



COMUNICACIÓN

Título: Perfil de la mujer creativa

Autores y e-mails de todos:

Lucía Inglada-Pérez

Departamento de Economía, Universidad Carlos III de Madrid, España
linglada@eco.uc3m.es

Pedro Casares Hontañón

Departamento de Economía, Universidad de Cantabria, Cantabria, España
casaresp@unican.es

Pablo Coto-Millán

Departamento de Economía, Universidad de Cantabria, Cantabria, España
cotop@unican.es

Vicente Inglada López de Sabando

Departamento de Economía Aplicada y Estadística, Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, España
vinglada@cee.uned.es

Área Temática: *Economía del conocimiento, creatividad y geografía de la innovación*

Resumen:

El objetivo de esta investigación es el estudio de los principales rasgos que conforman la figura de la mujer creativa. Para definir el concepto de creatividad se utiliza el enfoque de Richard Florida basado en el tipo de ocupación donde la mujer desempeña su actividad laboral. A partir de dicho enfoque se define un catálogo de ocupaciones creativas y se caracterizan los tipos de ocupaciones donde la mujer creativa desarrolla preferentemente su trabajo. Para completar el perfil se utilizan un grupo de variables sociodemográficas como la edad y el nivel de estudios. El análisis se lleva a cabo también desde una dimensión temporal, estudiando los cambios acaecidos en el perfil de la mujer creativa. Asimismo, desde una dimensión espacial, se desagregan los resultados para las diferentes Comunidades Autónomas españolas. Finalmente se estima un modelo Logit, utilizando los microdatos de la encuesta de Población Activa que permite caracterizar el perfil de la mujer creativa en función de diferentes variables sociodemográficas y económicas.

Palabras Clave: *creatividad; género; ocupación; Comunidades Autónomas españolas*

Clasificación JEL: J16 O47 P25 R11

1. Introducción.

Existe un consenso generalizado en que la segregación por género en sus diversas vertientes: salarial empleo, etc., y en general las cuestiones específicamente referidos a la mujer constituyen un tema clave dentro del debate social y académico actual. En dicho marco debe incluirse esta investigación que tiene por objetivo básico definir desde varias perspectivas el perfil de la mujer creativa. Las perspectivas consideradas son: (i) temporal, (ii) ocupación (iii) territorial y (iv) sociodemográfica.

Para definir el concepto de mujer creativa se utiliza el marco metodológico de Richard Florida (2002a y 2014) que, en diversos trabajos, dentro del contexto de la teoría del crecimiento económico, aporta un nuevo enfoque que denomina de las clases creativas que descansa básicamente en el papel primordial en el crecimiento que asigna al grupo de trabajadores empleados en ocupaciones que define como creativas. Este grupo de personas, que Florida denomina “la clase creativa”, se caracteriza por su alto grado de creatividad e innovación. En definitiva, define a la clase creativa como un grupo de personas que, aunque no necesariamente poseen un alto nivel de educación, desarrollan su actividad laboral en puestos creativos e innovadores. A diferencia de los enfoques tradicionales basados en el capital humano, la clase creativa no ha de ser sinónimo necesariamente de alto nivel de estudios. El paso de una sociedad industrial a otra basada en el conocimiento se entronca con su teoría de clases creativas. En lugar de recursos naturales y producción en gran escala que eran los factores impulsores de la economía de los siglos anteriores, sugiere que actualmente el crecimiento económico se basa en el conocimiento, la innovación y el talento.

Aunque algunos analistas han tachado a este enfoque de una mera variación del concepto de capital humano, no cabe duda que esta vía metodológica ha traído consigo un aluvión de estudios comparando las magnitudes que alcanza el índice de creatividad en diferentes naciones, regiones o ciudades e incidiendo en particular sobre su conexión con el crecimiento económico medido a través de la producción, el empleo, la renta o los salarios. Sin embargo, los aspectos relacionados con la mujer creativa han sido tratados de forma somera en la literatura internacional referente a la creatividad. Por ello el estudio del perfil de la mujer creativa adquiere un carácter sumamente relevante.

Para medir la creatividad se utiliza el concepto de ocupación creativa definida por Richard Florida, determinando el porcentaje de trabajadoras que desarrollan su

actividad en una serie de ocupaciones catalogadas como creativas. Para completar el marco metodológico, utilizaremos un modelo Logit de elección discreta considerando que la variable dependiente toma dos valores alternativos (1 y 0) según que (i) la trabajadora lleve a cabo su actividad laboral en una ocupación catalogada como creativa o (ii) que no sea así. Las variables dependientes son de tipo demográfico o bien relacionadas con la actividad de la trabajadora. Para estimar dicho modelo utilizamos los microdatos de la Encuesta de Población Activa.

