con las mujeres

4.1. Más hombres que mujeres

La hipótesis proponía que de cada tres microempresas, dos tienen hombres al frente de ellas. Sin embargo, la realidad es más masculina y los datos muestran una proporción aún menor de mujeres al frente de las microempresas, pues de las

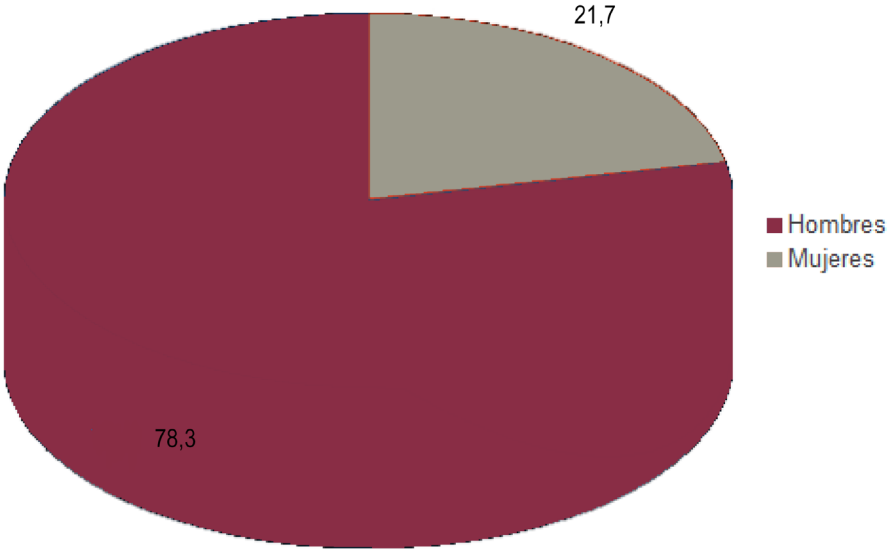
microempresas encuestadas casi 4 de cada 5 están dirigidas por hombres (78,3%) en el conjunto de Canarias, proporción que se incrementa notablemente en La Gomera y El Hierro (88,2% en ambas) y baja un poco en Lanzarote (74,4%) y Gran Canaria (75,5%), como se muestra en la tabla 7. Los datos reflejan una notable ausencia de mujeres ejerciendo como microempresarias, lo que no implica que no estén en las microempresas como asalariadas.

TABLA 7. RESPONSABLES DE MICROEMPRESAS SEGÚN GÉNERO E ISLA %

	Hombre	Mujer	Total
Lanzarote	74,4	25,6	100
Fuerteventura	82,9	17,1	100
Gran Canaria	75,7	24,3	100
Tenerife	77,4	22,6	100
La Palma	82,9	17,1	100
La Gomera	88,2	11,8	100
El Hierro	88,2	11,8	100
Total	78,3	21,7	100

Fuente: SCITECAN2

Gráfico 4. Responsables de microempresas según género



Fuente: SCITECAN2

Como queda de manifiesto en el gráfico 4, la microempresa canaria está fuertemente masculinizada, lo que requiere medidas de fomento y apoyo de la emprendeduría femenina. Sin embargo, como se verá más adelante, el predominio de las microempresarias jóvenes puede señalar a cambios importantes en el microempresariado canario.

4.2. Edad, género y uso de TIC

La hipótesis señalaba que a mayor edad, menor presencia de mujeres usuarias de TIC al frente de las microempresas y menor aún la presencia de mujeres con usos nuevos de las TIC, pues es conocido que la edad influye en el uso de TIC, llegando en algunos casos a igualar a los sexos en las edades más jóvenes. En este caso, los datos obtenidos confirman la hipótesis pues las microempresarias menores de 35 años puntúan muy alto en todas las variables relacionadas con las TIC y con distancias importantes respecto a las de mayor edad. En la tabla 8 puede verse cómo se posicionan las microempresarias respecto a la infoestructura (ordenadores e Internet en la empresa) y la infocultura (trabajo en red o intranet empresarial, usos de Internet para contactar con clientes o con la administración pública o realizar gestiones bancarias, así como el que la microempresa disponga de página web u oferte servicios de comercio electrónico). El grupo de las menores de 35 años puntúa al 100% en la presencia de Internet en la microempresa, así como en el contacto con los clientes o la gestión bancaria y más alto que el resto en los otros ítems, mientras que tanto los grupos de 55 a 65 años como de más de 65 años tienen en general usos más escasos de Internet.

TABLA 8. USOS DE TIC POR LAS MICROEMPRESARIAS SEGÚN EDAD.
% RESPECTO AL TOTAL DE MUJERES EN EL GRUPO DE EDAD

	menos de 35	35 a 44	45 a 54	55 a 65	más de 65	Total
Ordenadores en la empresa	100,00%	90,20%	82,80%	90,90%	66,70%	88,30%
Trabajo en red o intranet	70,00%	46,30%	51,70%	36,40%	33,30%	48,90%
Internet en la empresa	100,00%	73,20%	75,90%	81,80%	66,70%	77,70%
Utiliza internet para contactar con sus clientes	100,00%	58,50%	62,10%	45,50%	66,70%	62,80%
Utiliza internet para contactar con la Administración Pública	80,00%	41,50%	48,30%	45,50%	66,70%	48,90%
Utiliza internet para realizar gestiones bancarias	100,00%	68,30%	62,10%	63,60%	33,30%	68,10%
Página web de la empresa	80,00%	36,60%	41,40%	54,50%	33,30%	44,70%
Servicios de comercio electrónico	40,00%	9,80%	24,10%	27,30%	33,30%	20,20%

Fuente: SCITECAN2

De todos modos, hay que señalar que estos resultados hay que valorarlos sólo como indicios de la brecha digital ligada a la edad, dado que la proporción de mujeres al frente de las microempresas era muy pequeña y la muestra usada en SCITECAN2 es representativa de la población de empresas, a nivel insular y regional y sectorial. Pese a ello, es interesante destacar el comportamiento de las microempresarias entre 35 y 44 años que puntúan por debajo de las mayores en casi todos los ítems relacionados con las TIC, así como el del colectivo de microempresarias de más de 65 años, que alcanza resultados muy altos, si bien las micrompresarias de estas edades es probable que regenten oficinas de farmacias y microempresas similares que requieren estudios superiores para estar al frente. El comportamiento de las mayores también coincide con el de las más jóvenes en la valoración que hacen de la importancia del uso de las TIC en la microempresa pues el total del grupo se posiciona entre Bastante importante y Muy importante, si bien no en la misma proporción, como se muestra en la tabla 9.

TABLA 9. IMPORTANCIA DEL USO DE TICS EN LA EMPRESA SEGÚN EDAD MUJERES MICROEMPRESARIAS

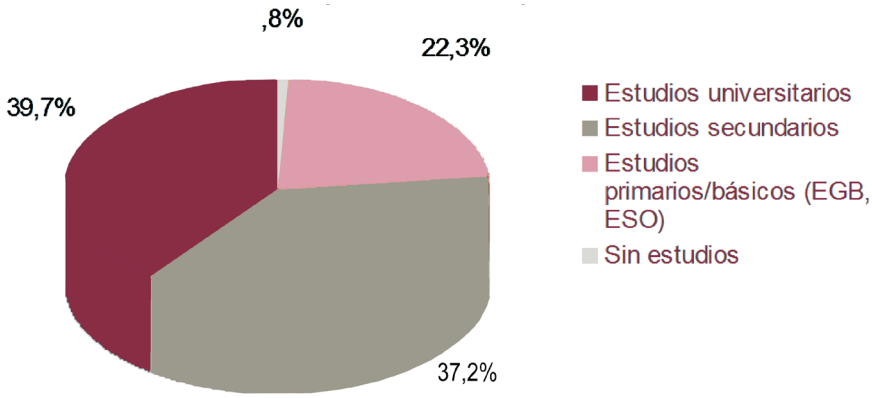
	menos de 35	35 a 44	45 a 54	55 a 65	más de 65
NADA importante		7,30%	3,40%		
POCO importante		17,10%	13,80%	18,20%	
ALGO importante		26,80%	10,30%	18,20%	
BASTANTE importante	30,00%	14,60%	17,20%	18,20%	50,00%
MUY importante	70,00%	34,10%	55,20%	45,50%	50,00%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: SCITECAN2

4.3. Educación y usos de las TIC

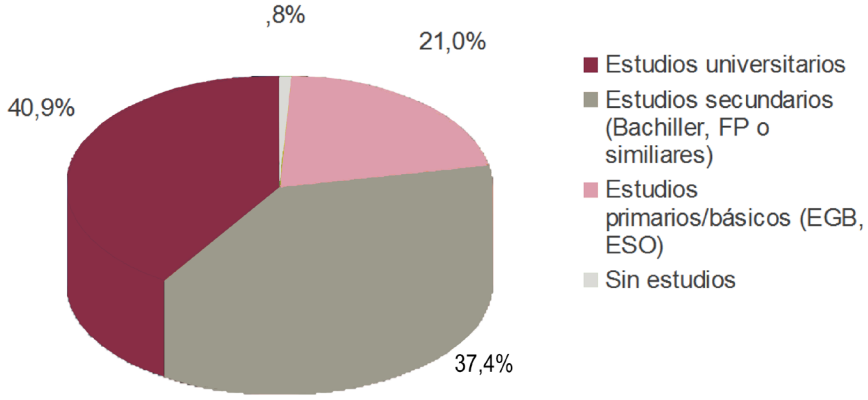
El nivel de estudios que predomina en las personas responsables de las microempresas en Canarias es de estudios secundarios, aunque hay una proporción importante que poseen estudios universitarios, especialmente licenciaturas o diplomaturas. La hipótesis afirmaba que a mayor nivel de estudios de los microempresarios, mayor probabilidad tanto de uso de las TIC y acceso a Internet como de utilización de las TIC para la organización de la actividad de la empresa, en lo relativo a sus servicios a los clientes y en lo relativo a la coordinación al interior de la empresa. Aunque en el cuestionario se tomaron numerosos indicadores de uso de las TIC, en los gráficos 5 a 8 que siguen no se muestra la totalidad de los resultados, pero se comprueba que a mayor nivel de estudios de las personas responsables de las microempresas, mayor proporción de empresas con ordenadores (gráfico 5), con conexión a Internet (gráfico 6), con página web de la empresa (gráfico 7) y que usan Internet para contactar con los clientes (gráfico 8).

Gráfico 5. Niveles de estudios de los responsables de empresas con ordenador



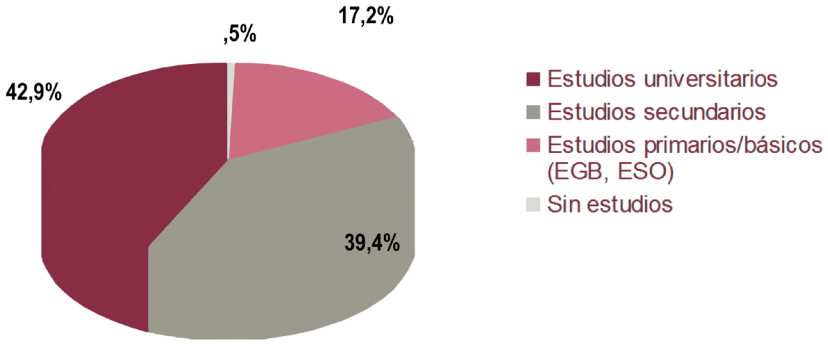
Fuente: SCITECAN2

Gráfico 6. Niveles de estudio de los responsable de microempresas con conexión a Internet



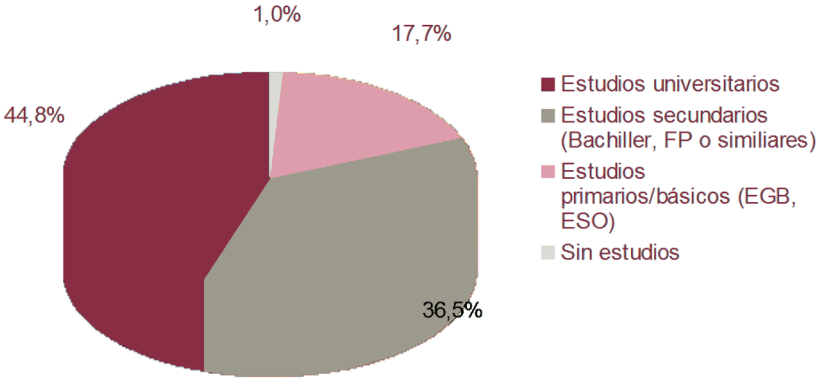
Fuente: SCITECAN2

Gráfico 7. Niveles de estudios de responsables de microempresas con página web



Fuente: SCITECAN2

Gráfico 8. Niveles de estudios de responsables de microempresas que usan Internet para el contacto con los clientes.



Fuente: SCITECAN2

Aunque las diferencias entre las empresas cuyos responsables tienen estudios universitarios o estudios secundarios no son grandes en los cuatro indicadores considerados, sí es mayor la proporción de empresas cuyos responsables tienen estudios primarios que no poseen ordenadores, o no está la empresa connectada a Internet o no tiene página web o no usa Internet para contactar con los clientes. En la tabla 10 se exponen las diferencias en lo relativo a la conexión de la microempresa a Internet.

TABLA 10. INTERNET EN LA EMPRESA SEGÚN EDAD RESPONSABLE DE LA MICROEMPRESA

		Menos de 35	De 35 a 44	De 45 a 54	De 55 a 65	Más de 65	Total
	Filtro*		5,0%	9,0%	12,0%	16,7%	8,1%
Internet en la empresa	SÍ	100,0%	86,8%	88,5%	84,0%	83,3%	87,8%
	NO		8,3%	2,6%	4,0%		4,1%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

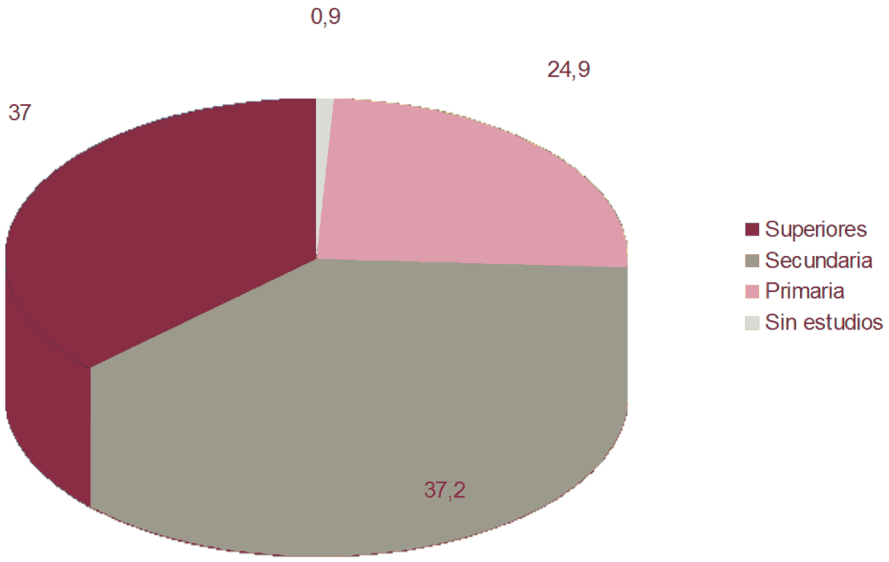
* Empresas sin ordenadores
Fuente: SCITECAN2

4.4. Mujeres en la microempresa

La última hipótesis trataba de comprobar si el grupo de las microempresarias tiene mayor cualificación educativa que el de los microempresarios, como sucede para el conjunto de las mujeres (Garrido, 1992; Martínez, 2013). Como la educación depende de la edad para todo el conjunto, de tal modo que a menor edad, mayores niveles educativos con independencia del género, se trataba de comparar especialmente los grupos de edades más jóvenes. Si bien en el conjunto de responsables de las microempresas sólo carece de formación menos del 1%, aún 1 de cada 4 (24,9%) sólo ha realizado estudios primarios. Los que poseen estudios superiores, tanto a nivel de estudios universitarios medios (diplomaturas e ingenierías técnicas), como superiores (licenciaturas e ingenierías superiores) o de tercer ciclo (máster, doctorado) representan más de un tercio del total (37%), siendo igual el peso de los que poseen estudios secundarios (37,2%), como muestra el gráfico 9.

Dado que la hipótesis señala que cabe esperar niveles educativos superiores entre las mujeres que entre los hombres, especialmente en los colectivos de menor edad, las tablas 11 y 12 siguientes recogen la distribución de los niveles de estudios de microempresarios y microempresarias, así como los perfiles de edad de ambos colectivos. Como se ha visto, la presencia de mujeres microempresarias es notablemente inferior a la de hombres, y este colectivo masculino está, además, más envejecido que el femenino. Una de cada dos mujeres microempresarias tiene menos de 45 años y la proporción del total de los estudios universitarios entre las mujeres (38,7%) es algo superior a la de los hombres (35,9%), aunque hay más microempresarias con estudios de tercer ciclo, así como con universitarios medios. Mucho más notable es

Gráfico 9: Niveles de estudio responsables de microempresas. % del total de Canarias.



Fuente: SCITECAN2

el caso de las que poseen estudios secundarios (44,1% frente al 35,2% de los hombres). Igualmente, y como cabe esperar dada la pirámide de edad masculina, son más abundantes los microempresarios que sólo tienen estudios primarios (casi 1 de cada 3, 27,4%) mientras que las mujeres están diez puntos por debajo (16,1%) en estos estudios. La escasez de mujeres en la muestra de microempresas no permite ir más allá de estas someras comparaciones.

TABLA 11. NIVELES DE ESTUDIO DE RESPONSABLES DE MICROEMPRESAS

	Hombre	Mujer	Total
Estudios de tercer ciclo (máster)	1,8%	4,3%	2,4%
Estudios universitarios superiores	19,9%	17,2%	19,3%
Estudios universitarios medios	14,8%	17,2%	15,3%
Estudios secundarios (Bachiller, FP o similiares)	35,2%	44,1%	37,2%
Estudios primarios/básicos (EGB, ESO)	27,4%	16,1%	24,9%
Sin estudios	0,9%	1,1%	0,9%
Total		100,0%	100,0%

Fuente: SCITECAN2

Las diferencias entre las edades que presentan las microempresarias y los microempresarios son notables y señalan a la progresiva incorporación de mujeres a las responsabilidades empresariales. Casi 2 de cada 3 microempresarios (63,6%) tienen entre 45 y 65 años, mientras que no llega a 1 de cada 2 las microempresarias en esas edades. Los menores de 35 años presentan valores similares entre hombres y mujeres y sus proporciones son pequeñas en cada uno de los colectivos de hombres (8,5%) y mujeres (10,6%), el grupo de 35 a 44 años reúne al 43% de las microempresarias y apenas a una cuarta parte de los microempresarios (23,5%).

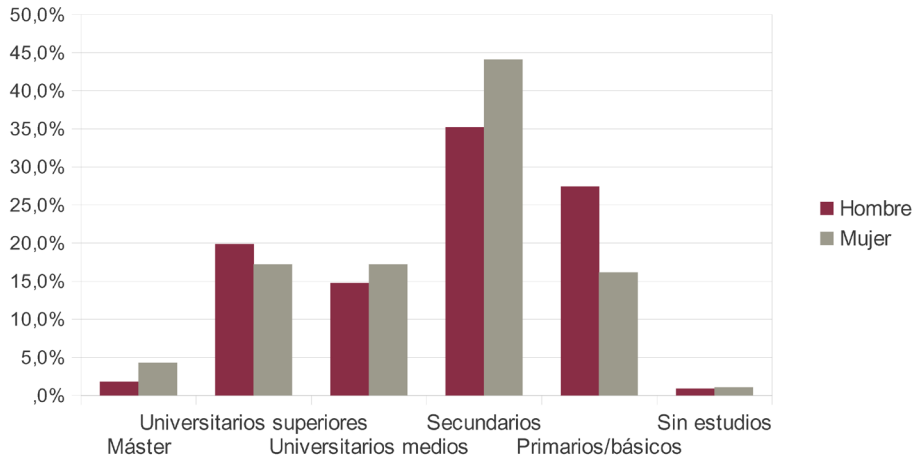
TABLA 12. RESPONSABLES DE MICROEMPRESAS SEGÚN GRUPOS DE EDAD

	Hombre	Mujer	Total
Menos de 35 años	8,5%	10,6%	9,0%
De 35 a 44 años	23,5%	43,6%	27,9%
De 45 a 54 años	37,4%	30,9%	35,9%
De 55 a 65 años	26,2%	11,7%	23,0%
Más de 65 años	4,4%	3,2%	4,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: SCITECAN2

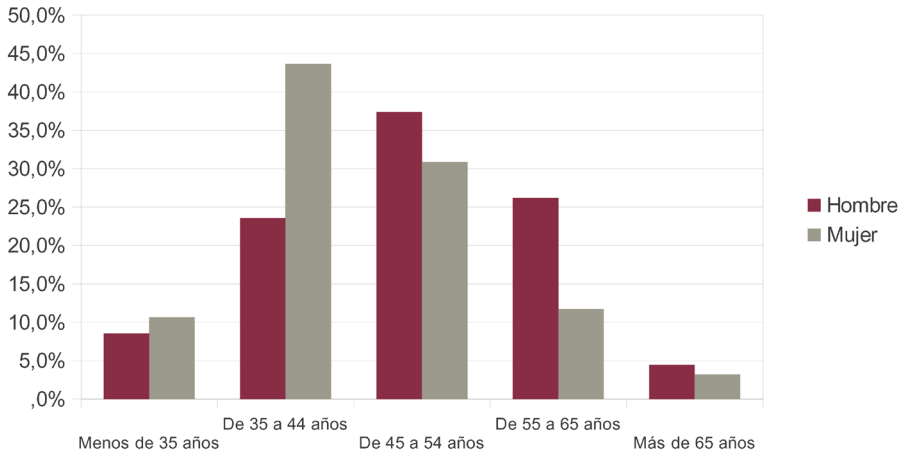
Estas diferencias de género quedan más patentes en los gráficos 10 y 11 siguientes.

Gráfico 10. Nivel de estudios de responsables de la microempresa.



Fuente: SCITECAN2

Gráfico 11. Responsables de microempresas según grupos de edad.



Fuente: SCITECAN2

La hipótesis puede afirmarse que está confirmada y que las mujeres microempresarias tienen niveles superiores de estudios que los microempresarios.

5. CONCLUSIONES

Aunque en este trabajo los resultados expuestos se han ceñido a las hipótesis del proyecto, los fines descriptivos de SCITECAN2 permiten ir un poco más allá y sacar algunas conclusiones más generales sobre la situación de la innovación en Canarias y las debilidades que presenta[2].

Atendiendo a los resultados expuestos aquí, un problema principal que afecta a las microempresas canarias es la escasa colaboración con grupos de investigación que se muestra en el bajo porcentaje de microempresas que han contratado o colaborado con grupos de investigación. El ámbito de las relaciones de intercambio entre el mundo académico y el empresarial, pese a algunos intentos en forma de acciones políticas, sigue siendo una asignatura pendiente que resta potencial innovador a las microempresas al tiempo que dificulta la misión de los centros de investigación de contribuir al desarrollo y el bienestar social del entorno local donde se ubican[3].

[2] Para una exposición del sistema canario de I+D, véase González de la Fe y Hernández Hernández, 2011. También González Ramos y González de la Fe, 2009.

[3] Hay que añadir que los grupos de investigación canarios poseen un marcado carácter académico, dado que se ubican principalmente en las universidades y, en ellas, la investigación no es

Esta situación tiende a revertir debido a las necesidades acuciantes de financiación que padecen las universidades, que han visto descender drásticamente sus fuentes de ingresos, especialmente por parte de los gobiernos regionales.

Sin embargo, el hecho de que el microempresariado, especialmente el femenino, posea niveles de estudios más elevados permite suponer que la brecha entre el mundo académico y el empresarial vaya menguando conforme las culturas universitarias y empresariales interaccionen con mayor frecuencia, compartan más intereses y puedan hablar el mismo «idioma» de la innovación. Tanto en SCITECAN1 (que analizaba a los grupos de investigación) como en SCITECAN2 (que se ocupó de las microempresas) se detectó la dificultad de comunicación entre ambas palas de la triple hélice. Igualmente, tanto los grupos de investigación como el microempresariado se quejan de las relaciones con la pala del gobierno (tanto regional como estatal). Una primera conclusión sería, pues, que la triple hélice de la innovación canaria no puede girar porque aún no hay hélice. Es necesario generar y mantener las condiciones y oportunidades para la interacción entre microempresas y grupos de investigación orientados a la producción de resultados (bienes o servicios) social y económicamente rentables. El papel de los gestores políticos es clave en este aspecto, aunque la trayectoria algo errática de las políticas de ciencia, tecnología e innovación, especialmente en el ámbito regional e insular, no dan pie al optimismo y las quejas del microempresariado de que el exceso de burocracia frena la innovación señalan desconfianza entre ambos actores del sistema de innovación.

Un segundo problema que se pone de manifiesto en los resultados analizados es el de «techo de cristal» con el que se encuentran las mujeres. La escasa presencia femenina entre el microempresariado canario no sólo resta capacidad y potencial de innovación a las microempresas sino que también conduce al despilfarro de capital humano en la región. Un microempresariado masculinizado deja fuera a la mitad de la sociedad e impide la creación de soluciones innovadoras que proceden de las experiencias y las perspectivas de las mujeres, al tiempo que expulsa o desvaloriza el capital educativo de las mujeres, especialmente de las más jóvenes. Aunque se han hecho algunos intentos de discriminación positiva para intentar paliar la ausencia de mujeres en la dirección (de cualquier tipo de organización), los hechos siguen mostrando que el problema afecta a todos los ámbitos de la sociedad y ha de ser objeto de actuaciones políticas más contundentes y permanentes, que han de incluir a la infancia y a la juventud, edades en las que se asumen los roles de género y se definen las expectativas grupales y sociales sobre lo masculino y lo femenino.

En tercer lugar, en SCITECAN2 se usaron muchas variables para medir la presencia de las TIC en las microempresas y los usos que de ellas hace el microempresariado canario. En este sentido, y aunque los resultados de la encuesta es probable que hayan cambiado, puede afirmarse que las TIC aún están ausentes en bastantes

---

la actividad exclusiva ni la principal, sin olvidar el hecho de que la promoción en la carrera universitaria tradicionalmente valora poco y no premia la colaboración con las empresas. Sobre las culturas y subculturas de investigación, ver González Ramos y González de la Fe, 2005.

microempresas y que el pleno uso de redes telemáticas por el microempresariado sigue siendo un objetivo a conseguir más que un hecho establecido. Ello tiene mucho que ver con la situación general de la llamada Sociedad de la Información en Canarias y con las necesidades y situaciones de las microempresas de los distintos sectores de la actividad económica. El predominio del sector terciario más tradicional, y la aún escasa cultura innovadora en el ámbito del turismo y la hostelería, explican en gran medida el escaso uso de redes telemáticas para la actividad de la microempresa que aparece en los resultados analizados. Los desarrollos tecnológicos basados en dispositivos móviles están incrementando el uso de las redes telemáticas para un número mayor de actividades de la empresa, especialmente en el ámbito del comercio electrónico y el contacto con los clientes, la administración y los bancos.

Por último, pero no menos importante, cabe preguntarse por la innovación y las políticas de innovación en esta situación de crisis económica, políticas liberales extremas e incertidumbres políticas de todo tipo. Aunque este tema merece una reflexión más detallada, pues el ámbito mismo de la innovación como objeto de estudio presenta problemas importantes y su carácter complejo o multifacético haya hecho que se la aborde desde diferentes ámbitos académicos como la economía, la geografía, la sociología, la psicología social, la ingeniería industrial o el management (Fernández Esquinas, 2012), lo que parece estar claro es que la situación de crisis de la zona euro y de la propia Unión Europea, así como los conflictos y tensiones sociales surgidas a consecuencia de las políticas de recorte de la inversión pública en todos los ámbitos sociales han sacado de la agenda política y presupuestaria a la innovación para prestar atención a problemas percibidos como más urgentes.

En el caso de Canarias, que lidera la estadística española de desempleo, los escasos e insuficientes recursos destinados a I+D+i que han sido tradicionales en la región han seguido descendiendo (COTEC, 2013). Al mismo tiempo, la voracidad recaudatoria de la administración se ha convertido en un factor negativo para las actividades de innovación de las microempresas, que están más preocupadas por sobrevivir en un entorno cada vez más incierto en todos los ámbitos sociales fundamentales: la economía, la política y los consensos sociales compartidos. Estas incertidumbres, y la necesidad de supervivencia, han hecho aflorar productos y servicios nuevos, junto a precios más ajustados, en el contexto de la crisis española y de los países del sur.

Los escenarios de la crisis no son halagüeños: incremento constante de las desigualdades sociales, abundantes casos de pobreza severa que afecta sobre todo a las mujeres y la infancia, conflictos sociales crecientes y desconfianza generalizada hacia los partidos políticos que escenifican la democracia en España y en Canarias. Tradicionalmente, las crisis canarias se resolvían mediante la emigración. Pero las islas pasaron a ser destinos de inmigrantes y no origen de emigrantes, lo que obliga a buscar soluciones y arreglos que mantengan el orden social. Este es un medio tradicionalmente considerado favorable a la innovación, a buscar soluciones nuevas a problemas del presente y del futuro inmediato, con ideas nuevas e ingeniosas susceptibles de plasmarse en productos para los mercados.

Están emergiendo formas no empresariales de organización económica ligadas a la llamada economía social que presentan interesantes casos de innovación en

cuanto a ofrecer productos y servicios nuevos que son rentables no exclusivamente en términos mercantiles. Por otra parte, las redes telemáticas posibilitan la realización en las distintas islas de actividades microempresariales destinadas al mercado global y que no requieren una localización física cercana a los centros de decisión (pero sí acceso fácil a las vías aéreas) que pueden ser atractivas, y de hecho lo son, a un microempresariado foráneo de alta cualificación (Saxenian, 2005), amante del buen clima y la tranquilidad de las islas. El cambio climático, los problemas medioambientales de Canarias y la agudización de conflictos sociales pueden poner en peligro la imagen turística de Canarias. El conocimiento y el ingenio de la población, especialmente la más joven y mejor educada, están obligados a hacerles frente.

Recibido: 16-07-2013. Aceptado: 30-10-2013

REFERENCIAS

Arulampalam, W., Booth, A.L. y Bryan, M. (2007). Is There a Glass Ceiling over Europe? Exploring the Gender Pay Gap across the Wage Distribution, *Industrial and Labor Relations Review*, vol. 60, núm. 2, pp. 163-186.

Banco Mundial (2013). *Informe sobre el desarrollo mundial 2013. Empleo.* World Bank. http://siteresources.worldbank.org/EXTNWDR2013/Resources/8258024-1320950747192/8260293-1322665883147/Overview_Spanish.pdf.

Bell, Daniel (1978). *El advenimiento de la sociedad postindustrial*. Madrid, Alianza Editorial.

Bonnet, M., Peña Vázquez, R., González Ramos, A.M, González de la Fe, T. y van Oostrom M. (2009). «La distribución regional de las políticas de recursos humanos en España», *Anales de la Facultad de Derecho*, ISSN 0075-773X, núm. 26, 2009 pp. 27-48.

Bonnet, 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*, ISSN 0075-773X, núm. 28, pp. 43-56

Braczyk, Cooke y Heidenreich (eds.) (1997). *Regional innovation systems*. Londres, UCL Press.

Brown, T. y Ulijn, J. (2004). *Innovation, Entrepreneurship and Culture. The interaction between technology, progress and economic growth*. Edward Elgar, Cheltenham UK.

Brunet, I. y Pizzi, A. (2012). «Perspectivas de innovación y cambio técnico en Ciencias Sociales», *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, año 9: núm. 2, pp. 79-94.

Castells, M. (2005). La era de la información, vol. 1: *Economía, Sociedad y Cultura. La sociedad red*. Alianza Editorial, Madrid.

Cooke, P. y Morgan, K. (1999). *The Associational Economy: Firms, Regions and Innovation*. Oxford University Press, Oxford.

COTEC (2013). *Informe COTEC 2013, Tecnología e innovación en España*. Fundación COTEC.

Drucker, P. (1992). *La sociedad postcapitalista*. Norma Editorial, Bogotá.

Edquist, C. (ed.) (1997). *Systems of innovation. Technologies, institutions and organization*. Londres, Pinter.

Etzkowitz, H. y Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: from national systems and «mode 2»' to the triple helix of university-industry-government relations. *Research Policy*, vol. 29.

European Commission (2000). *Innovation in a knowledge-driven economy*, COM 567 final.

Fernández Esquinas, M. (2012). «Hacia un programa de investigación en sociología de la innovación», *Arbor*, vol. 188-753, pp. 5-18, doi: 10.3989/arbor.2012.753n1001.

García, José Luis (2012). «El discurso de la innovación en tela de juicio: tecnología, mercado y bienestar humano», *Arbor*, vol. 188-753, pp. 19-30 doi: 10.3989/arbor.2012.753n1002.

Garrido Medina, L. (1992). *Las dos biografías de la mujer en España*, Madrid, Instituto de la mujer.

González de la Fe, T. (1995). *La investigación científica en Canarias*. Consejería de Educación, Cultura y Deporte. Gobierno de Canarias.

—— (1999). *Ciencia y tecnología en Canarias*, UNED, Centro Asociado de Tenerife. Lección inaugural curso 1999-200.

—— (2002). Conocimiento, tecnologías de la comunicación y cambio social, en *La sociedad: teoría e investigación empírica. Estudios en homenaje a José Jiménez Blanco*, Madrid, CIS, pp. 369-392.

—— (2007). «Avatares de la sociedad civil y la ciudadanía en la sociedad del conocimiento, en Escritos sociológicos». Libro homenaje a Salvador Giner, Madrid, CIS, pp. 455-482.

—— (2009). «El modelo de Triple Hélice de relaciones universidad, industria y gobierno: un análisis crítico». *Arbor*, vol. 185, núm. 738, pp. 739-75. doi:10.3989/arbor.2009.738n1049.

González de la Fe, T. y Hernández Hernández, N. (2011). «Canarias. Las peculiaridades de la insularidad», en Irene Ramos Vielba (coord) *Una revisión de los sistemas regionales de I+D. Andalucía, Canarias, Madrid y País Vasco*. Madrid, Fundación Ideas para el progreso. Disponible http://www.fundacionideas.es/sites/default/files/pdf/L-Una_revision_de_los_sistemas_regionales_de_ID-Pol.pdf.

González de la Fe, T. Hernández Hernández, N. y van Oostrom, M. (2012). «Innovación, cultura y tamaño: la microempresa en una región ultraperiférica». *Arbor*, vol. 188, núm. 753, pp. 113-134. doi:10.3989/arbor.2012.753n1008.

González Ramos, A.M. y González de la Fe, T. (2005). «Especialización cultural y estructura social de las comunidades científicas», *Revista internacional de sociología*, núm. 42, pp. 39-67.

—— (2009). «Los actores de los sistemas de I+D+i de las regiones periféricas», *Papers: revista de sociología*, núm. 91, pp. 65-80.

Hernández; N. y González de la Fe, T. (2013). Obstáculos a la innovación en la microempresa. El caso de Canarias. Comunicación presentada al xi Congreso Español de Sociología. Disponible en http://www.fes-web.org/congresos/11/ponencias/1507/.

Hewlett, S.A. *et al*. (2008). *The Athena Factor: Reversing the Brain Drain in Science, Engineering, and Technology*, Harvard Business Review.

Holloway, M.D. (1993). «A lab of her own». *Scientific American*, vol. 269, núm. 5, pp. 68-74.

Koschatzky, K. y Sternberg, R. (2000). R&D Cooperation Innovation System: Some lessons for European Regional Innovation Survey (ERIS), *European Planning Studie*s, vol. 8, núm. 4, pp. 487-502.

Leydesdorff, L. y Etzkowitz, H. (1996). «Emergence of a triple helix of University-Industry-Govermment relations», *Sciencie and Public Policy*, vol. 23, núm. 5, pp. 279-286.

Lundvall, B.A. (ed.) (1992). *National systems of innovation, Towards a theory of innovation and interactive learning*, London, Pinter.

Malerba, F. (1999). Sectoral systems of innovation and production. DRUID Conference, 9-12 junio.

Martínez García, J.S. (2013). *Estructura social y desigualdad en España*, Ed. Catarata, Madrid.

Naciones Unidas (2013). *Informe sobre desarrollo humano 2013*, disponible en http://hdr.undp.org/es/informes/mundial/idh2013/.

Nelson, R. (ed.) (1993). *National innovation systems*. Oxford, Oxford University Press.

Nooteboom, B. (2000). *Learning and Innovation in Organizations and Economies*. New York, Oxford University Press.

OCDE (2000). *A new economy? The changing role of innovation and information technology in growth*. París, OCDE.

—— (1993). *Small and médium-sized enterprises: Technology and competitiveness*, París, OCDE.

—— (2006). *Manual de Oslo: guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*, Paris, OCDE.

Olazaran, M., Lavía, C. y Otero, B. (2005). «Cooperación, conocimiento e innovación: políticas y agentes regionales de I+D», *Ekonomiaz: Revista vasca de economía*, ISSN 0213-3865, núm. 59, pp. 186-213.

Olazaran, M. Albizu, E. y Otero, B. (2011). «Cooperación y creación de conocimiento tecnológico: innovación en las pequeñas y medianas empresas industriales», en *Innovación, conocimiento científico y cambio social: ensayos de sociología ibérica de la ciencia y la tecnología*, coord. por Teresa González de la Fe y Antonio López Peláez, Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas, pp. 131-162.

Oostrom, M. van (2013). Actitudes y comportamientos innovadores en las micropymes. Una exploración de la influencia de los elementos culturales en la innovación. Comunicación presentada al *xi Congreso Español de Sociología*. http://www.fes-web.org/congresos/11/ponencias/1474/.

Saxenian, A. (2005). From Brain Drain to Brain Circulation: Transnational Communities and Regional Upgrading in India and China. *Studies in Comparative International Development* 40, pp. 35-61.

Viale, R. y Ghiglione, B. (1998). «El modelo de triple hélice: una herramienta para el estudio de los sistemas socio económicos regionales europeos», *IPTS Report*, núm. 29, pp. 35-40.

MOTIVACIÓN, INICIATIVA EMPRESARIAL E INNOVACIÓN EN LAS MICROEMPRESAS CANARIAS

Rocío Peña Vázquez
Dpto. Economía de las Instituciones-ULL
ropeva@ull.edu.es

José Antonio Álvarez González
Dpto. Economía de las Instituciones-ULL
josalvar@ull.es

Resumen

El comportamiento empresarial forma parte del comportamiento humano y las acciones humanas son, fundamentalmente, la consecuencia de factores cognitivos y motivacionales, es decir, de los conocimientos, de las habilidades y de los deseos. En este trabajo se analiza cómo las motivaciones del empresario afectan al comportamiento de las microempresas tratando, en primer lugar, la asociación de los tipos de motivaciones con rasgos de la personalidad y, en segundo lugar, cómo afectan las motivaciones al comportamiento innovador de los microempresarios.

Palabras clave: microempresa, motivación, iniciativa empresarial, innovación, Canarias.

Abstract

«Motivation, entrepreneurship and innovation in Canarian microenterprises». The business behavior is part of human behavior and human actions are, fundamentally, the result of cognitive and motivational factors, of the knowledge, including skills and desires. This paper discusses how the motivations of the entrepreneur affect the behavior of micro trying, first, the association of the types of motivations and personality traits, secondly, as the motivations affect the innovative behavior of microentrepreneurs.

Key words: microenterprise, motivation, entrepreneurship, innovation, Canary Islands.

1. INTRODUCCIÓN

Desde los tiempos de Schumpeter se ha destacado el papel fundamental de la iniciativa empresarial en el cambio económico. Entendemos la iniciativa empresarial como un proceso por el cual se descubren, evalúan y explotan las oportunidades de

Revista Atlántida, 5; diciembre 2013, pp. 43-57; ISSN: 556-4924

crear futuros bienes y servicios, considerando las oportunidades empresariales como las «situaciones en las cuales nuevos bienes, servicios, materias primas y métodos organizativos pueden ser introducidos y vendidos a un precio mayor que el de los costes de su producción» (Shane y Venkataraman, 2000: 218).

El comportamiento empresarial forma parte del comportamiento humano y las acciones humanas son, fundamentalmente, la consecuencia de factores cognitivos y motivacionales, es decir, de los conocimientos (incluyendo las habilidades y las *skills*) y de los deseos (Locke, 2000: 409).

Los estudios de la elección de la actividad empresarial por las personas han tratado de especificar los elementos que influyen en la decisión de trabajar por cuenta propia: características personales, cognitivas, y condiciones sociales (Krueger *et al.*, 2000; Shaver and Scott, 1991; y Simon *et al.*, 2000). En la literatura sobre los factores determinantes de la iniciativa empresarial se puede distinguir entre los rasgos propios de la persona y los factores externos, del contexto. Este enfoque coincide con la nueva economía del comportamiento (*behavioral economics*) que considera como determinantes del comportamiento humano las capacidades cognitivas de las personas y los elementos del contexto en el que las personas viven (Zarri, 2009).

Cuadro 1. Rasgos personales y del entorno, motivaciones y comportamiento.

Fuente: elaboración propia.

En este trabajo se analiza cómo las motivaciones del empresario afectan al comportamiento de las microempresas tratando, en primer lugar, la asociación de los tipos de motivaciones con rasgos de la personalidad y, en segundo lugar, cómo afectan las motivaciones al comportamiento innovador de los microempresarios.

Para ello, se revisa la literatura sobre las motivaciones y la iniciativa empresarial. Posteriormente, se establece hipótesis que se contrastan en el caso de las Islas Canarias y, finalmente, se desarrollan las conclusiones obtenidas, en el último epígrafe.

2 MOTIVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

El análisis económico se ha basado en los incentivos de manera que se puede predecir cómo la gente cambia su comportamiento en respuesta a cambios en los incentivos (Fehr y Falk, 2002).

La literatura distingue entre motivaciones intrínsecas y extrínsecas (Osterloh y Frey, 2000; y Ryan y Deci, 2000). La motivación intrínseca tiene que ver con las necesidades en el sentido de Maslow, mientras que la motivación extrínseca tiene que ver con los incentivos externos, del mercado. Para Frey y Jegen (2001), las motivaciones extrínsecas son incentivos que provienen del exterior de la persona mientras que las motivaciones intrínsecas provienen del interior y tendrían más que ver con las preferencias.

Además, los enfoques más recientes se han puesto de manifiesto que el comportamiento de los individuos responde a distintas motivaciones. Zibell (2011) propone un modelo pluralista de la motivación humana, de forma que cada individuo dispone de una cartera de motivaciones y en cada persona, o en cada momento, predominan unas motivaciones sobre otras.

Como señalan Steel y König (2006), el comportamiento humano ha sido estudiado desde distintas disciplinas, economía, sociología, psicología, que han destacado distintos factores explicativos. Incluso dentro de una misma disciplina, como la economía, se ha producido una importante evolución. En esta evolución, Fehr y Falk (2002) consideran que el comportamiento de los individuos responde a tres tipos de motivos: la reciprocidad, la aprobación social y el deseo de realizar tareas interesantes. Benabou y Tirole (2006), por su parte, consideran que los individuos tienen una función de utilidad con tres componentes: recompensas extrínsecas, placer de realizar una actividad y la propia imagen en relación con la de los demás.

Comportamiento humano = Función (motiv. intrínsecas, motiv. extrínsecas)

La iniciativa empresarial, el emprendimiento, es una forma de comportamiento humano e incluye las características del empresario y la descripción de lo que hace (Koppl, 2007), las actitudes y las actividades.

En la decisión de emprendimiento intervienen muchos factores. McClelland (1961), en un trabajo pionero, destacó el motivo del logro como principal determinante del comportamiento empresarial. Shane *et al.* (2003) consideran que todas las decisiones humanas son el resultado de factores motivacionales y cognitivos (que incluyen habilidad, inteligencia, *skills*) y de factores externos al individuo (la disponibilidad de financiación, las políticas de apoyo...). Para otros autores, como Baumol (1990), los empresarios están motivados por la estructura de recompensa de la economía, es decir, por motivos externos a la persona o incentivos. El enfoque de la motivación para iniciar la actividad empresarial ha sido desarrollado en la actualidad por una serie de autores (Carsrud *et al.*, 2009; Hessels *et al.*, 2008; Segal *et al.*, 2005).

Gilad y Levine (1986) proponen dos explicaciones de la motivación empresarial: 1) la teoría del «empuje» (*push*) que explica que los individuos son empujados hacia la iniciativa empresarial por factores externos negativos tales como la falta de

trabajo, la insatisfacción con el trabajo, el bajo salario, la falta de flexibilidad del trabajo; y 2) la teoría del «tirón» (*pull*) que indica que los individuos son atraídos por las actividades empresariales buscando independencia, auto-realización, riqueza y otros resultados deseable.

Reynolds *et al*. (1999) en el segundo informe del GEM, en línea con Gilad y Levine (1986), introducen los conceptos de oportunidad y necesidad como factores determinantes de la iniciativa empresarial y ponen de manifiesto que según el motivo se produce un distinto desempeño; los empresarios por necesidad tienen un mayor riesgo de fracaso (Pfeiffery Reize, 2000; Andersson y Wadensjoe, 2007), realizan actividades marginales (Vivarelli y Audretsch, 1998) y realizan inversiones significativamente menores de capital (Santarelli and Vivarelli, 2007).

Verheul *et a*l. (2010) revisan el enfoque *push pull* e identifican las motivaciones arrastre o tirón (*pull*) con la necesidad de logro, el deseo de independencia y con las posibilidades de desarrollo social, es decir, con lo que denominamos motivaciones intrínsecas; mientras que las motivaciones empuje (*push*), estarían más relacionadas con motivaciones externas (desempleo, presión familiar, insatisfacción con la situación actual), que en la terminología de Reynolds *et al*. (1999) serían por motivos de oportunidad y de necesidad.

El enfoque de los rasgos de personalidad ha destacado cómo los individuos con elevada necesidad del logro, la propensión a tomar riesgos, la tolerancia por la ambigüedad y el *locus of control* interno tienen una mayor probabilidad de comprometerse con actividades empresariales (Altinay *et al*., 2012: 489). Arenius y Minniti (2005) agrupan los factores que influyen en las decisiones empresariales en tres grupos: factores sociodemográficos, variables perceptuales y factores del contexto.

En la década de los 90, se ha renovado el interés por el estudio de las características personales de los empresarios como factores explicativos de la iniciativa emprendedora, centrándose más en las competencias, motivaciones y en factores cognitivos (Baron, 1998; Baum, Locke, y Smith, 2001; Busenitz y Barney, 1997; y, Mitchell, Smith, Seawright, y Morse, 2000). La literatura ha tratado de identificar los rasgos de la personalidad que caracterizan a los empresarios y que les diferencian de los que no lo son. Los estudios empíricos no son concluyentes y no solo se pueden encontrar rasgos de personalidad distintos entre empresarios y no empresarios sino también entre unos empresarios y otros. Posiblemente, un aspecto no suficientemente estudiado es el de identificar distintos tipos de empresario. Los distintos rasgos de personalidad con diferentes motivaciones dan lugar a diferentes tipos de empresarios.

En este sentido, Schwartz (1979) pone de manifiesto la distinta motivación según el género; las motivaciones de las mujeres empresarias están más relacionadas con la necesidad del logro, el deseo de la satisfacción en el trabajo y las necesidades económicas mientras que las de los hombres están más relacionadas con el deseo de hacer cosas y con el control de los recursos. Para Cromie (1987), las motivaciones de las mujeres están menos interesadas en obtener dinero y eligen el emprendimiento por la insatisfacción profesional. Se destaca, por consiguiente, la existencia de prioridades distintas según el género, señalándose que las mujeres tienen preferencia por ocupaciones más flexibles.

Ya en el campo del emprendimiento (DeTienne y Chandler, 2007; Pines *et al.*, 2010; Langowitz *et al.*, 2007), se apunta como el género es relevante a la hora de identificar las oportunidades. Estas distintas preferencias pueden estar relacionadas con el distinto rol de la mujer y con factores culturales.

Otro aspecto importante es el de la educación. La Teoría del Capital Humano ha destacado cómo la educación aumenta los conocimientos de las personas, lo que puede modificar su percepción de la realidad y, en definitiva, la identificación de las oportunidades (Davidsson y Honig, 2003; y, Ucbasaran *et al.*, 2003). Además Levesque *et al.* (2002) observan cómo las motivaciones varían con la edad del emprendedor.

En este estudio seguimos esta línea de investigación, considerando la motivación desde una doble perspectiva: por un lado, tratando de asociar el tipo de motivación con rasgos personales y culturales y, por otro, considerando que el tipo de motivación del empresario es relevante en el comportamiento de las microempresas.

Por tanto, en la decisión empresarial pueden predominar motivos relacionados con los incentivos (motivaciones extrínsecas), la satisfacción de realizar una actividad e incluso un estilo de vida (*lifestyle*) (Peter *et al.*, 2009).

Las hipótesis que se plantean son las siguientes:

Hipótesis 1. Las características personales (edad, sexo, nivel educativo) influyen en el tipo de motivación.

Hipótesis 2. Las motivaciones cambian con la edad (Lavesque *et al.*, 2006).

Hipótesis 3. Las motivaciones cambian con el nivel educativo. La educación modifica las *skills* cognitivas y, por consiguiente, influye en el reconocimiento de las oportunidades. Cuanto mayor es el nivel de educación mejores oportunidades identifica.

Hipótesis 4. El género influye en las motivaciones. Las mujeres tienen menos motivaciones para emprender y tienen distintas motivaciones que los hombres.

Hipótesis 5. Las motivaciones cambian con el contexto económico y cultural.

Hipótesis 6. El tipo de motivación del empresario influye en el comportamiento innovador de la microempresa.

3. METODOLOGÍA, INDICADORES Y RESULTADOS

Según los últimos datos del DIRCE[1], el tejido empresarial canario se caracteriza por estar formado en un 95% por autónomos y pequeñas empresas de menos de diez empleados, siendo las microempresas las formadas, sobre todo, por empresas de menos de tres trabajadores (84%). Estas microempresas (el 81,92%) se concentran en las islas capitalinas, según datos proporcionados por el Instituto Canario de Estadística (ISTAC) para el año 2009, y entre los diez primeros sectores

[1] Directorio Central de Empresas. Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE).

de actividad en las que participan, destacan las actividades de comercio (26,23%), el sector de la construcción (12,90%) y el de la hostelería (12,02%), que a su vez son las actividades donde se concentra el mayor empleo en Canarias.

3.1. Metodología e indicadores

Para contrastar las hipótesis anteriores, utilizamos la información que nos proporcionan los datos recogidos entre los meses de septiembre y octubre de 2010 de un proyecto de investigación más amplio llevado a cabo por el grupo de investigación SCITECAN de la Universidad de La Laguna denominado: «Innovación, tecnología y economía del conocimiento en las microempresas canarias», financiado por la Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información del Gobierno de Canarias.

La principal finalidad del proyecto SCITECAN2 es la de generar conocimiento sobre el comportamiento empresarial relacionado con cambios organizativos, tecnológicos y de competitividad. El proyecto estudia la microempresa regional en relación con las nuevas tecnologías, la economía del conocimiento y la cultura de la innovación. Una de las novedades del proyecto es la de proporcionar información sobre las empresas de menos de diez trabajadores al quedar fuera de cualquier tipo de encuesta oficial, diseñando un modo de generarla y, de esta forma, abriendo un camino al conocimiento más fiable de este importante sector del tejido empresarial regional.

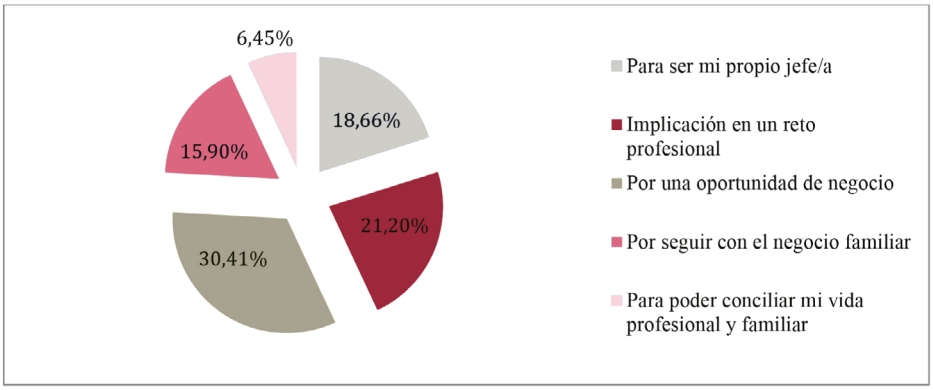
Los datos que a continuación se presentan, pertenecen a los resultados de la primera fase de dicho proyecto SCITECAN2, cuya metodología de análisis cuantitativa se realizó por medio de una encuesta a microempresas de la Comunidad Autónoma de Canarias.

La muestra, de 434 encuestas a microempresas, con un error muestral de 4,6%, siguió los criterios de un diseño muestral fijado en dos etapas. En la primera, se elaboró un muestreo aleatorio estratificado con afijación mixta, lo que implica una parte no proporcional (mínimos por isla) y el resto, proporcional según el peso de cada isla. En la segunda etapa, se realizó un muestreo aleatorio estratificado con afijación proporcional según el peso de cada sector en cada isla.

3.2. Resultados

Siguiendo la línea de lo expuesto teóricamente, en el análisis se trató, en primer lugar, de identificar las motivaciones de los empresarios de las microempresas canarias considerando cinco tipos de motivaciones: la oportunidad de hacer negocio, que sería una motivación extrínseca y cuatro motivaciones fundamentalmente intrínsecas: ser el propio jefe, reto personal, que podría estar relacionada con la insatisfacción en el trabajo, el poder de conciliar la vida profesional y familiar y, finalmente, seguir el negocio familiar. En este sentido, los resultados obtenidos se describen en el siguiente gráfico 1:

Gráfico 1. Motivos de la creación de la empresa.



Fuente: elaboración propia a partir de datos de SCITECAN2.

«La oportunidad de negocio» es la opción elegida por la mayoría de los empresarios con un 30,41%; seguido por «la implicación en un reto profesional» 21,20%, y por el deseo de ser el propio jefe (18,66 %) y de seguir con el negocio familiar (15,9 %), quedando en último lugar el deseo de conciliar la vida familiar (6,45 %).

En segundo lugar, se estudió la asociación entre los rasgos de la persona (edad, nivel educativo, género) y el tipo de motivación.

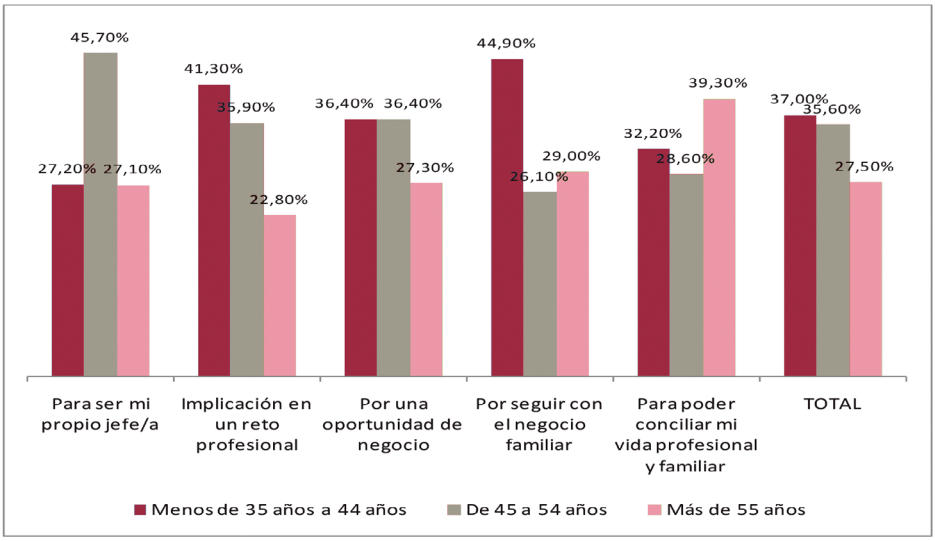
Con respecto al análisis de los motivos según la edad de los/as empresarios/as, las personas menores de 35 años se dedican a la actividad empresarial para «seguir con el negocio familiar» (14,5%), en primer lugar; «por una oportunidad de negocio» (11,4%), en segundo lugar; y «por la implicación en un reto profesional» (9,8%), en tercer lugar.

