

LAS BARRERAS AL EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO FEMENINO*

María Milagros Vivel Búa

Pablo Durán Santomil

Sara Fernández López

David Rodeiro Pazos

Universidad de Santiago de Compostela

RESUMEN

Las spin-offs universitarias o USOs suelen ser empresas de reciente creación y pequeño tamaño que contribuyen a la innovación tecnológica, posibilitando la adecuada transferencia de conocimiento de la universidad a la sociedad. El análisis de las características de las spin offs y de sus emprendedores resulta fundamental para conocer los rasgos que identifican a este tipo de empresas y sus probabilidades de supervivencia y éxito.

En la literatura especializada se afirma que las mujeres se enfrentan a más obstáculos que sus homólogos masculinos a la hora de emprender un negocio. Este trabajo se ha centrado en el análisis de las diferencias de género en la percepción de las barreras al emprendimiento universitario. Para ello, se realiza un estudio en base a la información recogida acerca de 72 spin-offs de las universidades españolas. A partir de los resultados obtenidos, se observa que muchos de los rasgos detectados en el emprendimiento femenino a nivel global se ven replicados en el emprendimiento universitario.

Palabras clave: spin-offs universitarias, financiación, emprendedores, barreras al emprendimiento, diferencias de género.

1. INTRODUCCIÓN

El incremento del emprendimiento o *entrepreneurship* femenino es el reflejo de una sociedad en la que se han experimentado grandes avances socioculturales. Estos cambios han creado un entorno general más adecuado para el emprendimiento femenino, lo que ha motivado un aumento de la investigación sobre las diferencias de género de los emprendedores. Así, existe una visión general de que la mujer emprendedora representa un conjunto homogéneo con determinadas características que difieren de las presentes en los emprendedores masculinos, lo que justifica un análisis profuso de las mismas para poder promover y apoyar eficientemente la actividad emprendedora femenina. A pesar de la investigación realizada, que comienza en la década de los 80's en Estados Unidos, aún continúa abierta la cuestión de si las mujeres tiene las mismas opciones y oportunidades que los hombres a la hora de emprender su negocio.

Por otra parte, en las últimas décadas las actividades llevadas a cabo por las universidades respecto a la transferencia de tecnología han crecido tanto en número como en diversidad. Dentro de estas prácticas la creación de empresas, conocidas como spin-offs universitarias (USOs), ha adquirido un elevado grado de importancia, debido principalmente a su potencial como factor positivo en el crecimiento económico de una determinada zona.

El emprendimiento universitario y el emprendimiento femenino constituyen dos ámbitos de investigación relativamente recientes en España y, hasta el momento, han sido estudiados de forma separada. Este trabajo forma parte de un proyecto más amplio que pretende analizar si las diferencias que en general se han detectado en el emprendimiento femenino son trasladables cuando este proceso tiene lugar dentro de la universidad.

* Este trabajo ha sido realizado en el marco del proyecto de investigación 07SEC014201PR de la Dirección Xeral de I+ D de la Xunta de Galicia: "As emprendedoras no mundo universitario".

En concreto, el objetivo del presente trabajo ha sido analizar las barreras a las que se enfrentan las mujeres en la creación de USOs.

El trabajo se estructura del modo siguiente. A continuación, se realiza una revisión de los principales trabajos relacionados con el emprendimiento femenino junto con una visión general de su situación en España. Posteriormente, se analizan estos mismos aspectos en el ámbito de las USOs creadas en el sistema universitario español. Por último, se establecen las principales conclusiones.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Barreras al emprendimiento femenino

Para Fuentes (2006) el estudio del papel de la mujer en la creación de empresas puede agruparse en tres grandes bloques interrelacionados como son el análisis: i) de sus características y motivaciones a la hora de emprender; ii) de los recursos y restricciones para el inicio y desarrollo de la empresa; y, iii) de los resultados empresariales logrados.