En nuestro conocimiento no existe ninguna investigación que aborde para el caso español el estudio del perfil de la mujer creativa dentro de los objetivos definidos en este trabajo y utilizando el enfoque metodológico elegido.

Con estos objetivos, la estructura de esta investigación es la siguiente. En la sección segunda se definen los principales aspectos de la teoría de las clases creativas relacionados con el objetivo de esta investigación, particularmente en relación con la mujer creativa. En la sección tercera se describen y analizan los datos utilizados y la metodología empleada. A continuación, en la sección cuarta se discuten los resultados obtenidos, y por último, en la sección quinta, se exponen las principales conclusiones.

2. Mujer y creatividad

Entre los principales hitos de la literatura sobre el crecimiento económico, cabe destacar la denominada Teoría de las Clases Creativas. En su libro “The Rise of the Creative Class” (Florida, 2002a) y en sus numerosas publicaciones posteriores (entre ellas, por ejemplo, Florida, 2002b, 2002c, 2002d, 2005a 2002b, 2006 y 2014), Richard Florida ha propuesto lo que califica de nueva teoría sobre el crecimiento económico regional. Dicho enfoque metodológico, que ha supuesto un hito relevante en el devenir de la Economía Regional, descansa básicamente en la existencia de un núcleo de personas, que Florida denomina “la clase creativa”, caracterizado por su alto grado de creatividad y de innovación. En definitiva, define a la clase creativa como un grupo de personas que aunque no necesariamente poseen un alto nivel de educación, desarrollan su actividad laboral en puestos creativos e innovadores.

Un rasgo básico de esta teoría y que la diferencia de los enfoque tradicionales basados en el capital humano es que la clase creativa no ha de ser sinónimo necesariamente de

alto nivel de estudios. En este sentido, existe un colectivo de personas con alto nivel de estudios que pueden estar sin trabajo o no formar parte de la población activa o que desempeñan trabajos que consideramos no creativos, y por tanto no pertenecen a la clase creativa. En definitiva, esta nueva teoría constituye una mejora sustancial sobre el concepto tradicional de capital humano basado únicamente en el nivel de estudios.

Sobre este marco de referencia se teje la propuesta de la “clase creativa” definida como aquella que está compuesta por personas que trabajan en los siguientes sectores: (i) la ciencia e ingeniería; (ii) la investigación y desarrollo; (iii) las industrias de alta tecnología; (iv) las industrias estéticas y de diseño; (v) la cultura, las artes y la música; y (vi) las profesiones del área de la salud, la economía y el derecho.

En definitiva, de acuerdo con el enfoque citado, el estrato de trabajadores creativos está compuesto por aquellas personas que cumplen alguna de las características siguientes: Poseen un cierto talento especial en un área concreta de conocimiento. Poseen alguna competencia tecnológica o al menos asumen la potencialidad de las nuevas tecnologías como un complemento relevante a su actividad creativa. Confieren a su actividad creativa ciertos valores y actitudes de tolerancia fomentando el intercambio entre diversas culturas y perspectivas, y creando una concepción universal y plural de ciudadanía.

En esta definición aparecen los tres conceptos claves de la teoría del crecimiento económico, basada en las clases creativas: Talento, Tecnología y Tolerancia (las 3T) que constituyen el eje de toda su metodología.

Tras la irrupción de la denominada “Teoría de las clases creativas” ha surgido un aluvión de trabajos referentes a diversos países, regiones y ciudades que tienen como principales objetivos la medición del stock de capital creativo y el análisis de sus efectos sobre el crecimiento económico medido por el nivel de renta, salarios o empleo. Es el caso, entre otros, de Florida y Tinagli (2004) para Europa; Li y Florida (2006) para China; Marlet y Van Woerkens (2004) para Holanda; Mellander y Florida (2006) para Suecia; Tinagli y Florida (2005) para Italia; Pesquera et al. (2010), Casares et al. (2011) y Coto-Millán et al. (2012) para España; y Cruz y Teixeira (2014) para Portugal.