Para las personas cuya edad está comprendida entre 35 y 44 años, los tres motivos mayoritariamente elegidos han sido: «implicación en un reto profesional» (31,5%), «por seguir con el negocio familiar» (30,4%) y «para poder conciliar mi vida profesional y familiar» (28,6%). Para los comprendidos entre 45 y 54 años, los motivos fueron: «para ser mi propio jefe/a» (45,7%), «por una oportunidad de negocio» (36,4%) y «la implicación en un reto profesional» (35,9%). Y en cuanto a los motivos que llevaron a los/as empresarios/as mayores de 54 años a crear sus microempresas, fueron principalmente: «para poder conciliar mi vida profesional y familiar», «por seguir con el negocio familiar» y «por un oportunidad de negocio», en un porcentaje similar a «para ser mi propio jefe» (véase gráfico 2).

Por tanto, como ya habían señalado Levesque *et al.* (2002), se puede comprobar que aquí también las motivaciones cambian con la edad.

Atendiendo a los niveles de estudios de los empresarios de las microempresas en Canarias (véase gráfico 3), los que tienen estudios universitarios han declarado mayoritariamente que su motivo principal fue: «por una oportunidad de negocio» (43,2%); el segundo motivo elegido por dichas personas fue «por seguir con el ne-

Gráfico 2. Tipos de motivos según edad en las microempresas canarias.



Fuente: elaboración propia a partir de datos de SCITECAN2.

gocio familiar», con el 37,7%; y «la implicación en un reto profesional», en tercer lugar (32,6%).

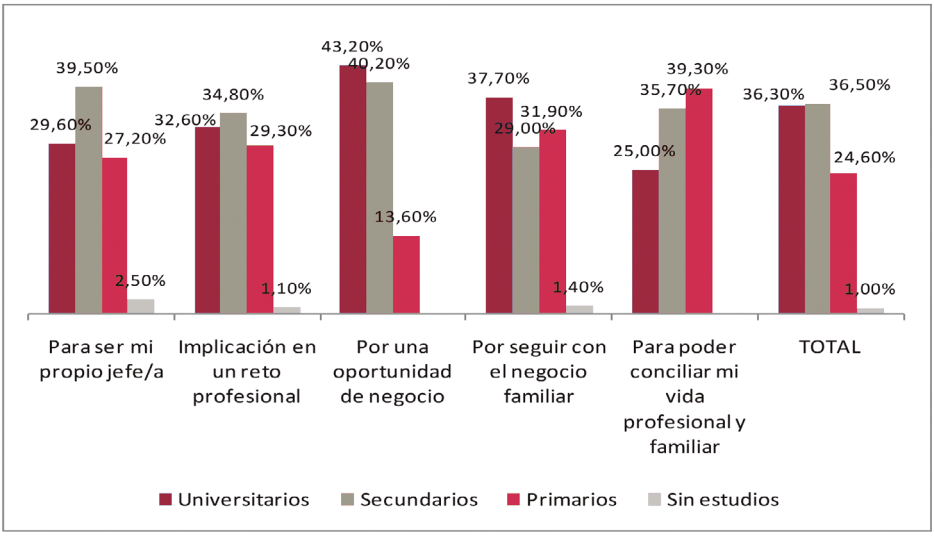
A nivel de estudios secundarios, los motivos elegidos fueron, en orden de mayor a menor preferencia: «por una oportunidad de negocio» (40,2%), «para ser mi propio jefe» (39,5%) y «para poder conciliar mi vida profesional y familiar» (37,7%).

Las personas con estudios primarios eligieron: «para poder conciliar mi vida profesional y familiar» mayoritariamente (39,3%), seguido de «por seguir con el negocio familiar» (31,9%) y de «implicación en un reto profesional» (29,3%). Por último, las personas sin «estudios» han creado su microempresa principalmente «para ser mi propio jefe/a» (2,5%), en segundo lugar, «por seguir con el negocio familiar» (1,4%) y, en tercer lugar, «por la implicación en un reto profesional» (1,1%).

El nivel educativo también influye en el tipo de motivación predominante, especialmente entre los empresarios con educación primaria donde predominan motivaciones más intrínsecas y los empresarios con formación secundaria y superior, donde predominan las motivaciones extrínsecas.

Como se puede observar en el siguiente gráfico 4, los principales motivos son diferentes según el género. La principal motivación para dedicarse a la actividad empresarial han sido para los hombres «ser mi propio jefe» (82,7%), «seguir con el negocio familiar» (79,7%), y a menor distancia le sigue «la implicación en un reto profesional» con el 76,1%. Para las mujeres, sin embargo, consideran como principales motivaciones «poder conciliar mi vida profesional y familiar» (28,6%), seguido «por una oportunidad de negocio» (26,5%) y de «la implicación en un reto profesional» (23,9%), en tercer lugar.

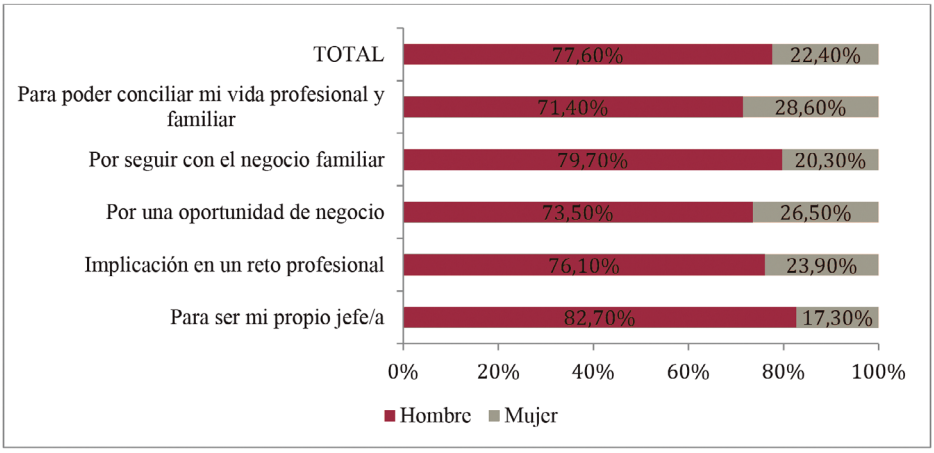
Gráfico 3. Tipos de motivos según nivel de estudios en las microempresas canarias.



Fuente: elaboración propia a partir de datos de SCITECAN2.

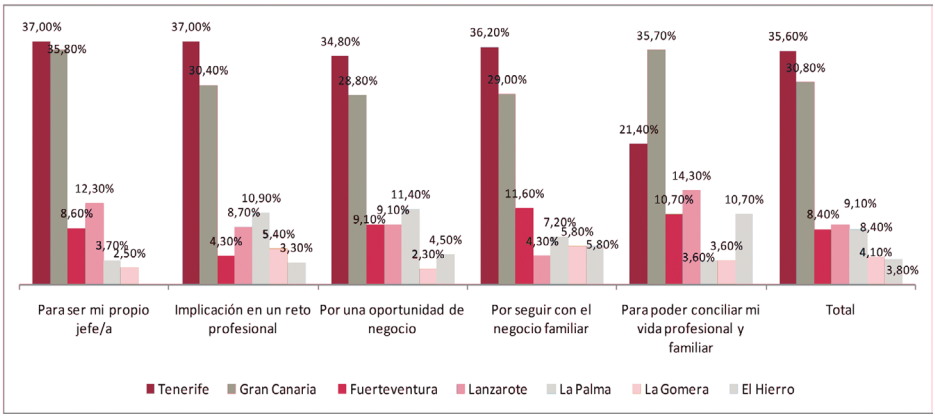
Estos resultados ponen de manifiesto que las motivaciones predominantes son distintas según el género, pero también que las mujeres tienen como primera motivación la vida familiar (motivación intrínseca).

Gráfico 4. Tipos de motivación según género en las microempresas canarias.



Fuente: elaboración propia a partir de datos de SCITECAN2.

Gráfico 5. Tipos de motivos según ámbito territorial de las microempresas canarias.



Fuente: elaboración propia a partir de datos de SCITECAN2.

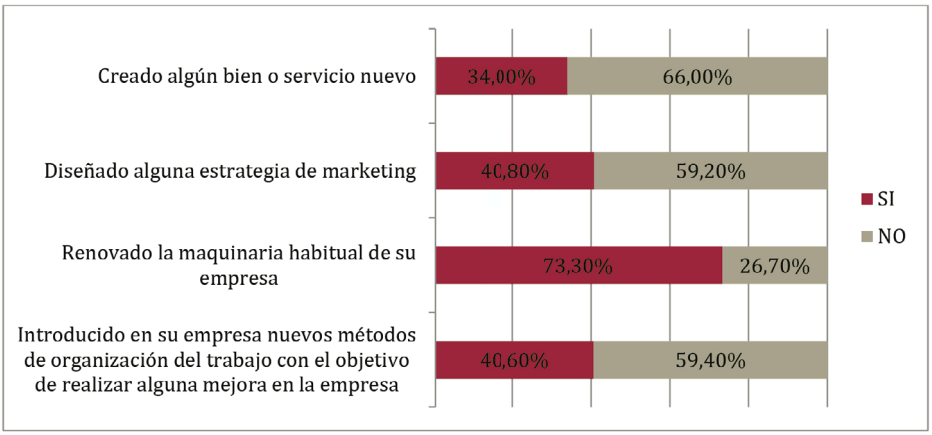
Finalmente, se pasó a analizar cómo los factores del contexto social y cultural influyen en las motivaciones para crear empresas. En este sentido, las relaciones entre los motivos de creación de microempresas y la variable de ámbito territorial, determinada por la ubicación de la propia microempresa, se pueden observar en el gráfico 5.

La mayoría de los/as empresarios/as de microempresas ubicadas en la isla de Tenerife han creado sus empresas motivados, en primer lugar, «para ser mi propio jefe/a» y por «la implicación en un reto profesional», con el mismo porcentaje, 37,0%. Le sigue a continuación con el 36,2%, el motivo «por seguir con el negocio familiar».

En la isla de Gran Canaria, el motivo mayoritariamente elegido ha sido el mismo que en el caso de la isla de Tenerife: «para ser mi propio jefe/a» (35,8%), aunque el motivo más elegido en segundo lugar ha sido «para poder conciliar mi vida profesional y familiar» a muy poca distancia del primero (35,7%). El tercer motivo mayoritariamente elegido fue «implicación en un reto profesional» (30,4%).

Para el caso de las denominadas islas menores, el motivo mayoritariamente elegido para la creación de microempresas ha sido (véase gráfico 5): en Fuerteventura, «por seguir con el negocio familiar» (11,6%); en Lanzarote, «para poder conciliar mi vida profesional y familiar» (14,3%); en La Palma, «por una oportunidad de negocio» (11,4%); en La Gomera, «por seguir con el negocio familiar» (5,8%); y en El Hierro, «para poder conciliar mi vida profesional y familiar» con el 10,7%.

Gráfico 6. Tipos de innovación.



Fuente: elaboración propia a partir de datos de SCITECAN2.

4. TIPOS DE MOTIVACIONES Y COMPORTAMIENTO INNOVADOR

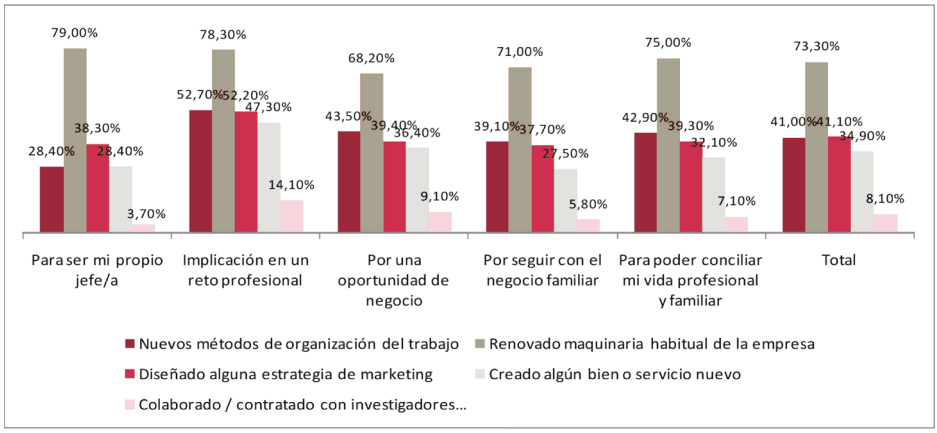
El análisis de las actividades de innovación que desempeñan las microempresas en Canarias valoran a estas en función de cuatro categorías: la aplicación de nuevos métodos de organización del trabajo, renovación de la maquinaria habitual de la empresa, diseño de alguna estrategia de marketing, creación de algún bien o servicio nuevo.

Como se observa en el gráfico 6, en las microempresas canarias han predominado las innovaciones ligadas a la renovación de la maquinaria de la empresa (73,3%), seguida de la introducción del diseño de alguna estrategia de marketing (40,8%) y de la introducción de «nuevos métodos de organización del trabajo» (40,6%), quedando en último lugar la creación de un bien o servicio (33,9%).

Con respecto a la relación entre las actividades de innovación llevadas a cabo por las microempresas canarias y sus distintas motivaciones, los resultados que se observan en el gráfico 7 siguiente muestran que, a nivel general, más de la mitad de las microempresas encuestadas no aplican nuevos métodos de organización del trabajo (59,0%), el único caso en el que el porcentaje de las que sí lo han aplicado supera al de las que no lo han hecho, es el de aquellas que han creado su empresa «por una implicación en un reto profesional» (52,7%).

En relación con la renovación de la maquinaria habitual de la empresa, un elevado porcentaje del conjunto de las microempresas la ha renovado alguna vez (más del 70,0%), sobre todo aquellas microempresas en cuyo empresario/a predomina la motivación «para ser mi propio jefe/a» (79,0%), seguidas de aquellas en que la motivación predominante es «por la implicación en un reto profesional» (78,3%).

Gráfico 7. Tipos de innovación según la motivación predominante en las microempresas canarias.



Fuente: elaboración propia a partir de datos de SCITECAN2.

En cuanto al diseño de alguna estrategia de marketing, sólo las microempresas cuyo motivo de creación ha sido «por una implicación en un reto profesional», supera el 50,0% de microempresas que han contestado que sí lo han hecho.

A nivel general, sólo el 34,9% de las microempresas han creado algún bien o servicio, dentro de las cuales destacan sobre todo las que han motivado la creación de su empresa «por una implicación en un reto profesional» (47,3%).

5. CONCLUSIONES

La dinámica empresarial juega un papel importante en los procesos de desarrollo económico. Las empresas nacen, crecen o decrecen y, en muchos casos, desaparecen. En este proceso, la iniciativa emprendedora impulsa la creación de nuevas actividades económicas y, como consecuencia, la creación y crecimiento de las empresas.

La literatura económica ha estudiado las motivaciones como factores explicativos de la iniciativa empresarial desde una doble perspectiva: por una parte, tratando de asociar el tipo de motivación con rasgos personales y culturales y, por otra, considerando que el tipo de motivación es relevante en el comportamiento de las empresas.

Los principales resultados del análisis de los datos de este trabajo permiten realizar las siguientes conclusiones:

Las características personales (género, edad y nivel educativo) influyen en el tipo de motivación predominante en los empresarios de las microempresas.

En cuanto a la edad, si se es menor de 35 años, se dedican a la actividad empresarial en las microempresas canarias «por seguir con el negocio familiar».

Si la edad está comprendida entre 35 y 44 años, por «la implicación en un reto profesional». Si está entre 45 y 54 años, «para ser mi propio jefe/a» y, por último, las personas con más de 54 años crean microempresas «para poder conciliar la vida profesional y familiar».

Atendiendo a los niveles de estudios, las personas con más niveles de estudios (universitarios y secundarios) que se dedican a la actividad empresarial en las microempresas canarias están motivadas mayoritariamente «por una oportunidad de negocio», mientras que las que tienen estudios primarios, «para conciliar la vida profesional y familiar», y las clasificadas «sin estudios», «para ser mi propio jefe/a».

Con respecto al género, si se es hombre, el principal motivo para dedicarse a la actividad empresarial es el de «para ser mi propio jefe» y si se es mujer, «para conciliar la vida profesional y familiar».

Si bien, a nivel general, la mayoría de las microempresas canarias realizan pocas actividades de innovación (aplicación de nuevos métodos de organización del trabajo, renovación de la maquinaria habitual, diseño de alguna estrategia de marketing, creación de algún bien o servicio), son, precisamente aquellas con empresarios en los que predomina la «implicación en un reto profesional» las que más desarrollan dichas actividades de innovación, superando en muchos casos el 50% a las que no lo hacen.

En definitiva, podemos identificar el perfil del empresario innovador canario de las microempresas como un varón con edad entre 35-44 años, con un nivel de estudios medios o superiores, cuya motivación principal para crear su empresa es la «implicación en un reto profesional».

Recibido: 15-07-2013. Aceptado: 30-10-2013

BIBLIOGRAFÍA

Altinay, L., Madanoglu, M., Daniele, R. y Lashley, C. (2012). The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. *International Journal of Hospitality Management*, vol. 31, 489-499.

Andersson, P. y Wadensjoe, E. (2007). Do the unemployment become successful entrepreneurs? *International Journal of Manpower*, vol. 28(7), 604-626.

Arenius, P. y Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, vol. 24, 233-247.

Baron, R.A. (1998). Cognitive mechanisms in entrepreneurship: why and when entrepreneurs think different than other people. *Journal of Business Venturing*, vol. 13(4), 275-294.

Baumol, W.J. (1990). Entrepreneurship: productive, unproductive and destructive. *Journal of Political Economy*, vol. 98, pp. 893-921.

Baum, J.R., Locke, E.A. y Smith, K.G. (2001). A multidimensional model of venture growth. *Academy of Management Journal*, vol. 44, 292-302.

Béneabou, R. y Tirole, J. (2003). Intrinsic and extrinsic motivation. *Review of Economic Studies,* vol. 70, 489-520.

—— (2006). Incentives and pro-social behavior. *American Economic Review,* vol. 96 (5), pp. 1652-1678.

Busenitz, L. W. y Barney, J. B. (1997). Differences between entrepreneursand managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision-making. *Journal of Business Venturing,* vol. 12, 9-30.

Carsrud, A.L., Brännback, M., Elfving, J. y Brandt, K. (2009). Motivation: The entrepreneurial mind behavior. En Carsrud, A.L. y Brännback, M. (eds.): *Understanding the entrepreneurial mind. Opening the black box*. Dordrecht, Springer.

Cromie, S. (1987): Motivations of aspiring male and famela entrepreneurs. Journal of Organizational Behavior, vol. 8 (3), pp. 251-261.

Davidsson, P. y Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journalof Business Venturing*, 18(3), 301-331.

DeTienne, D.R. y Chandler, G.N. (2007). The role of gender in opportunity identification. *Entrepreneurship. Theory and Practice*, mayo, pp. 365-386

Fehr, E. y Falk, A. (2002). Psychological foundations of incentives. *European Economic Review*, vol. 46, 687-724.

Frey, B.S. y Jegen, R. (2001). Motivation crowding theory. *Journal of Economic Survey*, vol. 15 (5), 589-611.

Gilad, B. y Levine, P. (1986). A behavioral model of entrepreneurial supply. *Journal of Small Business Management*, vol. 24(4), 45-54.

Grilo, I. y Thurik, A.R. (2008). Determinants of Entrepreneurial Engagement Levels in Europe and the US. *Industrial and Corporate Change*, 17 (6): 1113-45.

Hessels, J. y van Gelderen, M. (2008). Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers. *Small Business Economics*, vol. 31, 323-339.

Koppl, R. (2007). Entrepreneurial behavior as a human universal. En Minniti, M. (ed.) *Entrepreneurship.The engine of growth*. Westport, Connecticut, Praeger.

Krueger, N.F., Reilly, M.D. y Carsrud, A.L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, vol. 15, 411-432.

Langowitz, N. y Minniti, M. (2007). The entrepreneurial propensity of women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 31 (3), pp. 341-364.

Lévesque, M., Shepherd, D.A. y Douglas, E.J. (2002). Employment or self-employment: a dynamic utility maximizing model. *Journal of Business Venturing*, vol. 17, 189-210.

Lêvesque, M. y Minniti, M. (2006). The effect of aging on entrepreneurial behavior. *Journal of Business Venturing*, vol. 21, 177-194.

Locke, E.A. (2000). Motivation, cognition and action: an analysis of studies of task goals and knowledge. *Applied Psychology: An International Review*, 49, 408-429.

McClelland, D.C. (1961). *The achieving society*. Princeton, Van Nostrand.

Mitchell, R.K.; Smith, B.; Seawright, L.W. y Morse, E.A. (2000). Cross-cultural cognitions and the venture creation decision. *Academy of Management Journal,* vol. 43, 974-993.

Osterloh, M. y Frey, B. (2000). Motivation, knowledge transfer, and organizational forms. *Organization Science*, vol. 11 (5), 538-550.

Peters, M., Frehse, J. y Buhalis, D. (2001). The importance of lifestyle entrepreneurship: A conceptual study of tourism industry. *Pasos*, vol. 7 (2), 393-405.

Pfeiffer, B.D. y Reize, F. (2000). Business start-ups by the unemployed – an econometric analysis based on firm data. *Labourn Economics*, vol. 7, 629-663.

Pines, A.M., Lerner, M. y Schwartz, D. (2010). Gender differences in entrepreneurship. Equality, diversity and inclusion in times of global crisis. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, vol. 29 (2), 186-198.

Reynolds, P.D., Hay, M. y Camp, S.M. (1999). *Global Entrepreneurship Monitor: 1999 Executive Report*. Kansas City, MO, Kauffman Foundation.

Ryan, R.M. y Deci, E.L. (2000). Intrinsic and extrinsic motivations: classical definitions and new directions. *Contemporary Educational Psychology*, vol. 25, 54-67.

Santarelli, E. y Vivarelli, M. (2007): Entrepreneurship and the process of firm's entry, survival and growth. *Industrial & Corporate Change*, 16(3), 455-488.

Schwartz, E.B., (1979) Entrepreneurship: A new female frontier. Journal of Contemporary Business. Invierno, pp. 47-76.

Segal, G., Borgia, D. y Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, vol. 11(1), 42-57.

Shane, S., Locke, E.A. y Collins, C.J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, vol.13, 257-279.

Shane, S. y Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226

Shane, S., Locke, E.A. y Collins, C.J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13, 257-279.

Shaver, K.G. y Scott, L.R. (1991). Person, process, choice: the psychology of new venture creation. *Entrepreneurship Theory Pract*, vol. 16 (2), 23-45.

Simon, M., Houghton, S.M. y Aquino, K.(2000). Cognitive biases, risk perception, and venture formation: how individuals decide to start companies. *Journal of Business Venturing*, vol. 15 (2), 113-134.

Steel, P. y König, C.J. (2006). Integrating Theories of motivation. *Academic Management Review*, 31(4), 889-913.

Ucbasaran, D., Westhead, P., Wright, M., & Binks, M. (2003). Does entrepreneurial experience influenceopportunity identification? *Journal of Private Equity*, *7*(1), 7-14.

Verheul, I., Thurik, R., Grilo, I. y van der Zwan, P. (2012). Explaining preferences and actual involvement in self-employment: Gender and the entrepreneurial personality. *Journal of Economic Psychology*, vol. 33, 325-341.

Verheul, I., Thurik, R., Hessels, J. y van der Zwan, P. (2010). *Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs*. EIM Research Reports H201011.

Vivarelli, M. y Audretsch, D.B. (1998). The link between the entry decision and the post-engtry performance: evidence from Italy. *Industrial & Corporate Change*, 7, 485-500.

Zarri, L. (2010). Behavioral economics has two `souls´: Do they both depart from rationality. *Journal of Socio-Economics*, vol. 39(5), 562-567.

Zibell, L. (2011). What's important for your life? A general and pluralistic model of economic agents' motivation. *Journal of Socio-Economics*, vol. 40, 503-515.

POLÍTICA REGIONAL PARA LA INNOVACIÓN EN LAS MICROEMPRESAS CANARIAS

Marcel Bonnet Escuela
Departamento de Economía de las Instituciones
mbonnet@ull.es

María Nieves Santana Díaz
Instituto de Ciencias Políticas y Sociales
nisandia@ull.es

Resumen

Este artículo se centra en el impacto de la política para la innovación sobre las empresas canarias de pequeño tamaño. En una primera parte se establece la situación de la política de innovación sobre las regiones ultraperiféricas (a través de los planes europeos, nacionales y regionales de innovación) así como la actividad innovadora de las PYMEs, con especial atención a Canarias. A continuación se extraen los resultados tanto del grado de utilización de las TICs de 434 microempresas canarias, así como las conclusiones de la entrevista en profundidad a 25 microempresarios innovadores acerca del impacto de las políticas de innovación en su actividad empresarial.

Palabras clave: Unión Europea, Regiones ultraperiféricas, política regional, innovación, tecnologías de la información y la comunicación, microempresas, Canarias.

Abstract

«Innovation Regional Policies for Canarian microenterprises». This paper analyzes the impact of the innovation policies in microenterprises in Canary Islands. The first part shows the situation about innovation policies in ultra peripheral regions regions (throuh the european, national and regional plans) and the innovative activities in microenterprises, specially in Canary Island. After that, this paper sets the results about information and communication technologies usage, which are extractec from the survey to 434 enterprises and the conclusions of a in depth interview, made to 25 innovative entrepreneurs about the innovative policies impact in their activity.

Key words: European Union, ultra peripheral regions, regional policy, innovation, micro-enterprises, Canary Islands.

Revista Atlántida, 5; diciembre 2013, pp. 59-76; ISSN: 556-4924

INTRODUCCIÓN

Este artículo se centra en el impacto de la política regional para la innovación en las microempresas canarias como territorio ultraperiférico de la Unión Europea (UE).

En primer lugar se analiza la realidad de las regiones ultraperiféricas (RUPs) para el nuevo periodo de programación así como las particularidades de estos territorios, haciendo especial hincapié en la política regional basada en la innovación para las PYMEs en Canarias.

En el siguiente apartado abordamos el marco político y económico de la innovación en la UE, para ello se analizan los principales objetivos y programas de la política europea para la innovación y la competitividad así como el Plan Nacional de I+D+I y el Plan Canario de I+D+I. Por último, señalamos los agentes que intervienen en el Sistema Canario de Innovación (SCI).

Posteriormente, se hace referencia a la actividad innovadora de las PYMEs en diferentes ámbitos geográficos, con especial referencia a la situación de las Islas Canarias.

Finalizamos el trabajo con la parte aplicada, que se centra en analizar el grado de utilización de las TICs así como el impacto de la política de innovación en las microempresas canarias. Por un lado, se realiza un estudio cuantitativo sobre la presencia de ordenador y el trabajo en red de las microempresas, el acceso a internet y el grado de utilización de la red, y el comercio electrónico a través de la red. Por otro lado, se realiza un estudio cualitativo a una selección de microempresarios innovadores sobre el impacto que han tenido las políticas públicas de I+D.

1. CANARIAS COMO REGIÓN ULTRAPERIFÉRICA: LA POLÍTICA REGIONAL Y LA INNOVACIÓN

Las Regiones Ultraperiféricas (RUPs) configuran una realidad única en la UE que se caracteriza por una situación de aislamiento surgida como consecuencia de diferentes factores que condicionan su desarrollo económico y social. Una situación de aislamiento que dificulta la participación de dichas regiones en el Mercado interior y que ha supuesto que el art. 299.2 TCE articule un régimen especial de integración con el fin de facilitar dicha participación y garantizar que las sociedades ultraperiféricas disfruten de la misma calidad de vida que el resto de ciudadanos comunitarios.

Las principales desventajas de las RUPs se vinculan a la lejanía, la insularidad, la reducida superficie, el relieve y la dependencia económica de un reducido número de productos de actividades que, generalmente, no están vinculadas a la innovación. Sin embargo, su estatus de RUP ha dado lugar a un reconocimiento institucional de su situación en el seno de la UE desde el año 1997: ya el Tratado de Amsterdam introdujo por primera vez la base jurídica del concepto RUP, y el Tratado de Lisboa reforzó esta singularidad dentro de la UE al reconocer explícitamente la naturaleza especial de este tipo de regiones y la necesidad de tomar medidas específicas para

impulsar su desarrollo; de hecho, se ha establecido una unidad de acción política para cooperar de forma sistemática mediante políticas e iniciativas regionales y de desarrollo de la UE, además de líneas de actuación de los Fondos Estructurales (Comisión Europea, 2011).

En concreto, para el período 2007-2013, las RUPs recibieron más de 11.000.000 millones de euros distribuidos entre el FEDER, FSE, FEADER, POSEI y, en concreto, Canarias (con una población de 2.100.229 habitantes y PIB per cápita del 87,3% sobre la media comunitaria) recepcionó más del 25% del total de las aportaciones del FEDER y alrededor del 10% de las aportaciones del FSE y del FEADER.

Por otro lado, aunque las RUPs presentan evidentes disparidades entre ellas asociadas a diferencias estructurales que se refieren al grado de autonomía del comercio exterior y también a su capacidad para desarrollar políticas externas, no cabe duda de que la mayoría de las RUPs está siguiendo una estrategia de desarrollo vinculado al clima, a los recursos naturales y a los propios conocimientos locales (Comisión Europea, 2011). En cualquier caso, y según el Resumen ejecutivo de marzo de 2011, «...es posible que emerja un buen número de nuevos sectores y productos gracias a la aplicación de la IDTI al desarrollo de la biodiversidad que caracteriza el entorno natural de las RUP, desde los bosques a los ecosistemas marinos. Las autoridades tienen previsto confeccionar una lista de aplicaciones en los ámbitos de la salud, la medicina natural y la cosmética, así como en otros muchos sectores como la alimentación, la energía o los materiales para la construcción ecológica y la madera... No obstante, aún no se reúne este conjunto de condiciones, y las políticas regionales basadas en la innovación y la IDTI no logran ensanchar la cadena de valor de la investigación para conectarla con las aplicaciones empresariales, y crear un masa crítica que facilite el desarrollo de nuevos productos y servicios...» (Comisión Europea, 2011: 10).

Siguiendo el mismo documento que investiga los diferentes factores de crecimiento para cada una de las RUPs de la UE, por lo que respecta a las Islas Canarias los desafíos se centran básicamente en las altas tasas de paro, los problemas de medio ambiente, la apertura hacia los mercados africanos, la diversificación del turismo y en un modelo desarrollo más cercano a las capacidades de investigación, desarrollo e innovación autóctono; en concreto, por lo que respecta a la innovación queda planteado que «...existe un importante potencial en recursos marinos, energías renovables, biotecnología y servicios TIC. Sin embargo, *por innovación parece entenderse sobre todo innovación tecnológica, y se está prestando poca atención, por tanto, a la innovación en los servicios y al espíritu empresarial*. La política de clústeres regionales no parece estar recibiendo la suficiente promoción ni el enfoque más adecuado. Además, el proceso de innovación se ve igualmente obstaculizado por el reducido tamaño de las empresas, su escasa capacidad económica y la dificultad de laboratorios públicos de investigación locales para participar en proyectos de investigación a gran escala...» (Comisión Europea, 2011: 17).

2. MARCO POLÍTICO Y ECONÓMICO DE LA INNOVACIÓN

La estrategia de Lisboa ya establecía en el año 2000 el objetivo de llegar en un periodo de diez años a una Europa basada en la economía del conocimiento. La producción de conocimientos y su aplicación posterior es considerada la nueva forma de riqueza de las sociedades actuales y esta estrategia conllevó la creación del Espacio Europeo de Investigación (EEI) o también llamado ERA (European Research Area) para contribuir a la dinamización de la economía del conocimiento en la UE. El principal instrumento del que se dispone en la actualidad para conformar el ERA son los Programas Marco de I+D, vigente en el VII Programa Marco. Por tanto, la transformación de la investigación y la tecnología en nuevos productos y servicios queda fuera de los propósitos generales del Programa Marco, al igual que la investigación básica (COTEC, 2003).

La continuidad de la Estrategia de Lisboa es la «Europa 2020», supone una nueva estrategia de la Unión Europea para el empleo y el crecimiento inteligente, sostenible e integrador, estableciendo un marco integral para todas las políticas e instrumentos dentro de la Unión con el objetivo de superar la actual crisis financiera y poner en marcha las reformas estructurales necesarias para impulsar la competitividad, la productividad, el crecimiento potencial, la cohesión social y la convergencia económica.

Las prioridades se resumen de la siguiente manera: Crecimiento inteligente. Desarrollo de una economía basada en el conocimiento y la innovación; Crecimiento sostenible. Promoción de una economía que haga un uso más eficiente de los recursos, que sea más verde y competitiva y Crecimiento integrador. Fomento de una economía con alto nivel de empleo, que tenga cohesión social y territorial.

Asimismo la estrategia establece cinco grandes objetivos prioritarios compartidos que han de guiar las políticas en el seno de la Unión, entre los que destaca *la mejora de las condiciones para la innovación, la investigación y el desarrollo, alcanzando el gasto combinado público y privado en I+D el 3% del PIB en 2020*.

De hecho, el VII Programa Marco para la Innovación y la Competitividad (CIP) está dirigido fundamentalmente a las PYMEs con medidas como el apoyo las actividades de innovación, el acceso a la financiación y la oferta de servicios de apoyo a las empresas de las regiones. Además, fomenta la implantación y uso de las TICs y el desarrollo de la sociedad de la información.

Por lo que respecta al presupuesto de CIP para el periodo 2007-2013 (con una dotación de 3.621 millones de euros), se estructura de la siguiente manera:

– Programa para la iniciativa empresarial y la innovación. Fomenta la innovación en las pymes de la UE centrándose en el acceso a financiación para el desarrollo tecnológico, la innovación, la transferencia de tecnología y la internacionalización. Servicios empresariales y de innovación para favorecer la competitividad de las empresas. Apoyo a la colaboración con diversos actores para fomentar la innovación y el desarrollo de productos, procesos y servicios innovadores destinados a reducir el impacto ambiental, prevenir la polución, u obtener un uso más eficiente de los recursos naturales. Rea-

lización de actividades de investigación, análisis y estudio como apoyo a las políticas de apoyo a la innovación en las pymes.

– Programa de apoyo a la política en materia de tecnologías de la información y las comunicaciones. Fomentar la adopción de servicios innovadores basados en las TIC y el uso de contenidos digitales en la UE por parte de ciudadanos, administraciones públicas y empresas, especialmente pymes. Promueve proyectos en las siguientes áreas: salud, envejecimiento e inclusión, bibliotecas digitales, servicios públicos, movilidad y eficiencia energética, Web multilingüe y desarrollo de internet.
– Programa «Energía Inteligente-Europa». Contribuye al cumplimiento de los objetivos de la UE en el campo de la energía sostenible, fomentando, entre otros, la eficiencia energética y todas aquellas fuentes de energía que permiten mitigar el cambio climático. Se apoya en proyectos concretos como ensayos en nuevas técnicas constructivas, mejora de la eficiencia de fuentes de energía renovable, y desarrollo de medios de transporte más limpios y eficientes.

De todo lo anterior podemos deducir la importancia no sólo de las medidas contenidas en VII Programa Marco para la Innovación y la Competitividad, sino, fundamentalmente, del calibre y de la dirección que marca este Programa para el resto de naciones y regiones de la UE.

3.1. Los Planes Nacionales de I+D+i

Para ejecutar los objetivos marcados en el VII Programa Marco se han creado diferentes Planes Nacionales de I+D+i. En concreto el Plan Nacional de Investigación, Desarrollo e Innovación (2007-2011) fue sustituido por el vigente Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación (PEICTI) del período 2013-2016.

El PEICTI ha sido elaborado para corregir las debilidades detectadas y fortalecer el Sistema Español de Ciencia, Tecnología e Innovación mediante el diseño de actuaciones dirigidas a incrementar la excelencia y el liderazgo científico y tecnológico; impulsar el liderazgo empresarial, fomentar el talento definiendo mecanismos que faciliten la adecuada inserción del mismo; y orientar las actividades de I+D+i hacia los retos de la sociedad como ámbitos en los que a través de la materialización de las ideas en la producción de bienes y servicios promuevan la generación de ventajas competitivas.

De hecho, el PEICTI cuenta, entre otros, con la aportación del Programa Estatal de Liderazgo empresarial en I+D+i, que a su vez se subdivide en el Subprograma estatal de I+D+i empresarial, el Subprograma estatal de tecnologías facilitadoras esenciales y el Subprograma estatal de I+D+i colaborativa orientada al mercado.

Por último, cabe señalar que los objetivos estratégicos del Plan Nacional de I+D+i tienen su desarrollo en las Comunidades Autónomas a través sus planes específicos. Por lo que respecta al plan los objetivos que nos resultan más interesantes son aquellos relaciocionados con impulsar el liderazgo empresarial en I+D+i potenciando las capacidades de I+D+i de las empresas y la incorporación de las PYME al

proceso de innovación e incrementar la colaboración en materia de I+D+i entre el sector público y el sector empresarial, entre otros. (VV.AA., 2013).

3.2. El Plan Canario de I+D+i: El Sistema Canario de Innovación

Por lo que respecta a las Islas Canarias, el actual Plan Canario de I+D+i (PCIDI), que abarca el período comprendido entre 2011 y 2015, sigue los objetivos marcados previamente no sólo en el VII Programa Marco, sino también en el PEICTI. En este caso, los objetivos estratégicos del PCIDI se concretan en:

- Generar conocimientos y potenciar la formación y atracción de talento de excelencia.
- Transferencia de conocimiento y tecnología.
- Transformación del conocimiento en innovación y su estimulación.
- Difusión de la investigación, Desarrollo e Innovación.
- Actualización legislativa y organizativa.
- Impulsar áreas estratégicas para Canarias y potenciar la excelencia.

Para cumplir estos objetivos han elaborado una serie de ejes estratégicos entre los que se encuentra el fomento de la innovación empresarial. Con este eje se pretende ayudar a las empresas a incorporar innovación, como el conocimiento en productos y procesos productivos y gestión, potenciar actuaciones que fomenten la transferencia de conocimiento de base tecnológica y promover una cultura empresarial que valore el conocimiento como recurso estratégico para la competitividad (VV.AA., 2011).

De todo lo anterior podemos deducir que tanto los objetivos como los ejes estratégicos del PCIDI mantienen la misma línea conductora que el Plan Nacional y el VII Programa Marco para la Innovación y la Competitividad, dando lugar a una política regional para la innovación que se articula desde la Unión Europea hasta las propias regiones.

Por lo que respecta al Sistema Canario de Innovación (SCI), podemos señalar que se configura con *el conjunto de elementos que a nivel de Canarias actúan e interaccionan, tanto a favor como en contra de cualquier proceso de creación, difusión o conocimiento económicamente útil* (COTEC, 2009b). Estos elementos se asocian con: el tejido empresarial, el sistema público de I+D (Universidad de La Laguna y Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, entre otras), los organismos de intermediación (parques tecnológicos, OTRIs) y la Administración Pública (con las diversas líneas de actuación en las políticas de apoyo a la innovación).

> Por su parte, la Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información (ACIISI) se encarga del fomento de la investigación y el desarrollo científico y tecnológico, de la innovación empresarial e infraestructuras de telecomunicación y de servicios de la sociedad de la información. Dentro de sus actividades destaca el Programa de Difusión de la Innovación Local, el Programa de Gestión

de la Innovación en la Empresa, la Red regional de Unidades de Promoción de la Emprendeduría y la Red de Apoyo a la actividad innovadora en la Pyme canaria, con especial referencia al asesoramiento personalizado sobre programas de ayudas y presentación de proyectos, entre otros.

4. ACTIVIDAD INNOVADORA DE LAS PYMES. ESPECIAL REFERENCIA A LA INNOVACIÓN EN LAS ISLAS CANARIAS

La inmensa mayoría de las empresas de la UE son PYMES. Resulta natural que, independientemente del país de que se trate, el número de empresas pequeñas sea mucho mayor que el de las grandes. Además, esta tendencia se mantiene con las microempresas, ya que suponen aproximadamente el 90% del total, tanto en España como en Francia, Italia y el Reino Unido.

En términos de tendencia, la actividad innovadora en España para el año 2010, último con datos disponibles, pone de manifiesto que se realizaron en 24.645 empresas españolas, de las que 23.060 eran PYMES; mientras que en 2008, las empresas con actividades innovadoras fueron 36.183 en total, de las que 34.480 eran PYMEs. Esta progresión pone de manifiesto que la crisis ha incidido con mayor intensidad en la innovación de las PYMEs, ya que el número de las que realizaban actividades innovadoras se redujo entre 2008 y 2010 un 33%, mientras que en el caso de las grandes empresas la reducción ha sido de un 7%.

Algo parecido sucede con las empresas que declaran realizar actividades de I+D interna: mientras que en 2008 eran 11.841 PYMEs y 1.156 grandes empresas, y en 2010 solo eran 7.771 y 1.022, lo que supone unas caídas del 34% para las PYMES y del 12%, para la gran empresa.

Por ramas de actividad, el descenso del número de PYMEs innovadoras entre estos dos años fue más acusado en Construcción (68% de reducción), seguido por Agricultura (49%), Servicios (30%), y la menos afectada fue Industria, con el 18%. Las PYMEs con actividad de I+D también se redujeron en un 70% y 69%, respectivamente en Construcción y Agricultura, un 37% en Servicios y un 24% en Industria. Las grandes empresas, en cambio, mostraron un comportamiento innovador más estable en Agricultura y Servicios. No ocurrió así en la rama de Construcción, en la que el número de empresas innovadoras cayó un 28%, y en la rama de Industria, donde cayó un 14% (Cotec, 2013).

Por lo que respecta a Canarias, las microempresas suponen el 4,15% de las microempresas a nivel nacional. Al igual que en el resto de España, en Canarias el 94,7% de las empresas son microempresas y, de éstas, el 51,64% son empresas sin asalariados. Sólo en las islas capitalinas se concentra el 82% de las microempresas de todo Canarias. A mucha distancia le sigue Lanzarote, con un 7,45%, Fuerteventura, con un 5,04%, y La Palma, con un 4,24% del total de microempresas de Canarias (ISTAC, 2012). Además, el 79,15 % de las empresas tiene entre 0 y 2 trabajadores, lo que mantiene la tendencia nacional y europea. Por otro lado, las grandes empresas canarias se vinculan al sector de la construcción, representando sólo el 0,2 % del

total de empresas pero por sí solas las empresas de este sector suponen un 10,4 % del VAB de Canarias y un 29,7% del empleo. Las empresas de agricultura, energía e industria resultan minoritarias frente a la construcción, ya que conjuntamente alcanzan un 7,3% del VAB y un 9,2 % de empleo (COTEC, 2009b).

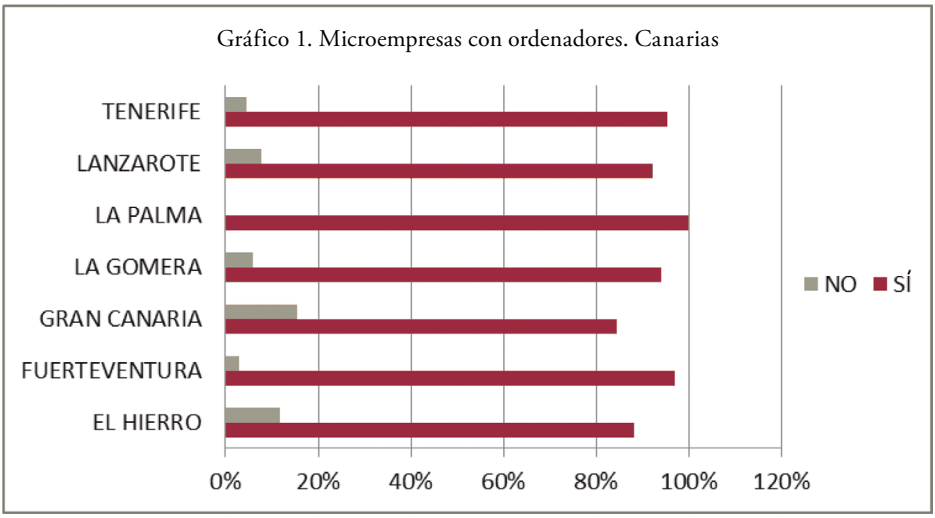
Para el caso de Canarias, y según la propia Comisión Europea, existen una serie de sectores prometedores que pertenecen a diferentes nichos de mercado y que están fundamentados en la innovación y en la IDTI, como pueden ser: las energías renovables (básicamente la eólica y la hidráulica); la biotecnología, biofarmacia y biomedicina (además de empresas innovadoras en el sector farmacéutico y de la ingeniería biomédica), actividades basadas en el mar (como la gestión de recursos de aguas profundas y los servicios de transportes) y, por último, los servicios que incorporan un alto valor añadido, como son los relacionados con el tratamiento de residuos, la desalinización, el sistema de información geográfica y los servicios de transporte marítimo, entre otros (Comisión Europea, 2011). Sectores que, desafortundamente, no representan a la PYME canaria.

De hecho, podemos señalar que los sectores de alta tecnología en Canarias son muy reducidos, aunque han tenido una evolución positiva en los últimos años a diferencia del resto de España en donde, por regla general, han disminuido (COTEC, 2009b). Son sectores de alto contenido tecnológico, caracterizados por su rápida renovación de conocimientos y alto grado de complejidad y están compuestos por empresas de la fabricación de material y equipo eléctrico, maquinaria, vehículos a motor, remolques y semirremolques, con un total de 87 establecimientos en Canarias en el año 2008, lo que representa aproximadamente un 20% de todos los establecimientos incluidos en el sector de alta tecnología de Canarias (www.ine.es).

5. ACCESO A LAS TICS Y POLÍTICA DE INNOVACIÓN EN LA MICROEMPRESA CANARIA

Este apartado se estructura en dos partes. Por un lado, se realiza un análisis cuantitativo donde estudiamos, territorialmente, el grado de utilización de las TICs por parte de las microempresas canarias. Por otro lado, se analiza el impacto de las políticas de innovación a través de un análisis cualitativo con entrevistas en profundidad a microempresarios innovadores de las Islas Canarias.

Los resultados de este apartado se extraen del proyecto «Innovación, tecnología y economía del conocimiento en las microempresas canarias», financiado por la Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información del Gobierno de Canarias y dirigido por la Dra. Teresa González de la Fe. Para ello se elaboró 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 de 4,6% y un nivel de confianza del 95%. Finalmente se eligieron 25 de las empresas encuestadas para hacer una entrevista en profundidad.



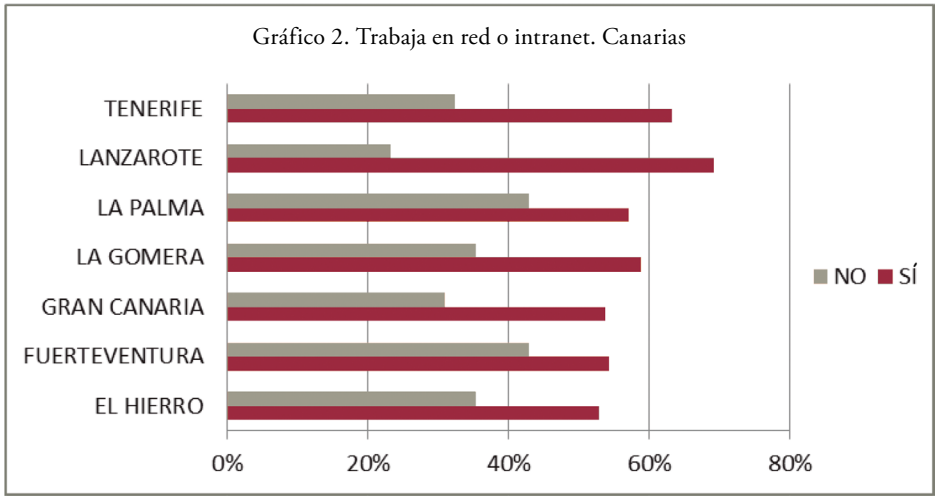
Fuente: Elaboración propia a partir de SCITECAN.

5.1. Análisis cuantitativo. Grado de utilización de las TICs

Para estudiar el grado de utilización de las TICs por parte de las microempresas canarias, se ha analizado la presencia de ordenador y trabajo en red en las microempresas; el acceso a internet y grado de utilización de la red con el exterior y las microempresas con página web y comercio electrónico a través de la página web.

Tal y como se observa en el gráfico 1, el análisis en Canarias de la distribución territorial de las empresas que tienen ordenadores muestra que constituyen alrededor del 91,9% del total; muy por encima de la media nacional (66,2%). De hecho, cabe destacar que sólo en la isla de La Palma (isla no capitalina) todas las microempresas consultadas disponen de ordenador y también las microempresas de Fuerteventura, con un 97,1%. En el extremo opuesto se encuentran El Hierro, con valores por debajo de la media regional (84,6%). Sin embargo, las microempresas de las islas capitalinas no aparecen bien posicionadas, en especial aquellas que se ubican en la isla de Gran Canaria (88,2%).

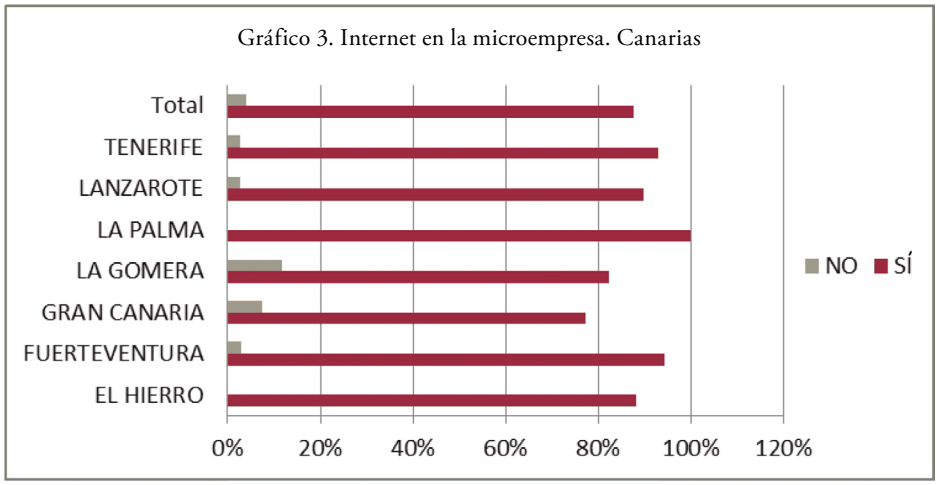
En el gráfico 2 se muestran los resultados obtenidos para las microempresas que trabajan en red por islas. En este caso llama la atención que para el total de la región la mayoría de las microempresas manifiesta trabajar en red o intranet, aunque en unas proporciones muy inferiores a las del anterior apartado. Además, los resultados desglosados por islas no ofrecen diferencias territoriales significativas ya que en todas las islas son mayoría las microempresas que trabajan en red, destacando que, de nuevo, una isla no capitalina se posiciona en primer lugar y, a continuación, las dos islas capitalinas (Tenerife y Gran Canaria).



Fuente: Elaboración propia a partir de SCITECAN.

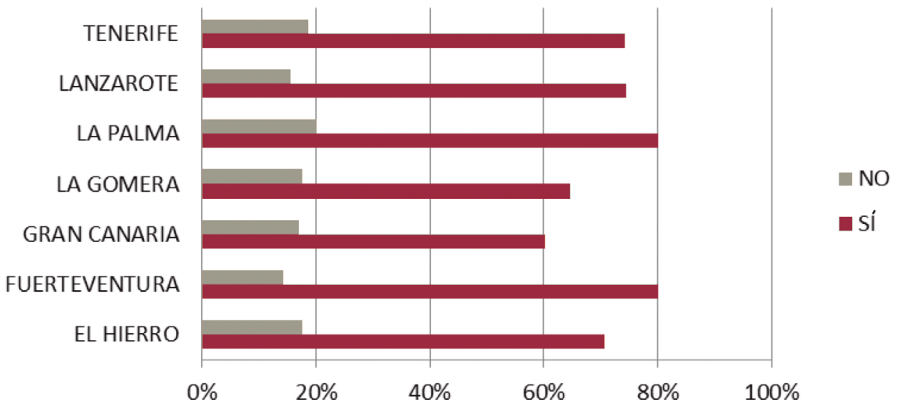
Si atendemos al gráfico 3, podemos comprobar que el 85,8% de las microempresas de Canarias sí tiene acceso a internet. De nuevo, los mejores resultados los ofrecen las microempresas de islas no capitalinas: La Palma (100%) y Fuerteventura (99,3%). En el extremo opuesto se encuentran Gran Canaria (77,2%), El Hierro (82,4%) y La Gomera (88,2%).

Los resultados de la forma de contactar con los clientes a través de la red se muestran en el gráfico 4, pudiéndose comprobar que en Canarias alrededor



Fuente: Elaboración propia a partir de SCITECAN.

Gráfico 4. Contactaciones con los clientes a través de la red. Canarias

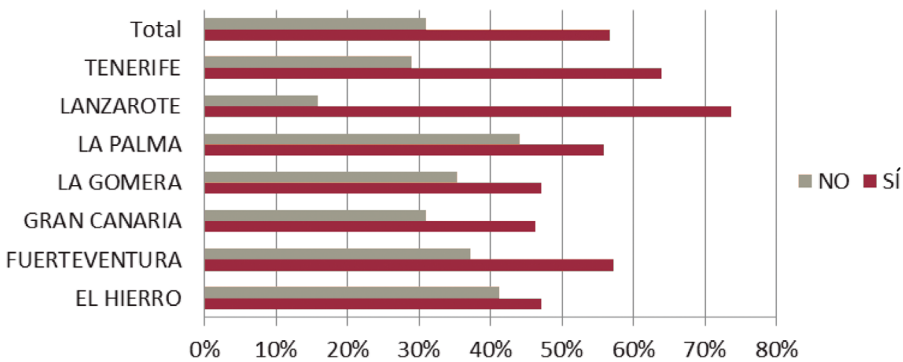


Fuente: Elaboración propia a partir de SCITECAN.

del 70,3% de las microempresas utiliza esta vía. Además, no parecen existir diferencias realmente significativas entre islas, destacando únicamente La Palma y Fuerteventura (80% en ambos casos), mientras que sólo las microempresas de las islas de Gran Canaria (60,3%) y La Gomera (64,5%) muestran resultados por debajo de la media regional.

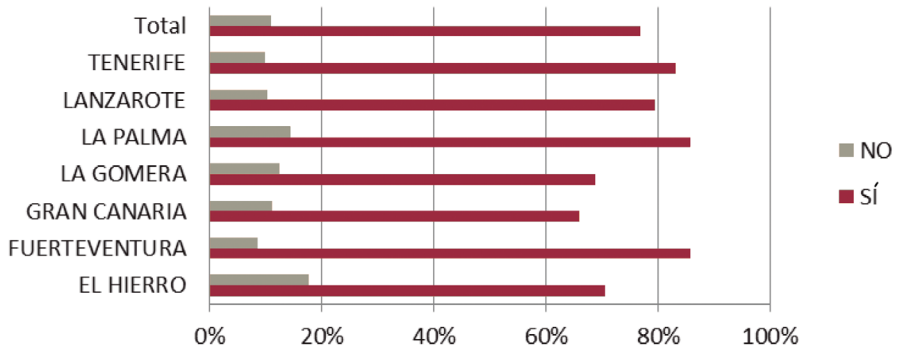
En el gráfico 5 se pone en evidencia que la mayoría de las microempresas que tienen ordenador y acceso a internet sí utilizan la red para contactar con la

Gráfico 5. Contactaciones con la administración Pública a través de la red. Canarias



Fuente: Elaboración propia a partir de SCITECAN.

Gráfico 6. Realización de gestiones bancarias por la red. Canarias



Fuente: Elaboración propia a partir de SCITECAN.

Administración Pública, aunque con diferencias significativas: las microempresas de la isla de Lanzarote son las mejor posicionadas, le siguen en importancia las microempresas de las islas de Tenerife y Fuerteventura.

Por otro lado, a través del gráfico 6, se puede comprobar el grado de utilización de la red para realizar gestiones bancarias; de hecho, al menos tres de cada cuatro empresas sí utiliza esta vía (76,9%). Las islas mejor posicionadas son Fuerteventura, La Palma y Tenerife (85,7%, 85,7% y 83,2% respectivamente). En el otro extremo, La Gomera y Gran Canaria.