En el análisis de las motivaciones de las emprendedoras la literatura muestra que son similares al caso de los hombres, sin embargo se ha detectado generalmente que: (véase Lamolla, 2007 y las referencias allí citadas) las motivaciones de necesidad comparadas con las de los hombres son más fuertes que las de oportunidad; una minoría de mujeres emprende en un intento de superar el techo salarial que se encuentran como trabajadoras por cuenta ajena; y habitualmente buscan más flexibilidad y conciliar mejor la vida profesional y personal, especialmente en el caso de mujeres con hijos.

La Comisión Europea encargó a Eurochambers un estudio sobre los problemas de las emprendedoras en la creación de empresas y la toma de decisiones en los 25 países miembros. Los motivos señalados para empezar un negocio eran: deseo de control y libertad para tomar sus decisiones (47,2%), razones económicas (45,9%), alcanzar la autorrealización (42,4%), no trabajar para otros (36,5%), confianza en los productos y servicios ofrecidos (25,1%), estatus social (14,6%), citando un 17,4% otras razones entre las que se encontraban combinar mejor trabajo y familia y no encontrar otro trabajo (Eurochambers, 2004).

Respecto a las características de las empresas creadas por mujeres la literatura existente indica que: tienen tendencia a operar en el sector servicios, especialmente en el comercio al detalle, y son empresas pequeñas en volumen y en número de empleados. Así, por ejemplo, en el estudio de Eurochambers (2004) el 87,4% de las empresas creadas por mujeres eran microempresas. El sector de actividad se explica tanto por la diferencia de formación adquirida como porque son sectores donde las necesidades financieras son menores. En lo referente al tamaño de las empresas se suele observar que debido a que las mujeres tienen una mayor aversión al riesgo y un menor afán de crecimiento, la empresa creada es de menor tamaño y experimenta un crecimiento más reducido.

Con respecto al segundo gran bloque desde el que se estudia el papel de las emprendedoras, existe un consenso en torno a que las mujeres se enfrentan a mayores obstáculos en la creación de empresas y su posterior desarrollo. El-Namaki y Gerritson (1987) (citado en Birley *et al.*, 1989) identificaron siete grupos de barreras al emprendimiento femenino. Modificando su clasificación, en nuestro análisis hemos establecido la siguiente tipología:

- *Barreras conductuales* (por ejemplo, la baja autoconfianza y la autoimagen negativa). Así, en el estudio de Morales y Rahe (2007) acerca de las competencias más importantes para emprender una empresa con éxito se encontró que los hombres valoraban sobre el resto de competencias la confianza personal y las mujeres la persistencia. Lo que era valorado por los autores, en parte, como una percepción de un entorno que puede ser visto hostil, desafiante o complicado para las mujeres.

- *Barreras socioculturales* (por ejemplo, valores y actitudes hostiles hacia las mujeres en los negocios, la estructura de las familias y la escasa conciliación con la vida laboral). Eurochambers (2004) encontró que el segundo problema en importancia al que se enfrentaban las mujeres era combinar el trabajo y la familia, problema que existía tanto a la hora de crear una empresa (31,4% de las encuestadas) como en su operativa diaria (45%), donde, además, destacaban la falta de tiempo para la formación y mejora de las habilidades (28,1%).
- *Barreras de infraestructura* (por ejemplo, en el acceso al crédito, apoyo o información). Aunque la falta de información y asesoramiento resulta un problema importante en el momento de creación de la empresa (28,1% de las emprendedoras), destacan como principal problema las restricciones financieras, tanto en la fase de creación de la empresa (49,7%) como en la operativa diaria (49,9%) (Eurochambers, 2004).
- *Barreras ocupacionales* (por ejemplo, las menores oportunidades laborales y la restricción de habilidades). Estas barreras ocupacionales repercuten negativamente en la dotación inicial tanto de capital humano como de capital social con las que cuentan las empresas creadas por mujeres. Así, en los estudios referentes al acceso al capital humano se muestra que, en general, las mujeres presentan un menor conocimiento y experiencia en el terreno empresarial y laboral. Esto es consecuencia, por un lado, de la diferencia de formación adquirida (barreras educativas), y por otro, de la menor presencia en las funciones de dirección de personas y la creación de empresas.
- El capital social se relaciona con las capacidades de extraer beneficios de las relaciones con otros agentes (redes sociales). En el campo del *entrepreneurship* destacan las redes empresariales y de contactos del empresario. Eurochambers (2004) señaló ligeras diferencias en cuanto al desarrollo, contenidos y uso de las redes, de tal modo que sólo un 18,2% y un 22,5% de las mujeres participaba, respectivamente, en los cuerpos de decisión de las Cámaras de Comercio y de otras asociaciones, citando la falta de tiempo como la causa principal de la baja participación.
- *Barreras educativas* (por ejemplo, menores oportunidades de formación y nivel educativo). En el informe de Eurochambers (2004), un 43,8% de las emprendedoras tenía un título universitario. No obstante, existe un consenso en que la formación adquirida por las mujeres es menor comparativamente en ciencias aplicadas, de negocios y tecnología y superior en ciencias de la salud y humanidades, lo cual estaría mostrando una dotación de capital humano diferente en función del género.