Sin embargo, son escasos los trabajos en la literatura internacional que versan específicamente sobre la clase creativa por género como se realiza en esta investigación. En este sentido, Florida et al. (2011) describen una serie de datos relevantes en relación

con la situación de las mujeres creativas en Estados Unidos. Destacan que las mujeres ocupan el 62,6 por ciento de los trabajos del sector servicios, pero en la mayoría de dichos trabajos se exigen capacidades mínimas y están remunerados con bajos salarios. Sin embargo, las mujeres también suponen el 52,3 por ciento del total de personas que ejercen su actividad en ocupaciones creativas. En este sentido, las mujeres representan una mayoría en cuatro de las nueve categorías de ocupaciones que básicamente integran las clases creativas. Ocupan el 75 por ciento de los empleos relacionados con el cuidado de la salud, el 70 por ciento de los empleos en educación y algo más de la mitad (el 54 por ciento) de los trabajos en la abogacía y otras profesiones relacionadas con la justicia. En el otro lado de la balanza solamente representan el 40% de los puestos de trabajo en Dirección de empresas y el 30 por ciento en el ámbito de las matemáticas y la informática. Finalmente, su presencia en Arquitectura e Ingeniería es muy baja ya que solo ocupan el 15 por ciento de los empleos en dichos sectores

3. Metodología: y fuentes de datos

3.1. Ocupaciones creativas

Para abordar el estudio del perfil de la mujer creativa desde diversas perspectivas, es necesario en primer lugar definir el catálogo de ocupaciones creativas. De acuerdo con Richard Florida la “clase creativa” está compuesta por personas que trabajan en los siguientes sectores: (i) la ciencia e ingeniería; (ii) la investigación y desarrollo; (iii) las industrias de alta tecnología; (iv) las industrias estéticas y de diseño; (v) la cultura, las artes y la música; y (vi) las profesiones del área de la salud, la economía y el derecho.

Para el estudio transversal por comunidades autónomas, con base en el concepto de Richard Florida sobre ocupación creativa, ampliado por las aportaciones de Boschma y Fritsch (2009), se ha considerado el criterio siguiente para delimitar las ocupaciones creativas, a partir de la clasificación de ocupaciones CNO-11 utilizada en el Censo de 2011. Se utilizan todas las ocupaciones consideradas por Boschma y Fritsch (2009) que recogen a todas las ocupaciones de los tres primeros grupos de la clasificación CNO-11 a un dígito. Es decir, 1: Directores y gerentes; 2: Técnicos y profesionales científicos e intelectuales; y 3: Técnicos; profesionales de apoyo.

Asimismo, para poder abordar nuestro objetivo desde una perspectiva temporal, se ha utilizado la Encuesta de Población Activa (EPA) como fuente de datos. En este caso

solo es posible dispone de datos con un nivel de desagregación de un dígito. Para elaborar la serie de capital creativo para la mujer se han delimitado las ocupaciones creativas de acuerdo con los datos disponibles. En la Clasificación Nacional de Ocupaciones (CNO-11) vigente desde 2011 se han considerado como potenciales ocupaciones creativas a las incluidas en los tres primeros grupos: 1) directores y gerentes; 2) técnicos y profesionales científicos e intelectuales y 3) técnicos y profesionales de apoyo. Asimismo, se han utilizado dos criterios para delimitar las ocupaciones creativas dentro de los grupos indicados. En el criterio primero (Criterio 1), más estricto, se han considerado los dos primeros grupos mientras que con el criterio segundo (Criterio2), más laxo, se han incluido a los tres grupos. A partir de los datos más desagregados del Censo de Población de 2011, se ha corroborado la bondad de los criterios metodológicos utilizados¹.

3.2. Modelo Logit

Para poder caracterizar el perfil de la mujer creativa desde una perspectiva sociodemográfica se ha utilizado el modelo de regresión logística (Logit). Este tipo de modelos de regresión se aplica cuando se desea conocer cómo una serie de factores influyen en una variable categórica dicotómica, es decir con dos posibilidades o alternativas, como por ejemplo ser mujer creativa o no, como es nuestro caso. Las principales aplicaciones de estos modelos se basan en conocer la probabilidad de ocurrencia de un determinado suceso, por ejemplo, la probabilidad de devolver un crédito en el ámbito económico o probabilidad de fallecimiento de un paciente al ingreso en el ámbito de la medicina.