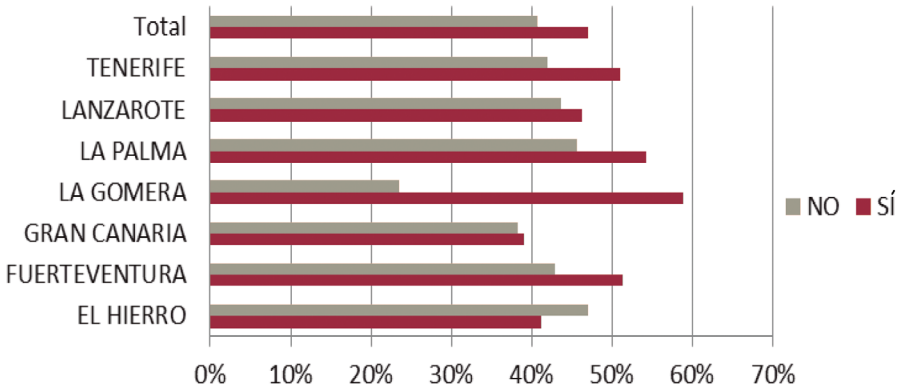
De nuestro estudio se extrae que para el uso de internet para gestiones con la administración así como para las de tipo bancario, las microempresas muestran hacer un comportamiento similar: gestiones que se pueden realizar por la red sin realizar desplazamientos ni colas para ver el estado de las cuentas o realizar trámites administrativos.

Por lo que respecta al análisis de la microempresas que tienen página web, cabe destacar que, según se desprende del gráfico 7, en Canarias menos de la mitad de las microempresas tienen página web (sólo el 47%). Por islas, los resultados son bastante homogéneos, presentando porcentajes por encima de la media las microempresas de la isla de La Gomera (58,8%), La Palma (54,3%), Fuerteventura (51,4%) y Tenerife (51%). La isla peor posicionada es Gran Canaria (39%).

Señalemos que existe una discrepancia entre el número de empresas que dicen tener página web y las que la tienen en el momento del estudio. De hecho, el uso que se hace de la página web es meramente informativo: darse a conocer y, en algunos casos, mostrar catálogos de productos. Son muy pocas las que realizan comercio electrónico real a través de la web y las que permiten al cliente final obtener un producto personalizado.

Destaquemos que al aplicar un filtro de comprobación sobre las empresas que dicen tener página web, se ha observado que el 37% no tienen en el momento

Gráfico 7. Microempresas con página web. Canarias

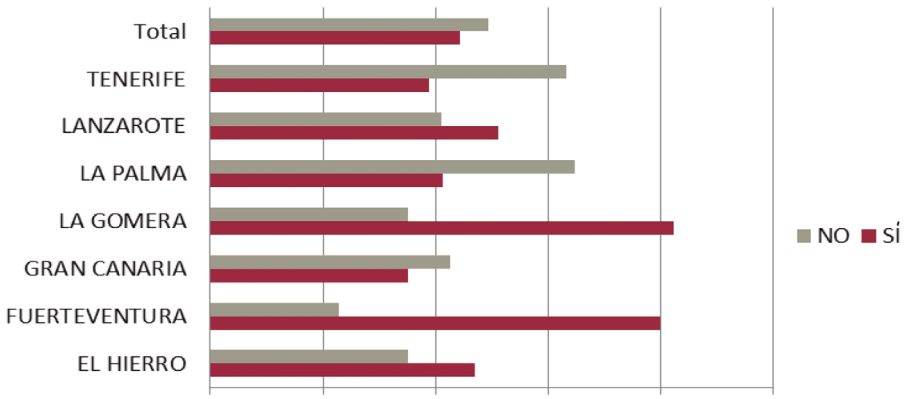


Fuente: Elaboración propia a partir de SCITECAN.

del estudio una página web a la que se pueda acceder. Las explicaciones posibles son que exista confusión entre «tener página web» y «aparecer en la red», que exista confusión entre «tener página web» y «correo electrónico», o bien que la página web de la empresa esté en proceso de construcción o que la hayan tenido en un pasado pero en la actualidad no la mantengan.

En el gráfico 8 se ofrece la información de las microempresas que realizan comercio electrónico a través de la página web. En este caso los resultados son

Gráfico 8. Microempresas que realizan comercio electrónico. Canarias



Fuente: Elaboración propia a partir de SCITECAN.

completamente diferentes a la información obtenida en preguntas anteriores: por un lado, en Canarias la proporción de microempresas que realiza esta actividad sólo alcanza el 22,2% del total.

Por otro lado, la mayoría de las microempresas de las islas menores de El Hierro, Fuerteventura, La Gomera y Lanzarote sí realizan comercio electrónico a través de la página web; mientras que las microempresas de las islas de Tenerife y Gran Canaria son las que menos usan el comercio electrónico (19,4% y 17,6% respectivamente). Por último, las microempresas de la isla de La Palma, que se han situado en las mejores posiciones en cuanto al número de ordenadores, internet o página web, en esta variable (comercio electrónico) también muestran una menor utilización frente a las microempresas de las islas menores.

Lógicamente, razones como la doble insularidad, los costes de transporte interinsulares, o la fragmentación de los mercados pueden asociarse a los resultados obtenidos.

5.2. Análisis cualitativo. Opinión de los microempresarios innovadores sobre el impacto de las Políticas de I+D en Canarias

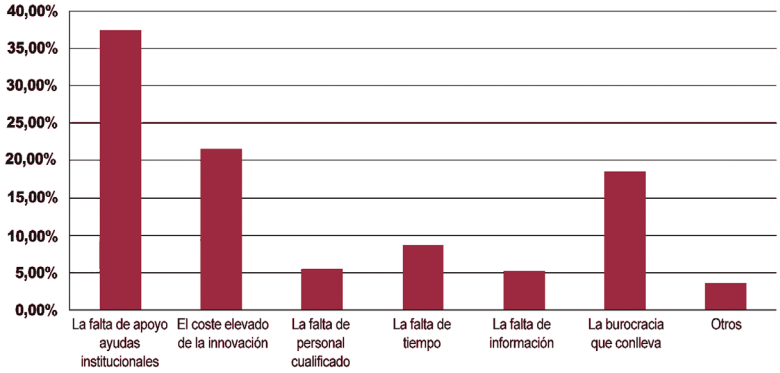
De los 434 microempresarios que respondieron el cuestionario en la parte cuantitativa de la investigación, se seleccionaron a 25, que fueron entrevistados en profundidad a través del Análisis Delphi. De hecho, más de la mitad de los mismos recibieron ayudas o subvenciones con el objeto de mejorar algún proceso o actividad en la empresa y consideraron, en general, que el principal obstáculo para innovar consistía en la falta de apoyo institucional, la excesiva burocracia y el elevado coste de la innovación.

Para la selección de los empresarios se tuvo en cuenta su carácter innovador y el grado de utilización de las TICs en su empresa. De hecho, se trató de crear «grupo de empresarios expertos» a quienes se les preguntaba, entre otras cuestiones, por el grado de conocimiento de las políticas públicas de I+D de la Unión Europea, de España y de Canarias. De forma genérica, la mayoría de los entrevistados respondieron que conocían esta clase de políticas a través de los medios de comunicación pero opinaban que las convocatorias de innovación no se adaptaban a la singularidad de sus empresas. De hecho, concluyen en que las ayudas europeas están ideadas para grandes empresas mientras que la realidad es que el tejido empresarial canario está formado mayoritariamente por microempresas.

Por otro lado, señalan los entrevistados que las ayudas ofertadas acaban principalmente en los organismos públicos de investigación (OPIs) y no en las propias microempresas. De hecho, los empresarios encuestados conocen las políticas de colaboración entre empresa y Universidad pero manifiestan negativamente que no van al mismo ritmo ni tienen los mismos intereses.

Además, todos califican de forma unánime las políticas de I+D con nota negativa. Señalan que existen múltiples ferias, congresos y charlas, pero no inversión en términos reales. En concreto, han indicado que las ayudas de I+D se convierten en un problema burocrático e incluso, en muchas ocasiones, en un problema de ca-

Gráfico 9. Principal obstáculo para innovar en la empresa. Canarias



Fuente: Elaboración propia a partir de SCITECAN.

rácter fiscal: Si les conceden ayudas son a posteriori, una vez realizada la actividad, y, además, los fondos llegan con gran lentitud, mientras que los créditos ICO no resultan operativos porque las entidades financieras exigen demasiados requisitos y burocracia.

En otro orden de aportaciones, nos indican los empresarios que en un territorio insular y ultraperiférico, las subvenciones al transporte se conceden sólo a las grandes empresas porque los requisitos administrativos dejan fuera la realidad de las microempresas. Por ejemplo, las subvenciones se miden por contenedores transportados, tonelada movida, entre otros. Parámetros que excluyen a las empresas de pequeño tamaño.

Por último, cabe señalar que muchos de los microempresarios prefieren innovar con fondos propios, o dejar la innovación de lado en espera de una mejor situación económica, antes que embarcarse en la petición de una subvención que conlleva connotaciones negativas como son los trámites administrativos, las posibilidades de cometer errores fiscales en la desgravación de impuestos, o la negativa de la Administración tras el tiempo y trabajo empleados para la petición de la subvención.

6. CONCLUSIONES

La Comisión Europea ha manifestado que, en las RUPs, se asocia la innovación, fundamentalmente, a la innovación tecnológica, prestándose poca atención a la innovación en los servicios y al espíritu empresarial. Además, el proceso de innovación se ve igualmente obstaculizado por el reducido tamaño de las empresas, su

escasa capacidad económica y la dificultad de laboratorios públicos de investigación locales para participar en proyectos de investigación a gran escala.

Por lo que respecta a las políticas regionales europeas basadas en la innovación y la IDTI cabe señalar que no están logrando ensanchar la cadena de valor de la investigación para conectarla con las aplicaciones empresariales, y poder crear una masa crítica que facilite el desarrollo de nuevos productos y servicios.

Del análisis del VII Programa Marco para la Innovación y la Competitividad se concluye que la mayoría de las medidas planteadas en el mismo sirven de referente para la puesta en funcionamiento de los Planes Nacionales de I+D+i y para el Plan Canario de I+D+i; de hecho, acciones, medidas e intervenciones parecen estar totalmente coordinados en el ámbito europeo, estatal y regional. Sin embargo, las empresas de menor tamaño no pueden acceder en igualdad de condiciones, quedando al margen de las redes de innovación que se establecen en el territorio europeo.

Según la Comisión Europea existen sectores prometedores que están fundamentados en la innovación y en la IDTI; aunque no representan a empresa de menor tamaño. Sin embargo, podemos señalar que los sectores de alta tecnología en Canarias son muy reducidos, aunque han tenido una evolución positiva en los últimos años a diferencia del resto de España en donde, por regla general, ha disminuido.

El análisis del uso de las TICs por las microempresas canarias muestra que, en las islas capitalinas, la mayoría de las empresas dispone de ordenador, al igual que ocurre con el uso de internet. Además, la mayoría de las empresas usa internet para contactar con sus clientes y casi tres cuartas partes mantienen contacto con la administración a través de internet, mientras que la mitad de las microempresas de ambas islas sí dispone de página web aunque en general no realizan comercio electrónico.

En las islas no capitalinas, casi todas las empresas disponen de ordenador, salvo en el caso del Hierro. Lo mismo sucede con el uso de internet (a excepción de La Gomera). En general, el uso que se hace de internet para contactar con clientes, con la administración, para realizar gestiones bancarias y tener alojada una página web, sigue los mismos patrones que en el caso de las dos islas capitalinas, salvo en el caso de La Gomera y El Hierro, donde el uso que se hace de esta herramienta es inferior.

Respecto al perfil de los microempresarios más innovadores en Canarias, podemos señalar que más de la mitad recibieron ayudas o subvenciones con el objeto de mejorar algún proceso o actividad en la empresa y consideraron, en general, que el principal obstáculo para innovar consistía en la falta de apoyo institucional, la excesiva burocracia y el elevado coste de la innovación. Además, concluyen en que las ayudas europeas están ideadas para grandes empresas y que las ayudas ofertadas acababan principalmente en los organismos públicos de investigación (OPIs) y no en las propias microempresas.

También califican de forma unánime las políticas de I+D con nota negativa; de hecho, muchos prefieren innovar con fondos propios antes de pedir una subvención.

En definitiva, podemos afirmar que la penetración de las TICs ha estado condicionada por el tamaño de la empresa, lo que ha determinado también la actuación de las políticas para la innovación. En el caso de las RUPs, y en especial de Canarias, la innovación de servicios y el espíritu empresarial pueden suponer nuevos retos de futuro para las microempresas y empresas de menor tamaño.

Recibido: 15-06-2013. Aceptado: 30-10-3013

BIBLIOGRAFÍA

Asín Cabrera, M.ªA. (2005). La Constitución Europea y el estatuto jurídico de las regiones ultraperiféricas, *Hacienda Canaria, 12*.

Benito Hernández, S. (2009). El papel de las microempresas en el desarrollo económico regional: las redes de cooperación empresarial en España. *Revesco 99*, 31-59.

Bonnet, M., Santana, N. y Hernández, N. (2012). La situación de las tecnologías de la información y la comunicación en las microempresas del sector terciario. Canarias en *Le oppotunità oltre la crisi:prospettive manageriali e strategie pubbliche dei paesi dellÈuropa del Sud.* Ed. Red Arethuse San Benedetto del Tronto.

Comisión Europea (2007). Estrategia para las regiones ultraperiféricas: logros y perspectivas. Ed. Comisión Europea. Bruselas

—— (2008). *Las regiones ultraperiféricas: una ventaja para Europa.* Ed. Comisión Europea. Bruselas.

—— (2011). *Factores de crecimiento en las Regiones Ultraperiféricas Resúmen ejecutivo.* Ed. Comisión Europea. Bruselas.

—— (2012). *Las regiones ultraperiféricas. Regiones de Europa, ventas y oportunidades.* Ed. Comisión Europea. Bruselas.

COTEC (2003). *Nuevos mecanismos de transferencia de la tecnología*. Fundación COTEC. Madrid

COTEC (2009a). *Tecnología e innovación en España. Informe COTEC 2009,* Fundación COTEC, Madrid.

COTEC (2009b). *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.

Gimeno, M. (2006). Las tecnologías de la información y la comunicación en las pymes y otros avatares. *Economía Industrial, 360*, 77-92.

González de la Fe, T. y Hernández, N. (2011). «Canarias: las peculiaridades de la insularidad», en Ramos Vielba, I. (coord.), Una revisión de los sistemas regionales de I+D. Andalucía, Canarias, Madrid y País Vasco, Madrid, Fundación Ideas para el progreso. Disponible en http://www.Fundacionideas.es/ sites/default/files/pdf/L-Una_revision_de_los_sistemas_regionales_de_ID-Pol.pdf.

González de la Fe, T., Hernández, N. y van Oostrom, M. (2012). Innovación, cultura y tamaño: la microempresa en una región ultraperiférica en *ARBOR. Ciencia, pensamiento y cultura*, núm. 753, volumen 188. Ed. CSIC, Madrid.

Legna Verna, C.A. (2005). *Gestión pública estratégica y prospectiva con aplicaciones al ámbito regional y local*, Madrid, Abecedario.

Ríos Rull, F. y Expósito Suárez, I. (2007). La ultraperificidad de Canarias y los principios de subsidiariedad y modulación, *Hacienda Canaria, 16*.

Rivero Ceballos, J.L. (2007). *Canarias, 1936-2000. El modelo económico reciente. Economía e insularidad*, Tenerife, Servicio de Publicaciones de la Universidad de La Laguna.

VV.AA. (2007). *Plan Integral Canario de I+D+i+d,* Ed. Gobierno de Canarias.

VV.AA. (2010). *La economía, la sociedad y el empleo en Canarias durante el año 2009. Informe Anual 0010.* Ed. CES. Canarias

VV.AA. (2011). *Plan Canario Integrado de I+D+i. 2011-2015. Borrador.* Ed. Gobierno de Canarias.

VV.AA. (2013). *Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica de Innovación. 2013-2016.* Ed. Ministerio de Economía y competitividad.

Zahera, M. (1996). Las Pymes Españolas y la innovación. *Harvard Deusto Business Review. Ediciones Deusto (74)*. 62-66.

INNOVACIÓN EN EL TURISMO. REFLEXIONES TEÓRICAS Y EVIDENCIAS SOBRE CANARIAS

Pablo Rodríguez González
Departamento de Sociología-ULL
prodrigg@ull.es

Resumen

La innovación se ha convertido en la nueva *big thing* del turismo, la vía para alcanzar el objetivo tantas veces pospuesto de la recualificación. En nuestro país, la presencia retórica de la innovación en las políticas turísticas no se ha visto acompañada por una reflexión profunda sobre las peculiaridades de la innovación en una actividad de servicios como el turismo, plagada de especificidades económicas. Caben distintas posturas en la conceptualización de la innovación turística, desde un extremo constructivista en el que *cada* experiencia turística es, por sí misma, una innovación hasta el polo escéptico para el cual la innovación turística sería marginal, circunscrita a modificaciones incrementales del producto y la incorporación de innovaciones tecnológicas y de proceso de otras industrias. A la luz de este debate, analizaremos los resultados del proyecto SCITECAN sobre las empresas turísticas canarias, cuestionando el carácter relativamente poco innovador de estas.

Palabras clave: Empresas turísticas, innovación, sistemas sectoriales de innovación, innovación en los servicios.

Abstract

«Innovation in tourism. Theoretical reflections and evidence from the Canary Islands». Innovation had become the tourism new *big thing,* a new way to reach the outstanding re-qualifying objective. In Spain, innovation rethoric in tourism public policies has not been accompanied by deep consideration of tourism innovation peculiarities, a services activity full of economic specificities. Different stances are possible to conceptualize tourism innovation, from a constructivist one —every tourism experience is by itself an innovation, to a skeptical pole for which tourism innovation is marginal and restricted to incremental product modifications and to incorporate technological and process innovations from other industries. In light of this debate, the paper analyzes SCITECAN project results on Canaries tourist firms, bringing into question their low innovativeness.

Key words: Tourism firms, Innovation, Sectoral Innovation Systems, Service Innovation.

Revista Atlántida, 5; diciembre 2013, pp. 77-94; ISSN: 556-4924

INTRODUCCIÓN

El sector turístico, por razones que no vienen al caso, siempre ha sido muy sensible a las modas de gestión (Abrahamson, 1996; Hirsch, 1972), soluciones organizativas que, al margen de su mayor o menor eficacia, adquieren un rango cuasi normativo en la cultura empresarial de un sector y consiguen una amplia y rápida difusión gracias a los distintos mecanismos de isomorfismo (DiMaggio y Powell, 1983). En la sucesión de ideas fuerza de las modas de gestión turística, la innovación ha venido a ocupar el puesto de privilegio que previamente ocuparon otras ideas como la competitividad, la diversificación o la calidad.

Prueba de ello es su presencia en el planteamiento de partida de la más reciente formulación de la estrategia turística nacional elaborada por el ministerio del ramo. Leemos en el Plan Nacional Integral de Turismo que «la actividad turística en España ha sufrido una pérdida importante de competitividad en los últimos años [...] se están incubando los nuevos líderes turísticos mundiales fundamentados en la innovación» (SET, 2012: 13). Asimismo, la innovación está implícita en la reciente *Ley de renovación y modernización turística de Canarias* (Ley 2/2013, de 29 de mayo), aunque sorprendentemente el término brilla por su ausencia en el texto legislativo.

Una última prueba la encontramos en la proliferación del término en la literatura profesional y en la blogosfera[1], donde puede hacer referencia a cosas tan diversas como la apertura de un «hotel-concepto», el desarrollo de una aplicación para *smartphones*, la «de-construcción» de la cocina tradicional, las tarifas de una compañía aérea o la invención de un circuito turístico (tour) temático por parte de un colectivo de turistas con intereses comunes muy específicos.

El objetivo de este trabajo es hacernos eco de la llamada a la convergencia de la investigación sobre la innovación en la industria turística con los procedimientos y estándares internacionales con los que se estudia este proceso en otras industrias que encontramos en los dos trabajos de revisión de la literatura anglosajona sobre este tema (Hall y Williams, 2008; Hjalager, 2010). Estos autores plantean la necesidad de reorientar una investigación demasiado fragmentada, en la que se tiende con frecuencia a denominar innovación a «cualquier cosa que difiera de la operativa habitual del negocio o que represente, en algún sentido, una discontinuidad con las prácticas precedentes» (Hjalager, 2010: 2), en una dirección más sistemática, que aporte bases más consistentes para evaluar las semejanzas y especificidades de la innovación en la industria turística. Nuestra contribución aquí sigue una doble vía, conceptual y empírica. En el plano conceptual, pretendemos realizar una primera aproximación en castellano al debate teórico sobre la innovación turística, poniéndolo en conexión con los debates más amplios en el campo de los estudios sobre la

[1] Como indicador de la pujanza del término, de las 126 noticias publicadas desde 2001 por la revista *Hosteltur* que incluían el término «innovación», 46 habían sido publicadas después de enero de 2012. Por otra parte, Google localiza 21.100 resultados para la búsqueda <blog + «innovación turística»>. (Búsqueda realizada el 4 de junio de 2013).

innovación. En el plano empírico, buscamos poner de relieve las especificidades de las actividades innovadoras de las empresas turísticas canarias en comparación con las que realizan las empresas del resto de sectores económicos, utilizando los datos de un estudio concebido con los estándares válidos en dicho campo.

LA INNOVACIÓN TURÍSTICA

Haciendo una traslación rápida de las ideas comunes al discurso de la Innovación Turística (IT), cabría hablar de una estrategia orientada a la invención de productos y procesos que genera ventajas competitivas a los que la adoptan y les permite obtener beneficios en los mercados en que concurren. Los antecedentes de esta idea se remontan a Schumpeter (si no a Marx) y han sido ampliamente examinados a nivel teórico y empírico desde las perspectivas, complementarias aunque a menudo enfrentadas, de la Economía y la Sociología de la Innovación. (Dosi, 1988; Dosi *et al*., 2005). Desde un punto de vista macrosociológico, la innovación tecnológica ha sido considerada uno de los agentes principales del cambio social desde las distintas posturas del determinismo tecnológico. Cabe citar la trilogía de Castells sobre la sociedad de la información (Castells, 1997) como una referencia clave. En ella se reúnen distintos conceptos presentes en la literatura sociológica al menos desde Daniel Bell en un planteamiento que sitúa la generación de conocimiento a partir de la información como la actividad económica central de las sociedades contemporáneas y que apunta a la *localización* de las actividades de generación de conocimiento (es decir, las actividades de innovación) como uno de los procesos estructurantes más relevantes de nuestro tiempo. En el caso del turismo, aunque la innovación ha sido un rasgo relevante en toda su historia, no ha recibido la atención de los investigadores hasta fechas muy recientes, gracias al impacto radical que han tenido (y están teniendo) las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en la industria.

Tanto Hjalager como Hall y Williams plantean que buena parte de la literatura clásica sobre la innovación ha estado excesivamente centrada en las industrias manufactureras y focalizada en las patentes, lo que ha venido a justificar la escasa aplicación al sector turístico de las herramientas analíticas derivadas de las investigaciones sobre la innovación. Esta es una queja frecuente en el campo de la investigación turística, frecuentemente dirigida a las subdisciplinas madre de la economía y la sociología industrial (Rodríguez González y Santana Turégano, 2012a). Sin embargo, los cambios económicos del último cuarto del siglo xx (economías de servicios, eclosión de la industria del software) han llevado a una concepción menos lineal e ingenieril de la innovación (Kline y Rosenberg, 1986), al reconocimiento del potencial innovador de las actividades de servicios (entre ellas, el turismo) (Miles, 2003) y al establecimiento de indicadores estandarizados para medir dicho potencial (OECD y EUROSTAT, 2005).

A la hora de caracterizar la IT encontramos las mismas dificultades existentes con la innovación en general. Más allá de la noción común de 'desarrollo y aplicación de ideas nuevas a las actividades económicas', los esfuerzos de clarificación conceptual

pasan por la delimitación analítica de distintos tipos o categorías de innovación que ocurren en distintas dimensiones de los sistemas productivos. Hjalager plantea de forma más firme que Hall la validez de la distinción convencional entre tipos de innovación para caracterizar la IT. Dicha clasificación distingue entre innovaciones de producto, de proceso, organizativas y de mercado, apuntando los siguientes rasgos clave de cada tipo: a) I. de producto, novedades directamente observables por el cliente (hoteles *boutique*, turismo *wellness*, actividades estivales en destinos de ski, paquetes de *experiencias*); b) I. de proceso, cambios en el *backstage* dirigidos hacia la eficiencia y la productividad, frecuentemente asociados a la introducción de nuevas tecnologías (venta *online*, técnicas y tecnologías culinarias, tecnologías de control de multitudes, eficiencia energética); c) I. organizativas, nuevas formas de organizar la colaboración interna, orientados a la retención y motivación de la plantilla, su flexibilización y el control de costes (políticas de recursos humanos dirigidas a la capacitación y la motivación del *capital* humano). d) I. de mercado, conceptos de marketing que cambian la comunicación y las relaciones con los clientes (programas de fidelización, motores de búsqueda, web 2.0).

Hjalager plantea que el alcance e interrelación que tienen las innovaciones de producto y de mercado aconsejan introducir una nueva categoría, las innovaciones en la *distribución*. Asimismo, señala la relevancia de las *innovaciones institucionales* en la industria turística, «nuevas e inclusivas estructuras colaborativo/organizacionales o marcos legales que redirigen o realzan el negocio en determinados campos del turismo» (Hjalager, 2010: 3), de las que pone como ejemplos las tarjetas de crédito, las entidades de certificación o las organizaciones de turismo social. Dicho concepto ha sido aplicado al análisis de las políticas de desarrollo turístico en Canarias por Rodríguez González y Santana Turégano (2012b).

Por su parte, Hall y Williams plantean tres grandes áreas de la IT (producto, proceso y cliente), dentro de las que identifican, mediante el análisis de casos, diez puntos de la cadena de valor turística con potencial innovador. Estos autores otorgan una importancia primordial al papel del cliente como actor de la IT, resaltando su intervención en las especificaciones del producto (expectativas y valores simbólicos de las marcas turísticas), en su producción (autoservicio, turismo de aventura), distribución (empaquetado final de la experiencia turística, recomendaciones) y comunicación (redes sociales, evaluaciones en buscadores). Esta perspectiva ha tenido bastante repercusión en las reflexiones recientes, como las de Russo (Russo y Segre, 2009) acerca de los clústeres de IT o la de Williams y Shaw (Williams y Shaw, 2011) sobre las oportunidades que la internacionalización abre a la innovación *cultural*.

LAS ESPECIFICIDADES DE LA IT

En las dos revisiones de la literatura sobre la IT se advierte sobre la especial debilidad de la concepción tipológica de la innovación. Las innovaciones en la industria turística raramente ocurren en un único ámbito, más bien, suelen conllevar cambios simultáneos o concatenados en otras dimensiones del proceso de producción y consumo. El ejemplo más claro se da en las innovaciones en la restauración,

en las que los cambios tecnológicos y organizativos en las áreas de cocina tienen hondas repercusiones en los productos (nuevos platos y menús) y su distribución (autoservicio, menús adaptados, temáticos, modulares, etc.). Estas interrelaciones en los procesos de innovación dan pie con frecuencia a consecuencias imprevistas o no explicitadas (Portes, 2000), en las que el valor económico de la IT se deriva de la reducción de costes y el incremento de la productividad antes que de la mejora del ajuste entre las cualidades del producto y las necesidades o expectativas del cliente (Brunet y Alarcón, 2007; Rodríguez González, 2011b).

Suele vincularse esta multidimensionalidad de la IT con las *especificidades* de la producción turística[2] y la compleja arquitectura de sus cadenas de valor (Clancy, 1998; Zhang *et al*., 2009). Esta especificidad de la organización de la producción de experiencias turísticas no solo se ha usado para explicar las complejas interacciones de los procesos de innovación en el sector, sino que también interviene en las explicaciones de otros rasgos característicos de la IT.

En primer lugar, se ha planteado que determinados rasgos estructurales de los emprendedores turísticos (atomización, pocas habilidades empresariales, alta circulación de nuevas empresas, importancia en el éxito local de los emprendedores de la combinación de recursos locales y capacidades externas) limitan la capacidad innovadora (Lerner y Haber, 2001).

En segundo lugar, se ha señalado que la IT está muy condicionada por los factores ambientales de los cambios en la demanda (Hall y Williams, 2008) y el empuje del sistema global de ciencia y tecnología, con el desarrollo de las TIC como elemento central. Asimismo, se ha puesto de manifiesto la posibilidad de que las localidades o destinos turísticos, en tanto sistemas locales de producción (Marrero Rodríguez, 2004; Rodríguez González, 2011b), se articulen como distritos industriales marshallianos, en los que la combinación de recursos locales y estructuras de gobernanza colaborativas den lugar a *clusters* particularmente favorables a la innovación (Russo y Segre, 2009).

En tercer lugar, las peculiaridades del *conocimiento* empleado en la producción turística se han utilizado para explicar la escasa importancia que tienen las actividades de Investigación y Desarrollo, tal y como las miden los indicadores convencionales de I+D. Por un lado, buena parte de ese conocimiento está socialmente incrustado (*embedded*) en las organizaciones turísticas, de forma que el flujo de la difusión de innovaciones se dirige con frecuencia de arriba abajo (p.e. de los centros de I+D de la matriz de la multinacional a sus filiales y de ahí a los competidores locales, Jacob y Groizard, 2007). Por otro lado, se trata en buena medida de un conocimiento *tácito, localizado* y *difícilmente apropiable*, lo que dificulta por distintas vías las actividades de I+D. En consecuencia, la IT tiende a ser *incremental*

[2] Convencionalmente, el producto turístico se considera un bien *normal*, que consiste en un *agregado* de productos y servicios, *perecedero* y sujeto a restricciones *temporales* y *espaciales* debido a que buena parte de la producción y consumo ocurren *simultáneamente* (Martínez Quintana, 2006; Mochón, 2004).

y *adaptativa*, fundamentalmente orientada a la implementación y adaptación de innovaciones exógenas. En este sentido, Rodríguez González (2011a) identifica las fuentes del *isomorfismo local* de las estrategias de reestructuración en el sector turístico andaluz.

En los párrafos anteriores hemos recogido las ideas clave y las regularidades empíricas más asentadas de las investigaciones sobre la innovación turística. Como apunta Hjalager (2010: 8-9), se trata de un campo de investigación joven en el que la investigación cuantitativa y convergente con el enfoque estándar de la innovación requiere mayor desarrollo, sin que esto excluya a las investigaciones cualitativas y divergentes, inspiradas por la idea de la especificidad (incluso epistemológica) de la actividad turística. Nuestro trabajo se ubica en la primera línea, ya que pretendemos explorar las especificidades de la innovación que realizan las microempresas turísticas canarias en comparación con el conjunto de microempresas de la región. Esto nos permitirá plantear un diagnóstico de la singularidad o no del sistema canario de innovación turística.

CARACTERÍSTICAS DE LOS DATOS

Los datos en los que se basa este trabajo proceden de la *Encuesta de Innovación a las Microempresas Canarias 2010*, realizada en el marco del proyecto «Innovación, tecnología y economía del conocimiento en las microempresas» (SCITECAN2)[3]. Aquí nos ceñiremos a los rasgos metodológicos más relevantes para nuestra investigación. Con el objetivo de estudiar las microempresas canarias en relación a las nuevas tecnologías, la economía del conocimiento y la cultura de la innovación, se realizó en 2010 una encuesta a 434 microempresas (0-10 trabajadores) canarias. El marco muestral se elaboró a partir de los registros de las Cámaras de Comercio provinciales, recogiéndose una muestra aleatoria estratificada, con afijación proporcional por sectores de actividad (grupos CNAE09) y no proporcional por islas (mínimos por islas). En las microempresas seleccionadas se entrevistó telefónicamente al responsable de la empresa (propietario o administrador) mediante un cuestionario estructurado. Este cuestionario recogía 80 variables agrupadas en cinco bloques: características de la empresa, actividades innovadoras y actitudes hacia la innovación, uso de TIC, valoración del entorno institucional de la innovación y características del empresario.

En nuestro análisis nos centraremos en las diferencias y especificidades que muestran las empresas turísticas en los bloques segundo (actividades innovadoras y actitudes) y tercero (uso de TIC). A la hora de identificar las *empresas turísticas* se han agregado las empresas de servicios de restauración (CNAE 55), de servicios de alojamiento (CNAE 56) y de actividades de agencias de viajes y operadores turísti-

[3] Se trata de un proyecto de investigación realizado por el Instituto U. de Ciencias Políticas y Sociales (ULL) sobre cuyos resultados y diseño es posible encontrar más información en otros trabajos de este volumen monográfico.

cos (CNAE 79), así como una porción de empresas de otras actividades conexas. Si bien el objetivo práctico era maximizar la (escasa) información disponible para los contrastes, existen sólidas razones teóricas para esta decisión de usar una categoría de actividad más amplia que la convencional *rama* de *hostelería* (grupos 55 y 56). La Organización Mundial del Turismo (ONU) considera que las industrias turísticas son «aquellas que generan principalmente *productos característicos del turismo*» (OMT, 2012, cursivas en el original), delimitando dichos productos característicos por unos criterios de proporcionalidad del gasto turístico en la demanda y la oferta[4]. En la misma fuente se recogen 12 industrias turísticas que, al núcleo duro de la hostelería, añaden las actividades de transporte de pasajeros y alquiler de medios de transporte, las agencias de viajes, las actividades culturales, deportivas y recreativas, el comercio al por menor de productos característicos del país y otras actividades específicas.

Al aplicar esta definición a nuestros datos, la agrupación de ramas de actividad con dos dígitos CNAE sólo permitía la clasificación automática[5] como turísticas de las empresas de alojamiento (CNAE 55: 23 empresas), restauración (CNAE 56: 30 empresas) y agencias de viajes (CNAE 79: 7 empresas), mientras que para las restantes industrias turísticas ha sido preciso consultar caso por caso la actividad principal detallada por los entrevistados para discernir si se trataba de empresas turísticas (llegándose a localizar por este medio otras 14 empresas). En conjunto, contamos con 74 empresas turísticas y 360 empresas no turísticas dentro de la muestra total de 434 empresas.

Es preciso advertir que nuestro análisis debe sortear el inconveniente de partir de un reducido tamaño de la submuestra de empresas turísticas, lo que dificulta enormemente encontrar diferencias estadísticamente significativas con respecto al resto de actividades de la economía canaria. El elevado margen de error de esta submuestra obliga a tener cautela con los resultados, entendiendo que el análisis debe mantenerse en un nivel descriptivo y exploratorio y que solo investigaciones más profundas (y mejor financiadas) permitirán plantear inferencias sólidas. No es, en cualquier caso, un tamaño muestral inusualmente pequeño para lo que encontramos en la literatura basada en encuestas a empresas.

Un segundo inconveniente de nuestros datos tiene que ver con la limitación del universo de estudio a las empresas de 10 o menos trabajadores. Según los datos más recientes del directorio central de empresas (DIRCE 2009, www.ine.es), el 51,3% de los hoteles canarios tenía 10 o más trabajadores, por lo que nuestra muestra de microempresas excluye de los servicios de alojamiento a este tipo de empresas altamente significativo dentro del sector turístico. Se trata, asimismo, de empresas en

[4] Sintetizando mucho, un producto será «característicamente turístico» si el gasto turístico en él es un porcentaje significativo del gasto de los turistas y, al mismo tiempo, dicho gasto es un porcentaje significativo del gasto en ese producto en la economía receptora. (EUROSTAT *et al.*, 2001)

[5] Así, no es posible distinguir automáticamente las actividades de transporte de pasajeros de las de mercancías (CNAE09 49-52), el alquiler de medios de transporte del resto de actividades de alquiler (77) ni discernir el carácter turístico de las actividades recreativas, culturales y deportivas (90 y 93).

las que las actividades de innovación tienen mayor protagonismo por la importancia de las transferencias tecnológicas desde las matrices de las cadenas hoteleras (Jacob y Groizard, 2007). Este problema impide utilizar nuestros datos para evaluar el alcance de la innovación en el sector turístico, pero sí nos permite, al homogeneizar el tamaño de la empresa en las distintas actividades, evaluar comparativamente las actividades de innovación y las actitudes de los microempresarios del sector que, pese a lo señalado, suponen el 93,9% de las empresas dentro de la hostelería canaria y tienen un peso aún mayor en las restantes industrias turísticas.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Actividades de innovación, servicios intensivos en conocimiento y uso de TIC

En la tabla 1 se recoge el indicador clave de las actividades de innovación, el porcentaje de empresas dentro de cada sector que ha realizado cada uno de los tipos principales de actividades de innovación. El contraste del Chi cuadrado avala la existencia de una relación de dependencia entre ambas variables (χ^2 = 58,4; gl=20; Sig=0,000). En todos los sectores la renovación de maquinaria (innovación de procesos) es la actividad más relevante, que han realizado más de tres cuartas partes de las empresas de todos los sectores, salvo el primario[6]. La amplia difusión de este tipo de innovación no debe llevar a engaño, habitualmente este tipo de innovación pasa por la incorporación de innovaciones de producto de otros sectores (y, muy probablemente, de otras economías) por lo que su incidencia en el aprovechamiento endógeno del potencial de la innovación es bastante limitada.

TABLA 1. ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN SEGÚN SECTORES DE ACTIVIDAD (MULTIRRESPUESTA: PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE HA REALIZADO CADA ACTIVIDAD)

	Turismo	Comercio	Resto de servicios	Industria y construcción	Sector primario
Nuevos métodos de organización del trabajo	34,0%	51,0%	51,4%	47,8%	33,3%
Renovado maquinaria habitual de la empresa	83,0%	89,6%	88,4%	79,7%	73,3%
Diseñado alguna estrategia de marketing	71,7%	45,8%	49,3%	37,7%	6,7%

[6] Es preciso advertir que los resultados del sector primario tienen como base únicamente 18 casos, por lo que su fiabilidad es mínima.

Creado algún bien o servicio nuevo	41,5%	35,4%	42,8%	39,1%	33,3%
Colaborado / contratado con investigadores	7,5%	8,3%	6,5%	13,0%	40,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de SCITECAN2.

Las innovaciones de mercado son significativamente más frecuentes en las empresas turísticas que en las del resto de sectores: el 71,7% había diseñado alguna estrategia de marketing, frente a valores por debajo del 50% en las restantes actividades de servicios y aún más bajos en la industria (37,7%) y la agricultura (6,7%). Estas diferencias son estadísticamente significativas (sig. <0,05) y revelan una clara orientación de las actividades innovadoras de los microempresarios turísticos hacia el marketing y las estrategias de distribución de su producto. Como señalamos en la revisión de la literatura, desde Thomas Cook las innovaciones en la distribución han sido un rasgo característico de la innovación turística. Con el desarrollo de las TIC y su exitosa difusión al ámbito de la distribución turística (la comunicación entre productores y consumidores del mercado turístico), este aspecto ha ganado un claro protagonismo en las actividades de gestión.

Sin embargo, para una parte importante de las empresas turísticas esta preocupación por las estrategias de marketing no parece ir ligada al posicionamiento en el mercado de nuevos productos turísticos: el 71,7% diseña nuevas estrategias de marketing pero solo el 41,5% crea algún bien o servicio nuevo. No existen diferencias significativas en la presencia de innovaciones de producto en las microempresas de los distintos sectores.

No es posible extraer mucha información del recurso a servicios externos intensivos en conocimiento, una actividad clave para sortear las limitaciones que el tamaño impone a las microempresas a la hora de innovar (tabla 2). Parece existir un patrón común a todos los sectores de actividad, con la formación de personal como el servicio externalizado más importante, seguido por los servicios legales e informáticos. Llama la atención, no obstante, que la contratación de estudios de mercado, marketing o promoción tenga una baja implantación en las microempresas turísticas (15,8%) cuando, como acabamos de mencionar, casi tres cuartas partes han emprendido estrategias de marketing. Tampoco parece tener una gran repercusión la contratación de servicios para la implantación del comercio electrónico aunque, como veremos, esto tiene que ver con el hecho de que esta tecnología ya ha sido implantada en buena parte de las empresas turísticas.

Las microempresas turísticas presentan algunos rasgos singulares respecto a las actividades de formación, calidad y conectividad, aunque nuevamente los tamaños muestrales impiden hablar de diferencias estadísticamente significativas. Los datos de la tabla 3 muestran que las empresas turísticas plantean en menor medida actividades de formación para sus empleados que las del resto de sectores (67,3% frente a valores por encima de 80% en el resto de actividades) pero están entre las que más disponen de certificaciones de calidad (42,9%).

TABLA 2. USO DE SERVICIOS INTENSIVOS EN CONOCIMIENTO SEGÚN SECTORES DE ACTIVIDAD (MULTIRRESPUESTA: PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE HA REALIZADO CADA ACTIVIDAD)					
	Turismo	Comercio	Resto de servicios	Industria y construcción	Sector primario
Contratado / colaborado con algún grupo de investigación	5,3%	19,0%	17,9%	30,0%	60,0%
Contabilidad y servicios financieros	,0%	9,5%	10,3%	5,0%	,0%
Servicios informáticos	21,1%	9,5%	15,4%	30,0%	20,0%
Servicios legales	26,3%	23,8%	28,2%	30,0%	20,0%
Estudios de mercado, marketing o promoción	15,8%	14,3%	10,3%	15,0%	20,0%
Servicios de formación de personal	36,8%	23,8%	43,6%	35,0%	40,0%
Servicios para la implantación del comercio electrónico	10,5%	28,6%	15,4%	20,0%	,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de SCITECAN2.

TABLA 3. CALIDAD, FORMACIÓN Y ACCIÓN CORPORATIVA SEGÚN SECTORES DE ACTIVIDAD (MULTIRRESPUESTA: PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE HA REALIZADO CADA ACTIVIDAD)					
	Turismo	Comercio	Resto de servicios	Industria y construcción	Sector primario
La empresa dispone de certificaciones de calidad	42,9%	33,7%	35,3%	33,8%	50,0%
Los empleados de la empresa han recibido formación	67,3%	84,3%	81,3%	82,4%	81,3%
La empresa pertenece a alguna asociación, red y/o clúster empresarial	53,1%	50,6%	52,5%	36,8%	50,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de SCITECAN2.

Por último, abordaremos el uso de TIC en las microempresas canarias (tabla 4), un aspecto en el que se detectan relevantes diferencias en las empresas turísticas. En primer lugar tanto entre las empresas turísticas como no turísticas, las TIC se han universalizado: todas las empresas encuestadas de todos los sectores cuentan con ordenadores y casi todas también cuentan con conexión a Internet en la empresa. El uso empresarial de Internet sigue un patrón común en todos los sectores: se utiliza mayormente (algo más del 70%) para contactar con los clientes y realizar gestiones bancarias y en menor medida para relacionarse con la Administración Pública.

Las empresas turísticas presentan aquí una singularidad importante, en consonancia con la importancia ya apuntada de las estrategias de marketing: utili-

zan en mucha mayor medida que las empresas no turísticas servicios de comercio electrónico (52,8%) y también son las que disponen en mayor medida de página web (69,8%). Todas estas evidencias apuntan a que las innovaciones de distribución a las que hacíamos referencia anteriormente están focalizadas en la distribución por Internet de los productos turísticos. Se trata de un aspecto en el que las empresas turísticas aventajan claramente a las empresas no turísticas. Por otra parte, las empresas turísticas recurren significativamente menos (54,7%) a soluciones de trabajo en red o intranet que las empresas de servicios no comerciales (76,3%). Esto sería coherente con la baja tasa de innovación organizativa de las empresas turísticas que mostraba la tabla 1.

TABLA 4. USO DE TIC SEGÚN SECTORES DE ACTIVIDAD (MULTIRRESPUESTA: PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE HA REALIZADO CADA ACTIVIDAD)

	Turismo	Comercio	Resto de servicios	Industria y construcción	Sector primario
Ordenadores en la empresa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Trabajo en red o intranet	54,7%	68,0%	76,3%	44,6%	38,5%
Internet en la empresa	96,2%	93,2%	94,9%	98,6%	100,0%
Utiliza internet para contactar con sus clientes	75,5%	70,9%	80,1%	81,1%	53,8%
Utiliza internet para contactar con la Administración Pública	62,3%	55,3%	62,8%	64,9%	69,2%
Utiliza internet para realizar gestiones bancarias	71,7%	84,5%	84,6%	86,5%	84,6%
Página web de la empresa	69,8%	36,9%	57,1%	48,6%	30,8%
Servicios de comercio electrónico	52,8%	8,7%	28,8%	18,9%	,0%

Fuente: Elaboración propia a partir de SCITECAN2.

Recapitulando los distintos resultados, la innovación en las empresas turísticas canarias parece dirigirse de forma característica al desarrollo de estrategias de marketing, presumiblemente orientadas al desarrollo de las potencialidades que la generalización de Internet está brindando para la interacción con clientes, proveedores y distribuidores. Se trata de un aspecto en el que las microempresas turísticas están significativamente aventajadas sobre el resto de empresas canarias, pero sobre el que no pueden dejar de plantearse algunas matizaciones.

En primer lugar, ya hemos destacado que al desarrollar estas nuevas estrategias de marketing los empresarios turísticos recurren poco a estudios de mercado externos, lo que unido a la escasa colaboración con grupos de investigación (común, en cualquier caso, al resto de microempresas canarias) lleva a presumir que estas estrategias van a recurrir primariamente a conocimientos tácitos y escasamente formalizados, restringiendo el alcance de las innovaciones.

En segundo lugar, hemos visto que en las empresas turísticas estas nuevas estrategias de marketing no van siempre acompañadas de una renovación del producto ni de cambios en la organización del trabajo. No está claro que esto sea un rasgo negativo (que la innovación consista únicamente en vender de otra manera el mismo producto), ya que es posible plantear que muchas empresas del sector han alcanzado un nivel competitivo que les permite disponer de certificaciones de calidad sin necesidad de tener que realizar esfuerzos de restructuración de procesos ni de formación de personal. Se trata de una cuestión que las limitaciones de nuestros datos impiden resolver satisfactoriamente.

Actitudes hacia la innovación

Las opiniones sobre la innovación de los empresarios turísticos entrevistados no difieren significativamente de las del conjunto de empresarios canarios (tabla 5). Hay que destacar en primer lugar el hecho de que menos de la mitad de los empresarios está de acuerdo con la idea de que «su empresa necesita innovar» (42,4% en el sector turístico y valores entre 40% y 39% en el comercio, el resto de servicios y la industria y la construcción). Esta relativamente baja receptividad a la innovación se combina con una percepción ampliamente extendida de que la innovación es un proceso costoso (71,2%), para el que se carece de financiación (64,4%) y al que la financiación pública impone trabas burocráticas (83,1%). En contraste con este amplio consenso sobre las limitaciones de la financiación externa, las limitaciones internas de la empresa tienen menor visibilidad: menos del 40% de los empresarios turísticos opina que la falta de personal cualificado (39%) o de información (35,6%) dificultan la innovación en su empresa, mientras que un 50,8% apunta la falta de tiempo.

TABLA 5. OPINIONES SOBRE LA INNOVACIÓN SEGÚN SECTORES DE ACTIVIDAD (MULTIRRESPUESTA: PORCENTAJE QUE ESTÁ DE ACUERDO CON CADA AFIRMACIÓN)

	Turismo	Comercio	Resto de servicios	Industria y construcción	Sector primario
«La falta de financiación-fondos dificulta la innovación en la empresa»	64,4%	68,2%	74,5%	82,7%	70,6%
«La innovación tiene un coste muy elevado»	71,2%	59,8%	70,3%	57,3%	58,8%
«La falta de personal cualificado dificulta la innovación en la empresa»	39,0%	42,1%	41,8%	57,3%	35,3%
«La falta de información dificulta la innovación en la empresa»	35,6%	52,3%	49,7%	56,0%	35,3%
«La falta de tiempo dificulta la innovación en la empresa»	50,8%	43,0%	43,0%	52,0%	35,3%

«Las ayudas para innovar requieren mucha burocracia»	83,1%	82,2%	86,7%	92,0%	82,4%
«Su empresa necesita innovar»	42,4%	40,2%	39,4%	40,0%	5,9%
«La colaboración con investigadores o grupos de investigación puede ayudar a la empresa a innovar»	37,3%	43,9%	41,2%	48,0%	35,3%

Fuente: Elaboración propia a partir de SCITECAN2.

Este diagnóstico inicial se confirma al preguntar a los empresarios cuál de estos obstáculos a la innovación consideran más importante (tabla 6). La falta de apoyo institucional pasa al primer plano, siendo señalada por el 39,7% de los encuestados del sector turístico. Le siguen los que reconocen el coste elevado y la burocracia (ambos 17,2%), mientras que muy pocos destacan entre las dificultades la falta de tiempo (12,1%), la falta de personal cualificado (6,9%) o la falta de información (3,4%). La imagen de la innovación que arrojan estos resultados es la de un proceso muy costoso en términos económicos pero no tanto en términos de recursos propios (personal, conocimiento) y que depende mayormente del apoyo público e institucional.

TABLA 6. PRINCIPAL OBSTÁCULO A LA INNOVACIÓN SEGÚN SECTORES DE ACTIVIDAD

	Turismo	Comercio	Resto de servicios	Industria y construcción	Sector primario
La falta de apoyo / ayudas institucionales	39,7%	42,2%	36,1%	33,8%	27,8%
El coste elevado de la innovación	17,2%	16,5%	21,7%	29,9%	27,8%
La falta de personal cualificado	6,9%	6,4%	4,2%	3,9%	11,1%
La falta de tiempo	12,1%	6,4%	10,2%	5,2%	11,1%
La falta de información	3,4%	9,2%	5,4%	1,3%	,0%
La burocracia que conlleva	17,2%	16,5%	19,3%	20,8%	16,7%
Otros	3,4%	2,8%	3,0%	5,2%	5,6%

Fuente: Elaboración propia a partir de SCITECAN2.

Aunque quizás sea aventurarnos en exceso en la interpretación, cabe hablar de una cultura de la innovación *reactiva*, en la que las actividades de innovación se dirigen a incorporar soluciones tecnológicas de otros ámbitos de actividad (p.e. software y maquinaria) o desarrollar planes promocionales, minimizando los riesgos y costes asociados para la empresa al reclamar apoyo financiero público para dichas actividades. A este respecto, no puede dejar de hacerse notar que, aunque buena parte de los empresarios reconocen que la colaboración con grupos de investigación

puede ayudar a la innovación (37,3%, tabla 5), muy pocos lo hacen en la práctica (según cómo lo midamos, 7,5% —tabla 1— o 5,3% —tabla 2—). Al comparar estas cifras con el porcentaje que reclama mayor apoyo financiero es posible aventurar cierto consenso entre el empresariado canario respecto al sentido de la colaboración público-privada en los sistemas de innovación: parece mayoritaria la idea de que lo público debe financiar las actividades de innovación de los empresarios, mientras que hay menor conciencia de que lo público también puede aportar otros inputs relevantes al proceso de innovación, como pudieran ser el conocimiento, la formación o la coordinación colectiva.

Si bien estos planteamientos son comunes al conjunto de los pequeños empresarios canarios, hay algunos aspectos de las opiniones del empresariado turístico que cabe matizar. Las evidencias al respecto no llegan a alcanzar solidez suficiente, es decir, no podemos descartar que puedan deberse a errores de muestreo, pero tienen interés aunque sea cualitativo. En primer lugar, vemos en la tabla 5 que los empresarios turísticos son los que más apuntan que la innovación tiene un coste elevado (71,2%), pero son de los que menos reconocen que este coste sea el principal obstáculo a la innovación (tabla 6: 17,2%) y de los que más culpan a la falta de apoyo institucional (39,7%). En este sentido, son también algo más críticos con el tejido institucional que los empresarios no turísticos (p.e. valoran las Cámaras de Comercio con un 2,95 sobre 5, cuando los restantes sectores superan el 3,00). En segundo lugar, vemos que conceden algo menos de importancia a las TIC en sus empresas (el 70% piensa que son bastante o muy importantes) en comparación con el comercio (75,7%) o el resto de servicios (74,9%).

TABLA 7. OPINIÓN SOBRE LA IMPORTANCIA DE LAS TIC PARA LA EMPRESA SEGÚN SECTORES DE ACTIVIDAD

	Turismo	Comercio	Resto de servicios	Industria y construcción	Sector primario
Poco o nada importante	20,0%	14,4%	12,0%	9,1%	16,7%
Algo importante	10,0%	9,9%	13,2%	14,3%	22,2%
Bastante o muy importante	70,0%	75,7%	74,9%	76,6%	61,1%

Fuente: Elaboración propia a partir de SCITECAN2.

Tomadas en conjunto, estas evidencias apuntan a que los empresarios turísticos tienen una concepción limitada de la innovación, en la que las instituciones públicas aportan la financiación y los empresarios conciben estrategias de marketing y renuevan sus equipamientos sin afrontar costes de investigación, formación o desarrollo. Cabría plantear aquí que quizás sea este el tipo de innovación que los empresarios turísticos necesitan ya que sus empresas están suficientemente dotadas de capital humano y conocimiento y han alcanzado un desempeño satisfactorio. Sin embargo, si atendemos a las características objetivas de las empresas y los empresarios, vemos que esto está lejos de ser así: las empresas turísticas cuentan con menos

trabajadores universitarios (2,58 de media) que las empresas del sector comercial (3,05), del resto de servicios (3,70) o de la industria y la construcción (2,90); los microempresarios turísticos están menos cualificados que el resto de empresarios de los servicios (el 31% tiene estudios primarios o menos frente al 26,6% en el comercio o el 17,7% en el resto de servicios); por último, en términos de rentabilidad se sitúan en una posición intermedia[7].

CONCLUSIONES

A la hora de recapitular las conclusiones de este trabajo, se hace preciso distinguir entre dos tipos de resultados empíricos: aquellos que vienen avalados por la significación estadística y apuntan rasgos específicos de la innovación turística en comparación con otros sectores de actividad y aquellos que, sin alcanzar esta solidez, constituyen evidencias débiles que permiten delimitar cualitativamente el estado de la innovación en esta industria.

Dentro del primer tipo encontramos en primer lugar las actividades de innovación de mercado que llevan a cabo casi tres cuartas partes de las microempresas del turismo canario y su apuesta decidida por el comercio electrónico, al que recurren más de la mitad de los entrevistados de esta industria. Esto no debe llevar a pensar que el sector turístico se *concentra* en estas innovaciones, los resultados que hemos recogido indican que, en el resto de tipos básicos de innovación, los empresarios turísticos no innovan más que los de otros sectores, pero tampoco menos. Es decir, su tendencia a innovar no solo no es menor que la del resto de sectores (en lo que se refiere, por ejemplo, a la introducción de nueva maquinaria o el desarrollo de nuevos productos) sino que, en determinados tipos (estrategias de marketing), es incluso mayor. Lo mismo puede decirse del uso de TIC: las empresas turísticas no están menos expuestas a la omnipresencia de las TIC que las empresas de otros sectores, pero optan más por unos determinados usos de esas tecnologías (el comercio electrónico) que por otros (intranet). En este sentido, el principal hallazgo de esta investigación es la refutación del lugar común en la literatura, ya cuestionado por Hjalager (2010), que tiende a señalar que el turismo es una industria poco innovadora. Al contrario, las microempresas turísticas canarias innovan al menos tanto como las no turísticas y en determinados ámbitos, incluso innovan más.

Pero a este diagnóstico globalmente positivo hay que hacer toda una serie de matizaciones a partir de las evidencias del segundo tipo que hemos ido recogiendo en el texto. Hemos visto que aunque muchos empresarios turísticos llevan a cabo innovaciones, buena parte de ellos no ha necesitado para ello grupos de investigación, cambios en la cualificación del personal ni asesoramiento externo, aunque recurren

[7] Los datos que se recogen en este párrafo provienen de análisis adicionales realizados respecto a otras variables de la encuesta SCITECAN2. No se recogen de forma exhaustiva en este trabajo para no sobrecargar el texto.

con cierta frecuencia a la formación externa. Esto es particularmente relevante para las estrategias de marketing: pese a su importancia en la industria, solo el 6,7% de los empresarios turísticos emprendió una estrategia de este tipo basándose en un estudio o investigación externos. Hasta cierto punto, parece que los empresarios turísticos son poco conscientes de las profundas interrelaciones de los procesos de innovación en las complejas cadenas de valor turísticas y sus frecuentes consecuencias imprevistas. Con estos mimbres, las innovaciones sólo pueden tener un carácter incremental y superficial y difícilmente podrán llegar a aparecer el tipo de innovaciones radicales que generan ventajas competitivas duraderas.

Cabe plantear que esta falta de intensidad en las innovaciones turísticas deslegitima, hasta cierto punto, las actitudes empresariales sobre la innovación. En definitiva, si la financiación pública de la innovación empresarial se destina a comprar maquinaria y elaborar acciones de promoción sin que esto repercuta en la cualificación (y la remuneración) de los trabajadores ni en la generación de conocimiento colectivo (a través de los grupos de investigación), su utilidad pública queda bastante mermada, de forma que las reclamaciones de los empresarios de mayor financiación pueden llegar a verse como un intento de que la parte pública asuma costes *normales* del funcionamiento empresarial como la amortización de maquinaria o los gastos de promoción.