Respecto al último bloque de estudios, en general, las empresas creadas por mujeres suelen tener un menor nivel de beneficios y de crecimiento (véase la discusión en Díaz y Jiménez, 2004). La causa principal reside en que las empresarias tienen menos recursos iniciales en capital humano, social y financiero¹, y que sus responsabilidades familiares les obliga a dedicar menos horas que las deseadas a sus empresas.

2.2. El Emprendimiento femenino en España: una visión general

El análisis de la actividad emprendedora, esto es, de aquellas personas que se encuentran en las fases iniciales del proceso de creación o de consolidación empresarial, desde una perspectiva internacional, denota que España se sitúa en torno a la media en lo que respecta al *Total Entrepreneurial Activity Index* (índice TEA) femenino, alcanzando un índice del 5,7 en

¹ Las explicaciones que se le dan a este hecho son: las diferencias salariales, las dificultades de financiación y el tipo de actividad productiva. El continuo gap salarial (menores retribuciones y mayor presencia en trabajos a tiempo parcial) limita los recursos disponibles para la creación de empresas por parte de las mujeres. Esta menor presencia de recursos propios equivale a menores garantías frente a terceros, limitando el acceso a financiación externa. Además, las mujeres tienen tendencia a operar en el sector servicios, especialmente al comercio al detalle, donde las necesidades financieras son menores.

2006 (GEM, 2007). Además, la divergencia entre el TEA femenino (5,7) y masculino (8,83) para España en ese año es menos acusada que a nivel internacional (-3,13 frente a -3,77) o que frente a terceros países que, como Dinamarca o Países Bajos, ya disponen de una mayor tradición respecto a la participación femenina en el mercado laboral (Tabla 1).

Tabla 1. Actividad emprendedora según el género 2005-2006

	TEA						Ratio TEA mujer/TEA hombre	
	Hombres		Mujeres		Diferencial (Mujeres-Hombres)			
	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006
España	6,92	8,83	4,15	5,7	-2,77	3,13	0,58	0,65
Internacional	9,34	9,44	5,73	5,68	-3,61	3,77	59	0,67
Países bajos ingresos	11,99	12,16	8,13	8,38	-3,87	3,78	0,67	0,68
Países altos ingresos	7,97	8,46	4,45	4,5	-3,53	3,97	0,55	0,53

Fuente: Informes GEM (2006, 2007)

Asimismo, en 2006 y por cuarto año consecutivo, el ratio mujer/hombre para el TEA en España experimentó un aumento que lo sitúa en el 0,65, próximo a la media internacional que es del 0,67. Esto sitúa a España en el número 19 de los 42 países que participaron en el estudio GEM para el año 2006.

Por su parte, la motivación fundamental de las mujeres para emprender un negocio es la oportunidad (GEM, 2006). Ahora bien, al mismo tiempo se confirma que en éstas la motivación por necesidad es más fuerte que en los varones, e incluso más acusada en el caso español frente a los países de rentas altas (4,82 frente a 7,63 en el 2006, respectivamente) (Tabla 2). No obstante, en los últimos años las empresas creadas por mujeres en España se alejan cada vez más del estigma de negocio de subsistencia y con bajo potencial de crecimiento (necesidad).