En nuestro caso la variable dependiente es la variable binomial que toma el valor 1 si la mujer desempeña una ocupación creativa, y 0 si su tipo de ocupación no lo es. Las variables explicativas son las distintas variables sociodemográficas que seleccionamos entre las que nos proporciona la Encuesta de Población Activa.

A partir de estos modelos se puede saber qué variables sociodemográficas influyen, positiva o negativamente, sobre la probabilidad de que una mujer desempeñe su actividad laboral en una ocupación creativa.

¹La correlación entre los resultados de capital creativo utilizando los datos desagregados a un dígito y a tres dígitos es superior a 0,8 lo que corrobora que la utilización de los criterios adoptados es adecuada.

El modelo Logit modeliza la probabilidad de que la variable dependiente tome un valor unitario ($Y=1$), dado el conjunto de variables explicativas X_i , a partir de una función de distribución acumulada para una función de distribución logística evaluada en $Z = \beta_0 + \beta_1 X_i$.

$$P(Y = 1/X) = F(\beta_0 + \beta_1 X_i)$$

Donde F es la función de distribución acumulada para una logística, cuya expresión matemática se representa de la siguiente manera:

$$F(\beta_0 + \beta_1 X_i) = \frac{1}{1 + \exp(-x/\beta)} = \frac{1}{1 + \exp-(\beta_0 + \beta_1 X)}$$

La estimación de estos modelos se lleva a cabo a partir del método de Máxima Verosimilitud (MV), obteniendo unas estimaciones consistentes, asintóticamente eficientes y con distribución asintótica normal.

Por otro lado, las estimaciones de los coeficientes de estos modelos no miden el efecto parcial de un incremento unitario en la variable explicativa en cuestión, como ocurre en los modelos estimados por Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO), sino que, a través de la medida de riesgo ODDS RATIO (OR) podremos conocer el grado en el que el aumento en una unidad de la variable contribuye a aumentar o disminuir la probabilidad de la variable explicada.

Con mayor detalle, en este modelo se utilizan como variables independientes todas las variables candidatas a predecir la ocurrencia del fenómeno que se desee explicar. La ecuación general de la regresión logística es la siguiente:

$$\ln\left(\frac{p}{1-p}\right) = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + \dots + b_p x_p$$

Donde x_1, x_2, \dots, x_p son las p variables explicativas

La variable dependiente del nuevo modelo no tiene un sentido numérico en sí misma, sino que es el logaritmo natural (\ln) de la probabilidad (p) de que ocurra un suceso, dividido por la probabilidad de que no ocurra ($1-p$). Al cociente $p/1-p$ en inglés se le denomina "odds-ratio".

En esta investigación se aplica el modelo econométrico Logit binomial utilizando los datos de corte transversal de la Encuesta de Población Activa del segundo trimestre del año 2008.

3.2. Fuentes de Datos

Para estudiar el perfil de la mujer creativa desde diferentes perspectivas se han utilizado dos fuentes de datos. Para conocer su evolución temporal se ha utilizado la Encuesta de Población Activa que nos proporciona datos por sexo cada año. Su principal limitación es que al tratarse de una investigación maestra, solo proporciona datos de ocupaciones con un nivel de desagregación de un dígito de la correspondiente Clasificación Nacional de Ocupaciones. Asimismo, para la perspectiva demográfica, se han utilizado los microdatos de la Encuesta de Población Activa del segundo trimestre del año 2008.

La otra fuente de datos es el Censo de Población de 2011 que nos permite disponer de datos sobre trabajadores creativos a un nivel de 3 dígitos en la CNO-11. Lógicamente su principal limitación es que solo proporciona datos para los años de realización de los Censos es decir cada 10 años.