Esta y otras cuestiones que han quedado abiertas en el texto se basan en una interpretación que, si bien está «informada» por la literatura sobre la innovación en general y la innovación turística en particular, se apoya sobre evidencias empíricas muy limitadas. No obstante, consideramos que esta debilidad del trabajo no invalida su interés y esperamos que su difusión contribuya precisamente a llamar la atención sobre el problema y permita que en un futuro próximo podamos contar con más y mejor información sobre él.

Recibido: 22-06-2013. Aceptado: 30-10-2013.

BIBLIOGRAFÍA

Abrahamson, E. (1996). «Management fashion». *Academy of Management Review*, 21(1), 254-285.

Brunet, I. y Alarcón, A. (2007). «Calidad y recursos humanos del sector hotelero en Cataluña». *Revista Internacional de Sociología*, 47, 73-98.

Castells, M. (1997). *La era de la información: economía, sociedad y cultura, vol. 1: La Sociedad red*. Madrid, Alianza.

Clancy, M. (1998). «Commodity chains, services and development: theory and preliminary evidence from the tourism industry». *Review of International Political Economy*, 5(1), 122-148.

Dimaggio, P. y Powell, W. (1983). «The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields». *American Sociological Review*, 48, 147-160.

Dosi, G. (1988). «Sources, Procedures, and Microeconomic Effects of Innovation». *Journal of Economic Literature*, 26(3), 1120-1171.

Dosi, G., Orsenigo, L. y Sylos, M. (2005). «Technology and the Economy». en Smelser, N. y Swedberg, R. *The Handbook of Economic Sociology. Second Edition*. Princeton, Princeton University Press, 678-702.

EUROSTAT, OCDE, OMT y ONU (2001). *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual.* Luxemburgo, Madrid, New York, Paris, OMT.

Hall, C.M. y Williams, A.M. (2008). *Tourism and innovation*. London, Routledge.

Hirsch, P.M. (1972). «Processing Fads and Fashions: An Organization-Set Analysis of Cultural Industry Systems». *American Journal of Sociology*, 77(4), 639.

Hjalager, A.-M. (2010). «A review of innovation research in tourism». *Tourism Management*, 31, 1-12.

Jacob, M. y Groizard, J.L. (2007). «Technology transfer and multinationals: The case of Balearic hotel chains' investments in two developing economies». *Tourism Management*, 28(4), 976-992.

Kline, S. J. y Rosenberg, N. (1986). «An Overview of Innovation». En Landau, R. y Rosenberg, N. *The Positive Sum Strategy: Harnessing Technology for Economic Growth*, Washington, National Academies Press, 275-304.

Lerner, M. y Haber, S. (2001). «Performance factors of small tourism ventures: The interface of tourism, entrepreneurship and the environment». *Journal of Business Venturing*, 16(1), 77-100.

Marrero Rodríguez, J.R. (2004). *La estructura y dinámica de los mercados de trabajo en las actividades de servicios: el caso del sector turístico canario*. Las Palmas de GC, Servicio de Publicaciones del Cabildo Insular de Gran Canaria.

Martínez Quintana, V. (2006). *Ocio y turismo en la sociedad actual. Los viajes, el tiempo libre y el entretenimiento en el mundo globalizado*. Madrid, McGraw-Hill Interamericana.

Miles, I. (2003). «Services Innovation. Coming of age in the knowledge-based economy». en *Innovation management in the knowledge economy*. London, Imperial College Press, 59-81.

Mochón, F. (2004). *Economía y Turismo*. Madrid, McGraw-Hill.

OCDE y EUROSTAT (2005). *Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Edition*. Paris, OECD Publishing.

OMT, Organización Mundial del Turismo (2012). «Entender el turismo: Glosario Básico». Extraído el 9/10/2012 de http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico#Destino.

Portes, A. (2000). «The Hidden Abode: Sociology as Analysis of the Unexpected». *American Sociological Review*, 65(1), 1-18.

Rodríguez González, P. (2011a). *La elaboración de estrategias empresariales en el sector turístico andaluz. Prácticas y discursos ante la reestructuración turística*. Tesis doctoral, Departamento de Sociología. La Laguna, Universidad de La Laguna, 476.

—— (2011b). «Reestructuración turística y cultura empresarial en Andalucía. Una aproximación cualitativa a la sociología económica de las estrategias empresariales». *Revista Internacional de Organizaciones*, 7, 133-158.

Rodríguez González, P. y Santana Turégano, M.A. (2012a). «La Nueva Sociología Económica y el Turismo. Aportaciones teóricas», en Álvarez Sousa (Ed.) *Teoría Sociológica y Turismo*, Madrid, NetBiblo.

Rodríguez González, P. y Santana Turégano, M.A. (2012b). «Los agentes sociales y la política urbanístico-turística: percepción y performatividad. El caso de las Directrices de Ordenación del Territorio y del Turismo de Canarias». *Investigaciones Turísticas,* 3, 56-82.

Russo, A.P. y Segre, G. (2009). «Destination Models and Property Regimes: An Exploration». *Annals of Tourism Research*, 36(4), 587-606.

SET, Secretaría de Estado de Turismo (2012). Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015. Madrid, Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

Williams, A.M. y Shaw, G. (2011). «Internationalization and innovation in tourism». *Annals of Tourism Research*, 38(1), 27-51.

Zhang, X., Song, H. y Huang, G.Q. (2009). «Tourism supply chain management: A new research agenda». *Tourism Management*, 30(3), 345-358.

LA DIMENSIÓN CULTURAL EN LOS ESTUDIOS DE INNOVACIÓN

Madelon van Oostrom
Técnico de innovación en el Parque Científico y Tecnológico de Tenerife
madelon@pctt.es

Resumen

En la literatura especializada sobre innovación existe un interés creciente por investigar el papel de la cultura en la dinámica económica global. Más concretamente, en las actividades de innovación de las empresas y en los resultados económicos de los países y regiones. El análisis de la influencia de la cultura en la innovación adopta, en esta dimensión cultural de los estudios sobre innovación, distintas perspectivas según las escuelas o corrientes principales y, también, según el nivel de análisis de la cultura de la innovación. En este trabajo se analiza la influencia de la cultura en la innovación a través de una revisión de la literatura con el objetivo de avanzar en el diseño de un esquema de análisis operativo que permita el estudio sociológico y empírico de la cultura de la innovación.

Palabras clave: sociología de la innovación, cultura de la innovación, sistema regional de innovación, pequeña y mediana empresa (PYME).

Abstract

«The cultural turn in Innovation Studies». In the literature on innovation there is a growing interest in investigating the role of culture in global economic dynamism and, more specifically, in the innovation activities of enterprises and economic performance of countries and regions. The analysis of the influence of culture in innovation performance adopted in this cultural dimension of innovation studies occurs from different perspectives and from different levels of analysis. In this paper we analyze the influence of culture in innovation through a literature review in order to lay the foundation for an operational analysis scheme that allows the empirical study of the innovation culture in sociological analysis.

Key words: sociology of innovation, innovation culture, regional innovation systems, small and medium enterprise (SME).

1. INTRODUCCIÓN

En la literatura especializada existe un interés creciente por investigar el papel de la cultura en la dinámica económica (DiMaggio, 1994; Thrift y Amin, 2004; Zelizer, 2005, 2011) y, más concretamente, en las actividades y resultados de

innovación (Saxenian, 1996; Pilon y DeBresson, 2003; Brown y Ulijn, 2004; James, 2005; Tura y Harmaakorpi, 2005; Kaasa y Vadi, 2008; Laznjak, 2011; Cooke y Rehfeld, 2011). La dimensión cultural de los estudios sobre innovación aborda el análisis de la influencia de la cultura en la innovación desde distintas perspectivas según las corrientes teóricas y, también, según el nivel de análisis de la cultura de la innovación (macro y meso principalmente). Así, los factores culturales, institucionales y sociales se consideran cruciales en el desarrollo económico y la innovación. Con ello, el concepto 'cultura de la innovación' adquiere, como objeto de estudio, mayor trascendencia.

Pese a ello, el significado y el papel de la cultura en estos procesos están aún poco sistematizados. Tampoco se ha definido con precisión en los estudios especializados, y en las políticas, lo que se entiende por cultura de la innovación. Por otra parte, a pesar de que el concepto de cultura es una de las categorías fundamentales del análisis sociológico, en la sociología tampoco abundan los análisis sistemáticos dedicados a las relaciones entre cultura e innovación, si bien hay una larga tradición en ciencias sociales que tiene en cuenta la variable cultural en el estudio de la economía, empezando por Weber y su análisis sobre la influencia de la ética protestante en el surgimiento del capitalismo. No obstante, el carácter intangible de los dos fenómenos, cultura e innovación, seguramente ha contribuido a que la atención de los estudios se haya centrado en otros temas relacionados más visibles y medibles como las infraestructuras e instituciones más «duras» de los sistemas económicos.

Así, los estudios sobre innovación, en su imparable avance como emergente campo de investigación científica (Fagerberger y Verspagen, 2009), examinan el fenómeno de la innovación y los factores explicativos y causales de su generación y difusión. Se centran especialmente en estudiar aquellos que pueden explicar la notoriedad de regiones como Silicon Valley y países como Israel, entre otras razones para dar con los ingredientes necesarios para replicar la receta de éxito en otras regiones y territorios. Estos estudios desde los campos de la economía, la sociología, la geografía, las ciencias políticas y las teorías del management teorizan relativamente bien sobre las (infra)estructuras e instituciones formales y «duras» en los territorios innovadores, pero dejan sin explicar muy bien sus bases culturales y las correspondientes estructuras sociales más «blandas», y ni mucho menos su impacto en el desarrollo regional (James, 2005). No obstante, esta tendencia está cambiando en vista de la creciente atención que recibe la dimensión cultural, hasta el punto de que algunos autores hablan de un «giro» cultural en los estudios de innovación (Tripple y Toedtling, 2008).

En este trabajo se analiza la influencia de la cultura en la innovación con el objetivo de avanzar en el diseño de un esquema de análisis operativo que permita el estudio empírico de la cultura de la innovación desde la sociología.

Las principales preguntas de investigación son las siguientes:

- ¿Cuál es la influencia de la cultura en los resultados de innovación?
- ¿Cuál es el significado y comprensión de la cultura de la innovación en las distintas escuelas y en los distintos niveles de análisis?
- ¿Qué esquema operativo cabe plantear para estudiar empíricamente la cultura de la innovación?

Este trabajo consta de cuatro apartados. En los apartados 2 y 3 se lleva a cabo una revisión de la literatura especializada con especial atención al papel de la cultura en la innovación desde las perspectivas comparativas transnacionales (apartado 2) y a la dimensión cultural en los estudios regionales, especialmente en relación al papel de las empresas (apartado 3). Entre las múltiples aportaciones realizadas desde las distintas ciencias sociales sobre los factores que explican, promueven y obstaculizan los procesos de innovación, se han elegido aquellas que otorgan importancia al entorno sociocultural, las instituciones, los valores y creencias compartidas y las relaciones de interacción, tomando a la empresa como el actor innovador por excelencia.

Por último (apartado 4), se concluye con una serie de consideraciones que pueden orientar el diseño de una estrategia de investigación sociológica de la cultura de la innovación.

2. LOS ESTUDIOS COMPARATIVOS: ANÁLISIS CULTURALISTAS TRANSNACIONALES

Los antecedentes directos y más significativos de los estudios sobre la cultura de la innovación a nivel nacional, su concepción y su empleo en estudios empíricos, se pueden encontrar en el trabajo de Hofstede (1980, 1993, 1999) sobre la influencia de las culturas nacionales en las culturas corporativas. Este investigador establece en 1980, a partir de la publicación de los resultados de un estudio realizado a 100.000 empleados de IBM en 40 países, las bases de un esquema de investigación, ampliamente reproducido, que inicialmente constaba de cuatro dimensiones: la distancia del poder, individualismo vs. colectivismo, masculinidad vs. feminidad y la aversión a la incertidumbre. Los valores observados en estas dimensiones reflejarían las diferencias culturales de los países y su influencia en las culturas organizacionales, en concreto, en los resultados del rendimiento del trabajo, en los procesos internos de las organizaciones y en sus resultados económicos. Posteriormente, en 1991 y 2010, se añaden otras dos dimensiones: orientación a corto plazo vs. orientación a largo plazo y la indulgencia vs. restricción. El esquema de Hofstede ha sido la base de numerosos estudios empíricos posteriores, siendo el trabajo más citado tanto en la literatura sobre culturas organizacionales como en estudios comparativos transnacionales (Jones, 2007), por lo que a continuación se describe con mayor detalle cada una de sus dimensiones.

TABLA 1. LAS DIMENSIONES DE HOFSTEDE Y SUS PRINCIPALES VALORES

Dimensión	Valores
PDI – distancia del poder	Mayor o menor tolerancia de desigualdades sociales según una mayor o menor jerarquía
IDV – individualismo vs. colectivismo	Libertad, recompensas y respeto personal (ind.). Lazos sociales intensos, armonía grupal, lealtad comunal (col.)

MAS – masculinidad vs. feminidad	Preferencia por el logro y éxito material (masc.). Preocupación por la calidad de vida y las relaciones personales (fem.)
UAI – aversión a la incertidumbre	Mayor o menos tolerancia del riesgo según menor o mayor aversión
OLT – orientación a corto plazo vs. largo	Ahorro, persistencia, visión de futuro (largo plazo). Respeto por la tradición, cumplimiento de las normas, resultados inmediatos (corto plazo)
IVR – indulgencia vs. restricción	Felicidad, bienestar

Fuente: elaboración propia a partir de Hofstede (1980, 1993, 1999)

La primera dimensión está relacionada con la distancia del poder (PDI) y mide el grado en que los miembros de una sociedad aceptan la distribución inequitativa del poder y el nivel de tolerancia a la existencia de desigualdades sociales. En países que aceptan altos niveles de jerarquía, se acepta que las personan que ocupan posiciones en la cima tienen privilegios y es donde existe mayor tolerancia hacia las desigualdades sociales. Los países árabes son un ejemplo de países con altos niveles de PDI, mientras que, por el contrario, Dinamarca es un país con muy bajos niveles de tolerancia hacia a las desigualdades sociales y aceptación de altos niveles de jerarquía.

La segunda dimensión de Hofstede, Individualismo vs. Colectivismo (IDV), está relacionada con la preferencia por la libertad y con la intensidad de los lazos sociales. Reflejan las diferencias culturales entre países en la medida en que un individuo se ocupa sólo del cuidado de los miembros de su grupo más inmediato (individualismo) o si, por el contrario, tiene un compromiso con grupos de referencia más amplios (colectivismo). El individualismo pone el énfasis en temas como la carrera profesional, recompensas y respeto personales. Los países anglosajones como Estados Unidos y Reino Unido son ejemplos de países con una cultura individualista. El colectivismo enfatiza los valores comunales y la armonía entre los miembros de un grupo, al cual se subordinan los intereses personales y a quien se debe lealtad absoluta. Países como Chile y China son ejemplos de países con culturas centradas en el colectivismo.

En tercer lugar, la dimensión Masculinidad vs. Feminidad (MAS) describe las culturas nacionales de países como Japón o Italia en términos de valores masculinos, como la preferencia por el logro y el éxito material. Las culturas masculinas definen el género en formas más tradicionales o estereotipadas y contrastan con las culturas en las que dominan los valores femeninos, como la preocupación por las relaciones personales, la calidad de vida o una mayor amplitud de miras respecto a los roles de hombres y mujeres en las actividades laborales y domésticas. Los países escandinavos son un ejemplo de países donde dominan los valores femeninos.

En cuarto lugar está la dimensión que mide la aversión a la incertidumbre (UAI), que tiene mucha importancia para el estudio de la cultura de la innovación al estar relacionada con las actitudes frente al riesgo. Mide el grado en que una sociedad se siente amenazada por situaciones ambiguas e inciertas y está relacionada con su capacidad de convivencia con situaciones de incertidumbre. Estados Unidos o Irlanda son países con bajos niveles de aversión a la incertidumbre mientras que

los países del sur de Europa como Grecia, Portugal y España[1] tienen una cultura nacional con un alto nivel de aversión a la incertidumbre.

En quinto lugar, la dimensión sobre la orientación a corto plazo vs. la orientación a largo plazo (OLT) introducida en 1991, se refiere a la medida en que una sociedad tiene una perspectiva pragmática de futuro o, por el contrario, si se fija objetivos y enfoca su visión a resultados inmediatos, a corto plazo. Valores orientados hacia el futuro, como el ahorro y la persistencia, son más frecuentes en países como la India, con una orientación a largo plazo y donde tiene poca importancia la impuntualidad o el cambio de planes respecto a lo definido previamente. Las sociedades occidentales, en cambio, suelen tener una orientación a corto plazo, y muestran un gran respeto por la tradición, tienen poca tendencia al ahorro y existe una fuerte presión para estar al día con las obligaciones y los individuos se preocupan por cumplir las normas.

Por último, Hofstede introduce en 2010 una sexta dimensión, Indulgencia vs. Restricción (IVR), que aún no ha producido resultados empíricos relacionados con las culturas nacionales. Se refiere al grado en que una sociedad permite la libertad de expresión y hace sentir a sus miembros que tienen control sobre sus vidas y, por consiguiente, alcanza mayores niveles de felicidad. Las sociedades más restrictivas serían aquellas que suprimen las gratificaciones a las necesidades o las regulan a través de estrictas normas sociales.

Diversos estudios sobre innovación, siguiendo el esquema de Hofstede (Kaasa y Vadi, 2008; Williams y McQuire, 2005; Herbig y Dunphy, 1998; Shane, 1993; Waarts y Van Everdingen, 2005), tratan de probar correlaciones significativas entre actividades y resultados de innovación y las anteriores dimensiones. Kaasa y Vadi (2008) analizan las contribuciones de la cultura a la innovación en las regiones europeas, contrastando las dimensiones con la iniciativa innovadora (como diferente de la implementación y difusión de la innovación) y con la intensidad de patentes en dichas regiones. Muestran, por ejemplo, que la distancia al poder está relacionada negativamente con la iniciativa innovadora debido a las restricciones en los flujos de información y las limitaciones a la creatividad impuestas por la excesiva burocracia. Señalan una correlación especialmente significativa entre la intensidad de patentes y la aversión al riesgo, aunque matizan que la relación entre la cultura y la actividad de patentar y su intensidad no es sencilla ni exclusiva y reconocen la importancia de otros factores explicativos en la capacidad y actividad de patentar de las regiones (Kaasa y Vadi, 2008).

Por otro lado, también se encuentra una relación positiva entre el individualismo y la iniciativa innovadora, destacando la importancia de la creatividad individual a la hora de idear nuevas soluciones (Williams y McQuire, 2005) así como que en culturas individualistas se valora más la libertad, por lo que los trabajadores de organizaciones tienen más oportunidades para probar cosas nuevas (Herbig y Dunphy, 1998). También se señala que en las culturas donde predominan los valores

[1] Puede consultarse más resultados para España en http://geert-hofstede.com/spain.html.

del colectivismo, las contribuciones de un individuo pertenecen a la organización y no al individuo, por lo que los incentivos a la recompensa desaparecen en mayor medida que en las culturas más individualistas (Shane, 1992).

Por último, se ha encontrado una relación negativa entre la aversión a la incertidumbre y la iniciativa innovadora. Dado que la innovación está asociada a la introducción de cambios y a escenarios inciertos, las culturas con altos niveles de aversión a la incertidumbre son más resistentes a la innovación y, por tanto, están menos motivadas para pensar de manera creativa (Shane, 1993; Waarts y Van Everdingen, 2005). El número de normativas y reglas institucionales refleja el intento de controlar y minimizar la ambigüedad, pero las normas también restringen las oportunidades de desarrollar nuevas soluciones. Además, las culturas con un alto grado de aversión a la incertidumbre tienen mayor tendencia a proteger la propiedad intelectual, como muestran los trabajos de Shane (1993) y Williams y McQuiere (2005) sobre los efectos negativos en el número de marcas registradas per cápita y en la creatividad, respectivamente.

Otros estudios en la misma línea llevados a cabo recientemente (Laznjak, 2011) emplean las dimensiones de Hofstede con el objetivo de indagar en la influencia de la cultura croata en el sistema nacional de innovación. Los resultados son consistentes en cuatro de las cinco dimensiones, dejando sin validar la relacionada con la orientación a corto-largo plazo. Los resultados muestran altos grados de distancia al poder y de aversión a la incertidumbre, sumandos al predominio del colectivismo, lo que explica la escasa capacidad de innovación de la sociedad croata.

De similar orientación, pero en el plano nacional, es el trabajo de Pérez-Díaz y Rodríguez (2006, 2010) sobre la cultura de la innovación. El punto de partido es el concepto de la comunidad de innovación y su entorno inmediato, considerado como el agente estratégico principal para explicar las condiciones institucionales y culturales que permiten identificar el alcance y el contenido de la influencia del factor cultural en la experiencia de dichas comunidades de innovación (Pérez-Díaz y Rodríguez, 2006). En un reciente estudio para COTEC (2010) sobre la cultura innovadora de los jóvenes, se relacionan una serie de rasgos culturales de los jóvenes españoles con los equivalentes de jóvenes europeos y con la capacidad de innovación de los respectivos países de procedencia de los jóvenes, medida a partir de estadísticas de familias de patentes triádicas.

A partir de una serie de dimensiones construidas en torno a determinados valores y atributos (la inteligencia; la fortaleza y la templanza; la justicia y la confianza generalizada; los horizontes de vida), algunos de los cuales recogen las dimensiones de Hofstede (por ejemplo, la aversión a la incertidumbre y el riesgo), estos autores encuentran asociaciones positivas entre la capacidad de innovación y 1) el cultivo de la inteligencia, 2) una emancipación más temprana del hogar familiar, 3) la menor aversión al riesgo, y 4) la confianza de los jóvenes en sí mismos. El interés de este estudio reside en haber ampliado el marco de observación de Hofstede, reproducido y representado en los estudios culturalistas ya comentados (Perez-Díaz y Rodríguez, 2010).

3. LA DIMENSIÓN CULTURAL EN LOS ESTUDIOS REGIONALES DE INNOVACIÓN Y EL PAPEL DE LAS EMPRESAS

En el nivel de análisis de los estudios regionales, se observa igualmente el creciente interés por la influencia de la cultura en los resultados de innovación de las regiones, como muestran los enfoques de los distritos industriales (Brusco, 1990; Becattini *et al*., 2003), los *milieux* innovadores (Aydalot, 1986; Camagni, 1991), los clusters tecnológicos en la economía del conocimiento (Saxenian, 1994; Cooke, 2002; Cooke *et al*., 2007; Capello y Faggian, 2005), los sistemas regionales de innovación (Asheim y Gertler, 2005; Cooke, 2002; Cooke *et al*., 2007; Doloreux y Parto, 2005; Koschatzky y Sternberg, 2000), las regiones del aprendizaje (Lagendijk, 2000; Malmberg y Maskell, 2006; Lundvall, 2004) y las ciudades creativas según la teoría de las clases creativas (Florida, 2002a; 2002b; 2002c; Florida *et al*., 2005; Cooke y Lazzerretti, 2007).

Atendiendo a las culturas regionales de innovación, Tripple y Toedtling (2008) recopilan las distintas escuelas que han estudiado los procesos y resultados de innovación a nivel regional según el papel y el significado de la cultura para cada una de ellas. Las escuelas que analizan son:

1) Los distritos industriales de origen italiano, de tradición manufacturera artesanal, donde destacan el arraigo y el capital social así como el papel de la confianza en los sistemas productivos locales, como los principales factores culturales de influencia en los resultados de innovación. Se acentúan los valores que fomentan la confianza y los lazos sociales fuertes. La cultura se entiende como un conjunto de valores compartidos y de normas y rutinas sociales que facilitan los comportamientos de cooperación y el aprendizaje común.
2) Los «*milieux*» innovadores franceses, que es un enfoque propio de regiones innovadoras y de alta tecnología. Se destacan rasgos culturales como el sentimiento de pertenencia, la identidad y el entendimiento común como factores que influyen en las trayectorias tecnológicas de los «*milieux*». La alta valoración social de la innovación se fomenta a través de redes sociales informales, de la transferencia de conocimiento tácito y de la búsqueda común de soluciones. Se considera a la cultura como un marco cognitivo compartido, en el que el principal valor es la apertura y la disposición para compartir el conocimiento.
3) El enfoque de la economía del conocimiento, que se centra en los *clusters* de alta tecnología y las industrias intensivas en conocimiento. Esta escuela destaca la transferencia de conocimiento tácito a través de procesos de aprendizaje colectivos, en los que la proximidad cultural (cognitiva, social, organizacional e institucional) se considera de importancia crucial, al considerar que la mera proximidad física (geográfica) no explica suficientemente los procesos de transferencia. La cultura se entiende como un intercambio de conocimiento tácito compartido y se destacan valores que favorecen las rutinas o hábitos para innovar, la tolerancia al riesgo y las actitudes emprendedoras.
4) La perspectiva de los sistemas regionales de innovación, que pone el acento en las relaciones de interacción entre los principales actores del sistema como

generadores de la innovación. Aquí, el contexto sociocultural específico adquiere una dimensión fundamental, concretamente su soporte institucional. Se centra en los aspectos institucionales, formales e informales, que regulan e influyen en las relaciones entre el subsistema de generación y difusión del conocimiento (universidades y organismos de investigación) y el subsistema de aplicación y explotación del conocimiento (empresas). Se concibe a la cultura como un sistema de gobernanza, como el conjunto de reglas y normas que rigen la generación y aplicación del conocimiento, en el que destacan valores como la predisposición para la colaboración y las tradiciones que favorecen la creación de redes.

5) La escuela de las regiones del aprendizaje se basa en la orientación de la economía del aprendizaje hacia las economías menos favorecidas, con déficits de innovación y ausencia de redes. El conocimiento se considera como el recurso fundamental y el aprendizaje como el proceso más importante para adquirirlo. Los procesos de aprendizaje se consideran colectivos e interactivos por naturaleza, a la vez que muy influenciados por instituciones formales e informales. La cultura es entendida como reglas, normas y hábitos compartidos, y los valores más destacados son la disposición para colaborar, la confianza y la interacción social.
6) El enfoque de las clases creativas, por último, estudia la relación entre la existencia y concentración de personas creativas, altamente cualificadas o con talento, y los resultados de innovación de la localidad (ciudades) donde residen. La cultura es entendida en términos de valores como apertura hacia una gran diversidad de personas y la tolerancia hacia la diferencia.

A partir de esta clasificación, que no es rígida ni excluyente, Tripple y Toedtling (2008) diseñan un modelo de culturas regionales de innovación, cuyas dimensiones principales incluyen valores (valores compartidos y actitudes), lenguaje (lenguaje común), conocimientos y conceptos (comprensión y percepción común), comportamiento (rutinas y tradiciones, maneras de interactuar) y códigos de conducta (normas y reglas). Los valores más destacados son la curiosidad, la predisposición para aceptar nuevas soluciones, la aceptación del riesgo, la apertura hacia el mundo exterior y la predisposición para comunicar con otras empresas de la región.

TABLA 2. DIMENSIONES DE CULTURAS REGIONALES Y SU IMPACTO EN LA INNOVACIÓN

Dimensiones de la cultura regional	Implicaciones para el proceso de innovación	Resultados
Valores		
valores compartidos, actitudes	curiosidad; disponibilidad para nuevas soluciones y asunción de riesgos; apertura hacia el mundo exterior; disposición para comunicar con otras empresas dentro de la región y globalmente	facilita el emprendimiento, la innovación radical, la entrada de nuevas ideas

Lenguaje		
lenguaje común (en un sentido amplio)	facilita la comunicación, el intercambio del conocimiento tácito	mejora de conocimientos, facilita la construcción de confianza
Cognición y Conceptos		
comprensión común	problemas, conceptos de competitividad e innovación, soluciones tecnológicas	reduce las incertidumbres, favorece la construcción de confianza
Comportamiento		
rutinas innovadoras	actividades de innovación regulares	procesos de búsqueda rutinarios, actividades de I+D
maneras de interactuar con otras empresas regionales	pautas cooperativas de interacción	facilita las sinergias y el aprendizaje colectivo
Códigos de conducta		
normas	reglas informales; comportamientos aceptados y esperados socialmente; sanciones por mala conducta	orientación de la conducta, reducción de acciones oportunistas e incertidumbres

Fuente: Tripple y Toedtling (2008), traducido del inglés.

Hay muchos argumentos a favor de un análisis de la cultura de la innovación a nivel regional. La capacidad de las regiones para hacer frente a los desafíos que plantea la globalización en términos de competitividad depende del alcance de las colaboraciones entre empresas y de la capacidad de los gobiernos regionales de apoyar y dar soporte a esas colaboraciones (Cooke y Morgan, 1997). La mayor preocupación por los pequeños entornos o la descentralización de políticas y de responsabilidades, son expresiones de la búsqueda de un desarrollo más cercano a sus promotores, lo que convierte a la ciudad o al pueblo, al municipio o la región, en protagonistas directos de su propio futuro. En el caso de las Islas Canarias, este enfoque es especialmente adecuado por la fragmentación de la región en islas, devenidas micro-entornos de la innovación.

El foco de atención desde los estudios regionales, especialmente desde los enfoques de los sistemas regionales de innovación y de las regiones del aprendizaje, recae sobre las pymes como principal agente económico de las regiones[2]. Los procesos de innovación en las pymes se caracterizan por una serie de limitaciones respecto

[2] Las pequeñas y medianas empresas, las pymes (0-249 asalariados), representan al 99,9% del tejido empresarial español. Dentro de este colectivo, el mayor peso recae sobre las micropymes (0-9 asalariados) que son el 95,2% del total, mientras que las pequeñas empresas (10-49 asalariados) con el 4% y las medianas empresas (11-249 asalariados) con el 0,6%, representan la minoría del tejido empresarial en España (IPYME, 2012). Sin embargo, los estudios sobre innovación a nivel internacional, europeo y español se realizan principalmente a empresas con 10 asalariados o más, dejando fuera del análisis el grueso del tejido empresarial.

a las grandes empresas y las multinacionales, especialmente respecto a la colaboración con centros de I+D y, en general, a la capacidad para cooperar con terceros. Estas limitaciones hacen referencia a la falta de recursos financieros y de personal, la falta de tiempo, la falta de *know how* tecnológico y la incapacidad para buscar y seleccionar información externa. Estas limitaciones conducen a un comportamiento innovador reactivo, debido principalmente a la escasa capacidad para influir en el entorno, por lo que las pymes sólo reaccionan a los cambios que se producen en su entorno (*market pull*), esto es, no son proactivas. Además, esta reacción suele tener un alcance a corto plazo, lo que contrasta con la visión de medio-largo plazo de los centros productores de conocimiento y tecnología (Albizu *et al.*, 2011).

4. CONSIDERACIONES PARA EL ESTUDIO EMPÍRICO DE LA CULTURA DE LA INNOVACIÓN

Los enfoques transnacionales culturalistas, como se ha visto, tienen interés al basarse en análisis comparativos, lo que permite identificar y medir determinados rasgos culturales nacionales y relacionarlos con los resultados de innovación. Este enfoque se emplea también ampliamente en el campo de los estudios organizacionales y de las culturas corporativas. Muchos estudios culturales tienen enfoques comparativos al entender que es la mejor forma de analizar empíricamente una cultura. No obstante, los trabajos antes comentados se basan exclusivamente en métodos de análisis cuantitativos, lo que ha suscitado numerosas críticas. Por una parte, se le reprocha el exceso de simplismo y el reduccionismo del enfoque de Hofstede, así como que está fuera del contexto real de la cultura nacional al clasificar a todos los individuos de un país de la misma manera (Søndergaard, 1994). Otra crítica se refiere a los estudios que se realizaron tomando en cuenta una sola empresa de origen estadounidense con una cultura organizacional particular, por lo que sus características no serían representativas de los individuos de un país, así como que los índices que se usan tienen ya más de treinta años y no han sido revisados (Tayeb, 1994, 2001)

La definición que da Hofstede de la cultura la hace equivalente a un 'software mental', al considerarla como una programación mental colectiva a tres niveles: personal (individual y adquirida al nacer), colectiva (aprendida en sociedad) y universal (heredada y compartida entre la especie humana). El nivel colectivo de la programación mental es la cultura, que es compartida por grupos y categorías de personas. Estas últimas tienen en común determinados rasgos, como la edad, profesión, estatus social, etc. (Hofstede, 1999). Semejante concepción integradora de la cultura, como una variable latente y coherente con algunas representaciones y comprensiones compartidas entre los miembros de una sociedad o país, ha dejado de ser predominante en la sociología de la cultura de los últimos treinta años (DiMaggio, 1997). Sin embargo, gran parte del trabajo empírico sigue suponiendo que la cultura se organiza en torno a unas sociedades nacionales cohesionadas, que se manifiestan de manera similar a través de determinados dominios, como pone de manifiesto el esquema y trabajo de Hofstede, ampliamente replicado en posteriores estudios sobre las culturas nacionales y su influencia en las culturas organizacionales.

En contraste con esta visión de la cultura como una variable latente homogénea, poco tolerante con los elementos inconsistentes, que son expulsados para evitar incoherencias internas, otra concepción más operativa de la cultura como una «caja de herramientas» (Swidler, 1986) o un «repertorio» (Tilly, 1992) permite considerarla como una colección de elementos heterogénea en contenido y funciones. Esta concepción de la cultura como una mezcla de artefactos, un conjunto de representaciones mediadas, un repertorio de técnicas, o un conjunto de herramientas de las estrategias, induce a esperar que exista una menor agrupación de elementos culturales dentro de los grupos sociales con unos vínculos más débiles entre los elementos y con menor presión para la exclusión de los elementos inconsistentes (DiMaggio, 1997).

Esta visión más operativa de la cultura puede ser más útil para estudiar un fenómeno complejo e intangible como es el proceso innovador, que consiste en elementos múltiples y heterogéneos, donde interactúan distintos actores que mantienen relaciones de intercambio y colaboración socialmente 'incrustadas' (Granovetter, 1985). La cultura influye en la innovación porque da forma al sistema de reglas relacionadas con la novedad y las iniciativas individuales así como las acciones colectivas, por una parte, y con las creencias, la comprensión y el comportamiento respecto al riesgo y las oportunidades, por otra.

Hay que destacar que aún se sabe poco acerca del peso de la cultura en relación a otros factores explicativos de los resultados de innovación de las empresas y regiones, posiblemente por la ausencia de precisión conceptual sobre los factores culturales (James, 2005). En este sentido, el carácter intangible y abstracto del concepto de cultura de la innovación puede conducir a que se le asigne un papel residual a la hora de identificar las variables explicativas de resultados de innovación (Pilon y Bresson, 2003). Otra razón es la ausencia de datos primarios fiables y comparables en este campo de estudio. Por ello, es necesario analizar los rasgos de la cultura que puedan relacionarse con la capacidad emprendedora e innovadora de la población de un país, lo que permitiría detectar y analizar las diferencias regionales y locales, así como relacionarlas con las organizaciones e instituciones.

En el transcurso del 'giro cultural' de los estudios de innovación, la discusión se centra en la manera en que las culturas nacionales, regionales y corporativas interactúan y se influyen mutuamente (Gaertner, 2010). Algunos trabajos más recientes analizan el rol de la cultura en la (inter)dependencia de las trayectorias en sistemas regionales de innovación (Cooke y Rehfeld, 2011), mientras que otros tratan de ofrecer herramientas y marcos analíticos que faciliten el análisis empírico de la cultura en las economías de la innovación y del aprendizaje (James, 2011).

Se considera oportuno, por tanto, establecer el nivel regional como ámbito de análisis, concretamente el sistema regional de innovación, debido a la relativa independencia de los actores regionales en un territorio respecto al ámbito nacional. Las culturas regionales son, asimismo, más compatibles con la visión de la cultura como una caja de herramientas (Swidler, 1986; Swidler y Jepperson, 1993/4) o un repertorio (Tilly, 1992) donde tienen cabida elementos heterogéneos que pueden explicar determinados procesos de innovación.

Los sistemas regionales de innovación pueden entenderse como campos organizativos, es decir, como conjuntos de organizaciones interrelacionadas entre

sí debido a que actúan en un territorio común, que poseen regulaciones, reglas y hábitos informales que gobiernan e influyen en su comportamiento. En el caso de la innovación, el campo organizativo está constituido por actores fundamentales del sistema de innovación: organizaciones educativas, universidades, centros públicos, organismos políticos, así como organizaciones que intermedian, tales como los organismos de interfaz, parques tecnológicos, etc.

En este sentido, las organizaciones del sistema de innovación, con sus relaciones e interacciones mutuas, pueden afectar a las actividades de innovación de las empresas, y deben ser observadas teniendo en cuenta sus rasgos culturales característicos. Esto permite estudiar los propios procesos de innovación y las actividades que tienen lugar en las organizaciones, así como su permeabilidad con respecto a otros agentes, principalmente las empresas. Los distintos ritmos y culturas de trabajo de estas organizaciones, así como su papel en el sistema de innovación, condicionan en gran medida las relaciones que mantienen entre sí, por lo que su análisis ha de ser incorporado en un modelo operativo de investigación de la cultura de la innovación.

Adicionalmente, las regulaciones formales, así como las políticas públicas que las acompañan, constituyen otros aspectos culturales en el plano institucional que afectan a la capacidad de innovación de las empresas y que deben tomarse en cuenta en el análisis de la cultura de la innovación.

En los sistemas regionales, los actores principales que llevan a cabo la innovación de carácter económico son las empresas, por lo que el foco del análisis del proceso de innovación se sitúa en las organizaciones empresariales. En este sentido, es posible establecer variables de índole cultural que pueden explicar el grado y el tipo de innovaciones realizadas en una empresa, así como los rasgos de su comportamiento innovador, que se han visto señalados en la revisión de la literatura: la confianza que permite establecer relaciones de colaboración e interacción estables en situaciones inciertas, la apertura de las empresas hacia otros actores del entorno que le permiten incorporar conocimiento a sus procesos internos y la proximidad cultural (cognitiva, social, organizacional e institucional) que facilita los procesos de aprendizaje colectivo.

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

REFERENCIAS

Albizu, E. *et al.* (2011). Innovación en las pymes industriales: una visión desde el modelo interactivo. Revista Internacional de Organizaciones, núm. 7, diciembre 2011, 17-43.

Asheim, B. y Gertler, M. (2005). The Geography of Innovation. In: Fagerberg, J. Mowery, D. and Nelson, R. (eds.) The Oxford Handbook of Innovation. Oxford University Press, Oxford, pp. 291-317.

Aydalot, P. (1986). Trajectoires technologiques et milieux innovateurs. GREMI. Paris. 345-361.

Becattini, G., Bellandi, M., Dei Ottati, G. y Sforzi, F. (2003). From industrial districts to local development. An itinerary of research. Edward Elgar, Cheltenham.

Brown, T. y Ulijn, J. (2004). Innovation, Entrepreneurship and Culture. The Interaction between Technology, Progress and Economic Growth. Edward Elgar. Cheltenham, UK.

Brusco, S. (1990). The idea of the industrial district: its genesis. In: Pyke, F., Becattini, G. and Sengenberger, W. (eds.) Industrial Districts and Inter-Firm Cooperation in Italy. International Institute for Labour Studies, Geneva, pp. 128-152.

Capello, R. y Faggian, A. (2005). Collective Learning and Relational Capital in Local Innovation Processes. Regional Studies 39: 75-87.

Camagni, R. (1991). Local 'milieu', uncertainty and innovation networks: towards a new dynamic theory of economic space. In Camagni, R., (ed.) Innovation networks: spatial perspectives, London: Belhaven, 121-42.

Cooke, P. y Morgan, K. (1997). The Associational Economy: Firms, Regions and Innovation. Oxford University Press, Oxford.

Cooke, P., Boekholt, P. y Tödtling, F. (2000). The Governance of Innovation in Europe. Pinter, London.

Cooke, P. (2002). Knowledge Economies. Clusters, learning and cooperative advantage. Routledge, London.

Cooke, P., Heidenreich, M. y Braczyk, H., (eds.) (2004). Regional innovation systems. Londres, UCL Press.

Cooke, P., DeLaurentis, C., Tödtling, F. and Trippl, M. (2007). Regional knowledge economies. Edward Elgar, Cheltenham.

Cooke, P. y Lazzaretti, L. (2007). Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development. Cheltehnham, UK: Edward Elgar.

Cooke, P. y Rehfeld, D. (2011). Path Dependence and New Paths in Regional Evolution: In Search of the Role of Culture. European Planning Studies, volume 19, Issue 11.

COTEC (2010). Informe Cotec: Tecnología e Innovación en España. http://www.cotec.es/index.php/publicaciones/show/id/1949/titulo/informe-cotec--tecnologia-e-innovacion-en-espana--2010.

DiMaggio, P. (1994). «Culture and Economy». in Neil Smelser and Richard Swedberg (eds.), The Handbook of Economic Sociology, Princeton University Press: Princeton.

—— (1997). Culture and cognition. Annual Review of Sociology 23 (1997):263.

Doloreux, D. y Parto, S. (2005). Regional innovation systems: current discourse and unresolved issues. Technol Soc 27(2):133

Fagerberger, J. y Verspagen, B. (2009). Innovation Studies–the emerging structure of a new scientific field. Working Papers on Innovation Studies 20090104, Centre for Technology, Innovation and Culture, University of Oslo.

Florida, R. (2002a). The rise of the creative class. Basic Books, New York.

—— (2002b). The Economic Geography of Talent. Annals of the Association of American Geographers, 92, pp. 743-755.

—— (2002c). Bohemia and economic geography. Journal of Economic Geography, 2, pp. 55-71.

—— (2005). Cities and the Creative Class. Routledge, New York and London.

Gaertner, S. (2011). CURE Corporate Culture and Regional Embedness. Specific Tarjeted Research Project. Final Activity Report. Sixth Framework Programm.

Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: the problem of embeddedness, American Journal of Sociology, 91, 481-510.

Herbig, P. y Dunphy, S. (1998). 'Culture and Innovation', in: Cross Cultural Management. International Journal, 5(4): 13-21.

Hofstede, G. (1980). Culture Consequences: International Differences in Work-related Values, Sage Publications, London.

Hofstede, G., Bond, M.H. y Luk, C.L. (1993). Individual perceptions of organisational cultures: A methodological treatise on levels of analysis. Organisational Studies, 14, 483-503.

Hofstede, G. (1999). Culturas y organizaciones. El software mental. La cooperación internacional y su importancia para la supervivencia. Madrid, Alianza Editorial.

IPYME (2012). Retrato de la PYME Española 2012. Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa en http://www.ipyme.org/Publicaciones/Retrato_PYME_2012.pdf.

James, A. (2005). Demystifying the Role of Culture in Innovative Regional Economies. Regional Studies, 39, pp. 1197-1216.

—— (2011). Regional Cultural Economy en Handbook of Regional Innovation and Growth. London: Edward Elgar: pp. 246-262.

Jones, M.L. (2007). Hofstede-Culturally questionable? Oxford Business & Economics Conference. Oxford, UK, 24-26 June, 2007.

Kaasa, A. y Vadi, M. (2008). How does culture contribute to innovation? Evidences from European Countries. Tartu University Press, en http://www.mtk.ut.ee/orb.aw/class=file/action=preview/id=423461/febawb63.pdf.

Koschatszky, K. y Sternberg, R. (2000). R&D Cooperation in Innovation Systems - Some lessons from the European Regional Innovation Survey (ERIS). European Planning Studies 8.

Lagendijk, A. (2000). Learning in Non-core Regions: Towards ‚Intelligent Clusters'; Addressing Business and Regional Needs. In: Boekema, F., Morgan, K., Bakkers, S. and Rutten, R. (eds.) Knowledge, Innovation and Economic Growth. Edward Elgar, Cheltenham, pp. 165-191.

Laznjak, J. (2011). Dimensions of National Innovation Culture in Croatia. Content Validity of Hofstede's Dimensions. Working paper. http://hrcak.srce.hr/file/112671.

Lundvall, B.A. (2004). Why the new economy is a learning economy. DRUID Working Paper, núm. 2004-04, Aalborg University.

Malmberg, A. y Maskell, P. (2006). Localized Learning Revisited. Growth & Change, 37, pp. 1-18.

Pérez-Díaz, V. y Rodríguez, J.C. (2006). Innovación e investigación en Europa y América. Madrid: Fundación Iberdrola.

Pérez Díaz, V. (2010). La cultura de la ciencia y la convergencia de España con los países avanzados. Estudios Cotec, 41.

Pilon, S. y DeBresson, C. (2003). Local Culture and Regional Innovation Networks: Some Propositions. In: Fornahl, D. and Brenner, T. (eds.) Cooperation, Networks and Institutions in Regional Innovation Systems. Edward Elgar, Cheltenham, pp. 15-37.

Saxenian, A. (1994). Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128. Harvard University Press.

Shane, S.A. (1992). «Why do some societies invent more than others?». Journal of Business Venturing, 7, 29-46.

—— (1993). «Cultural influences on national rates on innovation», Journal of Business Venturing, 8, 59-73.

Søndergaard, M. (1994). Hofstede's Consequences: a study of reviews, citations and replications, Organisation Studies, 15, 447-456.

Swidler, A. (1986). Culture in Action: Symbols and Strategies. American Sociological Review 51 (April): 273-286.

Swidler, A. y Jepperson, R.L. (1993/4). What Properties of Culture Should We Measure? Poetics 22 (4).

Tayeb, M.H. (1994). 'Japanese Managers and British Culture: A Comparative Case Study', International Journal of Human Resource Management, 5, núm. 1, pp. 145-166.

—— (2001). 'Conducting Research Across Cultures-Overcoming Drawbacks and Obstacles', International Journal of Cross-Cultural Management, vol. 1, núm. 1, pp. 113-129

Thrift, N. y Amin, A. (2004). The Blackwell Cultural Economy Reader. Oxford. Blackwell, 2004.

Tilly C. (1992). How to detect, describe, and explain repertoires of contention. Working Paper, núm. 150. Cent. Stud. Soc. Change. New Sch. for Soc. Res.

Tödtling, F. y Tripple, M. (2008). Regional Innovation Cultures. Druid Conference Paper. http://www2.druid.dk/conferences/viewpaper.php?id=3017&cf=29.

Tura, T. y Harmaakorpi, V. (2005). Social Capital in Building Regional Innovative Capability. Regional Studies, 39, pp. 1111-1125.

Vecchi, A. y Brennan, L. (2009). Quality management: a cross-cultural perspective. Cross Cultural Management: An International Journal, vol. 16, Iss: 2, pp. 149-164.

Waarts, E., y van Everdingen, Y. (2005). The influence of national culture on the adoption status of innovations: An empirical study of firms across Europe. European Management Journal 23 (6), 601-610.

Williams, L. y McGuire S. (2005). Effects of National Culture on Economic Creativity and Innovation Implementation. The Institutions of Market Exchange 2005; Conference Proceedings. Barcelona: International Society for the New Institutional Economics.

Zelizer, V. (2005). Enter Culture. Capítulo 5 Capítulo 7 en The New Economic Sociology. Developments in an Emerging Field. Guillén, Collins, England y Meyer (eds.). Russell Sage Foundation. New York.

—— (2011). Economic Life. How Culture Shapes the Economy. Princeton University Press.

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 dimensión and equality will be treated in every scope of research". Also, the women participation improvement requires that female researchers must been incorporated in every team and every level with work conditions adecuated to gender and culture. Althought every country has different employement and education systems, women disapear of the highest jobs in the business and also the academy world. This paper analizes 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: Microentrepeneurs, 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 infrautilizan 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).

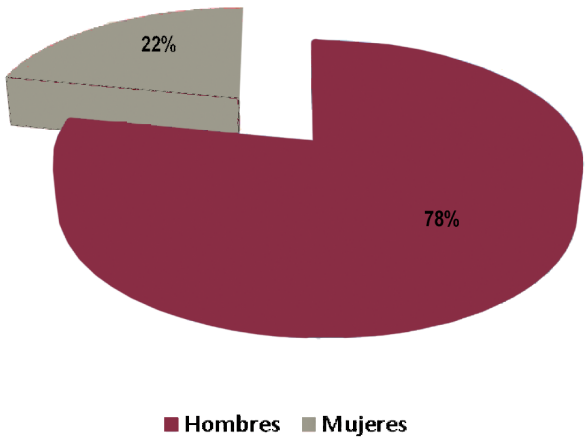
4. LA DIMENSIÓN DEL GÉNERO EN LA INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN DE LAS MICROEMPRESAS CANARIAS

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 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

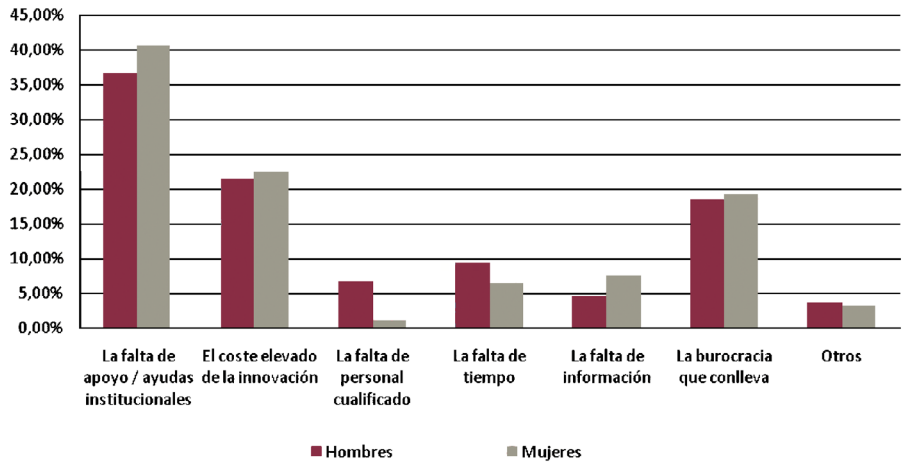
Al comparar la realidad de Canarias con la de otras comunidades autónomas españolas encontramos estudios similares (como el realizado en Andalucía). De ellos se desprende que una de cada tres empresas creadas en el último año está dirigida por una mujer. Son fundamentalmente microempresas dedicadas también 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.



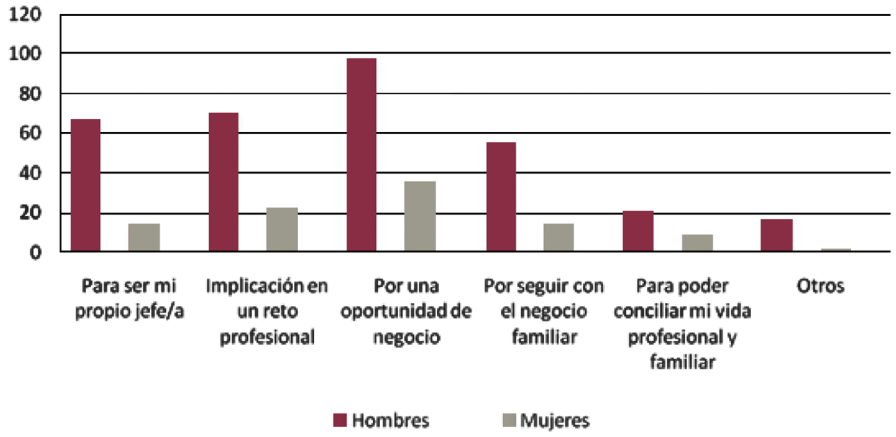
Fuente: Elaboración propia a partir de SCITECAN.

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).

Gráfico 3. Motivos de creación de la empresa.



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.mujeresempresarias.org/escaparate/verpagina.cgi?idpagina=20621145&refcompra.

VV.AA. (2011). *El género en la investigación*. Ed. Ministerio de Ciencia e Innovación. Madrid.

MISCELÁNEA

ROLES DE GÉNERO E INSTITUCIONES POLÍTICAS: EL CASO DE LOS AYUNTAMIENTOS DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE CANARIAS

José Antonio Batista Medina
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Universidad de La Laguna
jbatisme@ull.es

Resumen

En este artículo examinamos la relación entre los roles de género tradicionales y las responsabilidades políticas de las mujeres en los gobiernos locales de las Islas Canarias (88 municipios). El principal objetivo es analizar la situación de las políticas dentro de los gobiernos municipales, centrándonos en la división de los roles de poder (segregación vertical) y de las diferentes áreas de gobierno (segregación horizontal). Planteamos que el acercamiento de los roles/estereotipos de género puede explicar la situación de las mujeres en la política formal y las desigualdades que podemos observar en la administración pública local. Este acercamiento se combina con la teoría del poder. En este sentido, un factor clave para explicar ese panorama también es el papel dominante de los hombres en las estructuras de poder tradicionales.

Palabras clave: Roles de género, estereotipos de género, mujeres, poder, gobiernos locales, España, Islas Canarias.

Abstract

«Gender Roles and Political Institutions: The Case of Town City Councils in the Canary Islands». We analyze in this paper the relationship between the traditional gender roles and the political responsibilities of women in the local governments of the Canary Islands (88 municipalities). The main objective is to investigate the situation of women politicians inside the municipal governments, focusing on the division of power roles (vertical segregation) and the different areas of government (horizontal segregation). We set out that the gender role/stereotypes approach can explain the situation of women in formal politics and the inequalities that we have found at the local level public administration. This approach is combined with the power theory. In this sense, a key factor to explain that situation is also the dominant role of men in the traditional power structures.

Key words: Gender roles, gender stereotypes, women, power, local governments, Spain, Canary Islands.

Revista Atlántida, 5; diciembre 2013, pp. 125-151; ISSN: 556-4924

1. INTRODUCCIÓN[1]

El tema «género y política» se ha convertido en los últimos años en el centro de numerosísimos trabajos en las ciencias sociales (ver Childs y Krook, 2006; Paxton *et al.*, 2007). En esos trabajos se abordan cuestiones o aspectos diversos que giran en torno a la participación política de las mujeres en sociedades desarrolladas y en países en vías de desarrollo[2]. Entre muchos otros temas tratados, podemos citar su implicación en organizaciones políticas (partidos), su participación en candidaturas (fase electoral), las (supuestas) diferencias entre los hombres y mujeres políticos (las asumidas por los propios actores y por los electores), su tratamiento en los medios de comunicación de masas, la cuestión de si existe una política femenina (una «agenda política» femenina y una actividad política femenina), el comportamiento político, el empoderamiento (aspecto crucial sobre todo en países en vías de desarrollo)..., aparte de una ingente cantidad de trabajos que desde un punto de vista más estadístico y descriptivo «miden» la representación femenina en administraciones e instituciones políticas de diferente nivel y a distintas escalas (desde local hasta global).

Desde un punto de vista teórico-metodológico, tal temática ha sido abordada tanto desde enfoques individualistas y, a veces, con un marcado carácter *psicologicista* (centrados básicamente en la mujer y en sus «problemas»), bastante criticados, especialmente a partir del movimiento feminista de finales de los sesenta del pasado siglo, como desde otros más recientes que plantean, a partir de perspectivas multidisciplinares, análisis de carácter más holístico. Aquí las mujeres, como sujetos de análisis, siguen, obviamente, jugando un papel esencial, pero el foco se orienta hacia las instituciones y las organizaciones (políticas y gubernamentales) y más allá, hasta el sistema social y la cultura, en donde aparecen inmersas aquéllas. Y en estos enfoques resulta clave el género, el sistema de género predominante en un marco social e histórico determinado. Las mujeres pasan de ser meros sujetos-objeto de análisis independiente, a convertirse en sujetos culturales (al igual que los hombres) moldeados, configurados o condicionados por factores de orden sociocultural. Es ahora cuando el poder (las estructuras de poder tradicionales), la familia, la organización social, la economía, los procesos de socialización, las relaciones y estereotipos de género, etc., cobran relevancia analítica y explicativa en la temática que nos ocupa (ver también Astelarra, 1990; Siria Castillo, 1999: 103; Barberá, 1998: 236; Best y Thomas, 2004: 318)[3]. Destacan, pues, los análisis multifactoriales y relacionales.

---

[1] Mi agradecimiento para los colegas Alberto Galván Tudela y Marina Barreto Vargas por haber leído y revisado las versiones previas de este trabajo. No sé si sus sugerencias y comentarios han sido justamente atendidos...

[2] Este campo también ha sido explorado por los antropólogos, aunque más en sociedades simples o tradicionales (ver Ross, 1986; Lewellen, 1992).

[3] Como señala Siria Castillo, es «necesario conocer la división sexual del trabajo y la organización social que la regula, el sistema de género, que afecta a todas las actividades masculinas y femeninas para comprender por qué la participación de las mujeres en la política tiene las características apuntadas» (Siria Castillo, 1999: 103). Según Best y Thomas (2004: 318): «El género debe

Asimismo, la política pasa, en muchos de esos estudios, de tratarse como una esfera independiente (los partidos, el sistema electoral...) a insertarse en un sistema sociocultural e histórico concreto.