Tabla 2. Comparación internacional del TEA por necesidad y oportunidad en función del género

	TEA oportunidad/necesidad					
	Hombres			Mujeres		
	2005	2006	Crecimiento	2005	2006	Crecimiento
España	6,09	6,06	-0,49%	5,33	4,82	-9,57%
Países bajos ingresos	2,17	3,41	57,14%	1,82	3,72	104,40%
Países altos ingresos	5,64	8,74	54,96%	5,68	7,63	34,33%

Fuente: Informes GEM (2006, 2007)

Diversas investigaciones han tratado de definir el perfil socio-económico del emprendedor, llegando a la conclusión de que no existen diferencias significativas en cuanto al género. Ahora bien, en el caso concreto de la educación y formación desde una perspectiva internacional, existen diferencias entre los países de bajos y altos ingresos. Así, en los primeros predominan las mujeres emprendedoras sin estudios secundarios completos, si bien su proporción ha ido reduciéndose (-19%), mientras que en los segundos abundan las mujeres emprendedoras con grado universitario (Tabla 3). En el caso español los niveles educativos entre hombres y mujeres emprendedores son similares, con un predominio del grado universitario. De acuerdo con el informe GEM para el 2006, este resultado pone de relieve la peculiaridad de la mujer emprendedora española frente a su homóloga no emprendedora, ya que ésta presenta una desventaja formativa respecto a los hombres.

Tabla 3. Nivel educativo de las mujeres emprendedoras (2005-2006)

	Países de ingresos altos			Países de ingresos bajos		
	2005	2006	Crecimiento	2005	2006	Crecimiento
No completan grado de secundaria	27,8	25,2	-9%	45	36,5	-19%
Tienen grado de secundaria	19,6	24,8	27%	20	26,4	32%
No concluyen estudios postsecundaria	17,7	14,9	-16%	17	25,4	49%
Grado universitario	32,5	35	8%	15,9	11,8	-26%

Fuente: Informes GEM (2006, 2007)

3. RESULTADOS EMPÍRICOS

A continuación analizamos los aspectos señalados en los epígrafes anteriores centrados en el emprendimiento universitario femenino.

3.1. Recogida de información y características de la muestra

La información utilizada ha sido obtenida mediante una encuesta dirigida a USOs españolas a lo largo del año académico 2005-06. Se obtuvieron 72 formularios válidos, lo que representa un 18,6% de las USOs creadas hasta el 2005 (Red OTRI de Universidades, 2005). Los parámetros de este estudio aparecen recogidos en el Tabla 4.

Tabla 4. Ficha técnica de la investigación

Universo	Spin-offs de las universidades españolas *
Ámbito	España
Procedimiento de muestreo	Encuesta asistida por ordenador a través de formulario <i>web</i>
Tasa de respuesta	18,6%
Tamaño muestral	387 spin-offs
Error muestral	±10,43%
Nivel de confianza	95%
Trabajo de campo	Diciembre 2005 - junio 2006

Notas: * Red OTRI de Universidades (2005).

Para el análisis de las diferencias de género, se clasificaron las spin offs en tres grupos según sus fundadores fueran exclusivamente hombres (62,5%), mujeres en un porcentaje inferior al 50% (19,44%) y mujeres en un porcentaje igual o superior al 50% (18,06%).

Todas las USOs resultaron ser PYMEs, según la definición de la Comisión Europea, y el 57% Empresas de Base Tecnológica (EBTs), de acuerdo con el criterio que identifica la realización de una actividad tecnológica sofisticada con el hecho de que la empresa opere en un sector de alta tecnología.

Las USOs donde la presencia de emprendedoras es paritaria o mayoritaria presenta un número menor de empleados (3,31 frente a la media 3,87) y un menor carácter tecnológico (un 46,15% de sus empresas pueden calificarse como EBTs). Ambos datos (Tabla 5) confirman, en parte, las tendencias detectadas en el emprendimiento femenino en general: negocios con un menor componente tecnológico, debido a la distinta formación de las mujeres, y un menor tamaño (medido por el número de empleados). Además, la edad media de los fundadores es superior en las USOs donde la participación de las mujeres es igual o mayoritaria. Este ligero “retraso” en las tareas de emprendimiento suele vincularse con el ciclo vital femenino.