4. Resultados

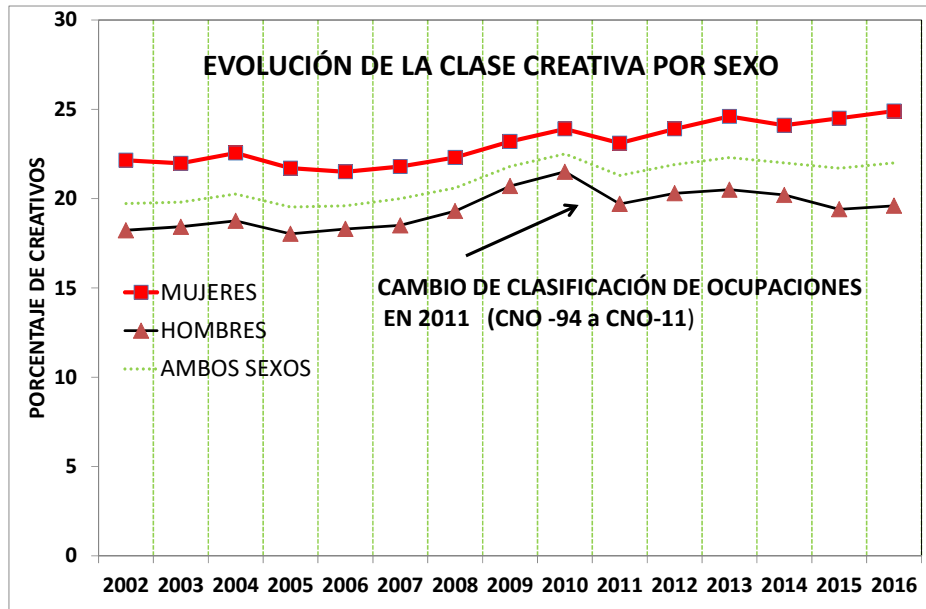
A continuación, se describen los principales resultados obtenidos, aplicando la metodología descrita en relación con el perfil de la mujer creativa, y utilizando cuatro perspectivas: a) temporal, b) tipo de ocupación, c) territorial y d) sociodemográfica.

4.1. Perspectiva temporal

En la figura 1 se muestra la evolución del capital creativo por sexo en el periodo 2002-2016. Se expresa en porcentaje de mujeres y hombres que desempeñan su trabajo en una ocupación definida como creativa. Se observa que la participación de la mujer en las ocupaciones creativas es siempre superior a la del hombre. Asimismo, se deduce que después de un leve descenso en 2004 y 2005 el capital creativo de mujeres y hombres crece significativamente durante el periodo de crisis económica. En 2011 existe un

punto de ruptura en dicha tendencia debido al cambio de clasificación en ocupaciones desde la CNO-94 a la CNO-11.

Figura 1. Evolución de la clase creativa por sexo (2002-2016)



Fuente: Encuesta de Población Activa y elaboración propia

4.2. Perspectiva de ocupación

En la tabla 1 se muestra el porcentaje de mujeres respecto a hombres en un grupo seleccionado de ocupaciones consideradas creativas. De esta forma podemos caracterizar aquellas ocupaciones creativas características de la mujer en España. Los datos proceden del Censo de Población de 2011 que nos permite disponer de datos sobre trabajadores creativos a un nivel de 3 dígitos en la CNO-2011.

Se observa que dicha proporción es mayor que 100 en las ocupaciones o profesiones siguientes: (i) profesiones relacionadas con la enseñanza (Profesores de enseñanza primaria (264,44) y de enseñanza secundaria (133,24)); (ii) profesiones relacionadas con el cuidado de la salud (Enfermería (496,40); y Farmacéuticos (257,98)); y (iii) relacionadas con las ciencias sociales (348,99). Por el contrario, el papel de la mujer es inferior al del hombre en las ocupaciones siguientes: (i) dirección en empresas (directores generales (25,76), directores de producción (20,90), directores comerciales, de publicidad, relaciones públicas y de I +D (41,11)) (ii) matemáticas, Ingeniería e Informática (ingenieros (35,63), físicos, químicos y matemáticos (85,58), Analistas y

diseñadores de software y multimedia (38,85) y Especialistas en bases de datos y en redes informáticas (27,70).

En resumen, la participación de la mujer en el grupo de ocupaciones creativas sigue un patrón similar en España al que describen Florida et al. (2011) para el caso de Estados Unidos.

Tabla 1. Ocupaciones características de la mujer creativa (2011)

OCUPACIÓN CREATIVA (Código tres dígitos de CON-11)	(RATIO MUJERES/HOMBRES)
212 - Profesionales de enfermería	496,40
282 - Sociólogos, historiadores, psicólogos y otros profesionales en ciencias sociales	348,99
224 - Profesores de enseñanza primaria	264,44
214 - Farmacéuticos	257,98
223 - Profesores de enseñanza secundaria	133,24
259 - Otros profesionales del derecho	125,27
222 - Profesores de formación profesional	120,42
211 - Médicos	99,80
261 - Especialistas en finanzas	86,93
241 - Físicos, químicos, matemáticos y afines	85,58
281 - Economistas	80,60
221 - Profesores de universidades y otra enseñanza superior (excepto formación profesional)	76,06
121 - Directores de departamentos administrativos	69,32
132 - Directores de servicios de TIC y de empresas de servicios profesionales	49,40
143 - Directores y gerentes de empresas de comercio	45,55
245 - Arquitectos, urbanistas e ingenieros geógrafos	45,35
122 - Directores comerciales, de publicidad, relaciones públicas y de investigación y desarrollo	41,11
271 - Analistas y diseñadores de software y multimedia	38,85
243 - Ingenieros	35,63
272 - Especialistas en bases de datos y en redes informáticas	27,70
112 - Directores generales y presidentes ejecutivos	25,76
131 - Directores de producción	20,90

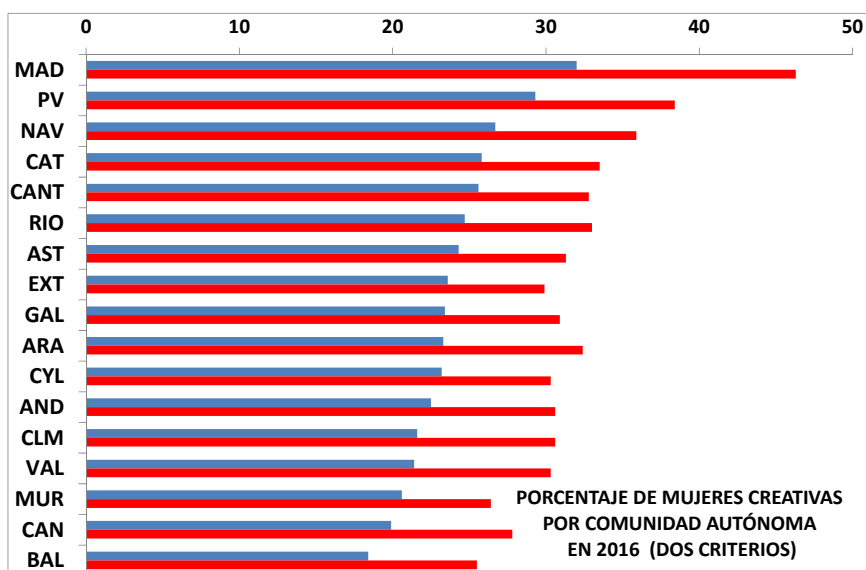
Fuente: Censo de Población (INE, 2011) y elaboración propia

En resumen, la participación de la mujer en el grupo de ocupaciones creativas sigue un patrón similar al que describe Florida et al. (2011) para el caso de Estados Unidos.

4.3. Perspectiva territorial

Asimismo, en la figura 2 se muestran los porcentajes de mujeres creativas por comunidades autónomas en 2016 de acuerdo con los dos criterios de creatividad utilizados. Se observa que las comunidades con mayor capital creativo son: Madrid, País Vasco, Navarra y Cataluña. Todas ellas se caracterizan por rasgos como su alto nivel de pulsaciones económicas o disponer de industrias de alta tecnología. Por el contrario, las Comunidades que ocupan los últimos lugares son: Baleares, Canarias, Murcia y Valencia que se caracterizan porque son economías donde las actividades relacionadas con el turismo desempeñan un importante papel.

Figura 2. Porcentaje de mujeres creativas por Comunidades Autónomas en 2016



Fuente: EPA y elaboración propia.

4.4. Perspectiva sociodemográfica

En la tabla 2 se muestran las variables seleccionadas para la estimación del modelo Logit.

Tabla 2. Variables sociodemográficas seleccionadas

Variable	Descripción
CCAA	Comunidad autónoma
PROV	Provincia
EDAD5	Edad, grupos quinquenales de años cumplidos
SEXO1	Sexo
ECIV	Estado civil legal
NAC	Nacionalidad
NFORMA	Nivel de estudios
TRAREM	Si ha realizado un trabajo remunerado durante la semana pasada
OCUP	Ocupación principal
ACT	Actividad principal
SITU	¿Cuál es su situación profesional (actividad principal)?
DUCON	Tiene contrato indefinido o temporal
DCOM	Tiempo en meses en la empresa
PARCO	Tipo de jornada, completa o parcial
EXTRA	Realizó horas extraordinarias en la semana de referencia

Los resultados obtenidos en la estimación del Modelo Logit se presentan en la Tabla 3.