La Antropología Sociocultural, en la que se enmarca este artículo, cuenta con un equipamiento conceptual, metodológico y teórico muy potente para analizar la cuestión «género y política» tanto empírica como teóricamente. Y en esta línea, aquí abordaremos un aspecto no demasiado tratado: los roles o competencias políticas de las mujeres en la Administración Pública, concretamente en la local. Vamos, pues, más allá de los abundantes estudios que miden y analizan la presencia de las mujeres en el ámbito político y nos centramos en los puestos que ocupan (áreas competenciales) una vez que están «dentro». Teóricamente consideramos que el enfoque de los roles/representaciones de género (sin dejar a un lado los enfoques que ponen el acento en el poder y en las relaciones de poder) nos ofrece los útiles necesarios para explicar y analizar con cierto detalle la situación que se da en los casos estudiados, que son los 88 municipios de la Comunidad Autónoma de Canarias, y más concretamente la configuración de los diferentes gobiernos municipales a raíz de las elecciones del pasado 2011.

Dejando a un lado la presente introducción, el artículo se divide en tres grandes apartados. En el primero presentamos someramente el enfoque teórico y los aspectos metodológicos (datos y métodos empleados). A continuación, como apartado central, presentamos los resultados a nivel descriptivo, detallando las responsabilidades políticas (áreas competenciales) de los hombres y mujeres que gobiernan en esos ayuntamientos. Finalmente, desde el marco teórico apuntado, analizamos la situación descrita en el anterior apartado y planteamos algunas conclusiones.

2. ENFOQUE TEÓRICO, DATOS Y MÉTODOS

Este trabajo se enmarca dentro de los estudios de género de la política, en este caso desde una perspectiva antropológica. Como se verá a continuación, los datos disponibles, nacionales e internacionales, ponen de manifiesto una mayor participación de la mujer en los ámbitos políticos formales[4], aunque esa incorporación ha sido lenta, ha estado llena de dificultades y ha producido resultados desiguales, en el sentido de que las mujeres no han llegado a todos los puestos (ver también

examinarse en relación con procesos culturales (p. ej., prácticas, creencias, mitos, rituales, sistemas sociales) y el contexto cultural más amplio, incluyendo la historia y la economía de una sociedad».

[4] Hablamos de ámbitos políticos formales, porque, como se ha señalado, las mujeres tienen una larga historia de participación política más informal, en puestos no visibles, anónimos... (ver Bareiro y Echauri, 1998; García Escribano y Frutos, 1999: 314, 316, 320; Astelarra, 1990: 15-16). Luego, cuando en este trabajo hablamos de participación política nos referimos a su inclusión en organizaciones políticas de carácter formal (partidos, instituciones, organizaciones y administraciones).

Gutiérrez-Rubí, 2008; Vecchio, 2002)[5] y, como abordaremos, siguen asumiendo roles políticos congruentes con los papeles y estereotipos de género que podemos llamar «tradicionales». Es más, sostendremos que la actual situación de las mujeres en política puede explicarse acudiendo al enfoque antropológico del género o, lo que es lo mismo, fijándonos en variables socioculturales.

Desde la Antropología Social y Cultural se subraya que el género es una *construcción cultural o sociocultural*. Es decir, el género es algo que varía según las sociedades y las etapas históricas. Especialmente los antropólogos, por su *perspectiva transcultural*, saben mejor que nadie que los roles asignados culturalmente a los hombres y a las mujeres y las ideas, normas y valores sobre *lo masculino* y *lo femenino* son diferentes entre sociedades y grupos humanos. Luego, no tiene que ver con *lo biológico*, sino con lo cultural. Es algo, pues, moldeado culturalmente y cambiante de acuerdo con las circunstancias sociales (en un sentido amplio) concretas[6].

Cuando hablamos de género o sistema de género debemos, siguiendo a Kottak (2011: 237), atender a tres aspectos fundamentales: los roles de género[7], los estereotipos de género[8] y, como resultado de lo anterior, la estratificación de género. En este trabajo nos centraremos básicamente en los roles (en este caso, políticos) y en la estratificación de género (en este caso, en las instituciones políticas formales)[9]. Planteamos que la situación de la mujer en la política formal no puede entenderse al margen del sistema de género (roles y estereotipos de género) de una sociedad concreta o, lo que es lo mismo, sin tener en cuenta variables más generales de orden cultural o sociocultural. Es decir, debemos ir más allá de las mujeres como sujetos y de la política (véase también Kenney, 1996: 446) como actividad tratada aisladamente. Es necesario, en esta perspectiva, insertar ambos elementos (las mujeres y la política) en su contexto social y cultural (premisa básica del holismo en Antropología Social). En este sentido, debe tenerse en cuenta que las mujeres (al igual que los hombres) son socializadas o enculturadas de modos específicos, aparte de que viven experiencias (sociales, económicas...) distintas. La política, por su parte, no funciona como un sistema independiente, sino que, al contrario, aparece inmersa en la cultura de una sociedad o grupo. Sin referencia a ésta, los análisis y explicaciones de la actividad política de las mujeres no pasarán de ser parciales o de estar incompletos. Así, los roles asignados históricamente a las mujeres en nuestra sociedad y las ideas sobre *lo femenino/masculino* nos ayudan, sin duda, a entender y explicar distintos fenómenos

---

[5] Vecchio (2002: 644) señala que se puede hablar de proceso de «feminización» de los roles de liderazgo, aunque ha sido lento, sobre todo en los puestos principales. No obstante, también se habla, y los datos lo avalan, de cambios modestos, con poca representación aún en puestos de autoridad política y administrativa (ver Connell, 2006: 837).

[6] Ver Kottak (2011: 237), Best y Thomas (2004: 317-318), Epstein (2006: 45-46), Unger y Crawford (1992: 18), Pastor (1998: 208-209).

[7] Sobre los roles de género, es útil la consulta del trabajo de Bonilla (1998).

[8] Ver Barberá (1998) y Crawford (2006: 77 y ss.).

[9] Los datos y los métodos empleados en este trabajo impiden profundizar en los estereotipos de género, pues para ello se requiere trabajo de campo. No obstante, se hará referencia a ellos pues consideramos que son centrales en el análisis y la explicación de la situación política de las mujeres.

como la lenta incorporación de la mujer a la actividad política formal, los puestos que ocupan y las tareas que desarrollan...

Este planteamiento es el seguido en la actualidad por muchos de los científicos sociales (especialmente politólogos y sociólogos) que han abordado y abordan esta cuestión, teórica y empíricamente, prestando especial atención, entre otros factores, a la socialización tradicional de las mujeres[10] o, si se prefiere, a la particular construcción cultural del género y su influencia en las actividades, instituciones y estructuras políticas (véase Childs y Krook, 2006).

Como se apuntó antes, en este trabajo vamos a recurrir a la teoría de los roles/representaciones de género. En este sentido, se mantiene que existe una clara relación entre los papeles asignados en un sistema social a los hombres y a las mujeres (que cristalizan en roles de género) y la aparición, desarrollo y asignación de estereotipos coincidentes con los requisitos y rasgos de esos roles[11]. A su vez, los estereotipos, fuertemente arraigados y transmitidos (y reforzados) gracias al proceso de socialización (véase Best y Thomas, 2004: 310), influyen, entre otras cosas, en las ocupaciones, puestos, etc., que se consideran «apropiados» para los hombres y las mujeres, condicionando sus expectativas, alternativas y decisiones. Luego, aunque los teóricos del rol social dan prioridad a los papeles, la relación entre éstos y los estereotipos es interactiva, bidireccional (ver Eagly *et al*., 2004: 282; Bonilla, 1998: 156-157; Goodwin y Fiske, 2001: 360; Cejka y Eagly, 1999: 421).

La posición expuesta no debe, sin embargo, minimizar u oscurecer el papel del poder, de las relaciones de poder[12]. Hablar de género es hacerlo de poder[13]. Éste es constitutivo del género y forma parte esencial de la construcción *genérica* en cualquier sociedad. En el ámbito que nos ocupa, la política, parece obvio que no se puede analizar el papel de las mujeres al margen de las estructuras y relaciones de poder imperantes, que se han caracterizado (y aún caracterizan) por el dominio masculino.

Debe indicarse, aunque haya aparecido implícitamente en las anteriores líneas, que el género, como concepto teórico y analítico, es relacional, es decir, tiene que ver no con las mujeres, sino con los hombres y las mujeres (la construcción de *lo masculino* y *lo femenino*, las relaciones de poder, la división sexual del trabajo...). Luego, en la temática que abordamos, hablar de las mujeres, analizar su situación política nos obliga a tener constantemente en cuenta la de los hombres, no por separado, sino relacionalmente.

---

[10] Ver Fox y Lawless (2004, 2011), Francis (2004), Connell (2006), Ferrón Sánchez (2006) Gutiérrez-Rubí (2008: 33-35, 41-42), Fowlkes y Rinehart (1979), Sanbonmatsu y Dolan (2009), Kenney (1996), Fox y Oxley (2003), Fox, Lawless y Feeley (2001), Astelarra (1990), Huddy y Terkildsen (1993), Acker (1992).

[11] Ver Eagly y Steffen (1984), Eagly *et al*., (2004: 270, 273, 277), Bonilla (1998. 153, 155, 157, 159, 174), Unger y Crawford (1992: 130), Epstein (2006: 56), Cejka y Eagly (1999: 414).

[12] Ésta es una de las críticas que se hacen a los enfoques que se centran en la socialización de género (ver, p. ej., Esterchild, 2006: 533).

[13] Ver Esterchild (2006), Pratto y Walker (2004), Bonilla (1998: 157-159), Pastor (1998: 209, 210), Unger y Crawford (1992: 19, 185), Goodwin y Fiske (2001), Crawford (2006: 52).

Los datos en los que se ha basado este artículo provienen de las *páginas web* de los ayuntamientos de la Comunidad Autónoma de Canarias y concretamente del reparto de áreas de los miembros de los correspondientes gobiernos municipales[14]. La información recogida de los 88 ayuntamientos canarios ha sido volcada a tablas organizadas por áreas (hasta un total de 25)[15] en las que se han contabilizado las que ocupan los hombres y las mujeres que constituyen los grupos de gobierno de esas corporaciones públicas. Asimismo, esas áreas se han incluido en cinco grandes apartados o secciones para así facilitar el análisis[16]. Ello nos ha dado información separada por género de las ocupaciones y responsabilidades. Los datos se han sistematizado en valores relativos (porcentajes), calculándose en todos los casos (áreas) las diferencias (puntos porcentuales) entre hombres y mujeres. De esta manera se ha establecido el *peso* relativo de los sexos en las distintas áreas. El empleo de valores relativos ha permitido, además, limar las diferencias que se dan debido a la diversidad de los ayuntamientos y sus grupos de gobierno en lo que se refiere al número de miembros.

3. LA SITUACIÓN A RAÍZ DE LAS ÚLTIMAS ELECCIONES MUNICIPALES

Sin duda, uno de los cambios más importantes producidos en la sociedad española de las últimas décadas (etapa democrática) es la mayor participación de las mujeres en la vida pública (ver, p. ej., Alonso y Furió, 2007; Frutos y García Escribano, 2001). Entre otros fenómenos significativos, ha tenido lugar su integración y participación en el mercado de trabajo y la incorporación creciente a la vida política del país en diferentes niveles, aunque, eso sí, lentamente y de manera desigual dependiendo de los ámbitos políticos y administrativos.

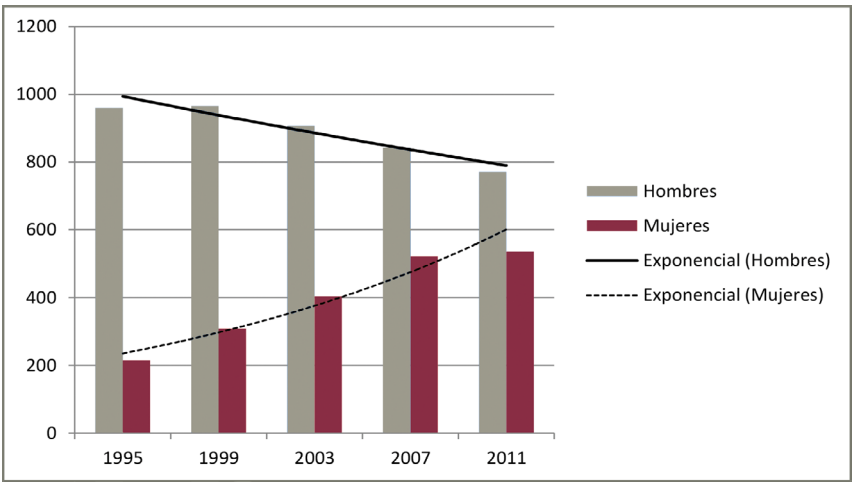
En Canarias, como en otras Comunidades Autónomas de nuestro país, se ha venido incrementando, lentamente, el número de mujeres en los Ayuntamientos

[14] Los datos fueron recogidos entre diciembre de 2011 y enero de 2012, revisándose en febrero de 2012. Luego, no recogen los posibles cambios que se hayan producido después de esa fecha en los ayuntamientos y en sus grupos de gobierno.

[15] Las áreas registradas son las siguientes: (1) Economía, Tributos, Tesorería, Hacienda, Cuentas; (2) Agricultura, Ganadería, Pesca; (3) Industria y Energía; (4) Comercio, Mercados Locales; (5) Turismo; (6) Artesanía; (7) Empleo y Formación; (8) Desarrollo Económico, Local y Rural; (9) Consumo; (10) Vivienda; (11) Medio Ambiente, Paisaje, Parques y Jardines, Costas, Playas, Montes; (12) Transporte, Movilidad; (13) Urbanismo, Planeamiento, Planificación Territorial, Ordenación del Territorio; (14) Nuevas Tecnologías; (15) Sanidad, Salud Pública, Bienestar Social, Servicios Sociales, Menores, Infancia, Mayores, Discapacidad, Drogodependencias, Juventud; (16) Educación, Cultura, Patrimonio Histórico-Artístico, Bibliotecas, Museos, Fiestas; (17) Mujer e Igualdad; (18) Participación Ciudadana; (19) Inmigración, Solidaridad, Cooperación; (20) Deportes; (21) Servicios Municipales (Servicios Públicos, Agua, Alumbrado, Alcantarillado, Cementerios, Limpieza, Residuos, Vías); (22) Obras; (23) Seguridad Ciudadana, Emergencias, Protección Civil, Tráfico; (24) Régimen Interior, Personal; (25) Prensa, Comunicación, Protocolo, Relaciones Institucionales.

[16] Estas cinco secciones son: (1) Economía y Finanzas; (2) Urbanismo y Medio Ambiente; (3) Bienestar Social, Educación, Cultura y Deportes; (4) Obras y Servicios Municipales; (5) Otras Áreas.

Gráfico 1. Evolución del número de hombres y mujeres en los ayuntamientos canarios (1995-2011)



(ver Romero Navarro, 2001; Monzón, 2003). Partiendo de las elecciones municipales de 1995 (tabla 1, gráfico 1), observamos, efectivamente, un aumento de su número y *peso* (%), produciéndose un salto importante entre 1995 y 1999. Aun así, el número de mujeres (a nivel regional) está bastante por debajo del 50%, aunque dentro de los parámetros de la paridad (mínimo del 40% de representación/sexo, máximo del 60%)[17]: 40,96% en los últimos comicios (2011)[18]. Se observa, pues, una evolución positiva marcada, en este caso, por la cada vez mayor presencia femenina en las administraciones municipales, que son, y es importante destacarlo, las más cercanas a los ciudadanos y sus problemas del día a día.

TABLA 1. EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE CONCEJALES POR SEXO EN CANARIAS (1995-2011)

Año	Hombres	% Hombres	Mujeres	% Mujeres	% var. M.
1995	960	81,70	215	18,30	-
1999	965	75,75	309	24,25	+ 43,72
2003	907	69,18	404	30,82	+ 30,74
2007	842	61,73	522	38,27	+ 29,21
2011	771	59,04	535	40,96	+ 2,49

Fuente: ISTAC. Elaboración propia.

[17] La regla de la paridad se aplica a las listas electorales, pero la consideramos un buen indicador para analizar el peso de las mujeres en las instituciones.

[18] En estos años, al menos, su representación se ha hallado dentro de lo que se denomina «masa crítica» (entre un 15 y un 30% de representación) (Childs y Krook, 2006: 21).

Sin embargo, en este trabajo, y como se señaló, queremos ir más allá y analizar el poder relativo de las mujeres y, sobre todo, las competencias asignadas en los grupos de gobierno municipales. Es este análisis el que nos permite obtener una imagen más precisa de los espacios de poder que ocupan las mujeres y ver hasta qué punto los *roles de género* continúan presentes en estas instituciones y en las organizaciones políticas bajo la forma de las tareas asignadas/asumidas por ellas. En este sentido, partimos de que, como mantiene Kenney (1996), las organizaciones e instituciones políticas pueden abordarse como «lugares de trabajo».

De entrada, hay que señalar que pese a ese incremento de la presencia femenina en los ayuntamientos, su presidencia ha estado y sigue estando en manos (tabla 2, gráfico 2) mayoritariamente de los hombres. Entre los años 1979 y 1995 no más de 2 mujeres, según los datos oficiales[19], alcanzaron alcaldías, produciéndose un salto a partir de las elecciones de 2003, hasta llegar al máximo de 17[20] en las últimas de 2011. El avance, pues, ha sido muy lento y nos indica que el poder en estas instituciones sigue siendo claramente masculino (ver también Ferrón, 2006: 19; Alonso y Furió, 2007: 30).

TABLA 2. EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE ALCALDES POR SEXO EN CANARIAS (1979-2011)

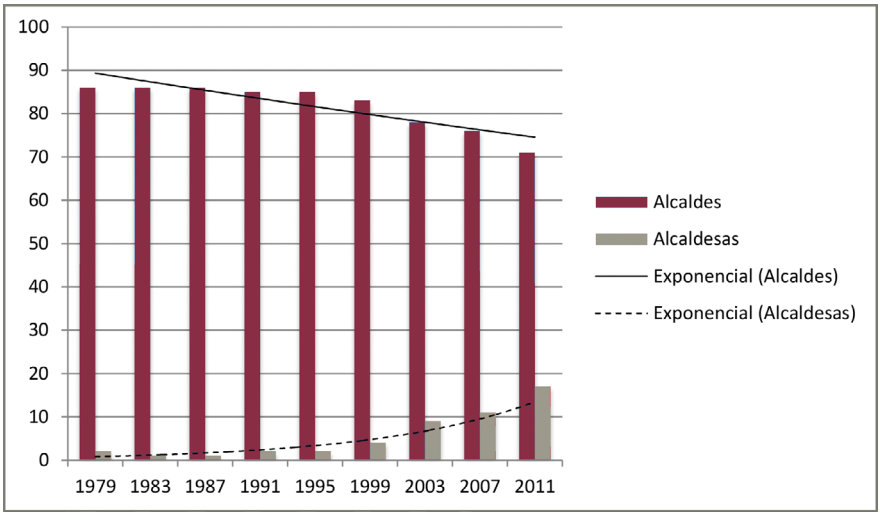
Año	Hombres	% Hombres	Mujeres	% Mujeres	% var. M.
1979	85	97,70	2	2,30	-
1983	86	98,85	1	1,15	- 50,00
1987	86	98,85	1	1,15	0,00
1991	85	97,70	2	2,30	+ 100,00
1995	85	97,70	2	2,30	0,00
1999	83	95,40	4	4,60	+ 100,00
2003	78	89,66	9	10,34	+ 125,00
2007	76	87,36	11	12,64	+ 22,22
2011	71	80,68	17	19,32	+ 54,54

Fuente: ISTAC y Secretaría de Estado de Administraciones Públicas. Elaboración propia.

[19] Seguimos los datos aportados por la Secretaría de Estado de Administraciones Públicas y por el ISTAC, que entendemos que se refieren a los ayuntamientos constituidos inmediatamente después de los correspondientes comicios. Indicamos esto porque, para el caso de Canarias, García Rodríguez (2010) ofrece datos más elaborados que, en algunos casos, modifican las cifras aportadas por los anteriores organismos oficiales.

[20] Esta cifra bajó a 16 en abril de 2012, fecha en la que la alcaldía de Arico (Tenerife) pasa, tras una moción de censura, a manos de un varón. El mismo mecanismo desplazó en el mes de febrero de 2013 a otra alcaldesa, en este caso a la de San Juan de la Rambla (Tenerife).

Gráfico 2. Evolución del número de alcaldes y alcaldesas (1979-2011)



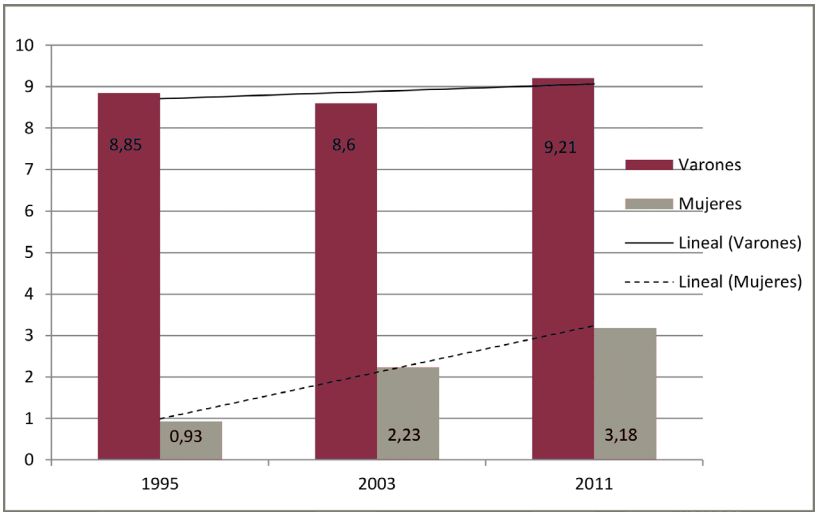
Lo expuesto se ve también claramente a través de un análisis de la representación porcentual de los hombres y las mujeres en las alcaldías en función de su sexo (relación alcaldesas/mujeres elegidas; relación alcaldes/varones elegidos). En este sentido, el cálculo realizado a partir de tres años (elecciones de 1995, 2003 y 2011) indica (tabla 3, gráfico 3) que ha aumentado la proporción de mujeres alcaldesas/concejalas, situándose en 3,18% en las últimas elecciones (es decir, algo más de 3 mujeres de cada 100 ediles son alcaldesas), pero siempre por debajo de los varones, que, tras la reducción de 2003 (8,60% alcaldes/concejales elegidos en 2003, frente al 8,85% de 1995), vuelve a subir en los comicios de 2011 hasta el 9,21%. Es decir, es cierto que más mujeres, dentro del grupo de las elegidas para los ayuntamientos, acceden a la alcaldía, pero en una proporción menor a la de los hombres, que, además, experimentan un importante incremento en las últimas elecciones.

TABLA 3. PESO RELATIVO DE LOS VARONES Y LAS MUJERES EN LAS ALCALDÍAS

Año	% de alcaldes sobre total de concejales (V+M)	% de alcaldes sobre total de concejales (V)	% de alcaldesas sobre total de concejales (V+M)	% de alcaldesas sobre total de concejalas (M)
1995	97,70	8,85	2,30	0,93
2003	89,66	8,60	10,34	2,23
2011	80,68	9,21	19,32	3,18

Fuente: Elaboración propia. V= varones. M= mujeres

Gráfico 3. *Peso* por sexo de los alcaldes.



Si vamos al segundo escalón de poder (los tenientes de alcalde), la situación mejora algo, pues del estudio de 56 ayuntamientos[21], se desprende (tabla 4) que el 38,93% de los tenientes de alcalde son mujeres, frente al 61,07% de los hombres, por lo que la diferencia es de 22,14 puntos porcentuales a favor de éstos. Luego, la proporción *genérica* es bastante inferior en las mujeres que en los varones, pues son 4 mujeres (tenientes de alcalde) de cada 10 (integrantes de los grupos de gobierno municipales), frente a los 6 hombres (tenientes de alcalde) de cada 10 (en los grupos de gobierno).

TABLA 4. TENIENTES DE ALCALDE POR SEXO (2011)

Sexo	Número de concejales G.G.	TT. Alcalde	% sobre total TT (V+M)	% sobre sexo
Varones	290	149	61,07	51,38
Mujeres	210	95	38,93	45,23
Totales	500	244	100	-

Fuente: Elaboración propia. Nota: cálculos realizados a partir de la información de 56 ayuntamientos. G.G.= Grupo de Gobierno.

Si nos centramos en el análisis de los grupos de gobierno municipales (núcleo de este trabajo), se observa (tabla 5) que la mayoría cumple la regla de la

[21] Son los ayuntamientos que reflejan en sus *páginas web* los tenientes de alcalde.

paridad (40-60), aunque la diferencia es sólo de 8 casos. Pero si en vez de la regla 40-60 partimos simplemente del número de miembros masculinos/femeninos en los gobiernos municipales, el dato varía sustancialmente, pues en la gran mayoría de los casos son mucho más numerosos los concejales (tabla 6).

TABLA 5. PARIDAD EN LOS GRUPOS DE GOBIERNO MUNICIPALES EN CANARIAS 2011

Situación	Ayuntamientos	% Ayuntamientos
Paridad (40/60)	48	54,55
No paridad	40	45,45
Total	88	100

Fuente: Ayuntamientos (*páginas web*). Elaboración propia.

TABLA 6. GRUPOS DE GOBIERNO CON MAYORÍA MASCULINA/FEMENINA EN CANARIAS 2011

Situación	Ayuntamientos	% Ayuntamientos
Mayoría masculina	65	73,86
Mayoría femenina	9	10,23
Igualdad	14	15,91
Total	88	100

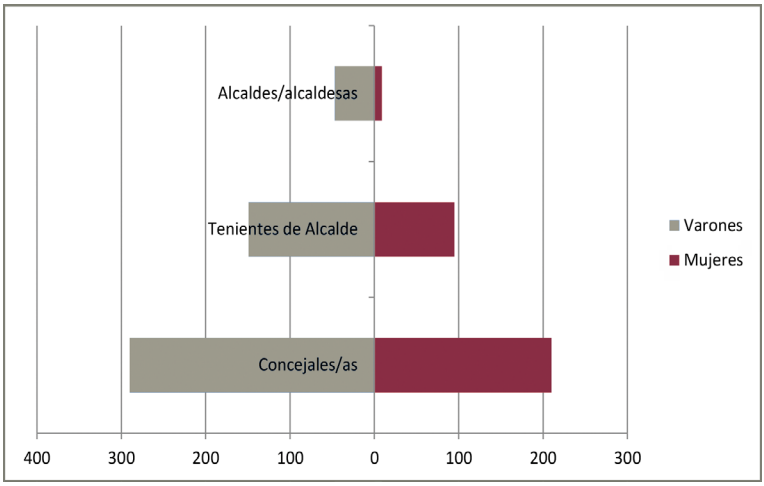
Fuente: Ayuntamientos (*páginas web*). Elaboración propia.

Luego, no sólo es mayor el número de varones que presiden los ayuntamientos y que ocupan las tenencias de alcaldía, sino también los grupos de gobierno con mayoría masculina, con más del 70% de diferencia. El núcleo de poder en los ayuntamientos es, pues, claramente masculino (véase gráfico 4), aunque, ciertamente, se observa una tendencia hacia el incremento paulatino de la presencia femenina en los puestos de poder principales. Pero, ¿qué puestos?, ¿qué áreas? Eso es lo que vamos a analizar a continuación.

3.1. Economía y finanzas municipales

El análisis estadístico del reparto de áreas en los 88 grupos de gobierno de los ayuntamientos canarios muestra (tabla 7) con claridad que las competencias económicas y financieras son ejercidas por los varones, salvo en dos sectores muy concretos como son el consumo y la artesanía, siendo mayor la diferencia en este último caso (15,78 puntos más a favor de las mujeres) que en el anterior, en donde la diferencia es de sólo 4,34 puntos porcentuales a favor de las mujeres. La única

Gráfico 4. La pirámide del poder local.



área en la que se da una situación de igualdad es la de turismo. En el resto dominan los hombres, en algunos casos con diferencias muy marcadas como en industria y energía, sector primario y en las áreas de economía y hacienda[22].

TABLA 7. REPARTO DE ÁREAS POR SEXO 2011

Áreas	Hombres %	Mujeres %	Diferencia
Economía, Tributos, Tesorería, Hacienda, Cuentas	70,97	29,03	+ 41,94 (H)
Agricultura, Ganadería, Pesca	77,14	22,86	+ 54,28 (H)
Industria y Energía	78,95	21,05	+ 57,90 (H)
Comercio, Mercados Locales	63,01	36,99	+ 26,02 (H)
Turismo	50,00	50,00	=
Artesanía	42,11	57,89	+ 15,78 (M)
Empleo y Formación	51,72	48,28	+ 3,44 (H)
Desarrollo Económico, Local y Rural	60,23	39,77	+ 20,46 (H)
Consumo	47,83	52,17	+ 4,34 (M)
MEDIA	60,22	39,78	

Fuente: Ayuntamientos. Elaboración propia. Notas: las medias se han calculado sobre los porcentajes anteriores. La H y la M entre paréntesis, que se refieren a hombres (H) y mujeres (M), indican el sexo a favor del que se produce la diferencia en la ocupación de esos puestos.

[22] Son más significativos desde un punto de vista estadístico el sector primario y las áreas de economía y hacienda, pues aparecen en todos los ayuntamientos. En cambio, no todos tienen como áreas específicas la industria y la energía.

Luego, en los ayuntamientos, al igual que en nuestra sociedad, la economía «pública» (otra cosa, es obviamente, la economía doméstica) es un asunto eminentemente masculino. Y la cuestión no es poco relevante, pues son estas áreas las que gestionan el dinero público, en donde se deciden inversiones, en donde se toman decisiones fundamentales sobre sectores económicos municipales, etc.

3.2. Urbanismo, Vivienda, Medio Ambiente, Transporte

Las áreas relacionadas con el urbanismo, la vivienda, la planificación territorial, el transporte (y movilidad) y el medio ambiente son también masculinas. En todos esos casos, como se ve en la tabla 8, el *peso* masculino es muy claro, con valores (puntos porcentuales de diferencia) muy por encima de 30, excepto en el área de vivienda, en la que diferencia a favor de los hombres es de 13,34 puntos.

TABLA 8. REPARTO DE ÁREAS POR SEXO 2011

Áreas	Hombres %	Mujeres %	Diferencia
Urbanismo, Planeamiento, Planificación Territorial, Ordenación del Territorio	78,02	21,98	+ 56,04 (H)
Vivienda	56,67	43,33	+ 13,34 (H)
Medio Ambiente, Paisaje, Parques y Jardines, Costas, Playas...	69,35	30,65	+ 38,70 (H)
Transporte, Movilidad	72,55	27,45	+ 45,10 (H)
MEDIA	69,15	30,85	

Fuente: Ayuntamientos. Elaboración propia.

Se trata, igualmente, de áreas significativas para la vida (para la calidad de vida) en una comunidad o en municipio, especialmente las que tienen que ver con el urbanismo, la planificación territorial y la vivienda. Pero del mismo modo, como acabamos de señalar, son áreas en las que dominan con claridad los varones.

3.3. Bienestar Social, Educación, Cultura y Deportes

A diferencia de los dos anteriores apartados, en éste (tabla 9), en el que se incluyen las áreas relacionadas con el bienestar social, la educación, la cultura y los deportes, sobresalen claramente las mujeres, en algunos casos con diferencias muy notables, como ocurre en el área mujer e igualdad, en la que la diferencia a favor de las féminas es de 71,84 puntos, o en la de inmigración, solidaridad y cooperación, en la que alcanza los 41,94 puntos más a favor de éstas[23]. También es notable en

[23] Las áreas de inmigración, solidaridad y cooperación no son muy significativas estadísticamente debido a que sólo aparecen en unos pocos ayuntamientos.

el apartado de bienestar social (donde incluimos sanidad, salud pública, bienestar social, servicios sociales, familia, menores, infancia, mayores, discapacidad, drogodependencias y juventud), donde la participación de las mujeres supera en 25 puntos a los hombres. Éstos, sin embargo, destacan en los deportes, con más de 43 puntos de diferencia.

TABLA 9. REPARTO DE ÁREAS POR SEXO 2011

Áreas	Hombres %	Mujeres %	Diferencia
Sanidad, Salud Pública, Bienestar Social, Servicios Sociales, Familia, Menores, Infancia, Mayores, Discapacidad, Drogodependencias, Juventud	37,50	62,50	+ 25,00 (M)
Educación, Cultura, Patrimonio Histórico-Artístico, Bibliotecas, Museos, Fiestas	42,79	57,21	+ 14,42 (M)
Mujer e Igualdad	14,08	85,92	+ 71,84 (M)
Inmigración, Solidaridad, Cooperación	29,03	70,97	+ 41,94 (M)
Deportes	71,58	28,42	+ 43,16 (H)
MEDIA	39,00	61,00	

Fuente: Ayuntamientos. Elaboración propia.

Los datos, pues, indican que las áreas sociales, culturales y educativas corresponden en los ayuntamientos canarios claramente a las mujeres, lo que también refleja una división de tareas culturalmente adscrita a éstas en nuestra sociedad. No se rompe, por lo tanto, con la construcción del género propia de nuestra cultura, en la que las mujeres son las «encargadas» de los cuidados, del bienestar, de las tareas educativas...

3.4. Obras y servicios municipales

Nos hallamos ante un apartado, el de obras y servicios municipales, en el que el dominio masculino es contundente, con valores por encima de 50 puntos de diferencia en el caso de los servicios y de más de 60 en el de las obras (tabla 10).

TABLA 10. REPARTO DE ÁREAS POR SEXO 2011

Áreas	Hombres %	Mujeres %	Diferencia
Obras	81,40	18,60	+ 62,80 (H)
Servicios Municipales (Servicios Públicos, Agua, Alumbrado, Alcantarillado, Cementerios, Limpieza, Residuos, Vías)	77,36	22,64	+ 54,72 (H)
MEDIA	79,38	20,62	

Fuente: Ayuntamientos. Elaboración propia.

Luego, las áreas «duras» en la gestión municipal, las relacionadas con las obras, las infraestructuras, el mantenimiento, etc., son asignadas/asumidas por los varones, siendo, sin estar ausentes, mucho menor la presencia de mujeres.

3.5. Otras áreas

En este conjunto diverso de áreas (tabla 11), en donde incluimos las nuevas tecnologías, la participación ciudadana, la seguridad, el régimen interior y, finalmente, comunicación, prensa, protocolo y relaciones institucionales, también destacan los varones, especialmente en las nuevas tecnologías (más de 55 puntos de diferencia) y en seguridad (cerca de 60 puntos). En las restantes, los valores diferenciales son menores, sobre todo en el área de participación ciudadana, en la que la diferencia es de sólo 7 puntos a favor de los hombres. Quizás llama la atención el apartado de prensa, comunicación, protocolo y relaciones institucionales, en el que los varones superan a las mujeres en algo más de 29 puntos, pese a tratarse de áreas que, en principio, podrían asociarse culturalmente a las mujeres.

TABLA 11. REPARTO DE ÁREAS POR SEXO 2011

Áreas	Hombres %	Mujeres %	Diferencia
Nuevas Tecnologías	77,61	22,39	+ 55,22 (H)
Participación Ciudadana	53,62	46,38	+ 7,24 (H)
Seguridad Ciudadana, Emergencias, Protección Civil, Tráfico	79,81	20,19	+ 59,62 (H)
Régimen Interior, Personal	56,32	43,68	+ 12, 64 (H)
Prensa, Comunicación, Protocolo, Relaciones Institucionales	64,58	35,42	+ 29,16 (H)

Fuente: Ayuntamientos. Elaboración propia.

4. ANÁLISIS

Como se ha visto en este artículo, Canarias (véanse tabla 1 y gráfico 1), como el resto del Estado y del mundo, ha experimentado un importante incremento de la presencia femenina en puestos de poder político (formal), especialmente en los últimos años y en gran medida gracias a normas que apoyan y refuerzan esa tendencia[24]. Hay, pues, más mujeres políticas, en este caso en los Ayuntamientos.

[24] Habría que comenzar con la Constitución de 1978 y, a partir de ella, con otras leyes y normas impulsadas por los gobiernos democráticos, pero especialmente por el socialista de 2004 (véase Alonso y Furió, 2007: 3, 28, 29). En este último caso, es clara la influencia de la Ley de Igualdad

Pero la desigualdad, pese a ello, sigue siendo la nota dominante, debido, por un lado, a la menor representación femenina en los gobiernos municipales y en los cargos de más poder (diferenciación vertical) y a fuertes diferencias por género en las responsabilidades políticas sobre las áreas municipales (diferenciación horizontal).

En este sentido, si nos centramos, como se ha hecho en este estudio, en la distribución de las áreas competenciales observamos la existencia de roles (competencias) que ejercen principalmente los varones (tabla 12) y otros que desarrollan fundamentalmente las mujeres (tabla 13), dándose una clara división sexual del trabajo en el interior de estas organizaciones (véase también Connell, 2006)[25].

TABLA 12. ÁREAS MASCULINAS (2011)

Áreas	Dif. (puntos %) con respecto a mujeres
Obras	62,80
Seguridad Ciudadana, Emergencias, Protección Civil, Tráfico	59,62
Industria y Energía	57,90
Urbanismo, Planeamiento, Planificación Territorial, Ordenación del Territorio	56,04
Nuevas Tecnologías	55,22
Servicios Municipales (Servicios Públicos, Agua, Alumbrado, Alcantarillado, Cementerios, Limpieza, Residuos, Vías)	54,72
Agricultura, Ganadería y Pesca	54,28
Transporte, Movilidad	45,10
Deportes	43,16
Economía, Tributos, Tesorería, Hacienda, Cuentas	41,94
Medio Ambiente, Paisaje, Parques y Jardines, Costas, Playas...	38,70
Prensa, Comunicación, Protocolo, Relaciones Institucionales	29,16
Comercio, Mercados Locales	26,02
Desarrollo Económico, Local y Rural	20,46
Vivienda	13,34
Régimen Interior, Personal	12,64

Nota: las áreas están ordenadas de mayor a menor diferencia de ocupación entre hombres y mujeres.

(ver Ministerio del Interior, 2007, 2011). Cabe señalar, asimismo, que los partidos de Izquierda ya establecieron cuotas a finales de los años ochenta del siglo XX.

[25] Bartomeu (2011: 4) identifica esta asignación de roles basada en el género con una forma de «violencia»: «Otro tipo de violencia es concebir los temas de mujeres, como algo exclusivo, se les asigna un espacio, se les otorga poder virtual, que no es real, y se las ahoga con un presupuesto que nunca representa más de un 0,5, 0,6... del ámbito al que nos refiramos».

TABLA 13. ÁREAS FEMENINAS (2011)	
Áreas	Dif. (puntos %) con respecto a hombres
Mujer e Igualdad	71,84
Inmigración, Solidaridad, Cooperación	41,94
Sanidad, Salud Pública, Bienestar Social, Servicios Sociales, Menores, Infancia, Mayores, Discapacidad, Drogodependencias, Juventud	25,00
Artesanía	15,78
Educación, Cultura, Patrimonio Histórico-Artístico, Bibliotecas, Museos, Fiestas	14,42

Nota: las áreas están ordenadas de mayor a menor diferencia de ocupación entre hombres y mujeres.

Aunque, lógicamente, hay excepciones, lo que muestran las tablas 12 y 13 es el dominio, en algunos casos muy marcado, de los hombres (concejales) de las áreas económicas, tecnológicas, infraestructurales, medioambientales, urbanísticas, seguridad, etc., mientras que las mujeres sobresalen en las competencias relacionadas con los servicios sociales, la igualdad, la educación, la cultura, el patrimonio histórico (véase también Monzón, 2003)[26]... Se da, por lo tanto, una marcada segmentación horizontal de las responsabilidades políticas basada en el género[27], lo que puede indicar la presencia de barreras culturales (*lo masculino* y *lo femenino* en la política) a veces difíciles de atravesar. Ello significa que también se limita la movilidad horizontal de las mujeres que entran en política (no sólo la vertical).

Si exceptuamos todo lo que tiene que ver con los servicios sociales (entendidos en un sentido amplio), de indudable importancia especialmente en un contexto de crisis como el actual, parece claro que las áreas que podrían considerarse más relevantes para la vida en un municipio corresponden en los ayuntamientos estudiados a los varones. Son éstas, además, las áreas que reciben mayor presupuesto y las que, posiblemente, tienen una mayor influencia social, económica y política en un municipio y/o comarca.

También hemos hallado áreas competenciales (tabla 14) en las que hay una menor diferenciación de género (igual o menor de 10 puntos porcentuales). Es decir, se trata de puestos que los ocupan hombres y mujeres casi por igual (sin diferenciación tenemos el caso de turismo). Aquí nos encontramos con las de turismo, empleo y formación, consumo y participación ciudadana. Son responsabilidades que, aunque ejercen también los hombres, podrían asociarse sin problema a ciertos estereotipos y

[26] Lo mismo puede observarse en el Gobierno central y en los autonómicos (véase Ferrón, 2006: 12). Véase también Esterchild (2006: 526, 532).

[27] Este fenómeno se da también en los partidos políticos. En este sentido, Gutiérrez-Rubí (2008: 42) señala que «...la política invisibiliza a las mujeres, pero además les asigna responsabilidades diferentes a las de los hombres. Las áreas de política social, cultura y educación, áreas con contenido de atención a las personas, se encuentran [en los partidos analizados] en manos de las mujeres».

roles tradicionales femeninos. El consumo, por ejemplo, dada la división del trabajo habitual en las unidades domésticas, puede considerarse un «asunto femenino». Asimismo, el turismo y la participación ciudadana requieren una serie de rasgos o condiciones (empatía, conexión, amabilidad, cercanía...) que en nuestra cultura asociamos más a las mujeres que a los hombres. Finalmente, las áreas de formación y empleo, aunque los asuntos económicos, como se ha visto, han correspondido a los varones, conectan con la vinculación femenina a las tareas educativas.

TABLA 14. ÁREAS CON MENOR DIFERENCIACIÓN DE GÉNERO (2011)

Áreas	Dif. (puntos %)
Turismo	=
Empleo y Formación	3,44 (H)
Consumo	4,34 (M)
Participación Ciudadana	7,24 (H)

Nota: las áreas están ordenadas de menor a mayor diferencia de ocupación entre hombres y mujeres.

Evidentemente, la situación descrita, esa ocupación diferencial de los espacios de poder (dejamos ahora a un lado las áreas con menor diferenciación), concretada en este caso en las áreas de responsabilidad, es un indicador de una clara desigualdad entre los hombres y las mujeres en el ejercicio del poder formal en las instituciones públicas (en este caso, en los Ayuntamientos de la Comunidad Autónoma de Canarias). Éstas, al igual que las organizaciones políticas, reflejan y expresan las desigualdades que se dan en la sociedad. Nos hallamos ante entes políticos que aparecen atravesados por desigualdades de género y permeables a los estereotipos culturales sobre los hombres y las mujeres en una sociedad y momento dados. Las instituciones políticas producen, reproducen y transforman el género[28] y las relaciones de género, que, al fin y al cabo, son relaciones de poder. En definitiva, el género está muy presente en tales organizaciones (se habla, como ya se apuntó, de *gendered institutions*)[29].

Esas ideas culturales sobre *lo masculino* y *lo femenino* se traducen en la ocupación de áreas (políticas) específicas que, a su vez, implican o suponen relaciones de poder distintas, desiguales en el interior de esas organizaciones y en la sociedad o comunidad de la que forman parte[30]. Téngase en cuenta que los estereotipos de

[28] Téngase en cuenta que el género no es algo «dado», sino que «se hace» (Pastor, 1998: 209; Crawford, 2006: 33-35; Unger y Crawford, 1992: 146-147).

[29] Ver Acker (1990, 1992, 2006), Kenney (1996: 446, 455, 456), Connell (2006).

[30] Como apunta Ferrón (2006: 3): «El concepto de las representaciones de género trata de explicar de una manera omnicomprensiva la forma en que se cimientan las desigualdades que se verifican entre hombres y mujeres, tomando como base una construcción cultural del sexo y del

género no sólo describen, sino que también prescriben[31], es decir, establecen lo que se considera adecuado/apropiado para los hombres y las mujeres, actuando, asimismo, como legitimadores de una situación dada[32].

Luego, el enfoque teórico empleado aquí nos lleva a afirmar que las desigualdades en el poder (económico y político) que se dan entre hombres y mujeres en nuestra sociedad en su conjunto, al igual que los roles sociales culturalmente asignados a ambos, se dan también en las instituciones políticas formales. La desigualdad de género, al igual que la ideología de género, es transversal, es decir, atraviesa todos los ámbitos sociales y se refleja, de una manera u otra, en todos ellos. En el caso de la política formal, esa expresión toma la forma de una menor presencia femenina, de la ocupación de puestos de rango inferior (socialmente considerados inferiores) y del desempeño de roles culturalmente «femeninos» por ser, entre otras razones, los que se asocian a rasgos o características considerados culturalmente «femeninos». El cuidado en un sentido general, la educación, los aspectos culturales (en el sentido clásico del término), los asuntos relacionados con la mujer y otros que hemos analizado en este trabajo son tareas que en nuestra sociedad tradicionalmente se han designado como «femeninas» y que, como tal, han sido y son ejercidas principalmente por las mujeres. Asimismo, los asuntos económico-financieros, las obras, el urbanismo, las nuevas tecnologías... se han considerado «masculinos» y, por ende, corresponden principalmente a los varones.

Se produce, pues, una traslación de las relaciones e ideología de género culturalmente establecidas al ámbito de la política (Gutiérrez-Rubí, 2008: 42)[33]. O, en otros términos, se reproducen los patrones de género tradicionales en el interior de esas instituciones políticas (ver Astelarra, 1990: 13; Siria Castillo, 1999: 102)[34], en

---

género que conceptualiza el mundo vivido en dos esferas que se superponen y a las cuales se les atribuye características diferenciadas y concordantes con otras tantas características atribuidas en la modelización de lo femenino y lo masculino. Las representaciones de género han actuado y actúan manteniendo una constante relación de desigualdad».

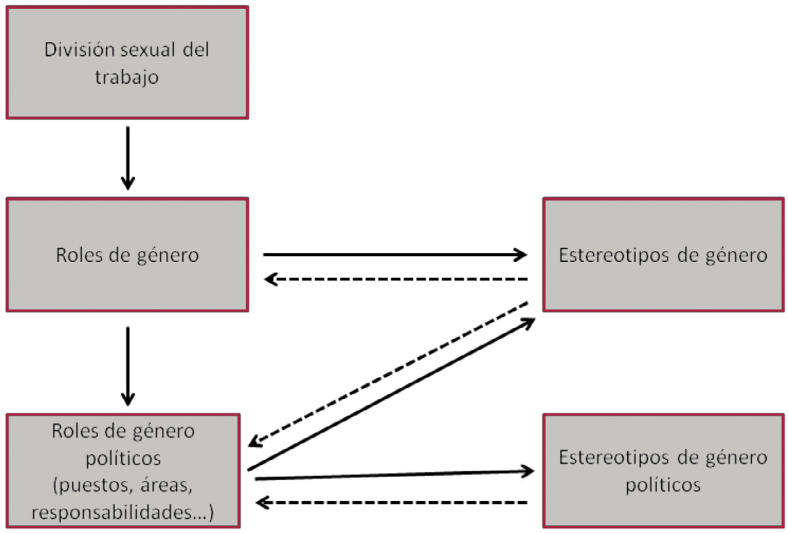
[31] Unger y Crawford (1992: 127, 143); Goodwin y Fiske (2001: 360); Crawford (2006: 85, 274-275); Barberá (1998: 190).

[32] Ver Bonilla (1998: 143-144), Crawford (2006: 27). En este sentido, y como indica Crawford, los estereotipos de género pueden usarse como «mitos de legitimación».

[33] Como señala este autor (2008: 42): «Esta situación [la asignación de áreas como política social, cultura y educación a las mujeres] no deja de ser, de alguna manera, una traslación al ámbito de la política de la tradicional división sexual del trabajo, donde con frecuencia las actividades con mayor visibilidad y reconocimiento social suelen estar protagonizadas por hombres y las de menor visibilidad y proyección por mujeres».

[34] De acuerdo con Astelarra (1990: 13): «Cuando las mujeres se incorporan a tareas políticas, se les pide que sigan actuando como madres y amas de casa y se les encargan tareas que son semejantes a las que realizan en el hogar. Las diputadas y concejalas, por ejemplo, son destinadas a temas de educación o servicios sociales y rara vez son asignadas a comisiones sobre Defensa o Relaciones Internacionales». Siria Castillo (1999: 102), en semejantes términos, señala: «...cuando las mujeres se incorporan a las tareas políticas, reproducen sus roles tradicionales como madres y amas de casa, restringidas al espacio local y cercano al hogar. Se dedican a la educación, salud, bienestar social, etc.». Algo similar ocurre en el mercado de trabajo (véase Cejka y Eagly, 1999).

Figura 1. Roles de género-estereotipos de género.



donde también hay, como hemos visto, asuntos «masculinos» y «femeninos» establecidos no sólo en función de la tradicional división sexual del trabajo (ver Connell, 2006: 841; Gutiérrez-Rubí, 2008: 42), sino también, como base o fundamento, de concepciones diferentes sobre los rasgos y capacidades culturalmente adscritos a los hombres y a las mujeres (véase fig. 1). Es decir, esos estereotipos y las expectativas asociadas a ellos se convierten en ideas fuertemente arraigadas sobre las capacidades políticas de los hombres y las mujeres y, por lo tanto, sobre las responsabilidades concretas y áreas que corresponden a unos y a otros (ver Sanbonmatsu y Dolan, 2009; Fox y Oxley, 2003; Huddy y Terkildsen, 1993; Gutiérrez-Rubí, 2008: 33, 34, Salinas y Arancibia, 2006)[35]. Se trata, además, de ideas que sostienen y reproducen los medios de comunicación de masas en su tratamiento (diferencial) de los hombres y las mujeres que se dedican a la política (Vinuesa *et al.*, 2011; véase también Gutiérrez-Rubí, 2008: 34-35)[36].

[35] Como apunta Gutiérrez-Rubí (2008: 34): «Muchas investigaciones confirman que los electores asignan, fruto de estos esquemas, los cargos y responsabilidades también en función del género de los candidatos de manera *coherente* a las diferencias de rasgos de personalidad asociados al hombre o a la mujer» (véase también Fox y Oxley, 2003: 833).

[36] Como dice Guitérrez-Rubí (2008: 34-35): «Los esquemas de género (en relación con la personalidad, habilidad y capacidad) se reproducen en los medios de comunicación y se instalan también entre los profesionales con mucha facilidad y sin la preventiva e imprescindible actitud crítica».

Una cuestión que queda abierta, entre otras razones porque los datos empleados en este estudio no permiten analizarla, es si la ocupación de esos puestos, el ejercicio de esas competencias específicas por parte de las mujeres es el resultado de su asignación por parte de los varones (téngase en cuenta que la mayor parte de los alcaldes, al igual que los dirigentes de los partidos, y, por tanto, de los responsables de configurar los grupos de gobierno municipales, son hombres), en función de sus ideas sobre *lo femenino*, sobre las supuestas capacidades de las féminas y de lo que se considera «adecuado» para ellas, y/o la propia elección de las mujeres. Consideramos que es el resultado de ambos procesos (asignación masculina y elección femenina). Téngase en cuenta que mediante la socialización o enculturación, los valores, ideas, concepciones, etc., sobre los géneros, sobre *lo masculino* y *lo femenino*, son inculcados tanto a hombres como a mujeres. Es decir, muchas mujeres los asumen y, por ejemplo, mantienen que están más capacitadas para desempeñar unas funciones que otras (véase Fox y Oxley, 2003: 835)[37]. Y, en este sentido, los estudios indican que las mujeres, a diferencia de los hombres, se consideran, en general, menos capacitadas para la política que los varones (ver Fox y Lawless, 2004; 2011: 60-62, 70; Fox, Lawless y Feeley, 2001), incluso en aquellos casos en que su nivel formativo (un factor que suele analizarse en estos estudios) es similar. Por otro lado, la socialización femenina ha ido en la línea de primar unos valores (se dice, entre otros, que la cooperación frente a la competición, la negociación frente a la imposición, la prudencia...) incongruentes con los que se asocian «normalmente» a la actividad política, lo que puede explicar ciertos niveles de aversión hacia ella (ver Siria Castillo, 1999: 107; Astelarra, 1990: 13)[38]. Dicho de otra forma, las mujeres no han sido socializadas para la política. La política ha sido, en nuestra sociedad, un ámbito y una actividad de hombres[39], para los hombres, o, si lo llevamos al terreno del género, para individuos con rasgos masculinos (Pastor, 1998: 213-214). La política, el ejercicio del poder institucional, se ha considerado «masculina» y de hecho los rasgos que se asocian al «político» (al «buen» político, al político «exitoso») han sido (y en gran medida siguen siendo) «masculinos»[40]. De hecho, ni siquiera se ha considerado, al menos en el pasado no

[37] Como se señala desde la Psicología, los estereotipos se interiorizan como resultado del proceso de socialización y la interacción social, formando parte de la propia identidad, de la propia imagen, de los hombres y las mujeres (ver Crawford, 2006: 32, 44-45, 51-52, 151; Unger y Crawford, 1992: 20; Pastor, 1998: 210; Eagly *et al.*, 2004: 279).

[38] Como dice Astelarra (1990: 13): «...la socialización en la 'psicología femenina' también hace que [las mujeres] tengan menor tendencia a asumir actitudes y formas de comportamiento como el deseo de competir, para las que no han sido preparadas. A las mujeres se les exige que sean dulces y amables, en un mundo como el de la política, en el que la competencia es especialmente fuerte y dura».

[39] Como señala Esterchild (2006: 520), los hombres son lo «normal» en política, marcan la normalidad, con lo cual, con frecuencia, estudiar el género en el ámbito de la política ha sido estudiar a las mujeres por separado o analizando las diferencias con los hombres.

[40] De acuerdo con Connell (2006: 846; véase también Bartomeu, 2011), los viejos planteamientos han sido duramente atacados en los últimos treinta años y en algunos casos han sido demolidos, sin embargo, «la conexión cultural entre el poder y la masculinidad permanece». No es

lejano de nuestro país, una actividad adecuada (social y moralmente) para las mujeres (aparte de que contaba con limitaciones legales)[41].

Relacionado con ello, numerosos estudios vienen a indicar y demostrar el menor, en general, interés de las mujeres por la política[42] y su inferior, en comparación con los hombres, conocimiento de *lo político*[43]. Por otro lado, también se ha comprobado la diferente visión de la política (como actividad) por parte de los hombres y las mujeres. La concepción femenina aparece, en general, más cargada de aspectos negativos que la masculina[44], lo que tiene que ver, igualmente, con la socialización de género tradicional (Fox, Lawless y Feeley, 2001: 415)[45] y con su experiencia (escasa) en el ámbito político.

Pero todo esto no debe extrañar si se tiene en cuenta que las organizaciones e instituciones políticas, entre otras, han sido históricamente construidas al margen de las mujeres, estando éstas fuera (Kenney, 1996: 462; Acker, 1990: 150; 1992: 567; Max-Jackson, s.f.; Steinberg, 1992). Y ello se expresa en las estructuras organizativas, en sus normas, en sus políticas (temas prioritarios...), etc., marcadamente *masculinizadas*.

Bajo estas ideas o concepciones, puede mantenerse como hipótesis de trabajo que, por un lado, los hombres que ejercen el poder asignarán a las mujeres sólo o principalmente las tareas «adecuadas» para su género[46] (en parte también como estrategia vinculada al mantenimiento del poder basada en la potencia legitimadora del género)[47] (véase también Epstein, 2006: 47) y que, por su parte, las mujeres esco-

---

de extrañar, por ello, que algunas políticas exitosas hayan adoptado, como estrategia, rasgos que se consideran «masculinos» (ver Huddy y Terkildsen, 1993).

[41] En nuestro país, esto se vio acentuado por la larga dictadura franquista. El franquismo no sólo acabó con algunos avances relevantes anteriores para las mujeres, sino que acentuó e institucionalizó (a través de leyes y normas) las desigualdades con los hombres y las «encerró» en el espacio doméstico, en el hogar, en su papel de madres, esposas, cuidadoras, educadoras...

[42] Datos de 2007 (Gutiérrez-Rubí, 2008: 57-58) indican que el 73,9% de las mujeres españolas declara que la política les interesa poco o nada. No obstante, hay variaciones en función de factores como la edad y el nivel formativo (ver García Escribano y Frutos, 1999; Frutos y García Escribano, 2001).

[43] Sanbonmatsu (2003) demuestra que esto es un factor relevante, pues ese menor conocimiento se traduce en una menor conciencia de la baja presencia de las mujeres en la política y, por lo tanto, de la necesidad de incrementar su número.