Tabla 5. Tamaño y carácter tecnológico de las spin offs

		Empleados	Activo total	Ventas	Edad media estimada de fundadores	% de USOs consideradas EBTs	
Género fundadores	N	Media	Media	Media	Media	NO	SI
Exclusivamente hombres	45	3,73	367.528	275.600	33,28	48,89%	51,11%
Minoritariamente mujeres	14	4,64	395.431	325.569	33,64	14,29%	85,71%
Igual o mayoritariamente mujeres	13	3,31	399.795	312.466	35,23	53,85%	46,15%
Total	72	3,83	378.780	291.973	33,70	43,06%	56,94%

3.2. La presencia de emprendedoras en las spin offs universitarias

La definición más simple de un emprendedor o fundador es la de aquella persona que crea una empresa. Esta figura debe diferenciarse de la del inventor, que se refiere a la persona que ha contribuido al desarrollo de una tecnología y que no necesariamente participará en su posible explotación empresarial. Los resultados de la encuesta realizada muestran que el número medio de inventores supera al de los fundadores, 4,5 frente al 3,5 respectivamente, por lo que hay más personas implicadas en el desarrollo de la tecnología. Además, los hombres tienen una mayor presencia en el total de inventores, con un porcentaje del 77% frente al 23% que representan las mujeres (Tabla 6). Esta conclusión se acentúa al comprobar que sólo hay un caso en el cual la tecnología de partida se haya desarrollado íntegramente por mujeres, frente a un 54% de spin offs en las cuales ésta ha sido creada únicamente por hombres.

Las diferencias de género detectadas son mayores cuando nos centramos en los emprendedores propiamente dichos, ya que de nuevo los hombres cuentan con una mayor presencia, con un 83% del total frente al 17% restante de las mujeres. Al igual que en el caso de los inventores, vuelve a existir un único caso en el que la spin off ha sido creada exclusivamente por mujeres frente al 62,5% de spin offs creadas exclusivamente por hombres.

Tabla 6. Género de los inventores y fundadores

	N	Inventores					Fundadores				
		Mín.	Max.	Media	D.t.	Suma	Mín.	Max.	Media	D.t.	Suma
Total	72	1	32	4,5	3,89	325	1	10	3,57	1,64	257
Hombres	72	0	19	3,5	2,47	252	0	8	2,97	1,61	214
Mujeres	72	0	13	1	1,96	73	0	3	0,60	0,89	43

3.3. Las barreras al emprendimiento universitario femenino

A través de la encuesta realizada se solicitó a cada una de las spin offs que valorase² las barreras al emprendimiento detectadas tanto en el momento de su creación como en la actualidad (Tabla 7).

² Los emprendedores encuestados valoraron en una escala de 1 a 5 cada una de las barreras propuestas donde 1 representa “nada importante” y 5 “muy importante”.

Tabla 7. Valoración de las barreras al emprendimiento según género de los fundadores

			Fundación				Actualmente			
			N	Media	D.t.	Error	N	Media	D.t.	Error
Conceptuales	Elevado nivel de riesgo	0	38	3,39	1,55	0,25	39	2,95	1,30	0,21
		1	11	2,82	1,33	0,40	9	2,00	0,87	0,29
		2	9	2,67	1,50	0,50	10	2,90	1,29	0,41
	Falta de confianza en sus capacidades	0	32	1,94	1,19	0,21	31	1,68	1,08	0,19
		1	8	1,75	1,16	0,41	6	1,17	0,41	0,17
		2	8	1,63	0,92	0,32	8	1,63	0,92	0,32
Rol y socioculturales	Falta de tiempo	0	35	2,57	1,50	0,25	34	3,00	1,35	0,23
		1	10	2,70	1,64	0,52	8	2,63	1,41	0,50
		2	7	2,86	1,35	0,51	8	3,13	1,46	0,52
	Problemas de carácter familiar	0	29	1,52	1,15	0,21	28	1,57	1,20	0,23
		1	8	1,25	0,46	0,16	6	1,17	0,41	0,17
		2	6	1,50	0,84	0,34	7	1,43	0,79	0,30
Infraestructuras	Falta de recursos financieros	0	39	3,95	1,28	0,20	38	3,42	1,35	0,22
		1	10	3,70	1,42	0,45	8	2,63	0,74	0,26
		2	10	3,90	1,10	0,35	9	3,22	1,30	0,43
	Falta de información del mercado	0	39	2,92	1,40	0,22	38	2,26	1,08	0,18
		1	9	2,78	1,39	0,46	7	2,43	1,27	0,48
		2	8	2,13	0,83	0,30	7	1,71	0,76	0,29
	Falta de información sobre el know how*	0	35	2,43	1,27	0,21	34	1,97	0,90	0,16
		1	7	1,57	0,79	0,30	5	1,00	0,00	0,00
		2	7	1,71	1,11	0,42	7	1,57	1,13	0,43
	Falta de información sobre potenciales colaboradores*	0	36	3,14	1,36	0,23	34	2,59	1,16	0,20
		1	8	2,13	0,99	0,35	6	1,50	0,84	0,34
		2	8	2,00	1,07	0,38	9	2,22	1,39	0,46
Ocupacionales	Falta de colaboración de un emprendedor externo	0	33	2,27	1,40	0,24	32	2,16	1,39	0,25
		1	8	1,38	1,06	0,38	6	1,67	1,03	0,42
		2	7	1,57	1,13	0,43	7	1,86	1,21	0,46
	Falta de contactos externos	0	34	2,97	1,24	0,21	34	2,44	1,26	0,22
		1	10	2,40	1,26	0,40	8	1,75	1,16	0,41
		2	8	2,75	1,16	0,41	10	2,80	1,48	0,47
	% de fundadores con experiencia laboral en el sector	0	45	0,36	0,39	0,06				
		1	14	0,27	0,38	0,10				
		2	13	0,45	0,37	0,10				
	% de fundadores con experiencia laboral en otro sector	0	45	0,26	0,32	0,05				
		1	14	0,26	0,36	0,10				
		2	13	0,17	0,24	0,07				
	% de fundadores con experiencia laboral en creación de empresas	0	45	0,18	0,31	0,05				
		1	14	0,10	0,23	0,06				
		2	13	0,15	0,22	0,06				
Educación	% de fundadores con estudios universitarios	0	45	0,62	0,36	0,05				
		1	14	0,65	0,32	0,08				
		2	13	0,58	0,26	0,07				
	% de fundadores con estudios secundarios	0	45	0,31	0,29	0,04				
		1	14	0,30	0,28	0,07				
		2	13	0,33	0,24	0,06				
	% de fundadores con estudios primarios	0	45	0,07	0,15	0,02				
		1	14	0,05	0,13	0,06				
		2	13	0,09	0,16	0,04				

(Continúa)

			Fundación				Actualmente			
			N	Media	D.t.	Error	N	Media	D.t.	Error
Sector/Mercado	Pequeño tamaño del mercado	0	38	2,21	1,36	0,22	38	2,26	1,22	0,20
		1	10	2,70	1,42	0,45	8	2,38	1,30	0,46
		2	9	2,33	1,22	0,41	10	2,50	1,35	0,43
	Problemas en el desarrollo de productos y la prod.	0	32	2,56	1,22	0,22	32	2,44	1,16	0,21
		1	7	3,14	1,35	0,51	5	1,80	0,84	0,37
		2	6	2,00	1,26	0,52	7	2,14	1,21	0,46
	Problemas en la protección de productos	0	32	1,97	1,23	0,22	31	1,84	1,16	0,21
		1	6	1,83	0,98	0,40	5	2,00	1,00	0,45
		2	5	1,60	0,55	0,24	6	1,83	1,17	0,48

Notas: * significativo al 10% .

0 =USOs fundadores hombres=100%. 1=USOs fundadores mujeres<50%. 2= USOs fundadores mujeres=>50

En las barreras conceptuales hemos obtenido que las spin offs creadas igual o mayoritariamente por mujeres tienden a infravalorar el nivel de riesgo a asumir en el momento inicial pero con el desarrollo de negocio su percepción de este riesgo se incrementa (mientras en el resto de USOs disminuye), lo cual puede relacionarse con un diferimiento temporal en la manifestación de su mayor aversión al riesgo por desconocimiento de la actividad emprendida. Asimismo, si bien la falta de confianza en sus propias capacidades no parece ser un obstáculo importante para las spin offs creadas igual o mayoritariamente por mujeres, en el resto de spin-offs se observa un incremento de la autoconfianza a medida que se desarrolla el negocio, algo que no sucede en las primeras.

Con respecto a las barreras socioculturales, la falta de tiempo para la actividad emprendida es más relevante para las spin offs fundadas por mujeres. De acuerdo con la literatura académica, esto puede deberse a la carga temporal que suponen las "obligaciones tradicionales" de la mujer vinculadas al cuidado del hogar y la familia, aunque nuestros resultados muestran que los *problemas de carácter familiar* casi son valorados por igual en todas las spin offs independientemente del género de sus fundadores. Además, se observa que tanto en las spin offs impulsadas sólo por hombres como en aquellas con igualdad o mayoría de mujeres, la importancia de la falta de tiempo se incrementa en la actualidad, quizás incentivado por la mayor exigencia de compromiso que el negocio tiene en su fase de desarrollo y crecimiento hasta alcanzar su consolidación en el mercado.

Las barreras relativas a las *infraestructuras (falta de recursos financieros y falta de información sobre el mercado, know how y potenciales colaboradores)* son más valoradas en las spin offs creadas exclusivamente por hombres, tanto en la fundación como actualmente, si bien su importancia decrece con el tiempo.

Dentro de las *barreras ocupacionales*, las USOs creadas únicamente por hombres consideran la *falta de emprendedores y contactos externos* más preocupante que aquellas impulsadas por mujeres. Ahora bien, dichas relaciones se invierten a medida que se desarrolla el negocio ya que las emprendedoras pasan a valorar con mayor intensidad estas barreras, confirmando en parte su menor potencial para utilizar las ventajas derivadas de una buena red de contactos.

Dentro de este tipo de barreras se analizó también el *porcentaje de fundadores con experiencia laboral previa* (en el sector de la USO, en otro sector y en la creación de empresas). Así, se obtuvo que la mayoría de los fundadores tienen experiencia en el sector de actividad de la spin off creada, independientemente de su género. Ahora bien, en el caso de las USOs creadas igual o mayoritariamente por mujeres la media alcanza el 45% de los fundadores frente a las creadas exclusivamente por hombres que sólo tienen un 36%. De modo que la baja experiencia profesional previa en otros sectores (17% de los fundadores) y, sobre todo, en la

creación de empresas (15% de los fundadores) puede limitar gravemente las habilidades y oportunidades de las mujeres en el emprendimiento.

En las *barreras educativas* se analizó el *porcentaje de fundadores con estudios universitarios /secundarios/ primarios* obteniendo que no existían diferencias significativas en el nivel de formación de los fundadores entre los tres grupos de spin offs. No obstante, las USOs creadas igual o mayoritariamente por mujeres eran el grupo que disponía de un menor porcentaje de fundadores con estudios universitarios y mayor presencia de fundadores con estudios secundarios y primarios.

Finalmente hemos estudiado las *barreras vinculadas al mercado/sector* de la USO. Se observa que las spin offs con mujeres fundadoras en igualdad o mayoría consideran un mayor obstáculo el *pequeño tamaño de mercado* frente a aquellas con únicamente hombres fundadores. Esto puede relacionarse con el hecho de que las mujeres tienden a ubicarse en sectores más maduros. Además, las spin offs creadas por hombres consideran más relevante los *problemas relativos al desarrollo de productos y producción* en el momento fundacional, si bien, las impulsadas por mujeres tienden a valorar más esta barrera en la actualidad. De igual modo, aunque las spin offs creadas por hombres consideran más importante los *problemas en la protección de productos* en la fundación, la valoración de esta barreras tiende a igualarse entre todas las spin offs en la actualidad. Esto puede deberse a una infravaloración inicial como ocurría en el nivel de riesgo asumido.

4. CONCLUSIONES

El análisis de las características de las spin offs y de sus emprendedores resulta fundamental para conocer cuales son los rasgos que identifican este tipo de empresas y sus probabilidades de supervivencia y éxito. Este trabajo se ha centrado en el análisis de las diferencias de género en la percepción de las barreras al emprendimiento universitario a partir de la información recogida de 72 USOs españolas. En concreto, todas las spin offs analizadas son PYMEs, más de la mitad EBTs, y tienen una escasa presencia de mujeres tanto entre los inventores como entre los fundadores, representando únicamente el 23% y el 17% del total, respectivamente. Esto último implica la necesidad de adoptar medidas que promuevan y apoyen la participación femenina en la creación de empresas.

Los resultados obtenidos muestran para las spin offs fundadas igual o mayoritariamente por mujeres:

- La falta de tiempo es una barrera al emprendimiento más relevante que en el resto de USOs. Esto puede justificarse por otras cargas de trabajo que tradicionalmente se han atribuido a la mujer como, por ejemplo, el cuidado de la familia.
- El pequeño tamaño del mercado es un obstáculo muy valorado, lo cual puede deberse a que han venido desarrollando negocios en fase de madurez, esto es, han emprendido más por necesidad.
- Tienen más dificultades en acceder y, consecuentemente, beneficiarse de una red de contactos y emprendedores externos en la actualidad.
- Cuentan con una mayor experiencia empresarial en el sector de actividad en que se ubican. Sin embargo, no disponen de gran experiencia en otros sectores o en la creación de empresas lo cual puede limitar su capacidad emprendedora frente a los hombres.

Por tanto, podemos concluir que muchos de los rasgos detectados en el emprendimiento femenino a nivel global se ven replicados en el emprendimiento universitario.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BIRLEY, S. (1989). "Female Entrepreneurs: Are They Really Any Different?", *Journal of Small Business Management*, Vol. 27, No. 1, pp. 32-37.
- DÍAZ, C. y JIMÉNEZ, J. J. (2004). "Influencia del género en la actividad empresarial: Diferencias de resultados y factores de éxito", XIV Congreso Asociación Científica y Economía de la Empresa (ACEDE), Murcia.
- EL-NAMAKI M. S. S. y GERRITSON J. C. M. (1987). "The Entrepreneurial Role of Women in Developing Countries: Entry and Performance Barriers", *RVB Research Paper*, Vol. 7, No 1.
- EUROCHAMBERS (2004). "Women in business and in decision making. A survey of women entrepreneurs", Proyecto de investigación co-financiado por la Comisión Europea, disponible en http://www.echwomennetwork.eu/Objects/2/Files/WiB_Women_final.pdf
- FUENTES, M. DEL M. (2006). "Mujeres emprendedoras: capacidades distintivas y desempeño empresarial", *Perspectiva del sistema financiero*, No. 86, pp. 49- 59.
- GEM (2006, 2007). *Informe Ejecutivo GEM España*, disponible en <http://www.ie.edu/gem> (consultado en mayo de 2008).
- MORALES C. E. y RAHE M. (2007). "Las competencias para el éxito de los emprendedores y de las emprendedoras", *Harvard Deusto Business Review*, No. 157, pp. 64-71.
- LAMOLLA, L. (2007). "Emprendedoras y emprendedores: ¿Cuestión de género?", *Boletín del Centro de Investigación de Economía y Sociedad (CIES)*, No. 46.
- RED OTRI DE UNIVERSIDADES (2005). "Encuesta RedOTRI Universidades; Informe preliminar de resultados", *Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas, CRUE*, Madrid. Disponible en: http://www.redotriuniversidades.net/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=53&Itemid=33.