Tabla3. Principales resultados obtenidos en la estimación del modelo Logit

Variable (Categoría con probabilidad máxima respecto referencia)	Categoría de referencia	Coeficiente	z	P> z
CCAA (Madrid)	Andalucía	0,517	8,07	0,000
PROV (Madrid)	Álava	0,572	3,43	0,001
EDAD (Más de 55 años)	De 16 a 25 años	0,788***	9,77	0,000
ECIV (Casado)	Soltero	0,592***	18,21	0,000
NAC Extranjera	Española	-0,394**	-2,09	0,037
NFORMA Educación superior	Educación inferior a secundaria	2,103***	40,66	0,000
ACT (Administración Pública, educación y actividades sanitarias)	Agricultura	1,3***	13,06	0,000
SITU	Empresario con	-1,987***	-33,57	0,000

(Trabajador independiente o empresario sin asalariados)	asalariados			
DUCON (temporal)	Indefinido	-0,736***	-14,77	0,000
DCOM Variable continua	-----	0,003	25,56	0,000
PARCO (Jornada parcial)	Jornada completa	. -0,121	-1,44	0,150
EXTRA (No hace horas extraordinarias)	Realiza horas extraordinarias	- 0,218***	-3,41	0,000

Los principales resultados en relación con la probabilidad de que una mujer desempeñe una ocupación considerada creativa son los siguientes:

A) Comunidad autónoma (CCAA): La mayor probabilidad de que la mujer desempeñe una ocupación creativa corresponde a la Comunidad autónoma de Madrid seguida del País Vasco y Cataluña.

B) Provincia (PROV): La mayor probabilidad de que la mujer desempeñe una ocupación creativa corresponde a la provincia de Madrid seguida de Vizcaya, Barcelona, y Guipúzcoa.

C) Edad (EDAD): La mayor probabilidad de que la mujer desempeñe una ocupación creativa corresponde al caso de mayor edad más de 55, seguido de edad entre 45 y 55.

D) Estado civil legal (ECIV): La mayor probabilidad de que la mujer desempeñe una ocupación creativa corresponde a casada.

E) Nacionalidad (NAC): La mayor probabilidad de que la mujer desempeñe una ocupación creativa corresponde a la nacionalidad española

F) Nivel de estudios (NFORMA): La mayor probabilidad de que la mujer desempeñe una ocupación creativa corresponde al caso de que posea educación superior

G) Actividad del establecimiento (ACT): La mayor probabilidad de que la mujer desempeñe una ocupación creativa corresponde al sector de Administración Pública, educación y actividades sanitarias. A continuación figura el sector de Intermediación financiera, seguros, servicios profesionales, científicos, administrativos y otros servicios.

H) Situación profesional (SITU): La mayor probabilidad de que la mujer desempeñe una ocupación creativa corresponde al caso de empresario con asalariados seguido por trabajador independiente o empresario sin asalariados y asalariado del sector público.

I) Tipo de contrato (DUCON): La mayor probabilidad de que la mujer desempeñe una ocupación creativa corresponde al caso de contrato indefinido.

J) Tiempo en meses en la empresa (DCOM): La mayor probabilidad de que la mujer desempeñe una ocupación creativa corresponde a mayor tiempo en la empresa ya que el coeficiente de esta variable continua es positivo y significativo estadísticamente al 1 por ciento de nivel de significación.

K) Tipo de jornada (PARCO): La mayor probabilidad de que la mujer desempeñe una ocupación creativa corresponde a jornada completa.

L) Horas extraordinarias (EXTRA): La mayor probabilidad de que la mujer desempeñe una ocupación creativa corresponde al caso de realizar horas extraordinarias.

5. Conclusiones

El objetivo básico de esta investigación es el estudio del perfil de la mujer trabajadora creativa desde varias perspectivas. Las perspectivas consideradas son: (i) temporal, (ii) ocupación (iii) territorial y (iv) sociodemográfica.

Para medir la creatividad se utiliza el concepto de ocupación creativa definida por Richard Florida que nos permite determinar si el tipo de ocupación que desempeña la mujer es creativa.