[44] Según Gutiérrez-Rubí (2008: 38): «[Las mujeres] Tienden, también, a relacionar la política con sentimientos negativos, con desconfianza y aburrimiento o con confrontación y conflicto con mayor frecuencia que los hombres».

[45] Como dicen estos autores: «...la socialización de género tradicional todavía juega un papel significativo en cómo los hombres y las mujeres piensan acerca de la política y de la arena política» (Fox, Lawless y Feeley, 2001: 415).

[46] Como señala Crawford (2006: 45), son los grupos dominantes los que definen los roles aceptables para los subordinados.

[47] La asignación a las mujeres de ciertas tareas que pueden considerarse menos relevantes y con menos poder (influencia, presupuesto...) también podría formar parte de una estrategia orientada a mantener el poder sobre las mujeres y a situarlas en esas instituciones en una posición relativamente subordinada frente a los varones. Como se ha mostrado en numerosos estudios, los hombres, que son

gerán o aceptarán las que también ellas consideran más «adecuadas» según el sistema de género dominante, más ajustadas a sus valores, a sus intereses, a su identidad genérica, más compatibles con sus actividades tradicionales (véase Eccles, 1987)..., o con las que se sienten más cómodas en un mundo eminentemente masculino. Mantenemos, en este sentido, que la teoría de las representaciones de género y la basada en el poder no son incompatibles, sino, de hecho, complementarias, pues, como se ha apuntado en otro lugar, los estereotipos de género sirven como elementos legitimadores y justificadores de cierto *statu quo* político[48].

Sea como fuere, esta situación significa que las mujeres cuando entran en política, aparte de hacerlo, como se ha visto, muy lentamente, lo hacen, en su mayoría, a través de posiciones inferiores (en muchos casos, además, con dedicación parcial y sin retribución), compitiendo en situaciones de desigualdad con los varones y ocupando (por asignación masculina o elección propia) roles congruentes (por no decir equivalentes) con los que en nuestra sociedad se consideran «femeninos» y que se dan, habitualmente, en el espacio doméstico (véase también Fox y Oxley, 2003: 846). Se ha pasado, pues, de una situación en la que las mujeres, como tales, estaban fuera de la política, entendida como actividad masculina, a otra, la más reciente, en la que aumenta su participación, pero, y aquí está la clave, fundamentalmente a través de áreas que se consideran «femeninas» en un ámbito aún dominado por los hombres y conceptuado en clave masculina (véase también Fox y Oxley, 2003: 847)[49]. Es decir, se está produciendo una mayor participación de las mujeres en política, pero no nos atreveríamos a hablar de una «feminización» de la política, esto es, de cambios en las estructuras políticas y administrativas, en las propias políticas..., que continúan *masculinizadas* (ver también Esterchild, 2006: 532).

Lo anterior supone, como ya se ha indicado, que en el ámbito político se reproducen las desigualdades de género y las barreras o límites entre las esferas consideradas «masculinas» y «femeninas». Se da, pues, una separación horizontal que viene a unirse a la vertical, ambas, además, con barreras culturales y de otro tipo que dificultan los movimientos horizontales (hacia áreas «masculinas») y verticales (hacia arriba, hacia puestos de más poder, también «masculinos»). Esto significa,

---

los que históricamente han ejercido el poder y específicamente el poder político (formal), tratan de conservarlo y para ello despliegan diferentes estrategias que tratan de limitar la «entrada» de mujeres (ver Bartomeu, 2011; Max Jackson, s.f.; Steinberg, 1992; Astelarra, 1990; Pratto y Walker, 2004: 258; Pastor, 1998: 211).

[48] Como apunta Pastor (1998: 210): «...las desiguales relaciones de género posibilitan la reproducción de subjetividades masculinas o femeninas que, asimismo, perpetúan la existencia de estructuras de poder. Los sujetos, varones o mujeres, asimilan normativamente la estructura de creencias, disposiciones y valores de una representación del mundo relacionada con las diferentes posiciones de ambos sexos en la estructura de poder social» (ver también Goodwin y Fiske, 2001: 361, 363-364; Crawford, 2006: 27).

[49] Como señalan estos autores (2003: 847): «Las creencias de décadas anteriores de que las mujeres no eran aptas para la política han sido reemplazadas por estereotipos más sutiles según los cuales se perciben a los hombres y a las mujeres dotados de rasgos de personalidad y competencias políticas específicos».

asimismo, que existe una discriminación más sutil (ver Kite, 2001: 217, 224-227; Goodwin y Fiske, 2001: 359), y, por lo tanto, más difícil de «atacar».

5. REFLEXIÓN FINAL

Indudablemente, ha habido, sobre todo a partir de los últimos años, notables avances en la participación política de las mujeres, pero, como se ha repetido a lo largo de este trabajo, de forma lenta y desigual. Aún el ámbito político formal dista de la igualdad. Es más y como acabamos de decir, continúa reproduciendo los estereotipos y roles de género en su interior, lo que se traduce en desigualdad. Para avanzar en la igualdad política y, lo que es lo mismo, en la democracia han de implicarse tanto los hombres, pues son los que siguen ejerciendo el poder y concretamente el poder político, como las mujeres. Si el enfoque de la socialización de género resulta clarificador y tiene poder explicativo, resulta indudable que el papel de las mujeres no es poco relevante dado que, en gran medida, son las que se ocupan de la socialización o enculturación y, por lo tanto, de la transmisión, reproducción y mantenimiento de valores, ideas, etc., que forman parte de nuestro sistema de género[50]. Ahora bien, si recurrimos a la teoría del rol social, los cambios vendrán de la mano de los que se produzcan principalmente en la ocupación de determinados puestos o en el ejercicio de ciertas responsabilidades o tareas (ver Eagly *et al.*, 2004: 288; Diekman y Eagly, 2000; Eagly y Steffen, 1984). Ello cambiará la imagen de las mujeres[51] (y de los hombres) y generará nuevas construcciones sobre *lo masculino* y *lo femenino*, que, a su vez, reforzarán la tendencia a ejercer distintos roles y responsabilidades con mayor igualdad entre hombres y mujeres. Y aunque este proceso es lento y dificultoso, sin duda está en marcha, como se refleja, en el ámbito que nos ocupa (la política), en la ocupación por varones y féminas de puestos que eran impensables hace sólo unas décadas. Aunque, y lo repetimos, en general continúe dominando la desigualdad y la segregación *genéricas* (vertical y horizontal).

No obstante, tal proceso no es sencillo dada la (demostrada) resistencia de los estereotipos, caracterizados en gran medida por su automatismo e inconsciencia[52], a cambiar. Como hemos señalado en este trabajo, se trata de ideas sobre *lo femenino* y *lo masculino* fuertemente arraigadas en una sociedad, transmitidas a través del proceso de socialización y reproducidas en la interacción social. Y a ello

[50] Por supuesto, no ignoramos el papel de otros agentes socializadores como, aparte obviamente de los padres, los maestros, los profesores, los comunicadores...

[51] En este sentido, Diekman y Eagly (2000) plantean que a medida que las mujeres aumentan su presencia en tareas antes ejercidas fundamentalmente por los hombres, se produce una mayor convergencia entre los rasgos atribuidos a mujeres y a hombres, acercándose los de aquéllas a los de éstos.

[52] Eagly *et al.* (2004: 275), Kite (2001: 215-216), Bonilla (1998: 196-197, 205-206), Goodwin y Fiske (2001: 363).

hay que añadir las resistencias masculinas a ceder poder a las mujeres (especialmente determinados puestos y áreas).

Recibido: 10-04-2013. Aceptado: 25-06-2013.

REFERENCIAS

Acker, J. (1990). «Hierarchies, Jobs, Bodies: A Theory of Gendered Organizations». *Gender & Society*, 4(2): 139-158.

—— (1992). «From Sex Roles to Gendered Institutions». *Contemporary Sociology*, 21(5): 565-569.

—— (2006). «Gender and Organizations». En Saltzman Chafetz, J. (ed.): 177-194.

Alonso Pérez, M. y Furió Blasco, E. (2007). *El papel de la mujer en la sociedad española*. Valencia: Universidad de Valencia. Economía Aplicada-Grup d'Investigació. Documento de Trabajo núm. 19, Economia, Treball i Territorio.

Astelarra, J. (comp.), (1990) «Las mujeres y la política». En Astelarra, J.: 7-22.

—— (1990). *Participación política de las mujeres*. Madrid: Siglo xxi-CIS.

Barberá, E. 1998). «Estereotipos de género: construcción de las imágenes de las mujeres y los varones». En Fernández, J. (coord.), 1998: 177-206.

Bareiro, L. y Echauri, C. 1998). *Las recién llegadas. Mujer y participación política*. Asunción: Centro de Documentación y Estudios. Documento de Trabajo 46.

Bartomeu, A. 2011). «Violencia simbólica institucional en clave de género». *E-Mujeres* (www.e-mujeres.net).

Best, D.L. y Thomas, J.J. 2004). «Cultural Diversity and Cross-Cultural Perspectives». En Eagly A.H. *et al.* (eds.), 2004: 296-327.

Bonilla, A. 1998). «Los roles de género». En Fernández, J. (coord.), 1998: 141-176.

Cejka, M.A. y Eagly, A.H. 1999). «Gender-Stereotypic Images of Occupations Correspond to the Sex Segregation of Employment». *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25(4): 413-423.

Childs, S. y Krook, M.L. 2006). «Gender and Politics: The State of the Art». *Politics*, 26(1): 18-28.

Connell, R. 2006). «Glass Ceilings or Gendered Institutions? Mapping the Gender Regimes of Public Sector Worksites». *Public Administration Review*, Nov-Dec.: 837-849.

Crawford, M. 2006). *Transformations. Women, Gender and Psychology*. Boston: McGraw-Hill.

Diekman, A.B. y Eagly, A.H. 2000). «Stereotypes as Dynamic Constructs: Women and Men of the Past, Present, and Future». *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26(10): 1171-1188.

Eagly, A.H. y Steffen, V.J. 1984). «Gender Stereotypes Stem From the Distribution of Women and Men into Social Roles». *Journal of Personality and Social Psychology*, 46(4): 735-754.

Eagly, A.H., Wood, W. y Johannsen-Schmidt, M.C. 2004). «Social Role Theory of Sex Differences and Similarities. Implications for the Partner Preferences of Women and Men». En Eagly, A.H. *et al.* (eds.), 2004: 269-295.

Eagly, A.H., Beall, A.E. y Stenberg, R.J. (eds.) 2004). *The Psychology of Gender*. New York: The Guilford Press.

Eccles, J.S. (1987). «Gender Roles and Women's Achievement-Related Decisions». *Psychology of Women Quarterly*, 11: 135-172.

Epstein, C.F. (2006). «Similarity and Difference. The Sociology of Gender Distinctions». En Saltzman Chafetz, J. (ed.), 2006: 45-61.

Esterchild, E.M. (2006). «Gender and Politics». En Saltzman Chafetz, J. (ed.), 2006: 519-525.

Fernández, J. (coord.) (1998). *Género y sociedad*. Madrid: Pirámide.

Ferrón Sánchez, S. (2006). «Mujer y poder político. La desigualdad como norma». *Aposta*, 25 (febrero): 1-25.

Fowlkes, D.L. y Rinehart, S.T. (1979). «Gender Roles and Party Roles». *The American Political Science Review*, 73(3): 772-780.

Fox, R.L. y Lawless, J.L. (2004). «Entering the Arena? Gender and the Decision to Run for Office». *American Journal of Political Science*, 48(2): 264-280.

—— (2011). «Gendered Perceptions and Political Candidacies: A Central Barrier to Women's Equality in Electoral Politics». *American Journal of Political Science*, 55(1): 59-73.

Fox, R.L., Lawless, J.L. y Feeley, C. (2001). «Gender and the Decision to Run for Office». *Legislative Studies Quarterly*, 26(3): 411-435.

Fox, R.L. y Oxley, Z.M. (2003). «Gender Stereotypes in State Executive Elections: Candidate Selection and Success». *The Journal of Politics*, 65(3): 833-850.

Francis, D. (2004). *Culture, Power Asymmetries and Gender in Conflict Transformation*. Berghof Research Center for Constructive Conflict Management.

Frutos Balibrea, L. y García Escribano, J.J. (2001). «Las mujeres y la política: diferencias de género en España». En Radl Philipp, R. (ed.), 2001: 255-279.

García Escribano, J.J. y Frutos Balibrea, L. (1999). «Mujeres, hombres y participación política. Buscando las diferencias». *Reis*, 86: 307-329.

García Rodríguez, M.ªI. (2010). «Las alcaldesas de Canarias. 1933-2007: nombres, datos de evolución y algunas claves de la resistencia a la democracia paritaria en el máximo nivel de representación municipal». *Boletín Millares Carlo*, 29: 239-249.

Goodwin, S.A. y Fiske, S.T. (2001). «Power and Gender: The Double-Edged Sword of Ambivalence». En Unger, R.K. (ed.), 2001: 358-366.

Gutiérrez-Rubí, A. (2008). *Políticas. Mujeres protagonistas de un poder diferenciado*. Barcelona: El Cobre Ediciones.

Huddy, L. y Terkildsen, N. (1993). «Gender Stereotypes and Perception of Male and Female Candidates». *American Journal of Political Science*, 37(1): 119-147.

Kenney, S.J. (1996). «New Research on Gendered Political Institutions». *Political Research Quarterly*, 49(2): 445-466.

Kite, M.E. (2001). «Changing Times, Changing Gender Roles: Who Do We Want Women and Men to Be?». En Unger, R.K. (ed.), 2001: 215-227.

Kottak, C.P. (2011). *Antropología Cultural*. Madrid: McGraw-Hill.

Lewellen, T.C. (1992). *Political Anthropology. An Introduction*. Westport: Bergin & Garvey.

Max-Jackson, R. (S.f.) *Down so Long... The Puzzling Persistence of Gender Inequality*. New York University. Manuscript.

Ministerio del Interior. (2007). *Elecciones Locales 2007. Impacto de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres*. Madrid: Ministerio del Interior.

—— (2011). *Elecciones Locales 2011. Estudio del impacto de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres*. Madrid: Ministerio del Interior.

Monzón Perdomo, M.ªE. (2003). «Mujeres y participación política en Canarias. Veinte años de democracia». En *II Congreso Iberoamericano de Estudios de Género*, Universidad Nacional de Rosario, Rosario, Argentina.

Pastor, R. (1998). «Asimetría genérica y representaciones del género». En Fernández, J. (coord.), 1998: 207-236.

Paxton, P., Kunovich, S. y Hughes, M.M. (2007). «Gender in Politics». *Annual Review of Sociology*, 33: 263-284.

Pratto, F. y Walker, A. (2004). «The Bases of Gendered Power». En Eagly, A.H. (Eds.), 2004: 242-268.

Radl Philipp, R. (ed.) (2001). *Cuestiones actuales de Sociología del Género*. Madrid: CIS.

Romero Navarro, F. (2001). «Género y política en los procesos electorales. La participación política de la mujer como candidata y electa en las elecciones autonómicas y locales de 1995 en Canarias». *Papers*, 65: 121-147.

Ross, M.H. (1986). «Female political participation: a cross-cultural explanation». *American Anthropologist*, 88: 843-858.

Salinas Meruane, P. y Arancibia Carvajal, S. (2006). «Discursos masculinos sobre el poder de las mujeres en Chile. Sujetos y subjetividades». *Última Década*, 25 (diciembre): 65-90.

Saltzman Chafetz, J. (ed.) (2006). *Handbook of the Sociology of Gender*. Springer.

Sanbonmatsu, K. (2003). «Gender-related Political Knowledge and the Descriptive Representation of Women». *Political Behavior*, 25(4): 367-388.

Sanbonmatsu, K. y Dolan, K. (2009). «Do Gender Stereotypes Transcend Party?» *Political Research Quarterly*, 62(3): 485-494.

Siria Castillo, I. (1999). «Las mujeres y la política». *Encuentro*, 48: 102-110.

Steinberg, R.J. (1992). «Gender on the Agenda: Male Advantage in Organizations». *Contemporary Sociology*, 21(5): 576-581.

Unger, R.K. (ed.) (2001). *Handbook of the Psychology of Women and Gender*. New York: John Wiley & Sons.

Unger, R. y Crawford, M. (1992). *Women and Gender. A Feminist Psychology*. New York: McGraw-Hill.

Vecchio, R.P. (2002). «Leadership and Gender Advantage». *The Leadership Quarterly*, 13: 643-671.

Vinuesa Tejero, M.L., Abejón Mendoza, P. y Sánchez Calero, M.L. (2011). «Mujeres y política: un binomio con baja representación». *Ámbitos*, 20: 127-145.

INVESTIGACIÓN
NOVEL

ACTIVIDADES DE TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO UNIVERSIDAD-EMPRESA. EL CASO DE CANARIAS FRENTE A OTRAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS

Nuria Hernández Hernández
Instituto de Ciencias Políticas y Sociales-ULL
nherher@ull.es

Resumen

Diversos estudios han indicado las motivaciones del personal investigador ante la transferencia conocimiento universidad-empresa, el cual está dispuesto a comprometer tiempo, energía y recursos intelectuales. Además de estas actividades se obtienen beneficios en la docencia, las oportunidades empresariales, la exposición a problemas prácticos y la experiencia técnica. En este trabajo se analiza la actividad de transferencia de conocimiento universidad-empresa en los organismos públicos de investigación de Canarias, y se profundiza con un análisis sobre las motivaciones del personal investigador de cuatro comunidades autónomas con indicadores de I+D+i diferenciados; de un lado, Madrid y País Vasco y, de otro, Andalucía y Canarias[1].

Palabras clave: transferencia de conocimiento, personal investigador, motivación, Canarias.

Abstract

«University to company knowledge transfer activities. The case of the Canary Islands compared to other regions». Several studies have indicated the personal motivations that the community of researchers have about knowledge transfer to companies. They are willing to spend time, energy and intellectual resources. Benefits have also been identified in teaching, business opportunities, exposure to practical problems and technical expertise. The aim of this paper is to analyze the motivations of university researchers in light of knowledge transfer university-company, focusing on the case of Canary Islands. We analyze the opinion of this community on its motivation in order to make knowledge transfer activities. Using different indicators related to R&D in four regions: Madrid and The Basque Country from one side, and Andalusia and the Canary Islands from the other.

Key words: knowledge transfer, researchers, motivation, Canary Islands.

Revista Atlántida, 5; diciembre 2013, pp. 155-168; ISSN: 556-4924

1. TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO UNIVERSIDAD-EMPRESA. PROS Y CONTRAS PARA EL PERSONAL INVESTIGADOR

Los beneficios de las relaciones cooperativas entre empresas y organismos de investigación son la mejora de las relaciones entre ciencia y tecnología, la integración de la ciencia en la industria, la aparición de industrias basadas en la ciencia, la utilización de la ciencia como un medio para generar ventajas competitivas por parte de las empresas, además de la globalización de la economía y la internacionalización de la tecnología (Ahn, 1995).

El personal investigador que colabora con las empresas tiene una serie de motivaciones personales por las que está dispuesto a comprometer tiempo, energía y recursos intelectuales (Lee *et al.*, 2000). A partir del estudio realizado por Lee (2000) en Estados Unidos, se identifica una serie de beneficios para los grupos de investigación. Por un lado, beneficios académicos, pues la puesta en práctica de colaboraciones con el tejido productivo enriquece al personal investigador. Por otro lado, y en esta misma línea, se identifica una serie de aportaciones para el estudiantado pues este grupo también puede tomar contacto con el sector productivo. Se incluyen además la aparición de oportunidades empresariales, como la exposición a problemas prácticos y la experiencia técnica. Los resultados de este estudio señalan que la mayoría de las personas entrevistadas (personal investigador y empresas) muestran una predisposición a mantener o ampliar sus relaciones de colaboración.

Sin embargo, existen otras barreras que dificultan la expansión de esta actividad. Investigaciones muestran las diferencias significativas que existen entre el emisor y el receptor de los resultados de la investigación, que dificultan la transferencia de conocimiento (Siegel *et al.*, 2003). En este sentido, se señala que la labor investigadora no está bien definida ni valorada por el personal universitario (Mora *et al.*, 2004). Se puntualiza en que la investigación cooperativa de los académicos con las empresas no está adecuadamente valorada en el currículum universitario, computándose casi exclusivamente la promoción en las publicaciones científicas. La adecuada ponderación en el currículum universitario de la I+D contratada con las empresas contribuiría a incrementar la cooperación entre la universidad y la industria (Mora *et al.*, 2004).

Los problemas que se le plantean al personal investigador con las actividades de transferencia de conocimiento son, por un lado, que la comercialización de la investigación de las universidades afecta a la cultura de la «ciencia abierta» (Poyago

[1] Los datos de este trabajo pertenecen a los resultados del proyecto «Cooperación universidad-empresa en el sistema español de I+D: opiniones y experiencias de los grupos de investigación». Proyecto financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación, IV Plan de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica 2008-2011 (Referencia: CSO2009-07805). Investigadora Principal Dra. Irene Ramos Vielba.

et al., 2002) y, por otro lado, los problemas culturales y de comunicación (Mora y Montoro, 2004). Se señala también la problemática anteriormente mencionada de las recompensas académicas, las cuales deben ser deberían ser mejoradas o adaptadas (Siegel *et al*., 2003; Owen-Smith y Powel, 2001; Mora y Montoro, 2004). Estas barreras, aunque no reflejen la totalidad de las existentes, confirman que el proceso de transferencia de conocimiento es muy complejo. Según Hansen (1999), la efectividad de la transferencia de conocimiento es también un problema de disposición y habilidad.

No obstante, en el estudio realizado en 1999 por Martín Megía y Bravo Juega a un total de contratos de investigación gestionados por la Fundación Universidad-Empresa en el período 1989-1997, se encontró que un 34,4% de la producción científica y tecnológica de los equipos universitarios tuvo algún tipo de actividad con las empresas, siendo más frecuente la divulgación de los resultados a través de ponencias en congresos (44,9%) seguida por artículos científicos (42,4%) y las tesis doctorales (10,2%).

A pesar de las barreras mencionadas, si hay un aumento en las cooperaciones entre grupos de investigación y empresas, se debe a que ambas partes tienen intereses en común (Mora *et al*., 2004).

2. INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO EN CANARIAS

Los indicadores de referencia para medir la innovación y la competitividad no suelen posicionar a la Comunidad Autónoma de Canarias (en adelante CAC) en lugares destacados, menos aún en la coyuntura económica actual. La inversión en I+D, medida sobre el porcentaje del PIB regional, la CAC se posiciona en el penúltimo puesto, sólo por delante de las Islas Baleares (COTEC, 2013). A nivel nacional, los datos de 2011 suponen una reducción del 2,8% respecto a 2010 y, por primera vez, se reduce en todos los sectores, administración, enseñanza superior y empresas. En cuanto al esfuerzo de I+D de las empresas en las comunidades autónomas[2] (COTEC, 2013) a partir de los datos de la «Estadística sobre las Actividades en Investigación Científica y Desarrollo Tecnológico (I+D)»[3] la posición de Canarias vuelve a ser la penúltima.

Además, realizar un diagnóstico de la cooperación universidad-empresa en la Comunidad Autónoma de Canarias está limitado por la escasez de datos, su dispersión y su falta de homogeneidad. Se pueden encontrar datos sobre este tipo de actividades en las memorias anuales de las universidades, pero estos datos son publicados de forma muy agregada, por lo que no se pueden desglosar para realizar un análisis por área de conocimiento, tipo de empresa, etc. Se debe tener en cuenta,

[2] Gasto en I+D ejecutado por las empresas en porcentaje del PIBpm regional base 2008.
[3] Instituto Nacional de Estadística (2011).

en el diagnóstico de la situación de la I+D, y en concreto de las actividades de cooperación universidad-empresa, diversos factores específicos de la CAC. Por un lado, la terciarización de la economía canaria sin el paso previo por una etapa industrial (COTEC, 2007). Por otro lado, la condición ultraperiférica y fragmentada del archipiélago y la consecuente distancia de los agentes implicados en la I+D+i canaria del resto del Estado así como de la UE (González de la Fe y Hernández, 2011). Esta situación hace que sea necesario un análisis de la situación de las actividades de cooperación universidad-empresa, haciendo especial énfasis en las opiniones y actitudes del personal investigador de Canarias.

3. OBJETIVOS Y RESULTADOS

A partir de los resultados del estudio «Cooperación universidad-empresa en el sistema español de I+D: opiniones y experiencias de los grupos de investigación»[4], este trabajo tiene dos grandes objetivos:

1. Realizar un análisis exploratorio de la situación de las actividades de transferencia de conocimiento en los organismos públicos de investigación de Canarias.
2. Analizar, a partir de la comparativa con otras comunidades autónomas, las motivaciones a la transferencia de conocimiento universidad-empresa.

La metodología de trabajo del estudio consistió en una encuesta realizada a los grupos de investigación de las diferentes CCAA. Se realizaron 851 encuestas distribuidas con la mayor representatividad por cada CCAA.

3.1. La transferencia de conocimiento universidad empresa en Canarias

Los grupos de investigación canarios entrevistados, a diferencia de los de otras comunidades autónomas, resultaron ser los que tenían menos antigüedad de creación, un 58,4% tenía menos de una década, mientras que en otras comunidades, como Andalucía y Madrid, contaban con una edad media de 20 años, un 24,7% y un 20,2% respectivamente. Las personas entrevistadas fueron los responsables de los grupos de investigación, cuyos perfiles tanto Canarias como Andalucía cuentan con menor porcentaje de responsables de grupos de investigación con experiencia previa en la empresa, el 18% en Canarias y el 17,6% en Andalucía. Para esta misma

[4] «Cooperación universidad-empresa en el sistema español de I+D: opiniones y experiencias de los grupos de investigación». Proyecto financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación, IV Plan de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica 2008-2011 (Referencia: CSO2009-07805). Investigadora Principal Dra. Irene Ramos Vielba.

variable, otras comunidades como Madrid y País Vasco obtienen los resultados de 23,3% y 19,7%.

En la distribución del tiempo del grupo de investigación a diferentes actividades destaca que, tanto Canarias como Andalucía y País Vasco, tienen unas diferencias estadísticamente significativas, estas comunidades dedican el 33,8% 32,7% y 34% de su tiempo a las actividades de docencia respectivamente. En el caso de Madrid el mayor porcentaje se da en la actividad «ejecución del trabajo de investigación propio».

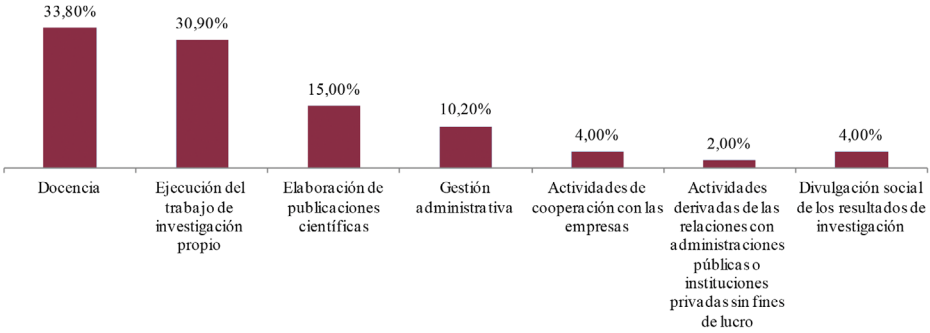


Gráfico 1.

El gráfico 1 resume los resultados para Canarias donde puede verse que tan sólo se dedica un 4% del tiempo a actividades de cooperación con las empresas. En esta misma variable, los resultados de otras CCAA rondan el 5,4% y el 5,5%. Con estos datos no cabe esperar que la financiación de la investigación venga del sector privado, pues en Canarias el porcentaje de financiación para investigación viene de las convocatorias competitivas de programas públicos nacionales (54,2%), y de los programas públicos regionales (20,4%). El porcentaje de financiación de contratos y convenios con empresas es de un 7,5%, el más bajo de las cuatro comunidades analizadas (Madrid, por ejemplo, para esta misma variable tiene un resultado de 12,1%). Un dato llamativo es que Canarias lidera los resultados en «contratos y convenios con administraciones públicas» con un 10%, frente a un 5,4% del País Vasco o un 5,7% de Andalucía. En esta línea, es interesante analizar quiénes consideran que son los receptores de los resultados de sus investigaciones. La respuesta a la pregunta: «en la práctica ¿quiénes usan con mayor frecuencia los resultados de su grupo de investigación?», Canarias vuelve a liderar el resultado en la categoría administraciones públicas, un 32,9%. Otras comunidades como el País Vasco obtienen en esta categoría un 20,5%, un 26% Madrid y un 21,6% Andalucía. La opción «empresa» es contestada sobre todo por el País Vasco con un 20,5%, seguido de Andalucía con un 17,2%, Madrid con un 16,9% y en último lugar Canarias con un 10,6%. Una categoría de respuesta a analizar de esta misma pregunta es «ninguna

de las tres»[5], siendo esta opción de respuesta liderada por Canarias en un 22,4%. En el otro extremo se sitúa País Vasco con un 10,6%.

En cuanto a la realización de actividades de transferencia de conocimiento los resultados de la tabla 1 siguen mostrando la relación de los grupos de investigación de Canarias con las administraciones públicas, pues destaca la realización de prácticas del personal científico y técnico del grupo de investigación (28%) y la formación especializada por parte del personal del grupo de investigación (34,8%). En la colaboración con empresas destacan Madrid y País Vasco, siendo esta última comunidad donde los grupos de investigación han colaborado con empresas en un porcentaje considerablemente mayor (48,5%).

TABLA 1. ACTIVIDADES DE COOPERACIÓN CON EMPRESAS, ADMINISTRACIONES PÚBLICAS O CON INSTITUCIONES PRIVADAS SIN ÁNIMO DE LUCRO

		Andalucía	Canarias	Madrid	País Vasco
Asesoramiento tecnológico	Empresas	41,90%	32,30%	45,60%	48,50%
	Administraciones públicas	30,80%	28,00%	37,20%	34,10%
	Instituciones privadas sin fines de lucro	12,80%	13,70%	12,70%	15,90%
Investigación contratada por otra entidad	Empresas	45,80%	30,40%	45,90%	43,20%
	Administraciones públicas	43,20%	40,40%	32,30%	41,70%
	Instituciones privadas sin fines de lucro	9,70%	9,90%	15,10%	13,60%
Proyectos de investigación conjuntos	Empresas	35,20%	27,30%	37,20%	48,50%
	Administraciones públicas	37,40%	39,10%	39,60%	40,20%
	Instituciones privadas sin fines de lucro	9,70%	10,60%	15,40%	18,20%
Alquiler de instalaciones	Empresas	7,50%	6,80%	7,60%	7,60%
	Administraciones públicas	7,00%	7,50%	9,10%	8,30%
	Instituciones privadas sin fines de lucro	3,50%	3,70%	2,40%	2,30%
Explotación de alguna patente del grupo de investigación	Empresas	17,60%	9,30%	19,30%	12,90%
	Administraciones públicas	6,60%	5,00%	7,90%	6,10%
	Instituciones privadas sin fines de lucro	1,80%	0,00%	0,60%	3,00%

[5] En referencia a: «empresas», «administraciones públicas» e «instituciones privadas sin ánimo de lucro».

Realización de prácticas del personal científico y técnico del grupo de investigación	Empresas	22,50%	16,10%	20,80%	22,00%
	Administraciones públicas	24,20%	28,00%	23,30%	16,70%
	Instituciones privadas sin fines de lucro	5,30%	5,60%	7,60%	9,10%
Intercambio de personal científico y técnico	Empresas	16,70%	9,90%	16,60%	19,70%
	Administraciones públicas	24,20%	28,00%	25,40%	18,20%
	Instituciones privadas sin fines de lucro	2,60%	6,20%	6,30%	10,60%
Formación especializada por parte del personal del grupo de investigación	Empresas	19,40%	7,50%	20,20%	22,00%
	Administraciones públicas	23,80%	34,80%	32,60%	26,50%
	Instituciones privadas sin fines de lucro	6,20%	7,50%	6,30%	15,20%
Participación del grupo de investigación en la creación de un centro tecnológico de titularidad compartida	Empresas	3,10%	3,10%	2,40%	2,30%
	Administraciones públicas	6,60%	8,10%	6,30%	9,10%
	Instituciones privadas sin fines de lucro	0,90%	3,70%	1,50%	4,50%
Participación del grupo de investigación en la creación de una nueva empresa	Empresas	10,60%	5,00%	7,60%	12,90%
	Administraciones públicas	5,30%	3,70%	3,60%	4,50%
	Instituciones privadas sin fines de lucro	0,90%	0,60%	0,60%	2,30%
Relaciones informales de cooperación del grupo de investigación	Empresas	32,60%	27,30%	28,10%	33,30%
	Administraciones públicas	31,70%	31,10%	29,60%	32,60%
	Instituciones privadas sin fines de lucro	19,80%	11,80%	17,50%	25,00%
Organización conjunta de actividades no académicas de difusión de conocimiento	Empresas	27,30%	16,80%	23,90%	19,70%
	Administraciones públicas	39,60%	37,90%	37,20%	34,80%
	Instituciones privadas sin fines de lucro	19,40%	18,00%	21,50%	24,20%
Realización de otro tipo de actividades de cooperación de su grupo de investigación	Empresas	16,70%	18,00%	15,40%	18,90%
	Administraciones públicas	24,20%	20,50%	21,80%	19,70%
	Instituciones privadas sin fines de lucro	12,30%	16,10%	11,20%	10,60%

Nota: Diferencias estadísticamente significativas marcadas en rojo.

Dejando de lado las administraciones públicas y las instituciones privadas sin fines de lucro, en las actividades de cooperación con empresas, Canarias se situaría

en el último puesto de las CCAA analizadas (véase tablas 2 y 3). Los resultados para Canarias indican que es la comunidad con menor cooperación con empresas y con menor número de empresas con las que han colaborado.

TABLA 2. PORCENTAJE DE COOPERACIÓN CON EMPRESAS

	Andalucía	Canarias	Madrid	País Vasco	Total
No cooperan	31,30%	40,40%	29,60%	25,00%	30,90%
Sí cooperan	68,70%	59,60%	70,40%	75,00%	69,10%

Nota: Diferencias estadísticamente significativas marcadas en rojo.

TABLA 3. NÚMERO DE EMPRESAS CON LAS QUE HA COLABORADO

	Andalucía	Canarias	Madrid	País Vasco
Con 1 empresa	11,50%	26,00%	13,70%	10,10%
Entre 2 y 5 empresas	59,60%	53,10%	57,90%	55,60%
Entre 5 y 10 empresas	15,40%	15,60%	15,00%	16,20%
Más de 10 empresas	13,50%	5,20%	13,30%	18,20%

Nota: Diferencias estadísticamente significativas marcadas en rojo.

3.2. Motivaciones para realizar actividades de transferencia de conocimiento

En general, todos los grupos de investigación se muestran pesimistas con el contexto de sus CCCAA para realizar actividades de cooperación con empresas. Por un lado, muestran una opinión negativa del grado de intensidad de la cooperación entre universidades y OPIS con el sector empresarial, independientemente de que hayan tenido experiencias de colaboración o no. Por otro lado, consideran que parten de una situación desfavorable para las actividades de colaboración en lo que respecta principalmente al nivel de demanda de cooperación por parte de las empresas de su CCAA (63,3% de los grupos).

Ante estos resultados se plantea la pregunta de qué factores producirían un incremento de la cooperación del grupo de investigación con empresas. El primer resultado es el reconocimiento de la cooperación como mérito profesional académico (72,7%) y, en segundo lugar, «las facilidades en los procesos administrativos y de gestión de la actividad de cooperación» (69,6%).

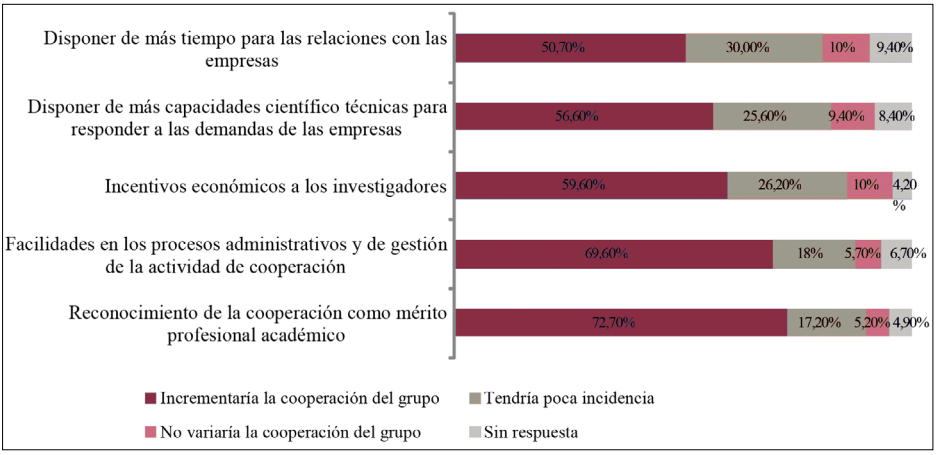


Gráfico 2. Aspectos que producirían un incremento de la cooperación del grupo de investigación con la empresa.

El reconocimiento de la cooperación como mérito profesional académico, a pesar de ser el aspecto más motivador para los grupos independientemente de la CCAA en la que se ubican, se menciona en mayor porcentaje entre los grupos de Canarias que del resto (82,6%).

TABLA 4. RESULTADOS MEDIOS DE: «VALORE EN UNA ESCALA DE 1 A 5 (DONDE 1 EQUIVALE A MUY MAL, Y 5 A MUY BIEN), LOS SIGUIENTES ASPECTOS REFERIDOS A LAS RELACIONES ENTRE LAS UNIVERSIDADES Y CENTROS PÚBLICOS DE INVESTIGACIÓN CON LAS EMPRESAS»

	Andalucía	Canarias	Madrid	País Vasco	Total
La capacidad del personal investigador para afrontar cuestiones prácticas	3,49	3,4	3,36	3,35	**3,39**
La actitud de los investigadores para compartir con las empresas la propiedad de los resultados que obtienen de la investigación conjunta	3,05	2,98	3,11	2,96	**3,07**
La agilidad en la obtención de resultados en la investigación de las universidades y los centros públicos de investigación	2,73	2,72	2,65	2,69	**2,68**
Receptividad de la investigación con las empresas por parte de la comunidad científica	2,73	2,57	2,63	2,62	**2,65**
El reconocimiento de las universidades y centros públicos de investigación del potencial comercial de sus propios conocimientos	2,65	2,42	2,44	2,58	**2,49**
La comprensión de la cultura empresarial por parte de los investigadores	2,54	2,38	2,35	2,43	**2,4**

El conocimiento que tienen las universidades y centros públicos de investigación de las demandas y necesidades de las empresas del entorno	2,52	2,31	2,28	2,49	**2,35**
La capacidad de las empresas para relacionarse con los grupos de nuestra área de conocimiento	2,24	2,22	2,26	2,35	**2,25**
La comprensión de la cultura de la investigación por parte de las empresas	2,13	2,1	2,14	2,13	**2,14**
Los trámites administrativos relativos a las actividades de cooperación con empresas	2,17	1,99	2,02	1,95	**2,05**

En cuanto a la valoración de ciertos aspectos relacionados con la transferencia de conocimiento universidad empresa, se puntúa de manera negativa el reconocimiento de la propia universidad y centros públicos de investigación de su propio potencial comercial; la comprensión de ambas culturas, tanto la empresarial como la investigadora; el conocimiento que tienen los investigadores de las demandas de las empresas; y por último, y peor valorados, son los aspectos relacionados con los trámites administrativos derivados de estas actividades. Para este último aspecto la peor valoración es la realizada por el personal investigador de Canarias y País Vasco.

Con estos resultados parece necesario profundizar en las motivaciones latentes de los grupos de investigación que propician las relaciones con otras entidades. Para ello se ha realizado un análisis factorial de componentes principales[6] teniendo en cuenta once variables sobre motivaciones, donde se analiza el grado de importancia que tienen para el grupo de investigación (tabla 5).

Estos resultados diferenciados entre sí permiten simplificar la interpretación. El análisis reduce los resultados a tres dimensiones o factores. Por un lado los «Motivos para el grupo de investigación», que explica un 38,3%. Este grupo se define por la preocupación del grupo en ser competitivo, mantenerse informados de los resultados científicos y por el mantenimiento de relaciones que le aporten una mejor visión al grupo. Por otro lado, «Motivos para la investigación en general», explica un 13,5% de la varianza y se agrupan motivos que van más allá del grupo de investigación, como la aplicación práctica de sus resultados, la repercusión de los resultados en el bien social u otras entidades, además de mantenerse informados de las necesidades de otras entidades. Por último, los «motivos económicos» explican un 12,5% del fenómeno, e incluye ítems referentes la obtención de bienes materiales por su trabajo.

[6] Una vez realizado el análisis, el fenómeno se reduce a tres factores claramente definidos que explican un 64,34% de la varianza (con un KMO de 0,825).

TABLA 5. ANÁLISIS FACTORIAL DE LA MOTIVACIÓN DE LOS GRUPOS DE INVESTIGACIÓN PARA ESTABLECER RELACIONES CON OTRAS ENTIDADES. MATRIZ DE COMPONENTES ROTADOS			
	Motivos para el GI	Motivos para la investigación en general	Motivos económicos
B3_4. Estar al día en la investigación llevada a cabo por otras entidades	0,782	0,303	
B3_5. Formar parte de una red profesional o ampliar relaciones profesionales	0,72		
B3_6. Acceder a equipamientos o infraestructuras necesarias para las líneas de investigación del grupo	0,693		0,324
B3_3. Obtener la visión externa sobre la investigación científica	0,633	0,477	
B3_11. Contribuir a la resolución de problemas sociales, económicos o técnicos		0,806	
B3_2. Comprobar la validez y/o aplicación práctica de la investigación que desarrollamos	0,319	0,754	
B3_1. Mantenernos informados de las necesidades de otras entidades	0,381	0,631	
B3_10. Intentar la comercialización de los resultados		0,339	0,788
B3_9. Conseguir ingresos como suplementos salariales para el grupo de investigación			0,778
Total varianza explicada (%)	38,338	13,506	12,501

Con las puntuaciones factoriales obtenidas del análisis se establecen tres perfiles de grupos de investigación con motivaciones diferenciadas (tabla 6).

TABLA 6. PUNTUACIONES FACTORIALES			
	Económicos	Socialmente responsables	Beneficios inmediatos
Factor 1 Motivos para el GI	-1,08366	0,07563	0,72196
Factor 2 Motivos para la investigación en general	-0,07416	0,46144	-0,36482
Factor 3 Motivos económicos	0,58088	-0,93528	0,42532

El primer perfil está formado por los grupos de investigación cuyos motivos para la cooperación universidad empresa radican en un beneficio constante de actualización de su conocimiento, el acceso a los instrumentos, así como la obtención de ingresos para el grupo, está formado por un 34,3% del total. El segundo perfil se diferencia del anterior en no tener en cuenta los beneficios directos para el grupo,

y en un interés en la contribución al pensamiento y la producción tanto científicos como sociales, está formado por un 31,1% de los grupos. El último perfil supone una cuarta parte de los grupos de investigación (25%), y está formado por los grupos de investigación motivados principalmente por los beneficios económicos.

TABLA 7. PERFILES POR CCAA. PORCENTAJE POR FILAS

	Económicos	Socialmente Responsables	Beneficios Inmediatos	Sin clasificar	Total
Andalucía	28,90%	31,00%	32,50%	7,60%	100,00%
Canarias	24,40%	30,50%	36,60%	8,50%	100,00%
Madrid	23,60%	30,80%	35,10%	10,60%	100,00%
País Vasco	25,80%	41,90%	25,80%	6,50%	100,00%
Total	25,00%	31,20%	34,30%	9,50%	100,00%

En los resultados por CCAA de las agrupaciones resultantes que se encuentran en la tabla 7, en el caso de Canarias destacan los grupos con un perfil de «beneficios inmediatos», que tenga resultados para el grupo tanto de manera práctica como científica y económicamente. En concordancia con las otras CCAA alrededor de un 30% están posicionados en el perfil «socialmente responsables». Destacan los resultados del País Vasco en el perfil «Socialmente responsables», que se diferencia de manera llamativa frente a los otros perfiles.

4. CONCLUSIONES

Los resultados del estudio muestran la poca experiencia de Canarias en actividades de transferencia de conocimiento universidad-empresa. Sus grupos de investigación son los más jóvenes y sus responsables son los que tienen menos experiencia con empresas de las cuatro comunidades analizadas. Un importante porcentaje de su tiempo es dedicado a las actividades de docencia, siendo el porcentaje de dedicación a actividades de cooperación con empresas de un 4%. Con estos resultados no es de extrañar que la principal fuente de financiación para actividades de I+D sea pública, tanto nacional como regional. En los resultados analizados se muestra la importante relación que tienen los grupos de investigación canarios con las administraciones públicas, tanto como demandantes o receptores de los resultados de investigación. Y en cuanto a las actividades de la cooperación con empresas, posiciona a los grupos de investigación canarios en último lugar.

Sin embargo, a pesar de tener unos grupos de investigación distintos y con menos experiencia en este tipo de actividades, al analizar las respuestas de las motivaciones ante la transferencia de conocimiento no se encuentran diferencias importantes por comunidades autónomas. En Canarias, al igual que en el resto de

comunidades, consideran que el aspecto que más aumentaría la cooperación con las empresas es el reconocimiento de esta actividad como mérito académico, tal y como se ha visto en otros estudios realizados. Obstaculiza también este tipo de prácticas las actividades burocráticas y de gestión necesarias para desarrollarlas. Igualmente los grupos de investigación muestran una actitud pesimista en general en el contexto en el que se encuentra su comunidad autónoma.

Realizando una tipología de grupos de investigación según sus motivaciones ante la transferencia de conocimiento, Canarias no distingue sus motivaciones del resto. Sus grupos están posicionados con la mayoría, que buscan en la cooperación universidad empresa beneficios inmediatos, tanto académicos como económicos.

Los resultados del estudio muestran que los grupos de investigación canarios tienen un contexto, experiencia y trayectoria totalmente distinta a los grupos de investigación de otras comunidades autónomas líderes en transferencia de conocimiento universidad empresa. Sin embargo, a la hora de profundizar en las motivaciones para realizar este tipo de actividades, parece que las variables son comunes a todas las comunidades autónomas, y es la falta de reconocimiento académico el principal freno para incrementar las actividades de cooperación con las empresas.

Recibido: 6-10-2013. Aceptado: 30-10-2013.

BIBLIOGRAFÍA

Ahn, S. (1995). A New Program in Cooperative Research between Academia and Industry in Korea, Involving Centers of Excellence. *Technovation,* vol. 15, núm. 4, pp. 241-257.

COTEC (2007). *Libro blanco de la innovación en Canarias*. Madrid, Fundación Cotec para la innovación tecnológica.

COTEC (2013). *Tecnología e Innovación en España. Informe COTEC 2013.* Madrid, Fundación Cotec para la innovación tecnológica.

González de la Fe, T. (2009). El modelo de Triple Hélice de relaciones universidad, industria y gobierno: un análisis crítico. *Arbor,* vol. 185, núm. 738, pp. 739-755.

González de la Fe, T. y Hernández, N. (2011). Canarias. Las peculiaridades de la insularidad. En Irene Ramos Vielba (coord.) *Una revisión de los sistemas regionales de I+D: Andalucía, Canarias, Madrid y País Vasco.* Madrid. Colección Ideas Cooperación Universidad Empresa.

Guerras Martín, L.A., Montoro Sánchez, M.A. y Mora Valentín, E.M. (2003). La dirección de la I+ D compartida. Características de la cooperación entre empresas y organismos de investigación. *Madri+ d. Monografía: revista de investigación en gestión de la innovación y tecnología*, núm. 6, pp. 68-90.

Lee, Z. y Lee, J. (2000). An ERP implementation case study from a knowledge transfer perspective. *Journal of information technology*, vol. 15, núm. 4, pp. 281-288.

Mora Valentín, E.M., Montoro Sánchez, A. y Guerras Martín, L.A. (2004). Determining factors in the success of R&D cooperative agreements between firms and research organizations. *Research Policy,* vol. 33, núm. 1, pp. 17-40.

Martín Megia, M. y Bravo Juega A. (1999). Resultados de 2000 contratos Universidad-Empresa, *Fundación Universidad-Empresa*, Madrid.

Montoro Sánchez, M.A. y Mora Valentín, E.M. (2006). Hacia una gestión eficaz de las relaciones entre empresas y universidades. *University Bussiness Review,* 10, pp. 38-53.

Poyago-Theotoky, J., Beath, J. y Siegel, D. (2002). Universities and fundamental research: policy implications of the growth of university-industry partnerships. *Oxford Review of Economic Policy*, 18, 10-21.

Ramos Vielba, I. (coord.) (2011). Una revisión de los sistemas regionales de I+ D Andalucía, Canarias, Madrid y País Vasco. Madrid. *Colección Ideas Cooperación Universidad Empresa.*

Siegel, D.S., Waldman, D.A., Atwater, L.E. y Link, A.N (2003). «Commercial knowledge transfer form universities to firms: improving the effectiveness of university-industry collaboration». *The Journal of High Technology Management Research*, vol. 14 (1), pp. 111-133.

MIGRACIONES Y CENSOS: LOS DILEMAS DE CONTAR CATEGORÍAS FIJAS EN CONTEXTOS DISLOCADOS

Pablo Estévez Hernández
bleris84@hotmail.com

Resumen

«Los/as inmigrantes» viene siendo el objeto de estudio de una disciplina acusada de dispersión e inconsistencia paradigmática. Pese a la insistencia de visibilización y reconocimiento de los inmigrantes, poco se ha hecho por dar un recuento epistemológico de su formación como categoría; lo que supondría una revisión que entrevea su genealogía y los efectos ideológicos que han operado en su constitución. En España esta categoría ha sido limitada a una corta génesis y es por tanto reconocida solamente como posfranquista y posmoderna. Este breve estudio pretende explorar las genealogías coloniales y las otras políticas de la población que se ensamblan con las actuales políticas migratorias; así, supone una contextualización histórica y un esclarecimiento de la conexión entre la ordenación de la diferencia colonial y las disposiciones poblacionales en la era de las migraciones poscoloniales, teniendo al censo como testigo y protagonista parcial de todos estos cambios y continuidades.

Palabras clave: censo, población, inmigración, colonialismo-poscolonialismo, nacionalidad.

Abstract

«Migrations and Census. Dilemmas of Counting Fixed Categories in Dislocated Contexts». "Inmigrants" are the key object of a discipline put down by its dispersion and its paradigmatic incosistency. Although claims for visibilization and recognition of the inmigrants, little has been accounted of its formation as a category in epistomological terms; what implies a review that seeks to see its genealogy and the ideological effects involved in its constitution. In Spain, this category has been limited to a short genesis, recognising it as just postfranqoist and postmodern. This brief study tries to explore the colonial genealogies and the other population politics that assemble the nowadays migration policies; it involves a historical contextualization and a clarification of the conection between the order of colonial difference and population dispositions in the Era of postcolonial migrations, having the census as a witness and partial protagonist of all of this changes and continuities.

Key words: census, population, inmigration, colonialism-poscolonialism, nationality.

Revista Atlántida, 5; diciembre 2013, pp. 169-188; ISSN: 556-4924

Siempre ha habido, en todas las épocas, en todas las partes, una nación dentro de cada nación, un pueblo que, aunque conforme una parcela de la población, posee unas circunstancias conocidas por su peculiar situación, no formando, debido a las inequidades políticas con sus otros nacionales, parte del total de esa población nacional, o en caso de que sí, una parte que queda restringida del cuerpo político de la nación.

Martin Delany, citado en Gilroy (1993: 22).

La vida anterior del *emigré* es, como todos sabemos, anulada (...). Porque si algo no está cosificado, no puede ser contado y medido y cesa de existir. O se consigna como *antecedentes*. Esto incluye borrar el pasado colonial y el lastre que supone todo ese componente histórico reinsertado en la patria.

Theodor Adorno, citado en Said (1996: 510).

En tiempos de rápidos cambios políticos la base de la definición nacional puede cambiar y con ella el censo, a fin de acomodar la nueva disposición política.

Anthony J. Christopher (2009: 101).

INTRODUCCIÓN

Hace no mucho tiempo que bastantes de «nosotros» queríamos saber quiénes eran los/las «inmigrantes ilegales». Es decir, un conjunto de cuerpos que empezaban a ocupar espacio con historias trágicas en prácticamente todos los medios de comunicación. Y, quizás, muchos y muchas tengan presente todavía esa incógnita, sobre todo porque, después de mucho tiempo, hemos seguido conviviendo con ellos y con ellas. Antes incluso que los medios, un enorme complejo, una red de información, fuerza y aura conocido como el «Estado-nación español» se interesó también por saber quiénes eran esos cuerpos, que empezó a clasificar como «inmigrantes ilegales[1]». Ante todo, señalaron una cosa que parece obvia a primera vista: estos cuerpos, que arriban a nuestras playas, no son de aquí y no son parte del «nosotros». Así pues, una serie de procedimientos (burocráticos, legales y rutinarios) comienzan a marcar al Otro (Somigliama y Olmo, 2002).

Son muchas las defensas del inmigrante que aciertan a decir que es un colectivo «invisibilizado», ya que muchos aspectos que entran en tramas de derechos

[1] He querido introducir este ensayo con un ejemplo de curiosidad sobre un tipo particular de inmigración, aunque el Estado, como gestor de la diferencia, se encarga prácticamente de todos los tipos de flujos migratorios en su soberanía territorial (e incluso más allá de ésta). Por este motivo mi trabajo también se amplia más allá de este ejemplo inicial.

y reconocimiento humanos son olvidados tanto a nivel social como estatal. Pero para comprender la invisibilización de estos aspectos debemos reconocer primero que los cuerpos del Otro inmigrante son *visibilizados*, clasificados, contados e intervenidos. Desde el momento en que se pisa territorio nacional se pone en marcha una potente y omnisciente maquinaria estatal de reconocimiento. Comienzan los derechos de suelo, comienza la clarificación de la forma de entrada; la explotación, la clasificación y «desmenuce» del inmigrante; el reconocimiento y la vigilancia, la patrulla de policía, el pasaporte, los papeles, el interrogatorio; los trámites, el contrato de trabajo; también se mueve el muestreo de datos en clave macrosociológica, el censo comienza a visibilizar, catalogar y contar. Por último, podemos añadir una combinación más inestable al unir los medios de comunicación a todo este proceso. El inmigrante, de repente, ha aparecido. Todo el mundo lo ha notado, pero todo este esfuerzo por conocerlo, por marcarlo, apenas ha arrojado luz sobre el *quiénes son*. Dentro de lo que se ha llamado «el fenómeno de la inmigración», sobre todo de la llamada «inmigración ilegal», existe un abarcamiento sociológico preocupado por la defensa y el esclarecimiento de las causas de tal fenómeno. Las teorías migratorias, llevadas a cabo por una gran diversidad de expertos, siguen empujando el análisis por esos derroteros, mientras olvidan que quizás tampoco sepan a ciencia cierta la respuesta a esa inquietante y primaria pregunta... *quiénes son*. Creo que esta pregunta tiene una trampa para los teóricos de la migración, una trampa que tiene que ver con el lugar y sobre todo con el momento desde el cual la formulamos. La cuestión del lugar asoma preguntas acerca de la ordenación del territorio, el poder y por lo tanto los accesos a la movilidad (vistos en un mismo plano) y la cuestión temporal remite a las dudas (que pretendo exponer aquí) acerca de entender el sujeto/objeto «inmigrante» como un fenómeno novedoso y de corta génesis. Así pues, habría que lanzarse a estudiar todos los pequeños nodos que hacen funcionar el engranaje del Estado para hacer visible al inmigrante (aquellos mencionados un poco más arriba), pero además habría que estudiarlo *en continuum* con otros procesos de marcación, haciendo uso de una genealogía un tanto más extensa[2], y, quizás, esto nos lleve a un final típico de las películas de suspense, en el cual ya sabíamos quién era el «malo» desde el principio. Ante la ambición de querer entender todo el proceso y todos sus nodos, creo que un modesto y peculiar lugar para empezar esta historia es el censo. Entendido como dispositivo estatal, aunque también como herramienta científica, el censo está en un lugar privilegiado para discernir lo local de lo foráneo y, además,

[2] No obstante, mi propia experiencia investigadora también tiene limitaciones en las genealogías, por tanto que no rastreo las conexiones que pueda haber con los modelos de contención de flujos y admisión poblacional que surgieron en el siglo XVI con lo que Walter Mignolo (2003) denomina la primera modernidad. Los derechos de gentes y la administración colonial en America Latina tienen conexiones con las actuales políticas migratorias, pero como reducción propia, este trabajo explorará tan sólo el último giro colonial español en los territorios del norte de África y Guinea Ecuatorial, pero siempre teniendo en cuenta el modelo heredado de esas relaciones iniciales y el efecto colonial del concepto de Hispanidad.

por su misma esencia y violencia epistémica, ocupa un lugar clave en desatender y fragmentar la continuidad con otros procesos de marcación en el pasado.

La función básica de este estudio consiste pues en discernir los espacios operativos de distintos censos en la conformación de identidades nacionales y la proliferación de nuevas categorías en torno al fenómeno migratorio[3]: «inmigración no comunitaria» (Santamaría, 2008), «inmigración ilegal», «trabajadores invisibles» (Martínez, 2004), «transnacionales», etcétera. Trata de ver su retroalimentación con otras disciplinas de conocimiento y con otras formas bio-políticas de establecer las identidades. En este sentido se trata de ver también a los censos como parte integrante de los aparatos del colonialismo y, una vez «semi»-desarticulada la llamada diferencia colonial, verlos como un texto recurrente que traza continuidades con las nuevas disposiciones del espacio multicultural-poscolonial de la «nación española»[4]. Las razones por las que las categorías étnicas y raciales siguen teniendo su influencia en los censos (aunque modificadas) tienen que ver igualmente con las razones de su interconexión con los primeros censos coloniales, esto es, con la política colonial. Las razones hoy vienen a ser igualmente pragmáticas y se entrecruzan con las políticas de la migración e identificación de los sujetos válidos para la Nación.

Para ello presentaré un recorrido por los problemas del multiculturalismo y la aparición de dichas categorías en España, para de ahí llegar a una última reflexión, tomando el pulso a las teorías de la migración como «disciplina». Con esta revisión, y junto con un revelador estudio de 1955, intentaré reestablecer el cordón umbilical que une la disposición colonial de la población y la inmigración poscolonial. Todo ello servirá como un ejercicio contextualizador para poder comprender una posible versatilidad del censo en los contextos dislocados del mundo global.

NUEVOS EXTRAÑOS/VIEJOS CONOCIDOS

Es bastante notable el hecho de que los esfuerzos académicos revisionistas de la expansión imperial y las consiguientes políticas coloniales están siendo construidas, desde el presente, a través de un prisma que no beneficia una conceptua-

[3] Este ensayo es parte de un proyecto de investigación que pretende ser mi tesis doctoral. La idea principal del estudio consiste básicamente en lo expuesto en la *introducción*: rastrear las operatividades del censo en la configuración de identidades, teniendo en cuenta los contextos coloniales y su continuidad en el modelo democrático-poscolonial español, que viene siendo conocido como un modelo de recepción de inmigrantes. Para ello es curioso movilizar y situar bajo distintas miras las fuentes y herramientas metodológicas mismas de la sociología y otras disciplinas a las que está ensamblada el discurso sobre el Otro. Este ensayo puede entenderse como la contextualización (imbricada con el pasado colonial) de ese modelo nacional y las paradojas que se dan con los encuadramientos del censo.

[4] Este trabajo no sólo observará la nación y el nacionalismo como una construcción o una ideología para el interior de un «espacio nacional» o una «territorialidad» sino que además, problematizando estas dos últimas nociones, intentará observar cómo es narrativizada en la conjunción de distintas dicotomías (metropolitano/colonial, nativo/extranjero, etc.).

lización más elaborada del multiculturalismo, esto es, la historia colonial que se le está asignando (si acaso se asigna alguna) a las explicaciones de la inmigración y la presente diversidad se corresponde con un revisionismo arrinconado y previsible de las políticas nacionalistas de este nuevo siglo. Es, por ejemplo, increíblemente ambiguo el carácter de los debates propuestos acerca del día de la hispanidad con respecto al pasado colonial de América Latina, sobre todo cuando ronda una cierta nostalgia por lo perdido. En palabras de Gilroy:

> Es ciertamente preocupante que cuando la historia y la memoria coloniales logran irrumpir en los estados de ánimo hipnóticos de la cultura consumista contemporánea se presentan, o bien edulcoradas, con el fin de promover una nostalgia imperialista, o bien santificadas, respaldando, al mismo tiempo, las nuevas formas de gobierno colonial que, al servicio de un nuevo orden global unipolar, se están imponiendo a través de medios económicos y militares (Gilroy, 2008: 23-24).

El eco que en los últimos años ha habido en torno al destino funesto del multiculturalismo (especialmente tras el 11-S y el 11-M) crea por un lado un abandono de las intervenciones en políticas sociales con respecto a cuestiones raciales y étnicas y por otro lado a desbaratajes y a usos laxos del concepto de «multiculturalismo». Incluso en casos más extremos, a su desuso y total abandono para dar con teorías que prefieren hablar en términos de «inconmensurabilidad» e «incoherencia» con respecto a culturas: quizás el mejor ejemplo en este sentido sea la tesis de Samuel Huntington (recientemente renovada en interés tras el 11-S) acerca del «choque de civilizaciones» donde se argumenta que el conflicto global de nuestra era no es ya en términos ideológicos sino culturales. A la vez, estas culturas son presentadas como incompatibles e inconexas y por lo tanto proclives al conflicto y, por ende, la asimilación.

Problemáticas añadidas: los «antiguos otros», los que antaño oscilaron por una escala de categorías sociales y en la que muchos coincidieron en «nacionales»: nuestros antiguos colonizados, aparecen en escena en la formación de una España posmoderna y poscolonial, que entraba en los circuitos del capitalismo neoliberal de los ochenta y de las zonas de influencia de la nueva Europa. Esos viejos conocidos aparecieron entonces, pero la actitud y el tratamiento mediático los haría presentarse como unos «nuevos» desconocidos (curiosamente, este momento ambivalente marca en España el apelativo multicultural, al tiempo que nacen sus políticas de intervención en espacios de multiculturalidad).

En este mismo sentido, Enrique Santamaría advierte que la sociología no puede contener su despliegue o producción de conocimientos en torno a algo que llama insistentemente a «sus puertas». Entonces se trata de poner algunos interrogantes sobre la mesa, de cavilar si es realmente posible conocer a ese «Otro» y más aún si es posible conocerlo sin reducirlo ontológicamente. No es extraño, por tanto, que comience su obra (Santamaría, 2002) con uno de los tópicos más arraigados de la propia sociología: su insuperable *crisis*. En medio de esta tensión se sitúa una cuestión que problematiza cualquier tipo ideal (en un sentido weberiano) que se proponga para contener la realidad misma. La proliferación de

etnicidades y no sólo de ellas sino también de diversas formaciones sociales en los últimos años dan cuenta de otra explosión discursiva en torno a lo denominado «heterogeneidad sociocultural» (al que también podemos dejar como un nodo en los enlaces posmodernos que articulan el lenguaje del pluralismo, la diversidad cultural y el multiculturalismo; por mucho que hoy algunos lo consideren, tras el desenlace post-11-S, un «cuerpo muerto y abandonado tras haber nacido» o situar nuestro momento como el de «la crisis de la sociedad multicultural»; véase: Gilroy, 2008). Pero

> [L]a complicación de la realidad social no sólo queda circunscrita a la diversidad, variabilidad y desigualad que recorre y configura los agrupamientos humanos, también remite al hecho de que la realidad social no es real, sino que, como en el caso de los números, es compleja, esto es, es real e imaginada (Santamaría, 2002: 30).

Entonces, junto con una gran diversidad de autores, Santamaría siente la turbulencia que está provocando parte de lo que el materialismo más ortodoxo y el positivismo más impedido niegan: la importancia de las representaciones[5]. Cerca de Norbert Elias, aunque tampoco muy lejos de otro sociólogo (de la ciencia) como lo es Barry Barnes («no hay mayor mito que una ciencia libre de mitos»), Santamaría propondrá la sociología como «cazadora de mitos» para dar un mayor sentido a la investigación acerca de la *imagen* del inmigrante.

Aunque este es un espacio demasiado escueto para plasmar una crítica al trabajo de Santamaría, si me gustaría, aun con esto, comentar un problema en parte metodológico (o lo que podríamos llamar un problema de proyección) en su obra:

> Desde mediados de los años ochenta asistimos a la lenta, aunque no por ello menos inexorable, constitución de una nueva categoría social (Santamaría, 2002: 1).

Sería injusto considerar el trabajo de Santamaría como un trabajo *a*histórico, aun así, aunque asume un concepto como el de «migraciones poscoloniales», no constata líneas de continuidad en las categorizaciones e identidades propias de la era post-Segunda Guerra Mundial con las puestas en marcha en la era colonial (aunque sea para mostrar cómo se han dinamizado: desde la estrechez binaria de aquellas, a las movidas, fluidas y descontextualizadas de las actuales; si bien una categoría como «inmigración no comunitaria» parece bien fijada en nuestros tiempos, no deja de ser cierto que en lo académico ha proliferado una visión más diversificada de las categorías sociales, tanto en las de etnia como las de género y clase). En este sentido es obvio que una mayor implicación histórica en la formación (o en la continuidad) de la categoría clave de este trabajo tendría que no sólo revisar

[5] Aunque la lista de nociones «no-materiales» de Santamaría es más larga, yo propongo la de las *representaciones* en el sentido general en el cual Staurt Hall propone el término, agrupando, no sin problemas, las expuestas por Santamaría. (Véase Hall, 2003).

la teoría sociológica sino también alumbrar las líneas de enganche junto con otras disciplinas; principalmente con la antropología, porque fue ésta la que se encargó de lo que la sociología está haciendo ahora con los actuales inmigrantes (con eso que Santamaría nombra como una categoría nueva, surgida en los ochenta). Fue la antropología la que por primera vez dio un testamento científico del «Otro» y la que aportó sucesivas categorías que, en mi opinión, no podemos tomar como desligadas o desconectadas de las actuales. Aun proponiendo una crítica a las reducciones del funcionalismo, Santamaría reduce su propia revisión a aquello que precisamente hacía insostenible a aquella escuela, su poca «memoria» social (o su poca atención a ésta). Lo que cabría preguntarse entonces es si realmente Nuestros Otros (nuestros antiguos colonizados), una categoría que explicaré con más precisión a lo largo de este texto, siguen con nosotros y si en los levantamientos censales los contamos de otra manera: ¿Qué cuenta el censo nacional cuando cuenta inmigrantes? Y en el caso español, donde no se cuentan categorías étnicas: ¿Qué ocultan o qué nuevos rótulos se establecen para contar a los «nuevos invitados», temporales o no, de la Nación?

Aunque en algún sentido peque de poca variedad de enfoques explicativos de la migración en su formulación (tampoco es su cometido), no deja de tener razón Kobena Mercer, desde su particular punto de vista acerca la especificidad post-imperial de los sujetos negros inmigrantes en Gran Bretaña, al sentenciar: «*estamos aquí porque una vez ustedes estuvieron allí*» (Mercer, 1994). Algo a tener en cuenta si vamos a hablar de «migraciones poscoloniales», tal como lo nombra Santamaría (2002).

EL CENSO Y LA NACIÓN

Toda base epistemológica de la operatividad del censo quedó igualmente ensamblada con la racionalidad que Max Weber intuyó en el Estado moderno. Entonces es preciso presentar, a priori, al censo como un recurso del Estado-nación sobradamente legitimado, pero no sólo ya en el ámbito de la soberanía nacional, sino luego también como una fuente estadística incuestionable de base de estudios sociodemográficos, para más tarde pasar a tener otro patrón de utilidad (con la emergencia de una consciencia global) como recomendación o requisito de los organismos internacionales y los llamados países desarrollados sobre el control demográfico de los del Tercer Mundo. Que estas tecnologías articularan la nacionalidad hacia el interior del territorio nacional no resta importancia al hecho de que fueran igualmente aplicadas en las colonias. Esto nos muestra otro tipo, bastante discutido, de articulación del Estado nacional moderno europeo, en tanto que las políticas de la identidad son definidas en contraposición a su Otro colonizado (Said, 2007; Bhabha, 1994). Esto implica, en este trabajo, fijar una serie de coordenadas sobre el tema de las políticas de la diferencia en la era poscolonial.

Pero el Estado-nación persistió con el avance del capitalismo y hoy volvemos de nuevo a establecer pronósticos acerca de su destino funesto como orden socioeconómico relevante en las relaciones internacionales y en los terrenos inherentes a

su antigua soberanía sobre la población, el territorio y la justicia[6]. Esto no ha querido decir, obviamente, que el nacionalismo no se haya visto potenciado en lo que comúnmente denominamos ya como la era de la globalización. La proliferación de etnicidades y el estatus central que ha adquirido la «identidad» en los últimos años no han ido parejos al antiguo reconocimiento que teníamos del Estado-nación como mistificador de la identidad sino han vuelto la mirada a las formulaciones étnicas surgidas contextualmente en los flujos globales, articuladas en espacios diaspóricos y complejizadas por las nuevas formas de circulación de información a través de las nuevas tecnologías electrónicas (Appadurai, 2005; Castells, 2003).

Ante este panorama, donde la fuerza de la imaginación provoca proyectos étnicos nuevos, refuerza viejos y donde la fuerza del Estado para homogeneizar las etnicidades en una sola cultura nacional está abocada al fracaso, las tecnologías que fomentaron la proliferación de los Estado-nación tienen que ser revisadas. Si bien es cierto que las nuevas tecnologías informáticas llevan ganando peso en la era post-electrónica sobre «los precursores» inventos de la Modernidad, como la máquina de vapor y la imprenta; el censo parece sin embargo mantenerse como un dispositivo válido para el Estado y para las políticas nacionales e incuestionado epistemológicamente. Es más, el censo, como una abstracción de la población representada en volúmenes publicados por el Estado, es ahora digitalizado y su metodología de recuento se ha visto igualmente atravesada por los recursos informáticos. El censo pasó entonces de ser de un texto a un hipertexto y su contenido (la población), como las nociones de Modernidad, la Nación y la Historia, ha comenzado a presentarse fluido y contextual. Es en este sentido que los esfuerzos intelectuales que han intentado abordar críticamente su contenido y su operatividad, como puede verse por ejemplo en Estados Unidos a través de la obra de Melissa Nobles (2000a y 2000b), han acumulado energías en ver su mutabilidad; porque las categorías donde se agrupan los recuentos han cambiado de ser entes monolíticos a grupos más fluidos (eliminando recientemente las nomenclaturas raciales). El criterio de adscripción étnica ha cambiado igualmente su estructura «abajo-arriba» y ha permitido a los censados considerar su propia condición racial y étnica. Éste es un problema me-

[6] Aunque no deja de ser cierto que los nuevos pronósticos (o análisis actuales) cuidan todos los detalles y permanecen atentos a cómo se comporta el Estado-nación ante los nuevos cambios. Esto presenta un cuadro marcado de ambigüedades ya que pese a los pronósticos se presentan con igual importancia las resistencias, nuevos dinamismos y el «regreso» de la fórmula Estado-nación, que si bien era erosionada con el contacto masivo de información se puede replantear su protagonismo ante sucesos como el 11-S o el 11-M que revivieron las afirmaciones territoriales e intensificaron las políticas internas (Castells, 2003: 370-377). Habría que añadir dos notas presentes a esta pequeña evaluación que presenta Manuel Castells, que tiene que ver con dos acontecimientos que seguro cambiaran nuestro entendimiento de los flujos de información y sus codificaciones y posibilidades de cara al Estado-nación: relacionado con las tecnologías de comunicación y el acceso público a los archivos estatales están la difusión de los cables por Wikileaks y en segundo lugar las revoluciones que se están produciendo en el mundo árabe, como una reformulación nacional extendida a un ámbito mayor y que seguro creará ciertas disrupciones en las relaciones Oriente/Occidente post-orientalistas. Por último hay que añadir las movilizaciones del 15-M.

todológico clave para este trabajo. Revisar los censos actuales no es lo mismo que revisar los archivos coloniales, donde podemos visualizar las sendas que conducen a los atravesamientos ideológicos que formarían las categorías étnicas, raciales y culturales del censo. En el caso de España estas divisiones étnicas o raciales no han estado tan patentes como en el caso estadounidense, sus políticas de la diferencia son bien distintas. La noción de población en España no está atravesada por etnicidades, como es igualmente el caso de Francia. Sin embargo, es aquí donde la inmigración (al igual que en Francia) está provocando cierta tendencia a reclasificar su sentido monolítico (Blum, 2002)[7], porque aunque nuevas categorías sociales especifiquen las diferencias que provoca el capitalismo tardío, éstas estarán teñidas siempre de anquilosadas expresiones racistas (Bauman, 2005).

La insistencia del censo en la inmigración puede comprobarse en el apartado del INE dedicado a este fenómeno[8]. Puede resultar un esfuerzo bastante interesante revisar este apartado relacionándolo con lo que se podría denominar una recuperación de la diferencia en las categorías censales; revisar esto en consideración del fenómeno tomando una serie de periodizaciones donde se compruebe si hay o no relación entre modificaciones en los censos nacionales y las distintas regularizaciones de la política migratoria en España[9], pero como intenté mostrar más arriba, esto supondría tomar la inmigración y la nacionalidad sin su intrincada experiencia colonial. Los censos coloniales pueden ser entonces un preciso objeto de estudio para mostrar una avanzadilla, un primer esfuerzo genealógico del mismo censo en España, ya que el censo metropolitano pudo establecerse en función del censo colonial, de la enumeración del Otro. Habría entonces que preguntarse: ¿En qué medida son los censos coloniales, las enumeraciones y categorizaciones habidas en ellos, unos antecedentes de los censos nacionales en la era poscolonial? En otras palabras: ¿Podemos rastrear en estos censos una genealogía de las demarcaciones actuales? ¿Puede el proyecto nacional explicar sus nociones de *admisión* sin esta parte de su pasado?

Puesto que éste es un trabajo que gira en torno a la migración, las políticas que se tendrán en cuenta se fijarán en los flujos y un movimiento conjunto que

---

[7] La pregunta que se formula Alain Blum es ciertamente interesante en este sentido y debería ser extrapolada al caso español: ¿Se deberían crear nuevas categorías estadísticas para comprender y mejorar la calidad multicultural del país? ¿Cómo usar la demografía en este sentido? (Blum, 2002).

[8] Véase: http://www.ine.es/daco/daco42/inmigrantes/inmigra_cues.htm y http://www.ine.es/daco/daco42/inmigrantes/inmigra_meto.pdf

[9] Para un estudio de las regularizaciones de Ley, véase el trabajo de Xavier Rius Sant (2007). Es preciso notar que una de las regularizaciones más importantes, la de 1991, que venía acompañada con el nacimiento de Andalucía, acoge, por los problemas con el muro de Algeciras y por los subsiguientes acuerdos hispano-marroquíes, coinciden con la introducción, el mismo año, de 5 preguntas específicas dedicadas a migración en el censo. En el informe metodológico del censo se podía leer: «Otro rasgo característico de estos Censos ha sido la importancia dada al estudio de las migraciones, habiéndose introducido un total de cinco preguntas dedicadas específicamente a este tema. Es de esperar que, de este modo, se haya cubierto suficientemente la laguna estadística que existía hasta ahora en esta materia, especialmente relevante dada la creciente influencia de los fenómenos migratorios en la evolución demográfica de las poblaciones» (INE, Censos de población y vivienda, 1991).

Sandra Gil Araújo percibe entre la colonialidad del poder y las políticas de migración (Gil Araújo, 2010).

ETNO-FRAGMENTACIÓN, DESTERRITORIALIZACIÓN Y EL DEVENIR DEL CENSO

Nuestros Otros[10] conforman hoy la «incógnita del extraño» (Santamaría, 2002). Enrique Santamaría nos brinda, en un tono constructivista y brillante, muchas de las pistas acerca de la representación del Otro inmigrante en el imaginario social nacional. Lo que he querido argumentar aquí es que estos nuevos desconocidos, extraños y exóticos sujetos sociales, ya existían de una manera distinta en los imaginarios coloniales y nacionales del siglo pasado. Ahora que el censo nacional se preocupa en enumerarlos, es vital comprender que estas operaciones de distinción y de representación numérica (por cierto, un tipo de representación ligada a la imaginación del proyecto nacional, como nos recuerda Benedict Anderson: 2006) también eran constantes, problemáticas e intrincadamente ideológicas en el proyecto colonial español. Esa fue la crítica que intenté realizar a Santamaría y que no reclamo ser enteramente mía, ya que otras con más bagaje y autoridad en el campo de las migraciones sí han observado las políticas de la diferencia actuales en relación con el pasado colonial. En un ensayo de Sandra Gil Araújo (2010) se intenta ver la implicación de clasificaciones imperiales históricas con la afinidad étnica en la admisión de los inmigrantes en España hoy día. Para ello la autora no ha tenido miedo de hablar de «afinidad étnica» como de un claro marcador sociocultural y racial basado en distintas variables y que atiende a las relaciones sociohistóricas de la metrópoli española y sus colonias. De ahí que, bajo esta óptica favorecida por las divisiones de la colonialidad del poder, se establezca un vínculo entre «ciudadanía, identidad nacional y clasificaciones étnico/raciales» (Gil Araújo, 2010:179). La acumulación de capital internacional y la manera en que estas clasificaciones, además de las sexuales, son articuladas por las políticas migratorias permiten definir, según la autora, a España como una «sociedad etno-fragmentada» (Pedreño en Gil Araújo, 2010: 183).

Esta etno-fragmentación al interior de las denostadas fronteras del «territorio nacional» siguen, pese a las reterritorializaciones que se quieran tomar en cuenta

[10] Por «Nuestros Otros» entiendo un tipo de construcción de la otredad, relacionada con ciertos puntos de intersección que pueden verse, por ejemplo, en las características del africanismo español. Estos puntos no deben leerse como núcleos de afinidad o como superación de la política colonial en la ordenación de la diferencia (étnica o racial) sino como una otredad que se define en función de diferencias entre potencias coloniales (separando «otros» de «otros»). Aquí la he nombrado para el caso español pero el concepto puede tener mayor alcance dentro de las metrópolis euronorteamericanas. «Nuestros Otros» funciona entonces con un mayor grado de ambivalencia (Bhabha, 1994) e incluso con fuertes contradicciones identitarias. Si la identidad funciona paradójicamente, aquí el plano es ciertamente más complejo en su construcción socio-histórica.

(pero sobre todo aquellas tomadas tras el 11-S y el 11-M), redefiniendo los términos étnicos y poblacionales del sentido posmoderno de la globalización. Así es como una gran variedad de autores ha preferido describir/comprender nuestro particular momento global; en términos de fluidez y deslocalizaciones.

Es en esta tesitura y recogiendo el amplio marco propuesto por Appadurai (2001) donde podemos entrever los movimientos de personas, los giros del capital, el pasado colonial y las otras variables que recrean los llamados paisajes étnicos junto con las imágenes y fragmentos de hiperrealidad que componen los paisajes mediáticos; en ellos se reencuentran el viejo conocido y el nuevo extraño, el inmigrante con la fantasía de su representación, y así, las ordenadas cadenas de pregunta-respuesta o emisor-destinatario quedan frágiles y descontentas. Por presentar el panorama en palabras de Appadurai:

> Es en el campo fértil de la desterritorialización, en el cual el dinero, las mercancías y las personas se persiguen unos a otros sin cesar a través del mundo, donde los paisajes mediáticos y los paisajes ideológicos del mundo moderno encuentran su demediada y fragmentaria contraparte. Porque las imágenes y las ideas producidas y puestas en circulación por los medios de comunicación de masas, a menudo, son sólo parcialmente una guía de los bienes y experiencias que las poblaciones desterritorializadas suelen pasarse unas a otras (Appadurai, 2001:15)

En este contexto parece obvio preguntarse tres cuestiones que tienen que ver con el levantamiento de un censo: ¿Qué papel tiene el Estado y cómo precisa controlar, ordenar y hasta representar a la población bajo su soberanía? ¿Qué información procura el censo si su operatividad queda encerrada por escuetas franjas, siempre nacionales, siempre delineadas, y que no captan la fluidez descrita arriba? ¿Cómo ensambla el censo todos los elementos, todos los grupos, la etno-fragmentación y la influencia del capital y la globalización en el fenómeno migratorio al interior de la Nación? La primera pregunta es la migraña de la teoría social actual, especialmente aquella dedicada a la globalización y los estudios migratorios además de para aquellos estudiosos del Estado en la actualidad. La segunda, como vengo intentando demostrar, es la aportación más importante que este trabajo puede presentar para los estudios migratorios. La tercera supone el desafío, no sólo para aquí, sino especialmente para aquellos que desde distintos campos quieran seguir tomando al censo como fuente primordial en estudios de antropología, geografía, sociología, demografía, etc.

¿Debería existir una lógica que haga posible la ecuación contextos dislocados = censos fragmentados? Aquí vuelvo de nuevo a mi vieja pregunta: ¿Qué tipo de censos esperamos en el futuro? ¿Mantendrán su fórmula estatal-soberana o pasaran a equipararse con los informes sociológicos actuales; establecerán la equivalencia cuestionada arriba? Desde luego, este no es un trabajo que pretenda ser premonitorio. Estas últimas preguntas no pueden ser resueltas en esta futura investigación. Conviene más fijarse en cómo se re-estructuran las políticas estatales y migratorias ante estos flujos y cómo «cortan» y «ordenan» el flujo mismo. Es así como dos fuerzas opuestas se están encontrando: la desterritorialización y la reterritorialización. Una

recrea nuevos paisajes y al mismo tiempo «desencializa» los componentes vitales de la Nación. La otra refuerza el control, repatría objetos y personas y redefine lo nacional, recreando de paso al «extranjero». En este esfuerzo se encuentra al inmigrante, al Otro inmigrante, y se podría adelantar la respuesta de que quizás los censos que esperamos en el futuro no tengan que ser fieles a ninguna ecuación lógica ya que el censo funciona autónomamente en este sentido, y sólo responde coyunturalmente junto a sus otros ensambles, aquí mencionados.

NUESTROS INMACULADOS Y LA NOSTALGIA IMPERIALISTA: UN RASTREO DE LA ASIGNACIÓN NACIONAL Y DE LA AFINIDAD ÉTNICA EN LA ERA DE LAS MIGRACIONES POSCOLONIALES

¿Cómo siguen conectados los esfuerzos reterritorializadores del Estado-nación y las versiones coloniales del estatus nacional con respecto a la aparición de desterritorializados adentro de las fronteras? ¿En qué punto se solapan si pretendo sostener que existe tal conexión? Se deben plantear estas preguntas si queremos comprender ahora el contexto específico de los recuentos de categorías fijas; en cierto sentido se trata de preguntarse qué maniobras y qué justificaciones definen lo nacional y la nacionalidad (en los contextos nacionales) y cómo operan las formas de admisión. Ahora bien, aquí me ceñiré a dos materiales que sirven de cordón umbilical entre la asignación colonial de nacionalidad y una radiografía de la afinidad étnica en las políticas migratorias actuales, para luego intentar presentar un concepto que puede ayudar a seguir contextualizando este trabajo en este preciso momento, dislocado y desterritoralizado.

El primer trabajo se publicó en 1955, a través del Instituto de Estudios Africanos y se trata de una conceptualización documentada sobre distintos aspectos relacionados con la nacionalidad en los territorios coloniales. El libro de Manuel Lozano Serralta (1955) parte de la idea de que los humanos estamos irremediablemente divididos por una serie de factores, al igual que estamos unidos por otros; factores que son inamovibles y naturales y que por lo tanto hacen presentar la Nación y la nacionalidad como entes naturales que luego han de ser regidos por leyes. En este sentido Lozano está funcionando con una dialéctica que encuentra, con la teoría sociológica del asociacionismo y las comunidades de Ferdinand Toennies, su legitimidad académica. Así, se puede discernir entre una «comunidad nacional», natural y con un objeto precedente a la iniciativa individual, y una «sociedad estatal» que nace del seno de los individuos que conforman la sociedad (Lozano, 1955: 8-14). Centrándose ya en ese plano societal, Lozano concluirá en que, en última instancia, la nacionalidad se expresa por una relación del individuo con el Estado, que también, en última instancia, ordena y gestiona las diferencias humanas:

> Así, pues, la *nacionalidad* es vínculo recíproco entre el individuo y el Estado o más bien cualidad de un individuo de estar en tal situación de vinculación. Pero en realidad, semejantes definiciones son bastantes imprecisas: también el extranjero (residente) tiene un cierto vínculo de derechos y deberes con el Estado del que

> es huésped. El nacional goza de una posición jurídica especial (...) en el interior goza de unos derechos distintos —más intensos— que el extranjero. También sus deberes tienen ora más rigor, ora menos. Luego la dicotomía nacional- extranjero se funda y tiene razón de ser porque el ordenamiento jurídico extraerá de ella diversas consecuencias. Si no existieran estas consecuencias no tendría sentido la misma (Lozano, 1955: 12).

Se vislumbran aquí los principios de redefinición, algo tímidos e indecisos todavía, de lo que este debate, en torno a esta misma dicotomía nacional-extranjero, daría de sí; en un momento en el cual los extranjeros no suponían un «peligro» para las diversas cuestiones nacionales; ya sean estas económicas, culturales o jurídicas.

¿Por qué este estudio, que une y vincula la nacionalidad con el hecho colonial, justo en ese momento? El año 1955 no es ninguna casualidad. Para empezar, el africanismo español franquista empieza a interesarse por las nuevas posibilidades económicas en las colonias, pero lo hace justo en un momento en el cual «el hecho colonial se encuentra en crisis» (Lozano, 1955: 41). En segundo lugar, la década de los cincuenta, con fuertes antecedentes en la década anterior, debe ser tomada en cuenta como la década de la redefinición nacional española bajo los parámetros del franquismo. Ambos aspectos están relacionados y un pequeño viaje por las oscilaciones, el interés africanista, los primeros estudios antropológicos y los primeros censos coloniales españoles en el África occidental tienen que ver con esta primera reflexión, con este primer libro en el cual se encuentran teorizados el interior y el exterior, lo colonial y lo nacional, todo en un mismo plano.

Así es que en este trabajo, que se publica el mismo año que los *Estudios saharianos* de Caro Baroja (2008 [1955]) y a dos años del estudio de Beato y Villarino (1953) sobre la capacidad mental del negro de Guinea, se asienta como la abstracción teórica *sobre la ordenación de la diferencia en el contexto colonial en función de lo nacional*, lo que devuelve al objeto clave del censo colonial a los trazos de la nacionalidad; un debate que estuvo olvidado en algunos estudios ya clásicos del nacionalismo europeo (por ejemplo, en Ernest Gellner). Para ello Lozano no duda en equiparar la raza con el país o el origen.

> Sin embargo, el que la línea divisoria entre las razas sea frecuentemente arbitraria, no debe conducir a considerar las razas como algo imaginario. No, las diferencias raciales, *entre distintos países*, por más que tengan un alcance relativo, son cualidades susceptibles de perpetuarse por la herencia biológica, si bien el intercambio entre dos razas conduce a su eventual fusión en un grupo único (...) la raza se refiere a la población de (...) una unidad geográfica, y se define *modernamente* por la mayor o menor frecuencia de genes en los individuos de una misma (Lozano, 1955: 43. Cursivas añadidas).

Contenida territorialmente, la raza también queda definida, como diría Alexandra M. Stern (1999), en figuraciones micro-macro: en la referencia geográfica y estadística de la población y el territorio y «modernamente», como dice Lozano, observando la mayor o menor frecuencia de genes. Es por eso que en esta obra se nos da una pista de que su autor estaba al tanto de los cambios producidos en los

consensos científicos pos-1945 y en las últimas formulaciones del humanismo biológico (Haraway, 2004); y no sólo se rinde a ellos sino también a la «superación» que la cristiandad hacía de la superioridad racial (Lozano, 1955: 44). «Modernamente» (o casi «posmodernamente»), también, Lozano resemantiza el hecho colonial para la nueva tesitura, cambiando «las colonias» por «los territorios dependientes» (Lozano, 1955: 45), en ellos puede quedar clara la ambivalencia con respecto a los determinismos biológicos; en tanto que la barrera de color puede ser arbitraria pero en tanto que aún no puede desarticularse del todo la diferencia racial y donde la ley y la jurisprudencia nada pueden hacer a las costumbres, económicas y sociales, que perpetúan la desigualdad en esos territorios dependientes.

Quisiera presentar algunos titubeos en las valoraciones de la asignación nacional en la obra de Lozano. En su análisis de los territorios de Guinea se dice que, pese a la relativa «juventud» de la acción colonial española, no se duda de la nacionalidad española en la colonia, efectiva desde el «jure» que hacía a Guinea perteneciente a España, aunque «Si bien el nomadismo e indeterminación propio de las sociedades tribales, esta nacionalidad se hallaría en un estado digamos *informe y sin posibilidad de una clara delimitación*; por otra parte la nacionalidad no es en concepto de ciudadanos, sino de súbditos como privados de los derechos políticos y del estatuto propio de los españoles ciudadanos» (Lozano, 1955: 67. Cursivas añadidas). Con las coordenadas que expuse arriba para saber el porqué de esta obra, podemos ver en qué sentido las mismas categorías dispuestas en jurisprudencia son correlativas de las categorías censales, ya que este estudio tiene como precedente el importante censo llevado a cabo en 1952 en toda Guinea (Gobierno General de los Territorios de Guinea, 1952) y que sentaba las bases de diferentes estudios científicos sobre la población nativa. Con Lozano se articula no sólo el derecho colonial sobre estos súbditos, sino también lo definido como nacional-metropolitano poniendo atención a las relaciones internacionales; las coordenadas así lo muestran y eso pese a que todavía las presiones para descolonizar por parte de la ONU no se han hecho efectivas en el momento en el cual Lozano escribe este libro[11].

Por último aparecen, apenas (aunque muy significativamente), tres páginas que pueden actuar de ligazón con la segunda parte de esta pequeña exposición. Un capítulo dedicado a la migración, la nacionalidad y el estatuto colonial parece premonitorio para con las problemáticas que se tratarían mucho después (y en España con mayor tardanza incluso que en otros países europeos). El capítulo ocho, titulado «Los problemas migratorios y otros de política de nacionalidad» afirma que en 1955

[11] Un año antes Miguel Molina publicaba su *Contribución* (1954) para el caso de la población saharaui, donde se recalaba también en las ambigüedades de la clasificación étnica del censo. A su vez varias matizaciones acerca de la nacionalidad en los territorios saharauis habían sido tomadas en cuenta prematuramente, en 1947, antes incluso de la incursión de estos intelectuales que, como Caro Baroja y Molina, sentaron las bases científicas del conocimiento de Nuestros Otros. El 20 de julio de 1946 se creaba el Gobierno del África Occidental Española para mantener la «unidad de la política indígena» al tiempo que había una «cierta entrada de las colonias al derecho metropolitano, pero respetándose al mismo tiempo las instituciones indígenas, como era natural...» (Lozano, 1955: 80).

el tema de las políticas migratorias en España no llega a ser el problema que sí es visible en la crisis del colonialismo. Lozano está atento y es sensible a los cambios que se pueden producir con la inmigración y con lo que antes se adelantó como las consecuencias de la desterritorialización y la dislocación:

> El mundo civilizado, superficialmente dividido, tenía un foco común en sus costumbres, sus creencias y sus leyes; hoy con el acceso de los pueblos orientales y africanos, se presenta un nuevo factor capaz de cambiar las características étnicas si se deja abierta la inmigración y buen número de indígenas viene a establecerse a la metrópoli. Pero este problema no se ha presentado en España, país de natalidad expansiva. Con todo no está demás decir que el tratamiento a este respecto de los súbditos y protegidos ha de ser análogo al de los extranjeros (Lozano, 1955: 111).

La sensibilidad del autor para con los cambios étnicos en Europa queda manifiesta en diversos ejemplos en que nombra la similitud con el caso francés (especialmente en los momentos en que se pretende esclarecer la regla y la excepción a través de la diferencia y los derechos del «nacional» y del «ciudadano»). Es curiosa una nota al pie de página de esta última cita en la cual se constata la «agudeza» del caso francés del cual Robert Fonville (en *De la condition en France et dans les colonies françaises des indigènes des protectorats français*, 1924) asegura que la inmigración tendrá y tiene consecuencias negativas por las «enfermedades endémicas», la «baja capacidad laboral» y sobre todo la «gran diferencia de costumbres y espíritu». Pareciendo que toma nota de su homólogo francés para el caso español, Lozano nos dice que Fonville «Aconseja una reglamentación restrictiva de la entrada en Francia, sin prejuicio de extremar los lazos con las poblaciones indígenas, dándoles las mayores facilidades y asimilándolos en el mayor número de materias a los franceses» (Lozano, 1955: 111, nota al pie nº 112).

Ese problema, que para Lozano no se había «presentado en España», por fin llegó a hacerse «realidad», llegando en la década de los ochenta y apareciendo de la mano de una inestable combinación de medios de comunicación, estudios sociológicos y representaciones populares basadas en imágenes estereotipadas (Gil Araújo, 2010; Santamaría, 2002). Esta segunda parte comienza con el reconocimiento de dos textos que suponen mi segundo ejemplo para describir las complicaciones de contar categorías fijas en contextos ciertamente dislocados. Por dar una rápida e incompleta justificación para la aparición de mis dos ejemplos, diré que, en tanto el fenómeno migratorio ha ganado peso en la erudición científica, sobre todo en el ámbito de las ciencias sociales, se ha hecho necesario revisar lo entendido por «estudios migratorios» y de paso presentar críticas, carencias y problemas internos y externos sobre esta «novedosa», por lo menos ahora que afecta a Europa (Sebastiani, 2009), disciplina.

Situados enfrente de un torrente disperso de obras, autores como Joaquín Arango, por poner un ejemplo, se han encargado de este imprescindible trabajo crítico-historiográfico. En una revisión concisa de lo que podría ser considerado como estudios migratorios, su ensayo (Arango, 2000) cumple con dos objetivos que son de gran interés para la reflexión en torno a los procesos migratorios actuales. En

primer lugar, es una completa revisión de estudios que tratan, desde diversos enfoques, el problema de la migración (muchas veces indirectamente), de este modo se han convertido en una suerte de clásicos u obras referentes. Arango los presenta bajo lo que podríamos llamar diferentes «paradigmas» o escuelas. En segundo lugar, se trata de un intento conciso de presentar una crítica epistemológica al mismo tiempo que revisa estas obras. Este último objetivo del ensayo de Arango viene justificado en el sentido de que este conglomerado de textos de referencia no ha sido nunca un conjunto coherente que explicara la migración. De ahí viene mi uso de las comillas que usé arriba para arropar la palabra paradigma. Si tomamos este término como habitualmente viene siéndolo desde Thomas Kuhn tendríamos que hablar de un conjunto coherente de conocimientos, con un objetivo y objeto de estudio delimitado y además inconmensurable con otros paradigmas que pugnan por lo que el autor llamó la «ciencia normal». Por esta razón el autor presenta su revisión como la de unos «modelos... generalizaciones empíricas... y sólo rara vez teorías reales». Sus formas inconexas con otros postulados históricos distan de los modelos de historia de la ciencia a los que tan acostumbrados estamos a leer, no sólo ya con Kuhn, sino también con Karl Popper (ya que es poco «lo acumulativo» en este área). Este es sin duda el objetivo más complicado del ensayo de Arango, porque realmente no ha existido un campo disciplinar único y exclusivo para el estudio de las migraciones y, sin embargo, en la era poscolonial venimos necesitando teorías más dispuestas a resolver las nuevas problemáticas que surgen de un entendimiento más caótico de las migraciones.

No viene a ser ésta la primera vez que Arango se encuentra con un «vacío» teórico; un parecido despliegue presentó al revisar la insigne, para los demógrafos, teoría de la transición demográfica (Arango, 1980). A diferencia de lo que he expuesto aquí, el autor comentaba que aunque no fuera en sí misma una teoría (ya que presentaba varias generalizaciones), sí podía ser en cambio un paradigma en el sentido de Kuhn, aunque no entraba a discutir las problemáticas de éste.

Aun con esto y ante esa innegable «fragilidad epistemológica», el autor realiza un esquema con unas obras «fundadoras», unos antecedentes en la explicación neoclásica y un variado mosaico contemporáneo bastante representativo de lo que podría ser una estrategia transdisciplinar en este ámbito.

Mi segunda parte del material acerca de las problemáticas de definir la nacionalidad y de estructurar la admisión supone una crítica a algo más que un déficit en la disciplina de los estudios migratorios. A mi juicio, Sandra Gil (2010) ha dado un giro interesante en el entendimiento de las migraciones al proponer un prisma que permita vislumbrar las colonialidades del poder y los procesos de admisión. Para ello, se dice en su ensayo (Gil Araújo, 2010) que las conexiones que habilita el esquema «periferia-metrópoli» no deberían dejar de ser usadas en los estudios migratorios para entender los modernos flujos de migración. Esto es lo que llevo planteando a lo largo de estas páginas e implica no olvidar parte de los sistemas de dominación que están detrás de estos flujos, aunque es preciso advertir que con sólo este esquema no avanzaríamos gran cosa en el entendimiento de un fenómeno tan escurridizo para las ciencias sociales. El panorama presentado arriba (con Appadurai), aun siendo más inextricable, supone una mejor radiografía, aunque

siempre basada en la incertidumbre. No obstante flaquea a la hora de revelar los procesos hegemónicos y de dominación (por sólo observar la cuestión en términos de homogenización y heterogeinización étnicos y culturales).

La perspicacia para observar, en distintos lugares, como a una «absoluta otredad» negada y desfavorecida en las relaciones y en la asunción de la nacionalidad, se le opone una afinidad étnica; es lo que en el trabajo de Gil Araújo revela un punto de conexión con las construcciones orientalistas como de estrictamente opuestas e incompatibles con la cultura occidental (véase Said, 2007). Pero no sólo esto, también supone una profundización mayor en los discursos y efectos del racismo ya que propone la «afinidad étnica» como un proceso regulador de la economía nacional, sin olvidar los efectos que recalan en su contraparte: la marginación de aquellos con los que no hay afinidad sino esa otredad absoluta que machaca las almas.

No quisiera reproducir aquí las ideas de Gil Araújo tal cual las expone ella, más bien me gustaría añadir algunas consideraciones que tienen que ver con la manera en que el pasado es evocado. Sin llegar a tener lo que podría llamarse, en el caso británico, un powellismo oficial (Mercer, 1994: 305-308), España parece arrastrar, no obstante, un racismo de doble rasero. En este sentido es obvio que al menos dos tipos de nostalgia están operando detrás de este racismo. Por un lado la afinidad étnica tiene una correlación muy fuerte con eso que Renato Rosaldo denominó, hace ya algún tiempo, una «nostalgia imperialista», para la representación idealizada que hacía la antropología colonial (y poscolonial) de los nativos una vez éstos quedaban desarticulados de sus habituales «costumbres» pre-modernas, antes de ser atravesadas por la experiencia colonial. Esta nostalgia es descrita como el «curioso fenómeno por el cual la gente añora lo que ella misma ha destruido» (Rosaldo, 2000). Esta es la definición en la que más se insiste dentro de su apartado dedicado al término en su libro *Cultura y verdad* (2000):

> [...] Los representantes del colonialismo (...) a menudo muestran nostalgia por la cultura colonizada, tal como era «tradicionalmente» (es decir, cuando la encontraron por primera vez). La peculiaridad de su añoranza, claro está, es que los representantes del colonialismo anhelan las mismas formas de vida que alteraron o destruyeron intencionalmente (Rosaldo, 2000: 94)

Claramente, los patrones de la nostalgia imperialista se viven hoy en distintos aspectos de la vida posmoderna occidental. Se respira esta nostalgia en lugares que van más allá de lo regido estrictamente por la antropología. Igualmente, en la correlación que intuyo con la afinidad étnica es apreciable el hecho de que la nostalgia imperialista es un racismo que puede operar en el mismo grupo étnico que es marginado; así, esta nostalgia se convierte también en uno de los lastres del multiculturalismo actual, que, mientras enaltece a Nuestros Otros como inmaculados, seres puros y desconcertados en la orgía de capitalismo y fluidos, ensombrece a aquellos que no se comportan afines con las cláusulas que se disponen para ellos en ese mismo capitalismo.

No se trata esta de la única nostalgia con la cual podemos articular el racismo de las políticas migratorias. También existe una nostalgia (del) imperialista,

de la propia figura del imperialista, como de aquella figura que mejor gestiona y estandariza la diferencia ante el denominado caos étnico y cultural actual (algo que se asemeja a las preocupaciones de Lozano y Fonville). Para ello es recurrente la imagen del imperio perdido (Balfour, 1996).

¿Cómo poder rastrear las operatividades de estas nostalgias, que propician selectividades y marginan, en un dispositivo como el censo? ¿Qué planos tiene el censo y cómo puede hacer un viraje al pasado? Quizás la insistencia del censo por especificar los orígenes de los inmigrantes en sus cuestionarios pueda brindar una pista en este sentido. Se ha señalado en algunos casos las complicaciones de reducir lo valorado como etnia a un «criterio censal» desvalorizando por completo otros criterios y dejando caer la categorización en cuestiones de «lugar de nacimiento» o «ascendencia»; así, el énfasis en los antepasados asume, vía el censo, una «pureza étnica» en estos días (Kertzer y Arel, 2002). Con esto ocurre una paradoja que tiene que ver con las dimensiones ya que, mientras parece que el censo capta, como lo pone Bruce Curtis (2001), un momento estático en un espacio determinado, parece ser que a lo que se acoge es al *presente* y que el texto resultante, el dispositivo donde las personas quedan registradas en volúmenes estatales, es inevitablemente *presentista*. El criterio de clasificación étnica que se deriva de la obsesión por clasificar a los inmigrantes en el censo fuerza a que esto no sea así y lo que realmente resulta estar en una posición privilegiada es el *pasado*. Aunque no deja de ser cierto, como han demostrado David I. Kertzer y Dominque Arel (2002), que el lenguaje hablado ha sido una obsesión de registro del censo desde su procreación moderna y esto supone igualmente una fijación por el pasado o por lo menos una relación parecida con la reducción que ofrecen hoy casillas como «lugar de origen»[12]. Por último concluyen nuestros autores, en el capítulo introductorio de la recopilación de ensayos *Census and Identity* (2002), con un estado de la cuestión, donde «el censo primordialista —que presenta la ecuación de identidad étnico/nacional con identidad ancestral— aparece hoy con tanto poder como hace un siglo» (Kertzer y Arel, 2002:16).

Recibido: 4-5-2013. Aceptado: 25-06-2013.

[12] Arel (2002) ofrece una revisión por las problemáticas de las categorías censales justificadas por lenguaje hablado diferenciando los tipos de lenguaje hablado y cómo son igualmente reducidos. Un ejemplo interesante mostrado en el libro es el del Congreso Internacional de Estadística celebrado en San Petersburgo en 1872, donde se desató una polémica al considerar la «lengua madre» o «natal» como indicador válido para el censo, una resolución que no fue aceptada por la multilingüe Austria, donde el *Umgangsprache* («lengua de uso») fue el criterio básico para los cuatro censos posteriores realizados entre 1880 y 1910, algo que de paso puso en contra al nacionalismo checo preocupado por sus migrantes censados en la diáspora germano-austriaca (en Kertzer y Arel, 2002).

BIBLIOGRAFÍA

Anderson, B. (2006) «El censo, el mapa y el museo». En: *Comunidades Imaginadas*. México: Fondo de cultura económica.

Appadurai, A. (1999) «Soberanía sin territorialidad. Notas para una geografía posnacional». *Nueva sociedad*. 163, 109-125.

—— (2001) «Dislocación y diferencia en la economía cultural global». En: *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*, cap. 2, pp. 41-61. Buenos Aires: FCE.

—— (2005) «Number in the colonial imagination». En: *Modernity at Large.* University of Minnesota press.

Arango, J. (2000) «Enfoques conceptuales y teóricos para explicar la migración». *Revista internacional de ciencias Sociales.* 165.

Balfour, S. (1996) «The Loss of Empire, Regenerationism, and Forging of the Myth of National Identity». En: Graham, Helen y Labanyi, Jo (ed.) *Spanish Cultural Studies: an introduction*. New York. Oxford University Press.

Bauman, Z. (2005) *Vidas desperdiciadas, la modernidad y sus parias.* Barcelona: Paídos.

Beato González, V. y Villarino Ulloa, R. (1953) *Capacidad mental del negro: los métodos de Binet-Robertag y de Yerkes, para determinar la edad y coeficiente mental aplicados al negro.* Madrid: Instituto de Estudios Africanos.

Bhabha, H.K. (1994) *The Location of Culture*. London: Routledge.

Blum, A. (2002) «Resistance to identity categorization in France». En: David I. Kertzer and Dominique Arel (eds.). *Census and identity. The politics of race, ethnicity, and language in national census*. New York: Cambridge University Press.

Caro Baroja, J. (2008) *Estudios saharianos.* Barcelona: Calamar. (Versión ampliada).

Castells, M. (2003) *La era de la información. Vol.2. El poder de la identidad*. Madrid. Alianza editorial.

Christopher, A.J. (2002) «To define the indefinable: population clasification and the census in South Africa». *Area*. pp. 401-408.

—— (2009) «Delineating the nation: South African census 1875 2007». *Elsevier*. Political Geography. pp. 101-109.

Curtis, B. (2001) *The politics of population State Formation, Statistics, and the Census of Canada, 1840-1875.* Toronto: University of Toronto Press.

Gobierno General de los Territorios de Guinea (1952). *Resúmenes estadísticos del censo de población del gobierno general de los territorios de españoles del golfo de Guinea*. Dirección General de Promoción de Sáhara e Instituto de Estudios Africanos.

Gil Araújo, S. (2010) «The Coloniality of Power and Ethnic Affinity in Migration Policy: The Spanish Case». En: *Decolonizing European Sociology, Transdisciplinary Approaches*. Surrey: Ashgate.

Gilroy, P. (1993) *The Black Atlantic. Modernity and Double Consciousness*. Cambridge- Massachussets: Harvard University Press.

—— (2008) *Después del imperio. ¿Melancolía o cultura de la convivialidad?* Barcelona: Tusquets.

Hall, S. (2003) (ed.) *Representations. Cultural Representations and Signifying Practices*. London: SAGE.

Haraway, D.J. (2004) *Testigo_Modesto@Segundo_Milenio.HombreHembra©_Conoce_OncoratónR: feminismo y tecnociencia.* Barcelona: UOC.

Kertzer, D.I. y Dominique, A. (eds.) (2002). *Census and Identity. The politics of race, ethnicity, and language in national census*. New York: Cambridge University Press.

Martínez Veiga, U. (2004) *Trabajadores invisibles: precariedad, rotación y pobreza de la inmigración en España*. Madrid: Libros de la Catarata.

Mercer, K. (1994) *Welcome to the jungle. New Positions in Black Cultural Studies.* London: Routledge.

Mignolo, W.D. (2003) *Historias locales/diseños globales. Colonialidad, conocimientos subalternos y pensamiento fronterizo.* Akal. Madrid.

Molina Campuzano, M. (1954) *Contribución al estudio del censo de población del Sahara Español.* Madrid: CSIC.

Nobles, M. (2000a) *Shades of citinzenship. Race and the census in modern politics*. Stanford: Stanford University Press.

—— (2000b) History Counts: «A Comparative Analysis of Racial/Color Categorization in US and Brazilian Censuses». *American Journal of Public Health*, vol. 90, núm. 11. pp. 1738-1745.

Lozano Serralta, M. (1955) *La nacionalidad en los territorios dependientes: (apuntes sobre la nacionalidad en derecho colonial).* Madrid: Instituto de Estudios Africanos.

Rius Sant, X. (2007) *El libro de la inmigración en España*. Córdoba: Almuzara.

Rosaldo, R. (2000) «Nostalgia imperialista». En: *Cultura y verdad. La reconstrucción del análisis social*. Quito: ABYA-YALA.

Santamaría, E. (2002) *La incógnita del extraño. Una aproximación a la significación antropológica de la «inmigración no comunitaria»*. Barcelona: Anthropos editorial.

Said, E.W. (2007) *Orientalismo.* Barcelona: Random House.

—— (1996) *Cultura e imperialismo.* Barcelona: Anagrama.

Sebastiani, L. (2009) *La construcción de la identidad de la UE a través de las Políticas Públicas sobre Inmigración e Integración de Inmigrantes*. Memoria de prácticas-protocolo de Tesis. Universidad de Granada (sin editar).

Somigliama, M. y Olmo, D. (2002) ¿Qué significa identificar? Extraído el 22 de Julio de 2012, de http://www.naya.org.ar/congreso2002/ponencias/dario_olmo.htm#_ftn2.

Stern, A.M. (1999) «Secrets under the Skin: New Historical Perspectives on Disease, Deviation, and Citizenship. A Review Article». *Comparative Studies in Society and History*, vol. 41, núm. 3, pp. 589-596.

EL MICROCRÉDITO COMO HERRAMIENTA DE EMPODERAMIENTO. EL CASO DE LAS MUJERES TRANSFORMADORAS DE PESCADO DEL BARRIO DE GUET N'DAR, SENEGAL

Soledad Gutiérrez Pastor
eloss80@hotmail.com
Becaria de investigación MAEC-AECID
en la Université Gaston Berger,
Saint Louis, Senegal

Resumen

Las microfinanzas pueden ayudar a transformar las relaciones de poder y contribuir al empoderamiento de las personas pobres. Éstas, que con frecuencia suelen estar desempleadas o trabajando en el sector informal, pueden emprender con la ayuda de los microcréditos una actividad productiva que les ayude a salir de la precariedad y contribuya, con ello, a la lucha contra la pobreza y el aumento de poder. Este artículo tiene por objeto analizar cómo los microcréditos, cuando están debidamente acompañados de acciones paralelas, pueden promover el empoderamiento de la mujer a partir del estudio de caso de las mujeres transformadoras de pescado de Guet N'Dar, un barrio senegalés cuya densidad de población es una de las más altas del África Occidental.

Palabras clave: microcréditos, empoderamiento, mujer, Senegal.

Abstract

«Microcredit as a tool of empowerment. The case study of women fish processors from Guet N'Dar, Senegal». Microfinance can help to transform relations and contribute to the empowerment of the poor. These people, often employed in the non formal sector, can undertake a productive activity through microcredit's help. This activity will help them to escape from scarcity and will contribute thereby to fight poverty and to increase power. This paper aims to analyze how microcredits, duly accompanied by parallel actions, can promote women empowerment. Our analysis is based on the case study of women fish processors from Guet N'Dar, a senegalese district with one of the highest population density in West Africa.

Key words: Microcredits, Empowerment, Women, Senegal.

Revista Atlántida, 5; diciembre 2013, pp. 189-209; ISSN: 556-4924

1. INTRODUCCIÓN

Mucho se ha hablado y documentado ya sobre los múltiples beneficios de conceder microcréditos a mujeres en situación de vulnerabilidad económica. Entre otros, encontramos una mayor inversión en los gastos del hogar, alimentación, educación de los hijos, además de su buen historial de reembolso. Es decir, ayudando a una mujer, se mejora el bienestar de toda su familia.

Son numerosos los artículos académicos y científicos que podemos encontrar en los que parece quedar clara esta relación. Sin embargo, y aunque también se ha debatido en numerosas ocasiones, aún no se ha conseguido establecer una relación causa-efecto definitiva entre la concesión de microcréditos y el empoderamiento femenino. En este caso, partiendo de la utilización de una herramienta económica para la obtención de resultados de un marcado carácter psicosocial y político, entendemos el empoderamiento como la capacidad que tienen las mujeres para concienciarse y ampliar las opciones que tienen en la vida y en consecuencia tomar sus propias decisiones. Esta idea enlaza con la afirmación del Premio Nobel de la Paz en 2006, Muhammad Yunus, de que todas las personas tienen una habilidad o instinto de supervivencia y que no es necesario enseñarles cómo vivir, sino poner a su alcance los recursos financieros para que ellos mismos puedan desarrollar y poner en práctica las habilidades que ya tienen (Lacalle, 2001:125).