Desde la perspectiva temporal cabe destacar que se comprueba que el efecto de la crisis económica no ha sido significativo sobre el grupo de trabajadoras creativas. Desde la perspectiva de la ocupación, las principales profesiones donde la mujer creativa desarrolla su trabajo son: (i) Profesiones relacionadas con la enseñanza (Profesores de enseñanza primaria y de enseñanza secundaria); (ii) Profesiones relacionadas con el cuidado de la salud (Enfermería y Farmacéuticos; y (iii) Relacionadas con las ciencias sociales (Sociólogos, o historiadores. Desde la perspectiva territorial, las comunidades autónomas con un mayor porcentaje de trabajadoras creativas son: Madrid, País Vasco, Navarra, Cataluña y Cantabria.

Finalmente, para caracterizar el perfil creativo sociodemográfico de la mujer desde una perspectiva sociodemográfica se ha estimado un modelo Logit, utilizando un conjunto de variables explicativas sociodemográficas. Los resultados obtenidos nos permiten caracterizar a la mujer trabajadora creativa entre otras características como mayor de 45 años, con educación superior, residente en las provincias de Madrid, Vizcaya, Pamplona, Barcelona o Santander, empresaria con asalariados o asalariada del sector público.

Las investigaciones futuras podrían estar encaminadas a profundizar el modelo Logit utilizado, aplicándolo en diversos años para analizar la evolución del perfil creativo. Otra posible alternativa consiste en introducir un modelo econométrico que nos permita estudiar los aspectos relacionados con los salarios de la mujer trabajadora creativa.

Referencias bibliográficas

- Boschma, R., Fritsch, M. (2009): "Creative class and regional growth: Empirical evidence from seven European countries", *Economic Geography*, Vol. 85, 4, 391-423
- Casares, P. P Coto-Millán y Inglada V. (2011): "La economía creativa y el nivel de renta de las Comunidades Autónomas españolas", *Revista Principios. Estudios de Economía Política*. Núm. 20, 87-104
- Coto-Millán, P., Inglada, V. y Casares, P. (2012): "Talento, tecnología y crecimiento económico en las provincias españolas", *Investigaciones Regionales*, 22, 57-80.
- Cruz, S. y Teixeira, A.C. (2014): "Assessing the Magnitude of Creative Employment: A Comprehensive Mapping and Estimation of Existing Methodologies", *European Planning Studies*, 22, 10, 2172–2209, <http://dx.doi.org/10.1080/09654313.2013.822475>
- Florida, R. (2002a): *The Rise of the Creative Class. And how it's transforming work, leisure, and everyday life*. New York: Basic Books.
- Florida, R. (2002b): "The Economic Geography of Talent", *Annals of the Association of American Geographers*, 92(4), 743-755.
- Florida, R. (2002c): "Bohemia and economic geography", *Journal of Economic Geography*, 2, 55-71.

- Florida, R. (2002d): “The Rise of the Creative Class: Why cities without gays and rock bands are losing the economic development race”, *Washington Monthly* – May 2002.
- Florida, R. (2005a): *Cities and the Creative Class*, New York: Routledge.
- Florida, R. (2005b): *The Flight of the Creative Class*, Harpers Business.
- Florida, R. (2006): “Where the brains are”, *The Atlantic Monthly*, 298(3):34.
- Florida, R. (2014): *The Rise of the Creative Class-Revisited*. New York: Basic Books.
- Florida, R. y Tinagli, I. (2004): *Europe in the Creative Age*. Demos, Londres, 2004 (www.creativeclass.org)
- Florida, R., Charlotta Mellander, C y King., K.M. (2011). *Rise of Women in the Creative Class*. Martin Prosperity Research Report.
- INE (2011): *Censo de Población y Viviendas*, www.ine.es
- Li, T. y Florida, R. (2006): “Talent, technological innovation and economic growth in China”. *Working Paper Series*, http://creativeclass.com/article_library/ .
- Marlet, G. y Van Woerkens C. (2004): *Skills and Creativity in a Cross-section of Dutch Cities*. Tjalling C. Koopmans Research Institute. *Discussion Paper Series*, 04-29. Utrecht School of Economics.
- Mellander, C. y Florida, R. (2006): “The Creative Class or Human Capital? Explaining Economic Development in Sweden”. No 79, *Working Paper Series in Economics and Institutions of Innovation from Royal Institute of Technology*, CESIS - Centre of Excellence for Science and Innovation Studies.
- Pesquera, M.A., Coto-Millán, P., Casares, P. e Inglada, V. (2010): *Innovación empresarial, clase creativa y crecimiento económico en España*, Ed. Tirant lo Blanch.
- Tinagli, I y Florida, R. (2005): *L’italianell’era creative*, Creativity Group Europe.