Pero ¿por qué son las mujeres las que más esfuerzos y recursos destinan al bienestar familiar? Y, en este caso ¿ocupan más su tiempo y trabajo en mejorar la calidad de vida de la familia por encima incluso de la suya propia? Quizás la cuestión que subyace en esta situación se centre en que el bienestar de los «otros» sea interpretado como propio por las mujeres y/o que se caracterizan por una capacidad de sacrificio excepcional. En cualquier caso, resultaría pretencioso y apresurado aceptar tal afirmación, puesto que las mujeres, como las personas que viven en situación de vulnerabilidad, no son todas iguales. Una cosa es que exista identidad de grupo, de género, étnica o de clase, y otra bien distinta es pretender que todos los miembros de dichos grupos piensen de la misma manera. En la base del empoderamiento está la necesidad de reconocer que se trata en todos los casos de grupos heterogéneos y que, por tanto, no existe una fórmula universal que lo garantice. Incluso en caso de alcanzarse, resultaría tremendamente arriesgado (e incluso inútil) intentar calcular el empoderamiento como si de un fenómeno cuantitativo se tratase. ¿Deberíamos medirlo según una escala que nos indique el porcentaje necesario de empoderamiento que se recomienda alcanzar? ¿Podemos afirmar, sin miedo a equivocarnos, que una persona está empoderada cuando ha alcanzado un cierto nivel en su vida? Quizá sería más acertado plantearnos estudiar los procesos generadores de empoderamiento y las repercusiones que tienen en las personas, en tanto que individuos autónomos y como miembros de una comunidad. Batliwala (1997:193) entiende el empoderamiento como:

> Una redistribución del poder, ya sea entre naciones, clases, razas, castas, géneros o individuos. Las metas del empoderamiento de las mujeres son desafiar la ideología patriarcal, transformar las estructuras e instituciones que refuerzan y perpetúan la discriminación de género y la desigualdad social (la familia, la raza, la clase, la

religión, los procesos educativos y las instituciones, los sistemas y prácticas de salud, las leyes y los códigos civiles, los procesos políticos, los modelos de desarrollo y las instituciones gubernamentales) y capacitar a las mujeres pobres para que logren acceso y control de la información y de los recursos materiales. De esta manera, el proceso de empoderamiento tiene que aplicarse a todas las estructuras y fuentes de poder relevantes.

En el caso de los microcréditos, resultará más fructífero e interesante conocer las historias de vida de sus protagonistas y reflexionar junto a ellos sobre cómo el microcrédito les ha influido y si realmente han alcanzado los objetivos que perseguían al solicitarlo. De esta manera y fruto de un profundo ejercicio de reflexión personal tendremos más posibilidades de conocer los verdaderos efectos del microcrédito como herramienta de empoderamiento.

Por otro lado, cuando hablamos de microcréditos como herramienta de empoderamiento de la mujer no estamos afirmando que los microcréditos por sí solos conduzcan directamente a un aumento de poder por parte de las beneficiarias. De hecho, sería erróneo pensar que sin más acciones y simplemente por el hecho de recibir una cantidad determinada de dinero se activa de forma automática el empoderamiento. Todo lo contrario, si la concesión de un microcrédito no va debidamente acompañada de otras acciones complementarias y de un seguimiento adecuado de cada caso, puede convertirse en un instrumento de presión financiera sobre las personas que tienen más dificultades para hacer frente a los reembolsos y que para conseguirlo pueden llegar a recurrir a familiares, amigos o prestamistas informales. En otros casos, no devolver el microcrédito supone una deuda no sólo económica, sino también social y el descrédito personal dentro de la comunidad. En efecto, el sistema financiero tradicional está diseñado de tal forma que las entidades de crédito puedan aumentar sus beneficios minimizando los costes y reduciendo los riesgos. Los productos bancarios están dirigidos a un público solvente y con garantías e, indiscutiblemente, están basados en la generación de beneficios. En este contexto quedan totalmente excluidas las personas de escasos recursos económicos. Muchas de las organizaciones de microfinanzas están centradas en un enfoque más institucional de desempeño financiero que favorece la exclusión financiera de la población más vulnerable y, por tanto, dificulta que el microcrédito sea un mecanismo eficaz de cohesión social (Artal, 2008:128).

A través de este artículo pretendemos evidenciar la relación existente entre los programas de microcréditos y su potencial como herramientas promovedoras del empoderamiento femenino. Para ello nos serviremos de la experiencia y el conocimiento obtenidos a partir de la evaluación del Convenio «Acceso al agua potable, saneamiento básico, habitabilidad y tratamiento de basuras en el barrio de pescadores de Guet N'Dar de la ciudad de Saint Louis (Senegal), y aprovechamiento de los subproductos del pescado para la alimentación ganadera» (en adelante CDIG por su versión reducida: Convenio por el Desarrollo Integral de Guet N'Dar), ha sido ejecutado por Fundación Habitáfrica, en consorcio con Arquitectos Sin Fronteras-España, y financiado por la AECID, en el periodo 2006-2012, con 2,5 millones de euros.

A partir de los resultados obtenidos de la capitalización de buenas prácticas de este convenio y apoyados en los testimonios de las personas entrevistadas, ofreceremos en las siguientes páginas un análisis de la relación existente entre el acceso de las mujeres a los programas de microfinanciación y cómo, a través de una serie de actuaciones complementarias, pueden establecer el punto de partida para el aumento de su propio poder y conciencia del mismo.

Durante el estudio, hemos trabajado a partir de un concepto de empoderamiento entendido como un proceso endógeno de adquisición de poder en el que intervienen diferentes factores como son la cultura, tradiciones, creencias, relaciones y las propias motivaciones de las personas implicadas. Esto nos lleva a considerar al individuo y su entorno social como ejes centrales del proceso y como fuentes principales de la información empírica, puesto que se trata de un ámbito de estudio que centra su interés en las implicaciones psicosociológicas del microcrédito como herramienta de empoderamiento.

En el estudio han participado 32 personas entre técnicos del proyecto, autoridades locales y las propias mujeres beneficiarias del CDIG. La información aportada ha permitido alcanzar la saturación teórica, al objeto de poder realizar aportaciones científicas con base sólida. Los instrumentos de recogida de información primaria utilizados han sido la entrevista en profundidad, la observación participante y los grupos de discusión.

2. CASO DE ESTUDIO: CONVENIO POR EL DESARROLLO INTEGRAL DE GUET N'DAR (CDIG)

Este Convenio, desarrollado durante 6 años en Senegal, ha contado con un importante componente de concesión de microcréditos a mujeres en situación de vulnerabilidad económica. Los 3 ejes de acción en los que se ha trabajado han sido:

1. Mejora de las condiciones de producción, organización, higiénicas-comerciales y de acceso a financiación de los habitantes de Guet N'Dar empleados en el sector pesquero

   En esta acción se ha trabajado el fortalecimiento de las mujeres transformadoras de pescado para mejorar sus condiciones de producción, de comercialización, financiación, e higiénico-salubres para una producción de calidad a través de la construcción de un Centro de Transformación de Pescado. La construcción del centro hace que se cumplan las condiciones de higiene y salubridad adecuadas, lo que les permite mejorar la calidad de su producto de venta y con ello su capacidad de comercialización e ingresos. También se ha dado respuesta a la segunda necesidad del barrio que era desalojar esos espacios públicos que estaban ocupados por la transformación de pescado, mejorando de esta manera considerablemente las condiciones del lugar y, consecuentemente, la situación de habitabilidad del barrio. Se ha elaborado una propuesta de recuperación urbanística de la zona de la orilla del río Senegal donde estaban asentadas las mujeres transformadoras.

Además se ha formalizado la Unión de Mujeres Transformadoras (UFT por sus siglas en francés) que ha favorecido una mayor cohesión y organización de las mismas en beneficio común. 1.200 mujeres procedentes de dos Grupos de Interés Económico (GIE)[1] del barrio forman parte de la UFT, cuyos órganos de dirección están formados por las directivas de ambos grupos y son renovables periódicamente.

2. Mejora de los sistemas de gestión de residuos sólidos urbanos

   Se ha reforzado el sistema de recogida de basuras junto al GIE CETOM (Grupo de Interés Económico del barrio que trabajaba en esta actividad) que permite la eliminación de los residuos de las calles. Para ello se dividió todo el barrio en 6 sectores para que 6 carros tirados por caballos se organizaran y se recogiera la basura de los cubos que previamente se habían entregado a las familias inscritas (3.000 cubos). Además, se apoyó administrativamente la gestión y dotación de equipos con el objetivo de reforzar sus capacidades y poner en marcha un sistema de recogida de basura eficaz, real y sostenible.

3. Mejora de las prácticas de higiene a través de la sensibilización

   En esta acción las actividades de sensibilización en el barrio han estado previstas como apoyo de las demás secciones incluidas en el proyecto y además se han impartido campañas de sensibilización sobre medioambiente, uso, conservación y respeto de los espacios públicos.

2.1. Guet N'Dar, el barrio con mayor densidad de población de Senegal

Senegal es un país que tradicionalmente se ha dedicado a la pesca gracias a su extensión costera, lagos y el río Senegal, que desemboca en Saint Louis. En esta ciudad, la pesca y el turismo son los principales pilares del desarrollo económico local. El barrio de pescadores por antonomasia es Guet N'Dar.

Guet N'Dar se encuentra situado al norte de Senegal y cerca de la frontera con Mauritania, sobre la Langue de Barbarie, una lengua de tierra que se extiende a lo largo de 24 kilómetros y que separa el Océano Atlántico del Río Senegal hasta la desembocadura de éste. De todo el terreno están habitados 8,8 km. La población total del barrio se calcula en torno a los 25.000 habitantes[2].

La falta de espacio para la expansión urbanística, unida a la alta presión habitacional, ha contribuido a la densificación del territorio, siendo el barrio con más densidad de población de Senegal. Esta presión urbanística, sumada al estado de deterioro medioambiental del entorno, lo convierte en altamente vulnerable a posibles catástrofes (epidemias, incendios e inundaciones).

[1] GIE Jambaru Siin y GIE Takku Liggeey.

[2] Según las autoridades locales, es decir, el Ayuntamiento de la villa y el Consejo del Barrio de Guet N'Dar, aunque popularmente se considera que es superior.

Durante este estudio hemos encontrado que la mayor parte de los hogares cuentan con entre 2 y 4 habitaciones, en las que duermen en torno a 21 personas. Cada mujer tiene de media 5 hijos y el espacio se comparte con otros hermanos, coesposas del marido[3] y sus correspondientes hijos.

Los hombres se dedican especialmente a la pesca y a las actividades derivadas, como la construcción y mantenimiento de las piraguas y los materiales de pesca. Del mismo modo, las mujeres trabajan en la transformación de productos haliéuticos y en las tareas del hogar. Cuando ellas no pueden, las encargadas son sus hijas. Encontramos que, especialmente en época de baja captura, son las mujeres las principales sustentadoras económicas del hogar junto a algún otro miembro del núcleo familiar, realizando diversas tareas ligadas al procesado y venta de pescado y actividades variadas: compra-venta de productos, telas, alimentación, etc.

Las mujeres transformadoras de pescado de Guet N'Dar necesitan crédito constantemente, ya que su actividad se centra en la compra del producto para su procesado y su posterior venta. Si no cuentan con financiación suficiente al inicio del ciclo, su capacidad de producción se verá seriamente afectada y no disponen de otros fondos suficientes para trabajar. Históricamente se han enfrentado a numerosas dificultades para obtener préstamos de las instituciones locales ya que no tienen un contrato de trabajo, ni propiedades o garantías. Por ello, terminaban acudiendo a los intermediarios para solicitarles préstamos que más tarde debían devolver con altos intereses. De esta necesidad de financiación surge el programa de microcréditos puesto en marcha dentro del CDIG.

2.2. Programa de microcréditos

La necesidad de financiación de las mujeres transformadoras de pescado de Guet N'Dar es elevada (más del 95% la necesitan). Sin embargo, tan sólo una minoría (10%) se había beneficiado anteriormente de crédito a pesar de que conocían las estructuras locales de financiación formal. Las razones se deben a que los créditos ofertados por las instituciones financieras locales no estaban adaptados a sus necesidades y a los elevados tipos de interés (Fundación Habitáfrica, 2006:17).

El programa de microcréditos se creó a partir de un fondo rotatorio de 13.000 euros transferidos por el Convenio a una mutua de crédito y ahorro local. Para la concesión y gestión de los microcréditos se crearon una serie de órganos de gestión compuestos por una Asamblea General, un Comité de Gestión y un Comité de Control que garantizan el correcto funcionamiento del sistema de crédito.

[3] La población es mayoritariamente musulmana, lo que permite al marido tener hasta 4 esposas.

La metodología se ha basado en la entrega de microcréditos individuales a mujeres que forman parte de un grupo solidario[4] y que se dedican a la transformación de productos haliéuticos.

Entre diciembre de 2008 y mayo de 2012 se organizaron siete ciclos, entregando un total de 1.070 microcréditos. La mayor parte de los microcréditos ha sido por valor de 50.000 F CFA[5] y una pequeña cantidad de 100.000 F CFA, cada uno a mujeres consideradas grandes productoras. En las tres primeras rotaciones se registró el 100% de devolución, mientras que en las dos restantes fue del 98,78%. El sexto ciclo ha contado con un 88% de reembolso[6] y, aunque el periodo de devolución del último ciclo entregado ya estuvo fuera del plazo de ejecución del convenio, a finales de 2012 se había registrado una tasa de devolución del 65%; ello se ha debido principalmente a un periodo de descanso en la pesca por parada biológica. Sin embargo, desde la organización se confiaba en que a pesar de la finalización del proyecto el fondo rotatorio seguiría circulando y, gracias a los reembolsos, se garantizaría la continuidad del programa de microcréditos.

Entre las actividades realizadas, en 2008 se creó un Comité de Gestión de Crédito compuesto por 10 mujeres pertenecientes a los dos GIE implicados y que han sido las encargadas de identificar a las nuevas beneficiarias. Los requisitos para ser beneficiaria exigían legalizar la actividad ante la Policía Local y dedicar el crédito a la transformación de pescado. Para realizar el proceso, se firmó un convenio con una mutua de crédito local a la que se transfería el capital para la concesión de los microcréditos y ésta se encargaba de gestionar las entradas y salidas de dinero, cobrando una pequeña cantidad por las tareas administrativas. El objetivo fue garantizar la sostenibilidad del proyecto una vez finalizado el convenio, de modo que el Comité de Gestión de Crédito, las mujeres beneficiarias y la Mutua trabajasen en común.

Entre las actividades de formación y sensibilización destaca la implementación de una política de sensibilización sobre el microcrédito, un seminario de formación sobre gestión administrativa en las mutuas de ahorro y crédito y un seminario de formación sobre gestión de las actividades generadoras de ingresos para mujeres transformadoras de pescado que previamente habían sido alfabetizadas.

> De entrada hemos sensibilizado, hemos creado una asociación de las mujeres transformadoras (...) Después, para organizarlas mejor, hemos desarrollado el 100% de las sensibilizaciones, con las gestiones del centro, la gestión administrativa y

[4] Cada grupo está formado por 5 mujeres.

[5] 1 € = 655.957 F CFA.

[6] A partir de este momento, la devolución de los microcréditos ha sufrido algunos retrasos por cuestiones ajenas al propio proyecto. Entre otros, la zona de Saint Louis ha sufrido una serie de problemas que han impedido continuar durante unos meses con la actividad pesquera. Entre otros fenómenos, se dio un aumento del nivel del mar que invadió el espacio terrestre de Guet N'Dar y un conflicto pesquero con Mauritania para la obtención de licencias, lo que retrasó considerablemente la devolución de los microcréditos y, por tanto, la concesión de otros nuevos.

financiera del centro de transformación, la higiene y la calidad (...) El objetivo es gestionar mejor la actividad de transformación de las mujeres.

Animadora y Vicepresidenta Consejo Administración Crédito MECPROPAS

Aunque en un primer momento se estableció un convenio de colaboración con la mutua de crédito RADI (Réseau Africain pour le Développement Intégré), posteriormente, en 2010 y tras cinco ciclos de crédito, se decidió trabajar con MECPROPAS (Mutuelle d'Epargne et de Crédit pour la Promotion de la Pêche Artisanale) dado que esta última se encuentra localizada en el mismo barrio de Guet N'Dar, junto a la antigua zona de transformación, lo que facilita el acceso de las mujeres a sus oficinas y el contacto con los responsables.

Nosotros hemos intentado colaborar con este proyecto porque estamos interesados en él. De hecho, nosotros tenemos experiencia en el sector de las microfinanzas, especialmente con las mujeres transformadoras del barrio de Guet N'Dar. Así que hemos aceptado este trabajo para reforzar a las mujeres en la actividad de transformación (...) Nosotros creemos que es muy importante trabajar con las mujeres transformadoras para aumentar las fuentes de recursos y reforzar la capacidad de actividades para ganarse la vida.

Gerente MECPROPAS

La tasa de interés aplicada ha sido del 1 % mensual y los créditos mayores (100.000 F CFA) se han entregado a una pequeña cantidad de mujeres consideradas «grandes transformadoras», es decir, que podían trabajar con una mayor cantidad de producto, para lo que suelen ayudarse de otras mujeres a las que contratan.

Podemos decir que hay grandes transformadoras porque al comienzo había 6 grupos que se han beneficiado para comprobar la capacidad de reembolso. Podemos decir que hay pequeñas transformadoras. Hay muchas transformadoras que no pueden soportar ciertas sumas. De los 50 grupos vemos que el 80% de esas mujeres son grandes transformadoras, pero los 50.000 francos que les damos no hacen mucho en relación a las actividades, pero ellas subsisten. Porque hemos visto que hay una mejora, realmente les aporta alguna cosa en relación a su capacidad de producción y a la gestión.

Animadora y Vicepresidenta Consejo Administración Crédito MECPROPAS

Los intereses generados por el fondo son repartidos de la siguiente manera: 4/5 partes para MECPROPAS y 1/5 para aumentar el fondo de crédito de las mujeres.

Hasta el momento, a excepción de la cantidad de dinero prestado (que todas las partes consideran que debería aumentarse), los requisitos ha sido consensuado por todas las partes implicadas.

Sí, ha funcionado bien, porque se ha organizado bien. Las mujeres se sienten bien realmente. Ellas tienen la actitud para decir lo que piensan. Desde la puesta en marcha del convenio, hemos discutido con ellas las modalidades de préstamo. Antes, las mujeres no tenían cuentas, por ejemplo. No tenían cuentas en la mutua.

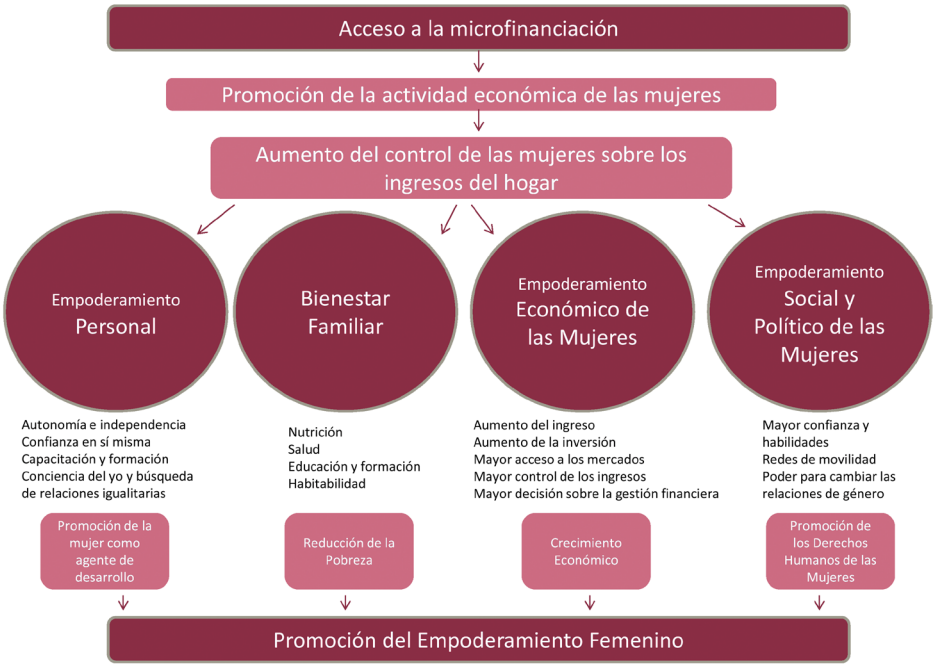
No estaban acostumbradas a ahorrar el dinero. Esto se prepara en el momento de la devolución. Esto les facilita reembolsar el préstamo. Si el cliente, en el momento de tomar el préstamo, cada día ella ahorra por ejemplo, 1000 ó 500 francos, irá ahorrando dinero en su cuenta. Esto les va a facilitar su reembolso. Es por lo que antes de todo hemos obligado a abrir una cuenta en la MECPROPAS. Después, les hemos notado que hay muchos cambios sobre la gestión de su trabajo, sobre cómo gestionar el dinero que les hemos dado. Se pueden aprovechar mucho de esas formaciones para realmente ver cómo gestionar la suma. Creemos que es la actitud que ha comenzado a darles la palabra para que se expliquen sobre el préstamo, sobre el convenio, discutir las dificultades, las perspectivas.

Agente Crédito MECPROPAS

3. CUATRO NIVELES DE EMPODERAMIENTO A TRAVÉS DE LAS MICROFINANZAS

A partir de la exposición de Mayoux y Hartl (2009:11), proponemos un análisis del impacto de los servicios financieros en 4 niveles: individual, familiar, empresarial y social y político.

Cuadro 1. Niveles de impacto de las microfinanzas sobre el empoderamiento de las mujeres



Fuente: Elaboración propia. Adaptación a partir de Mayoux y Hartl, 2009:11.

Poder decidir sobre el negocio, las inversiones, planes de expansión y la generación de unos ingresos que muy probablemente irán destinados al consumo personal y familiar, ayuda, sin duda, a un mejor posicionamiento de la mujer como agente económico y proveedor de bienestar. Pero no podemos caer en la tentación de pensar que el empoderamiento en uno de los tres niveles es un desencadenante para alcanzarlo en el resto. El hecho de que una mujer mejore sus ingresos y alcance lo que aquí se ha denominado como *empoderamiento económico* no garantiza que mejore su situación en el hogar ni su papel en la comunidad a la que pertenece. Acceder a determinadas cantidades de dinero que permitan la puesta en marcha y gestión de una actividad empresarial puede mejorar los ingresos propios, pero no siempre implica un mayor control de los beneficios, ya que estos pueden estar controlados por una figura masculina.

Así pues, el mero hecho de recibir una cantidad de dinero no implica empoderamiento, ni siquiera en un nivel estrictamente económico. La contribución de las microfinanzas por sí solas puede ser muy limitada en el caso de las mujeres más pobres y desfavorecidas (Mayoux y Hartl, 2009:16). El contexto, el nivel sociocultural, el mercado, etc., son factores que influyen en la capacidad de hombres y mujeres de emprender un negocio y generar beneficios.

El nivel individual parte desde la propia persona, la mujer en este caso, y se centra en aspectos relacionados con la percepción que tiene de sus problemas y posibilidades, de la mejora de la autoestima y la confianza en sí misma. La visión de futuro es otra variable subjetiva en la que la mujer analiza la seguridad económica que le puede reportar el microcrédito y la actividad productiva a la que lo destine y así ampliar sus horizontes, planificando y orientando sus acciones futuras. La mujer adquiere conciencia de *yo* como individuo autónomo y libre, que confía en sí misma y en sus posibilidades y es capaz de tomar decisiones independientes. Siente la fortaleza interna necesaria para emprender las acciones que considera oportunas para mejorar su situación personal. En este nivel se puede estudiar el impacto de las acciones sobre la confianza[7], la autoestima y la seguridad de la mujer. El microcrédito puede darle la seguridad económica que le ayude a mejorar sus perspectivas de futuro. Algunas mujeres realizan pequeñas tareas desde casa que no requieren de capacitación adicional, pero otras emprenden actividades de educación y formación profesional que inciden directamente en su nivel de confianza.

Dentro del hogar, el aumento de poder por parte de la mujer resulta más perceptible en cuanto a la toma de decisiones por parte de ésta. Gracias a los ingresos generados en el negocio emprendido, la mujer comienza a posicionarse cada vez más como principal sustentadora del hogar o, al menos, aporta un importante complemento a la economía familiar. Esto favorece que pueda decidir sobre el des-

[7] El impacto sobre la confianza es fundamental para estudiar el empoderamiento, sin embargo, resulta difícil evaluarla debido a su alto componente cognitivo. Debe tener en cuenta la percepción que las mujeres tienen de sus propias capacidades y el nivel real de aptitutes y capacidades que tienen (Davico, 2004:15).

tino de ese dinero, invirtiéndolo en el *bienestar familiar*, la educación de los hijos, la alimentación y la salud, reduciendo su propia vulnerabilidad y la de sus allegados. En estos casos, la adquisición de poder por parte de la mujer se enfrenta a las estructuras de dominación patriarcal tradicional y supone un aliciente para avanzar hacia un nuevo orden social en el que predomine un mayor equilibrio de poderes. Éste es, sin duda, el escenario más deseado, pero ¿qué ocurre cuando la mujer aporta a la economía familiar pero no se beneficia de ello? Puede suceder que los ingresos sean controlados por otros miembros y que ella apenas perciba los beneficios. A esto añadimos la sobrecarga de trabajo que se suele dar cuando a las tareas domésticas se suman las propias del negocio. Con frecuencia siguen siendo las mujeres las únicas responsables de las labores del hogar, que deben realizar cuando no están trabajando fuera. En caso de recibir apoyo, suelen ser las hijas las encargadas, con lo que aumenta la presión sobre la figura femenina dentro de la casa. En ocasiones incluso las hijas son obligadas a dejar la escuela para trabajar en la casa y ocuparse de sus hermanos. El exceso de trabajo suele debilitar la salud de las mujeres y, por tanto, su actividad económica, que cuando se ve desatendida, comienza a producir pérdidas, dando lugar a una espiral de infortunios. En estos casos, aunque no soluciona la raíz del problema, se hace muy necesaria la oferta de productos complementarios por parte de las Instituciones Microfinancieras (IMF), como seguros de salud. Un planteamiento más profundo de la cuestión aconsejaría trabajar conjuntamente con hombres y mujeres para incidir en cambios comportamentales y actitudinales.

Finalmente y en el caso que nos ocupa, una combinación de los tres factores anteriores: empoderamiento individual, empoderamiento económico y mayor toma de decisiones dentro del hogar, asienta el camino hacia el *empoderamiento social y político*. Las mujeres, conscientes de su aporte al bienestar familiar, pueden mejorar su confianza y valía personales. Si los programas de microcréditos van acompañados de acciones paralelas, como formaciones, sensibilizaciones, refuerzo institucional y de grupo, acceso a la sanidad y la escolarización, etc., tanto de las propias mujeres como de su entorno, podremos percibir con más claridad los efectos positivos sobre su confianza y habilidades personales. El aumento de los conocimientos y la formación de redes de apoyo a través de actividades grupales, así como el acceso al mercado de trabajo pueden ayudar a mejorar las condiciones en las que se desenvuelven las mujeres de una comunidad (Mayoux y Hartl, 2009:12). Para estas autoras, las mujeres pobres que se encuentran en mejor situación y forman parte de contextos de mercado razonablemente dinámicos, con acceso al capital y servicios de ahorro seguros, pueden mejorar sus medios de vida y acabar con la desigualdad de género simplemente accediendo a productos financieros bien diseñados ofertados por organizaciones con conciencia de género. Sin embargo, éste no es el caso para las mujeres más pobres que, aunque puedan acceder a la financiación, pueden verse afectadas por la saturación del mercado al centrarse en una variedad muy limitada de actividades económicas. En estos casos conviene acompañar la microfinanciación con acciones que favorezcan la visión de género y el empoderamiento.

En el caso de las mujeres de Guet N'Dar, aunque no están constituidas como tal, se organizan y trabajan en torno a una estructura semejante a la de una cooperativa y, aunque el trabajo se ejerce de forma individual, el reciente sistema

de comercialización instaurado y la concentración en diferentes variantes de una misma actividad reduce la competencia entre ellas.

> La cooperativa está aquí pero todo el mundo trabaja de manera individual, pero la cooperativa crea las condiciones de producción, así es como trabajan, porque la unión que hemos creado es para traer la cooperativa. Pero como salen de una situación difícil de más de 40 años, no se puede hacer inmediatamente. Hay que dejarlas digerirlo poco a poco y armonizar para venir y crear una organización dinámica que ponga el sistema de cooperativa.
>
> Técnico 3

Realizan el trabajo en una misma ubicación, adonde pueden ir los intermediarios a negociar, y el producto tiene las mismas salidas comerciales, por lo que el mercado no está saturado y la unión que han formado mejora su posición como suministradoras. En definitiva, en este caso no sólo no se ha colapsado el mercado sino que la agrupación de las mujeres ha reforzado la actividad, mejorando la oferta.

3.1. La percepción del respeto mutuo y de los otros

La jefatura femenina del hogar se ha utilizado como indicador de feminización de la pobreza a causa de que el ingreso medio que reciben las mujeres jefas de hogar en el mercado laboral es inferior al percibido por los hombres. A ello hay que añadir la discriminación en el acceso al trabajo, las limitaciones de tiempo y movilidad y las dificultades para hacer compatible el trabajo productivo y el reproductivo. Sin embargo, la jefatura femenina del hogar puede tener aspectos positivos: un menor sometimiento a la autoridad marital, mayor autoestima y libertad para escoger a la pareja, más flexibilidad para ejercer un trabajo remunerado, reducción del abuso físico y emocional, perfil de gasto más equitativo (centrado en la educación y la nutrición) y acceso al apoyo social y comunitario. Estos aspectos indican que incluso cuando estos hogares puedan ser más pobres en términos de ingresos, las mujeres jefas de hogar pueden sentirse menos vulnerables (CEPAL-UNIFEM, 2004:24) y más respetadas. Éste puede ser el caso de las mujeres que gestionan un microcrédito y los beneficios lo revierten directamente en mejoras en el hogar y la familia.

Efectivamente, el microcrédito puede potenciar la capacidad de realización de las mujeres creando nuevas oportunidades y/o consolidando las ya existentes. La mejora de la alimentación, la salud, la educación y la alfabetización, la aparición en público sin sentirse avergonzada y la sensación de ser respetada aumenta la calidad de vida a muchas participantes de programas de microcréditos (Rué, 2003:168).

El principal motivo que esgrimen las mujeres de Guet N'Dar para solicitar el microcrédito es la necesidad que tenían de hacer frente a la feroz competencia, especialmente de los comerciantes, que las extorsionaban vendiéndoles la materia prima por un elevado precio y después comprándosela transformada, dejándoles un escaso margen de beneficio. Antes de contar con el microcrédito, muchos pescadores

no se atrevían a vender directamente el pescado a las mujeres porque desconfiaban de su capacidad para pagarles. Por tanto, el crédito les ha servido para convertirse en microempresarias, contar con financiación propia y negociar directamente con los pescadores, sin necesidad de empeñar su trabajo a usureros.

> Están los créditos, que han permitido a las mujeres ser microempresarias porque cuando las mujeres iban donde los comerciantes, ellas no tenían dinero y los comerciantes les prestaban pero les vendían la pieza muy cara, pero el aprovisionamiento directamente con los pescadores es más rentable (...) Ellas están más animadas porque antes del convenio las mujeres compraban a los comerciantes y ahora compran directamente el producto y ellas son más autónomas. Además, en vez de comprar más caro compran más barato. Pero ahora si tienes a tu disposición tu propio fondo, compras directamente y es más barato.
>
> Técnico 2

Las deficientes condiciones laborales en las que han trabajado históricamente estas mujeres transformadoras se caracterizaban por la aplicación de prácticas poco saludables en su actividad de manipulación de alimentos para la transformación, un entorno de trabajo que carecía del equipamiento necesario y una escasez de recursos económicos. Esto las empujaba a solicitar préstamos a intermediarios con un alto interés, lo que provocaba que tras intensas jornadas de trabajo el margen de beneficios obtenido fuese muy escaso. A su vez, los pescadores rehusaban vender directamente a las mujeres por desconfianza, lo que acrecentaba la espiral viciosa de la pobreza.

> Un problema que me pasó al principio del primer crédito. Un día quise comprar pescado, una cantidad de pescado y el vendedor no me quería vender porque en aquel tiempo yo no tenía dinero. Y le dije al vendedor: «Yo te pagaré». Y este último respondió: «¿Cómo me vas a pagar y con qué dinero? No confío en ti». Yo le juré que: «Mañana, por la mañana o por la tarde, te pagaré». Y este vendedor me dio el pescado. Al día siguiente al mediodía me presenté en el lugar para entregarle el dinero. Cuando empecé a contar los billetes, este último abrió los ojos, porque pensaba que era una mujer mentirosa y desde aquel día el vendedor tuvo una gran confianza en mí. Soy una mujer respetable, trabajadora, muy honesta. Y todo eso es gracias a los microcréditos.
>
> Beneficiaria 1

Más allá de los recursos económicos con los que cuentan, un verdadero signo de empoderamiento de estas mujeres es el sentimiento que tienen de ser respetadas por su familia y vecinos, por sus compañeras de trabajo y las personas con las que negocian. Sienten que el dinero les ha dado la oportunidad de ser más fuertes, independientes y demostrar que pueden trabajar duramente, ganándose con ello el respeto de quienes las rodean.

> He tenido mucho poder después de recibir el crédito y siento también que las personas me respetan mucho. En mi grupo si hay mujeres que quieren créditos y

> no llegan a obtener el crédito, yo puedo, con lo que he recibido, compartirlo con las demás mujeres. Cuando trabajan, me van a devolver el dinero.
>
> Presidenta de grupo

> Desde que recibí el crédito he sentido que ahora soy poderosa, que la gente me respeta bien porque muchas veces veo a personas que vienen hacia mí para pedirme algo. Antes no podía ayudar a nadie, porque no lo tenía, pero con el beneficio que saco del crédito, puedo ayudar a algunos, no a mucha gente, pero a algunos y por eso la gente ahora empieza a respetarme.
>
> Beneficiaria 7

A partir de la instauración del programa de microcréditos, en el marco del proyecto, las mujeres transformadoras de pescado del barrio de Guet N'Dar comenzaron a recibir microcréditos de forma que podían hacer frente a la compra de pescado en mayor cantidad, para poder transformarlo. El sistema permite trabajar directamente con una mutua de crédito y ahorro local evitando pedir dinero a prestamistas informales y eliminando con ello la práctica de la usura. No obstante, la costumbre de prestar pequeñas cantidades de dinero es habitual en Senegal: a través de grupos informales entre miembros de una familia, vecinos o compañeros de trabajo, a modo de *tontines*[8], a través de cajas autofinanciadas[9] o mediante las numerosas mutuas de crédito y ahorro repartidas por todo el país. Es decir, los senegaleses están acostumbrados a prestar y recibir dinero para afrontar pequeños gastos como festejos, compra de materiales para el hogar o la escolarización de los hijos. Sin embargo, son los créditos formales los que más pueden interesar a las mujeres emprendedoras pero, paradójicamente, los que más difícil les resulta solicitar por el miedo a enfrentarse a los requisitos administrativos.

> El crédito no es fácil y la mentalidad de Guet N'Dar es diferente de la mentalidad de los otros barrios. Porque hay muchas dificultades aquí, la tasa de alfabetización es muy débil y muchas mujeres no están instruidas por lo que hace falta ir a verlas, discutir con ellas sobre la devolución, sobre el fondo, el modo de funcionamiento y el modo de trabajo.
>
> Agente de Crédito de MECPROPAS

---

[8] Las *'Tontines'* han sido ampliamente utilizadas en África Occidental. En Senegal, por ejemplo, permiten a los miembros ahorrar sumas muy pequeñas de dinero a un ritmo preestablecido obteniendo préstamos sin intereses para la colectividad de miembros. El nivel de préstamo que la colectividad de miembros obtiene puede variar de acuerdo con las agrupaciones, ya que el derecho del sistema de préstamos asociados es rotatorio entre sus miembros. En Dakar y en otras ciudades de Senegal, algunas *tontines* se originaron entre grupos de mujeres (Murray y Boros, 2003:15).

[9] Las CAF, Cajas Autofinanciadas, son entidades autónomas e independientes, con una estructura inicial no formal, en las que los miembros del grupo ahorran dinero por medio de la compra de acciones y estos ahorros se invierten en un fondo para préstamos al que cualquier miembro puede acceder y reembolsar pagando una tasa de interés establecida (Durán, 2011:10). En Dakar destaca la experiencia de Fundación Intervida.

> Ellas no estaban habituadas. Estaban acostumbradas a guardar el dinero en sus casas y eso no es seguro, no es un lugar seguro porque hay catástrofes y robos (...) En la mutua estamos intentando hacer desaparecer los tontines, porque no dan seguridad. En la mutua podemos hacer un ahorro local y van a recuperar su dinero, pero en el tontine no es seguro, es un problema.
>
> Técnico 4

En cuanto a los impactos en las mujeres beneficiarias, aunque la tradición ejerce una fuerte influencia en este aspecto, hemos notado que comienzan a aparecer discursos identitarios, mujeres que se agrupan para conseguir mejorar su trabajo, que ponen en práctica modelos de gestión y organización basados en la unión de grupo y que defienden sus derechos conscientes de que nadie más lo hará por ellas.

Al respeto adquirido frente a otros actores exteriores y gracias a la confianza ganada, podemos añadir un cambio en la organización interna del grupo de mujeres. Gracias al crédito las mujeres han dejado de ser totalmente dependientes de los que tenían más medios en su toma de decisiones. A nivel interno, esto supone que la presidenta del grupo deja de tener un poder de decisión absoluto y poco a poco las otras mujeres miembro van expresando y haciendo valer su opinión.

> Al principio no había un sistema de microcréditos, lo que suponía un problema con las mujeres. La señora [presidenta] tenía el monopolio del poder en Guet N'Dar. Todo lo que decía, se hacía. Porque tenía dinero. Así que las mujeres, cuando no tenían dinero para comprar el producto, era ella la que financiaba. Ahora, con el sistema de microcréditos, esto ha cambiado. Las mujeres son más autónomas que antes. [La presidenta] aún mantiene el poder pero no como antes.
>
> Técnico 1

A pesar de la complicada situación coyuntural, los vecinos de Guet N'Dar son realistas y conscientes de sus necesidades, así como de su potencial. Siguen pensando que necesitan de la cooperación para progresar y le dan un valor primordial al componente económico, del que dicen carecer, pero han comprendido que el capital humano es esencial para el desarrollo del barrio y que no deben esperar siempre la ayuda externa, sino que el cambio empieza por ellos mismos.

> Los senegaleses debemos ahora tomar nuestro destino en nuestras manos para trabajar bien para no seguir viviendo en la pobreza (...) No debemos seguir poniendo la mano, debemos buscar caminos propios para salir, para ir adelante.
>
> Grupo Focal 2

> [Los microcréditos] han permitido a las mujeres estar un poco más empoderadas. Ellas están habituadas a coger los beneficios y dárselos a los maridos, coger los beneficios y prestárselos a un tendero o bien prestárselos a una amiga. Con el microcrédito todo esto ha comenzado a nivelarse, les ha ayudado a ser independientes económicamente y a comenzar a tener conciencia de la autonomía en sus actividades.
>
> Gerente MECPROPAS

> Las mujeres son más autónomas que antes (...) Por lo que esto ha contribuido mucho en el cambio de las mujeres.
>
> Técnico 1

> Mi vida ha cambiado mucho porque la ONG antes de darnos el crédito nos ha mostrado el camino que debemos seguir para acertar y un camino que si lo seguimos, vamos a acertar.
>
> Beneficiaria 2

Tras constatar que las mujeres son financieramente más responsables que los hombres, que comparten las ganancias derivadas del microcrédito con el resto de la familia, contribuyendo así a su bienestar y calidad de vida, y que la participación en programas de microcréditos mejora su autoestima, autonomía y capacidad de participación en la toma de decisiones familiares, entendemos que la mayor parte de las instituciones microfinancieras hayan situado a la mujer como cliente preferencial.

> Hay mujeres que dirigen la casa y mujeres que dan el dinero a sus maridos. Si vas a sus casas, son ellas quienes dan el dinero para el mantenimiento. En este momento, los hombres no trabajan, son las mujeres que se mueven para tener el dinero.
>
> Agente de Crédito de MECPROPAS

Sin embargo, el asistencialismo, la lucha contra la pobreza y la eficiencia de las organizaciones se suele anteponer al empoderamiento de la mujer, que aún sigue considerándose como medio para alcanzar otras prioridades, como puede ser la reducción de la pobreza (Rué, 2003:162).

3.2. La fuerza del grupo

La comunidad, como participante activa en su propio proceso de desarrollo, resulta atractiva dentro de los procesos de empoderamiento puesto que nos anima a centrarnos en la identificación y potenciación de sus capacidades como promotoras de su propio bienestar. Rappaport (citado por Silva y Martínez, 2004) defiende que el empoderamiento permite considerar a las personas como seres humanos completos, con necesidades y derechos, y que son capaces de tomar el control de sus propias vidas.

Montero (citado por Silva y Martínez, 2004) utiliza el término «fortalecimiento» y lo define como:

> El proceso mediante el cual los miembros de una comunidad (individuos interesados y grupos organizados) desarrollan conjuntamente capacidades y recursos para controlar su situación de vida, actuando de manera comprometida, consciente y crítica, para lograr la transformación de su entorno según sus necesidades y aspiraciones, transformándose al mismo tiempo a sí mismos.

Esta idea pone en relación la fuerza individual de cada persona con su desarrollo y compromiso dentro de un grupo para apoyar el cambio social y político.

Las mujeres de Guet N'Dar han comprendido que, dada la falta de atención que reciben por parte de los responsables políticos, la mejora del barrio debe partir de los propios vecinos, promoviendo las iniciativas necesarias para mejorar su entorno.

> Las mujeres de este barrio deben tomar otra decisión, en vez de esperar todo del ayuntamiento. Porque en general los políticos están aquí sólo por sus propios intereses, cuando llegan las elecciones hacen todo para ser elegidos de nuevo pero cuando pasan las elecciones no hacen nada.
>
> Grupo Focal 2

> Es por esta razón que los senegaleses debemos ahora tomar nuestro destino en nuestras manos para trabajar bien para no seguir viviendo en la pobreza (...) Estamos en un barrio en el que vivimos como una familia, que si una persona ve a otra que hace una mala cosa tiene que decírselo: "lo que estás haciendo no es bueno, tú tienes que cambiar o tú tienes que intentar cambiar". La ayuda debe empezar aquí, en este mismo barrio. Antes de poner la mano al extranjero, los senegaleses deben ayudarse entre ellos primero.
>
> Grupo Focal 2

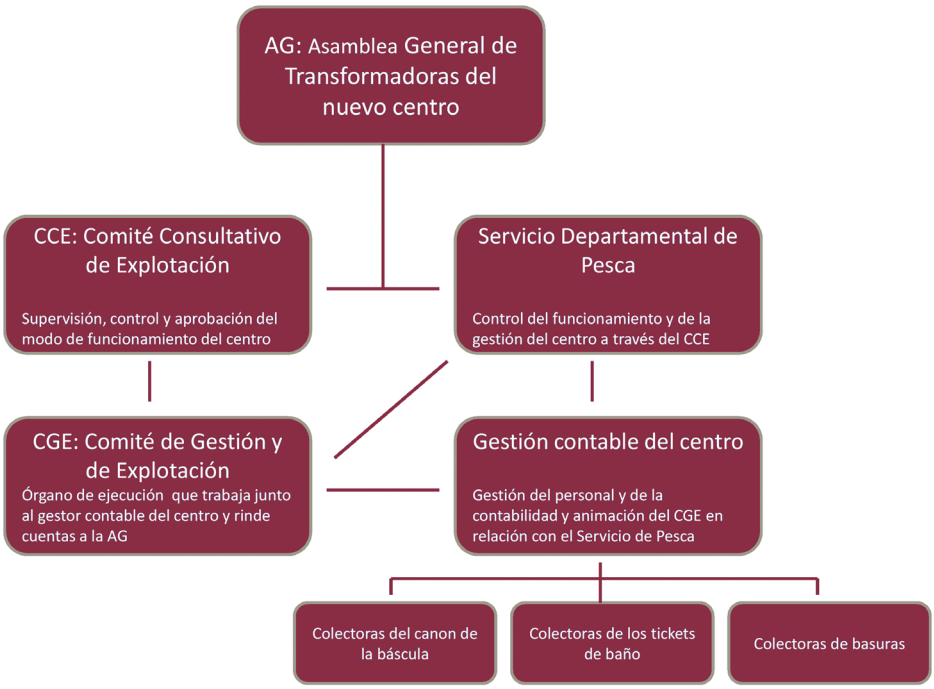
Estos testimonios enlazan con la idea de Zimmerman (citado por Silva y Martínez, 2004) de que a través de los procesos de empoderamiento se inician esfuerzos para mejorar la comunidad donde las personas y los grupos trabajan juntos para identificar las necesidades de esa comunidad y desarrollan estrategias y acciones para satisfacerlas.

El contexto juega un papel fundamental en los procesos de empoderamiento. Los espacios de encuentro de las personas, la colaboración de expertos y el apoyo de las estructuras institucionales favorecen un clima de motivación y confianza y un sistema de apoyo social necesarios para potenciar las capacidades de innovación y desarrollo de la población. El CIDG ha trabajado conjuntamente con la Unión de Mujeres Transformadoras, el Servicio Regional de Pesca, el Consejo del Barrio y el Ayuntamiento de Saint Louis. Beneficiarias, expertos y autoridades locales han establecido un sistema de trabajo conjunto que se mantiene, una vez concluido el proyecto, gracias a un modelo de gestión que se ha creado para este fin y cuyo organigrama cuenta con espacios de consulta, gestión y acción.

La Asamblea General está constituida por el conjunto de mujeres transformadoras del lado fluvial y es la más alta autoridad entre los órganos encargados de gestionar el centro. A la vez, sirve de foro donde las mujeres pueden expresar libremente sus opiniones, se toman decisiones sobre cuestiones fundamentales y se reúnen dos veces al año, coincidiendo con el comienzo y el fin de la temporada alta de trabajo[10], aunque pueden convocar sesiones extraordinarias si existen temas que lo demanden.

[10] Los meses de octubre y julio.

Cuadro 2. Esquematización del modelo organizacional para el nuevo centro de transformación.



Fuente: Fundación Habitáfrica, 2009:12.

El CCE está formado por el Alcalde, la Presidenta del CGE, la Presidenta de la UFT, el Presidente del Consejo del Barrio de Guet N'Dar y el Jefe del Servicio Departamental de Pesca. Entre sus funciones se encuentra la organización del lugar, la identificación de actividades relacionadas y la imposición de tasas. Se reúnen de forma trimestral.

Por su parte, el CGE está compuesto por 25 miembros y se encarga de los aspectos ligados a la explotación, gestión y conservación de las infraestructuras.

A su vez, todas las mujeres del centro se encargan de la limpieza y orden de las instalaciones. Gracias a la instalación de un sistema de pesado del pescado, cada vez que se utiliza la báscula se abona una pequeña cantidad de modo que los fondos recogidos sirvan para el mantenimiento económico del centro.

Es decir, el proyecto ha construido un centro de transformación equipado para que las mujeres puedan trabajar en condiciones higiénicas y mejorar su capacidad comercial. Aunque es la UFT, compuesta íntegramente por mujeres, la principal beneficiaria del proyecto y las instalaciones, se han creado una serie de órganos de gestión y seguimiento de modo que se favorezca la participación comunitaria y se garantice la sostenibilidad. Al implicar a los órganos de poder locales y establecer

un calendario de reuniones periódicas, las mujeres tienen la posibilidad de medirse en igualdad de condiciones con los representantes políticos, económicos y sociales de la ciudad y, aunque históricamente han cedido la palabra a los hombres, insisten en que el proyecto es de ellas y tienen que hacerse escuchar.

> Todas las mujeres colaboran con el trabajo de la Unión y eso va bien también porque, por ejemplo, con la máquina de pesar, cuando una mujer quiere pesar, paga 100 francos, y este dinero lo ingresamos en la Unión. Antes, las mujeres trabajaban individualmente, cada una tenía problemas, pero no sabía cómo hacer para resolverlos. Pero ahora con la Unión, si una mujer tiene problemas, viene a la Unión para resolverlos juntas (...) Cuando trabajamos con el Consejo del Barrio nosotras hemos visto muchas mejoras. El presidente siempre habla con nosotras y nosotras lo llamamos para que nos aconseje (...) El proyecto ha reforzado mucho nuestra posición en la sociedad.
>
> Presidenta de la UFT

> Antes no estaban bien organizadas pero ahora están mejor organizadas. Hay buena relación entre las dos porque si hay reunión van las dos presidentas juntas. Antes no había esa relación pero ahora ha cambiado mucho, ellas trabajan en común.
>
> Técnico 2

> En Guet N'Dar a nivel social hay que comprender que la tradición es un anclaje y en las negociaciones, cuando estás en el seno del barrio, la mujer tiene su lugar y la mujer reivindica su posición y cuando las mujeres están en el exterior con gente del exterior tienden a ceder la palabra a las personas que tienen el poder, por ejemplo, a los maridos o a las autoridades. Esto es lo que pasa durante las negociaciones. Cuando están en el centro es así. Pero en el barrio ellas dicen: «éstas son las cosas que queremos», cuando están con los hombres y con el consejo del barrio. Pero cuando van al ayuntamiento, por ejemplo, ellas dejan a los hombres que hablen en nombre del barrio (...) Cuando ellas han decidido otra cosa se lo recuerdan a los hombres, ellas dicen: «nosotras hemos dicho esto». Ellas no imponen nada, en todo caso: «nosotras lo que hemos decidido es esto, así es cómo pensamos».
>
> Técnico 3

Los foros de debate, las reuniones y asambleas están constituyendo para estas mujeres un elemento empoderador a nivel grupal, ya que gracias a la participación de la UFT y el diálogo establecido no sólo con los hombres, sino con las autoridades locales, han comenzado a debatir sobre sus necesidades y demandarlas en los órganos oportunos. Si bien se trata de mujeres que no están acostumbradas a plantearse su situación más allá de su cotidianidad y que suelen dejar que sean los hombres los que tomen las decisiones a nivel comunitario, la unión de grupo les está aportando un estatus colectivo que les permite estar presentes en las discusiones sobre las cuestiones que afectan a su trabajo. Como proveedoras económicas del lugar, cabría esperar que esta nueva posición les permita también participar con voz y voto en las negociaciones entre el barrio y la ciudad, aunque por el momento prefieren centrarse en mejorar su actividad laboral.

4. CONCLUSIONES

La palabra crédito hace referencia al acto de tener confianza. En el caso de las microfinanzas, se trata de confiar en la capacidad de desarrollo del propio individuo y los microcréditos pueden dotarles de las herramientas necesarias para que pongan en práctica sus habilidades.

Sin duda, son los microcréditos la herramienta más conocida y difundida dentro del sistema microfinanciero orientado a luchar contra la pobreza entre los sectores sociales más desfavorecidos, especialmente las mujeres.

Las últimas décadas han supuesto un aumento del acceso de la mujer al crédito. Sin embargo, su potencial como herramienta de empoderamiento femenino aún no ha sido ampliamente desarrollado, debido, esencialmente, a las desventajas que las mujeres sufren por su género.

Las microfinanzas pueden ayudar a transformar las relaciones de poder y contribuir al aumento de poder de las personas pobres, tanto hombres como mujeres. Estas personas, que con frecuencia suelen estar empleadas en el sector informal, pueden emprender con la ayuda de los microcréditos una actividad productiva que les ayude a salir de la precariedad y contribuya, con ello, en la lucha contra la pobreza.

El empoderamiento es, por tanto, de un proceso endógeno de adquisición y/o aumento de poder, que coloca al individuo como eje central del proceso y promotor de su propio desarrollo y el de su comunidad. Sin embargo, todo individuo está influenciado por una cultura, unas tradiciones, unas creencias, unas relaciones y unas motivaciones y los procesos de empoderamiento deben surgir a partir del reconocimiento de esta realidad y la confianza en las capacidades y habilidades del ser humano.

Por tanto, tanto los microcréditos como el empoderamiento están basados en la confianza en las personas, en la creencia de que con los apoyos necesarios pueden actuar como desencadenantes y promotores del desarrollo común.

La población senegalesa está muy acostumbrada a solicitar préstamos informales, bien a familiares, amigos o en sistemas tradicionales como los tontines. A través de la experiencia analizada con las mujeres transformadoras de pescado del barrio senegalés de Guet N'Dar hemos llegado a la conclusión de que las mutuas locales de ahorro y crédito tienen un interesante potencial como instituciones microfinancieras con objetivos sociales. Una vez que las mujeres saben cómo hacerlo y están interesadas en acceder a ellas, las mutuas pueden poner en marcha un servicio de orientación, formación, préstamo y seguimiento de la actividad productiva emprendida gracias al microcrédito y establecer mecanismos flexibles de concesión y reembolso adaptados a las necesidades de los demandantes. Y podemos esperar este compromiso porque se trata de instituciones microfinancieras instaladas en las zonas de trabajo y vivienda de las beneficiarias y que nacen con el interés de apoyar la actividad económica local y el desarrollo comunitario.

Nos hemos referido al potencial de las microfinanzas para motivar el desarrollo de las capacidades humanas en relación a las oportunidades y elecciones que afectan al estilo de vida de las personas y que han sido elegidas libremente por cada uno. Las redes sociales y la cooperación económica pueden actuar como motores del

desarrollo y del refuerzo de esas capacidades. El grupo incentiva el trabajo de cada individuo para identificar las necesidades de una comunidad y diseñar estrategias conjuntas que permitan satisfacerlas. Los encuentros grupales de convivencia e intercambio de información actúan como estructuras integradoras y de participación del individuo en la comunidad, motivando el empoderamiento grupal.

Concluimos así que, aunque en solitario los beneficios del microcrédito son más débiles, apoyados por la formación, orientación y el acompañamiento social e institucional, pueden convertirse en una poderosa herramienta de empoderamiento femenino en contextos de precariedad económica. Aunque las microfinanzas no pueden superar todos los obstáculos que impiden el empoderamiento de la mujer, los programas de microfinanzas diseñados desde el enfoque de las necesidades y capacidades de las mujeres, sí pueden contribuir de manera decisiva en su empoderamiento.

Recibido: 9-09-2013. Aceptado: 30-10-2013

BIBLIOGRAFÍA

Artal, N. (2008). El microcrédito: instrumento de cohesión social o de exclusión institucional. *Revista Papeles*, núm. 101, pp. 117-128.

Batliwala, S. (1997). El significado del empoderamiento de las mujeres: nuevos conceptos desde la acción. En M. León (comp.), *Poder y empoderamiento de las mujeres.* Colombia: Tercer Mundo.

CEPAL-UNIFEM (2004). *Entender la pobreza desde la perspectiva de género.* Santiago de Chile: Naciones Unidas.

Davico, G. (2004). *Empoderamiento femenino a través de programas de microcrédito en Argentina.* Buenos Aires: IDICSO.

Durán, J. (2011). *Evaluación de impacto del programa de Cajas Autofinanciadas de Intervida en Senegal 2009-11: Autofinanzas y oportunidades de desarrollo en las comunidades de Senegal.* Madrid: Foro de Microfinanzas.

Fundación Habitáfrica (2006). *Etude de mise en place d'une ligne de crédit destinée aux femmes transformatrices des produits de la pêche de Guet N'Dar.* Saint Louis.

—— (2009). *Plan de Gestion du Centre de Transformation de produits halieutiques de Guet N'Dar.* Saint Louis.

Lacalle, M. (2001). Los microcréditos: un nuevo instrumento de financiación para luchar contra la pobreza. *Revista de Economía Mundial*, núm. 5, pp. 121-138.

—— (2010). *Glosario básico sobre microfinanzas.* Madrid: Foro Nantik Lum de Microfinanzas.

Mayoux, L. y Hartl, M. (2009). *Género y microfinanciación rural: cobertura y empoderamiento para las mujeres.* Roma: FIDA.

Murray, U. y Boros, R. (2003). *Guía para la microfinanza sensible a los asuntos de género.* Roma: FAO.

Rué, E. (2003). Desarrollo y capacidades: aplicación al microcrédito desde una perspectiva de género. *CIDOB*, núm. 60, pp. 161-184.

Silva, C. y Martínez, M. (2004). Empoderamiento: proceso, nivel y contexto. *Psykhe (online)*, n*úm.* 13.

EVALUADORES

Luis Moreno Fernández, CSIC.
Mikel Oilazaran, UPV.
Jesús Sebastián, CSIC.
Miguel Beltrán, UAM.
Teresa González de la Fe, ULL.
Luz Martina Barreto Vargas, ULL.
Jorge Rodríguez Guerra, ULL.
Fernando Estévez González, ULL.
Sara García Cuesta, ULL.

INFORME ANUAL DEL PROCESO EDITORIAL DE *ATLÁNTIDA 5* (2013)

El promedio de tiempo de publicación desde la llegada de los artículos a la Redacción de la revista hasta su impresión (pasando por el proceso selección, lectura, evaluación y corrección de pruebas) es de 9 meses. Los evaluadores/as de este número son miembros de diversas universidades españolas.

Estadísticas:
Nº de artículos recibidos en la redacción para esta edición: 12
Nº de artículos aceptados: 10
Promedio de evaluadores/as por artículo: 2
Promedio de tiempo entre llegada y aceptación de artículos: 2 mes
Promedio de tiempo entre aceptación y publicación: 7 meses

El 90% de los manuscritos enviados a *Atlántida* ha sido aceptado para su publicación.

SERVICIO DE PUBLICACIONES
UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA