

Construyendo un futuro sostenible: la intención emprendedora de las mujeres en la Economía Social

**María Bastida, Alberto Vaquero García,
Miguel Ángel Vázquez Taín**

Cómo citar este artículo: BASTIDA, M., VAQUERO, A. & VÁZQUEZ, M.A. (2024): "Construyendo un futuro sostenible: la intención emprendedora de las mujeres en la Economía Social", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 111, 69-95. DOI: <https://www.doi.org/10.7203/CIRIEC-E.111.27894>

How to cite this article: BASTIDA, M., VAQUERO, A. & VÁZQUEZ, M.A. (2024): "Building a sustainable future: women's entrepreneurial intentions in the Social Economy", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 111, 69-95. DOI: <https://www.doi.org/10.7203/CIRIEC-E.111.27894>

Construyendo un futuro sostenible: la intención emprendedora de las mujeres en la Economía Social

María Bastida, Alberto Vaquero García,
Miguel Ángel Vázquez Taín

RESUMEN: Este estudio examina la intención emprendedora de las mujeres en la Economía Social (ES) en Galicia, enfocándose en los factores clave para cerrar la brecha de género en el emprendimiento y desarrollar modelos de negocio que respondan a las necesidades y preferencias femeninas. Utilizando datos de la encuesta GEM-Galicia, se analizan las motivaciones, barreras y dinámicas específicas del emprendimiento femenino en el ámbito de la ES. El estudio revela un desconocimiento significativo sobre estos modelos organizativos, junto con dificultades en financiación y burocracia. Los resultados destacan la necesidad urgente de mejorar la educación y el conocimiento sobre la ES entre las mujeres, y de implantar políticas públicas que proporcionen apoyo adaptado a sus necesidades. Además, se sugiere la promoción de modelos organizativos colaborativos y orientados al impacto social. Finalmente, se concluye que políticas específicas, incluyendo asesoramiento y formación adecuada, pueden fomentar un entorno más equitativo y propiciar un desarrollo empresarial centrado en las personas.

PALABRAS CLAVE: Emprendimiento femenino, Economía social, Políticas públicas.

CLAVES ECONLIT: B55, L26, L38, B54.

Cómo citar este artículo/How to cite this article: BASTIDA, M., VAQUERO, A. & VÁZQUEZ, M.A. (2024): "Construyendo un futuro sostenible: la intención emprendedora de las mujeres en la Economía Social", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 111, 69-95. DOI: <https://www.doi.org/10.7203/CIRIEC-E.111.27894>

Correspondencia: María Bastida, Departamento de Organización de Empresas y Comercialización, Universidade de Santiago de Compostela, maria.bastida@usc.es, <https://orcid.org/0000-0002-3630-5629>; Alberto Vaquero García, GEN-Universidade de Vigo, vaquero@uvigo.gal, <https://orcid.org/0000-0002-8697-4847>; Miguel Ángel Vázquez Taín, Departamento de Economía Aplicada, Universidade de Santiago de Compostela, miguel.vazquez.tain@usc.es, <https://orcid.org/0000-0002-6965-0656>

ABSTRACT: This study examines the entrepreneurial intentions of women in the Social Economy (SE) in Galicia, focusing on the key factors for closing the gender gap in entrepreneurship and developing business models that respond to women's needs and preferences. Based on data from the GEM-Galicia survey, it analyses the motivations, barriers, and specific dynamics of female entrepreneurship in the context of the SE. The study reveals a significant lack of knowledge of these organisational models, together with difficulties of financing and bureaucracy. The results highlight the urgent need to improve education and knowledge about SE among women and to implement supportive public policies tailored to their needs. In addition, the promotion of collaborative business models with social impact is suggested. Finally, it is concluded that specific policies, including appropriate counselling and training, can foster a more equitable environment and favour people-centred business development.

KEYWORDS: Women's entrepreneurship, Social economy, Public policy.

Expanded abstract

Building a sustainable future: women's entrepreneurial intentions in the Social Economy

This study focuses on female entrepreneurship in the context of the Social Economy (SE) in Galicia, considering both its economic and social impact. The SE is presented as a paradigm of economic activity that combines growth and sustainability, with special attention to equity and collective well-being, which makes it particularly important to understand the keys to fostering entrepreneurship in this sector.

Entrepreneurship, defined as any individual or collective initiative aimed at the creation of new businesses, is traditionally considered a driver of economic growth. This concept has been particularly studied in relation to its capacity to generate wealth, with recent interest in the role of women, who, despite being one of the fastest growing groups in entrepreneurship, remain under-represented compared to men. More recently, research has addressed the type of entrepreneurship that should be encouraged in a modern context, highlighting the need to move towards a model that combines economic growth with sustainability. Here, the Social Economy (SE) emerges as a viable option, focused on maximising not only economic but also social benefits. The SE is conducive to general welfare and equity and is considered crucial for the implementation of the 2030 Agenda for Sustainable Development.

In this framework, the importance of promoting sustainable forms of entrepreneurship is highlighted, especially those that favour female inclusion and collective entrepreneurship. It has been observed that women tend to prefer and thrive in collective business models that emphasise mutual support and non-profit objectives, as opposed to the more individualistic approach traditionally associated with entrepreneurship. Recent studies highlight that cooperative societies, for example, are particularly suitable for women, as cooperative principles align well with their motivations and expectations.

This study analyses women's entrepreneurial intentions in the field of SE, using data from the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) survey conducted in Galicia, to assess the main characteristics and challenges faced by women entrepreneurs, in order to formulate effective public policies that promote a sustainable professional and personal development framework for women. The aim of the study is to analyse in depth the factors that drive and limit female entrepreneurship, in particular the organisational models that favour collaboration and non-profit purposes over exclusive economic profit. Furthermore, it aims to examine how these factors influence women's choice of business models within SE, with the ultimate goal of identifying and proposing solutions to facilitate greater female involvement in this type of entrepreneurship, which is crucial for sustainable economic development.

The study was based on the GEM survey carried out in the Autonomous Community of Galicia, which incorporated specific questions on the SE. The data were processed using contingency tables to examine differences in responses between men and women, and between different stages of business development. The results of the study reveal that entrepreneurs in Galicia generally value SE organisations, especially in the early stages of development, although this appreciation tends to decrease as companies consolidate. A noteworthy aspect is the significant lack of knowledge of SE models, especially in the more mature phases and more pronounced among women, which indicates a gap in the information or training they receive. Perceptions of access to grants and ease of obtaining external funding vary but tend to be more positive in the consolidated stages of business development, although women report more obstacles compared to men. This pattern is also reflected in the perception of the bureaucratic burden, which tends to be higher in the established stages and more strongly felt by women. Furthermore, academic training influences the entrepreneurs' assessment of and interest in the SE, with those who have a university degree showing greater initial interest, which decreases in later phases.

As for the differential behaviour of women and men, although both face challenges in entrepreneurship in the context of higher education, women seem to be at a disadvantage in several aspects. They experience greater unfamiliarity with SE models and face more barriers in terms of both funding and bureaucratic navigation, especially as businesses progress. These findings underline the importance of developing specific strategies that address these gender inequalities and foster a more inclusive and equitable environment for female entrepreneurship in SE.

The study concludes that a more targeted and specialised approach is needed to support female entrepreneurship in the HE context. Public policies and support strategies need to recognise and address the specific barriers women face, especially in terms of access to resources and knowledge about sustainable models. Promoting a better understanding of SE and tailoring interventions to facilitate the transition to SE entrepreneurship could benefit not only women, but also overall economic development in terms of sustainability and equity. This analysis highlights the importance of further research and support for female entrepreneurship in SE, taking into account its capacity to contribute significantly to the economic and social development of a region, in this case Galicia.

This study stands out for its originality, as it is the first time that specific questions on SE are included in the GEM Survey. This integration offers a unique opportunity to examine more deeply the practical aspect of entrepreneurship, especially in the context of the SE. In doing so, the survey enriches the academic and practical understanding of entrepreneurship, offering valuable insights into how entrepreneurs perceive and interact with business models designed to be socially responsible and economically viable. This approach allows for a more accurate and informed view of the current dynamics of entrepreneurship, facilitating the development of more effective strategies to support business development in line with sustainable development goals.

1. Introducción

El emprendimiento, definido como cualquier intento individual o colectivo de crear un nuevo negocio o empresa (Elam et al., 2019; GEM, 2023b), es considerado tradicionalmente como un impulsor significativo del crecimiento económico (Ács et al., 2018; Sutter et al., 2019). El interés por esta relación entre emprendimiento y riqueza ha generado un ingente cuerpo de investigación, que en los últimos años discurre por dos líneas básicas. La primera analiza el propio fenómeno emprendedor, y más concretamente las dinámicas de fomento de este mecanismo para la mejora del desarrollo económico de los territorios (Ács et al., 2018). En este contexto, recientemente se ha puesto el foco sobre las mujeres, quienes, pese a conformar uno de los grupos emprendedores de crecimiento más rápido (GEM, 2023a) siguen teniendo una participación menor que los hombres en la población emprendedora (Bosma et al., 2020; Elam, 2021; GEM 2023b). Esta menor presencia representa una cuestión de análisis crítica, por cuanto se considera una pérdida de oportunidad para contribuir a la mejora del desarrollo económico y del bienestar (Cukier et al., 2022; Fernández-Guadaño & Marín-López, 2023; Gil-Lacruz et al., 2023).

La segunda línea de análisis gira en torno al tipo de emprendimiento -y, por tanto, de actividad económica- que se debe potenciar. La creciente preocupación por los límites del modelo de desarrollo económico imperante determina la necesidad de transitar hacia un nuevo paradigma de actividad que combine el crecimiento económico con la sostenibilidad. Bajo este enfoque, la Economía Social (ES) emerge como una alternativa sólida de generación de actividad económica sostenible (Sánchez & Pérez, 2019; Raith & Siebold, 2018). Concebida como un tercer sector económico institucional situado entre el Estado y el sector empresarial privado tradicional, la ES busca la maximización de beneficios en un sentido amplio, tanto económicos como sociales. Así, favorece la obtención de beneficios colectivos en la medida en que fomenta el bienestar general, el empoderamiento de la ciudadanía y de las comunidades locales, la equidad, el empleo y el bienestar, mejorando la cohesión a través de la movilización de los recursos del territorio (Chaves & Savall 2019; Gil-Lacruz et al., 2023; Paudel & Acharya, 2020). Abundando en esta línea, también se ha destacado la importancia de la ES en la implantación de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (Bastida et al., 2020a; Castro-Núñez et al., 2020; Mozas et al., 2020). Además, la ES cumple funciones macro y microeconómicas correctoras de diferentes desequilibrios y problemas sustantivos de índole económica y social, ampliamente contrastados por la evidencia científica (Chaves & Monzón, 2018; Chaves & Savall, 2019; Sánchez & Pérez, 2019). Por ello, aumentar el espacio de la ES permitiría alcanzar un desarrollo más equilibrado económica y socialmente.

En consecuencia, si bien el emprendimiento desempeña un papel crítico para mejorar la salud económica de los países, todo indica que se precisa potenciar nuevas fórmulas de emprendimiento que sean, ante todo, sostenibles (Juliá et al., 2020). En estos parámetros subyace la potenciación del rol transformador de la ES, que adquiere mayor interés cuando se combina con la necesidad de fomentar el emprendimiento entre las mujeres. Algunos autores han prestado atención a la particular implicación de las mujeres en el emprendimiento colectivo (Ribas

& Sajardo, 2005; Senent, 2011; 2014), al priorizar la ayuda mutua, el trabajo colaborativo y los objetivos no lucrativos sobre el beneficio económico (Bock, 2004; Esteban, 2013; Esteban et al., 2016; Gupta et al., 2019). Recientemente, Zisser et al., (2019) constataron que las mujeres obtenían mejores puntuaciones que los hombres en su tendencia comunitaria, concluyendo que eran más propensas al emprendimiento colectivo. En la misma línea, Lee y Huang (2018) señalaron que las mujeres se sienten recompensadas cuando centran sus objetivos en fines colectivistas. Así, las mujeres priorizan los objetivos no lucrativos sobre el beneficio económico (Bastida et al., 2020b; 2022; Terjesen et al., 2016), motivaciones que son en cierta medida incoherentes con el clásico comportamiento individualista atribuido a los emprendedores (Ahl & Marlow, 2021). En estas circunstancias, cabe suponer que los modelos empresariales colectivos pueden resultar especialmente atractivos para las mujeres. De hecho, algunas investigaciones han destacado que ciertos modelos organizativos, como las Sociedades Cooperativas (SC), son particularmente apropiados para el emprendimiento femenino (Datta & Gailey, 2012; Mazzarol et al., 2018), sugiriendo que los principios cooperativos son un factor clave que motiva a las mujeres a optar por este tipo de modelo empresarial (Bastida et al., 2020b; 2021; Meier zu Selhausen, 2016).

Este reconocimiento del potencial transformador de la ES ensalza el interés por analizar la intención de las personas emprendedoras a la hora de elegir un modelo empresarial del ámbito de la ES para materializar su intención de emprender. Además, pulsar esta intención es especialmente interesante en el caso de las mujeres emprendedoras, puesto que los modelos de ES parecen adaptarse mejor a sus intereses y expectativas. En este contexto, el presente estudio pretende analizar la intención emprendedora de las mujeres en el ámbito de la ES. Sobre la base de la encuesta Global Entrepreneurship Monitor (GEM) realizada en la Comunidad Autónoma de Galicia, con la inclusión de una batería de preguntas específicamente centradas en la ES, se examinan las principales características que determinan este emprendimiento. De este análisis se pretende obtener conclusiones sobre las dificultades específicas que deben afrontar las mujeres emprendedoras, así como las bases para el diseño de políticas públicas eficaces que permitan aumentar estas oportunidades de negocio que conforman un marco de desarrollo profesional y vital para las mujeres en un paradigma de crecimiento sostenible.

2. Emprendimiento femenino y modelos empresariales

El emprendimiento femenino ha experimentado un crecimiento significativo en años recientes (Elam, 2021; GEM, 2023a), pese a lo que las mujeres siguen afrontando barreras importantes para la materialización de su intención empresarial. El análisis de estas dificultades subyace a una corriente de investigación (Fernández-Guadaño & Martín-López, 2023) que discurre a través de dos líneas principales: el análisis de las motivaciones emprendedoras, y el modelo que distingue entre factores de empuje y atracción para el emprendimiento femenino.

En el primer marco de investigación, las motivaciones para emprender un negocio se clasifican en tres categorías: clásicas, forzadas y aquellas relacionadas con el trabajo y la familia. Las motivaciones clásicas incluyen la búsqueda de independencia, autonomía, autocontrol, o el interés por asumir individualmente la gestión. Las forzadas suelen estar relacionadas con razones de necesidad, como salir del desempleo, mientras que las motivaciones vinculadas con el dominio familiar o vital se centran en la búsqueda de un equilibrio entre trabajo y vida familiar o de mejorar la flexibilidad (Van der Zwan et al., 2016; Hilbrecht, 2016). El segundo enfoque vincula las motivaciones empresariales con los factores de empuje y de atracción. Los primeros parten de la base de que situaciones como el desempleo o las prácticas laborales que erosionan el puesto de trabajo empujan a emprender un negocio propio como medio para mejorar la situación económica individual (Ács et al., 2018). Los factores de atracción, por su parte, suponen que el emprendimiento está impulsado por factores personales como la autonomía, la independencia, la autorrealización, la necesidad financiera, la búsqueda del equilibrio entre la vida laboral y la personal, o factores relacionados con la familia (Cukier et al., 2022; Foss et al., 2019).

La reevaluación del papel del género en el emprendimiento ha originado una línea de investigación que estudia cómo este influye en las motivaciones para emprender (Cukier et al., 2022). Por ejemplo, se observa que las mujeres tienden a ser más atraídas que empujadas hacia el autoempleo (Hughes & Jennings, 2020; Hughes & Yang, 2020). Además, aunque los factores familiares son significativos para ambos géneros (Elam, 2021), resultan especialmente críticos en el emprendimiento femenino (Terjesen et al., 2016). Investigaciones recientes también han destacado la relevancia de la emancipación como un impulsor del emprendimiento femenino (Sutter et al., 2019) y de elementos emocionales como el compromiso laboral y la formación de redes sociales (Terjesen et al., 2016). Otros estudios enfatizan el empoderamiento como un resultado del emprendimiento femenino (Digan et al., 2019) y señalan que las barreras profesionales que enfrentan las mujeres podrían motivarlas a emprender (Elam et al., 2021).

El creciente cuerpo de investigación sobre las razones por las que las mujeres deciden emprender muestra ciertas contradicciones. Algunos estudios sugieren que las motivaciones son similares entre hombres y mujeres (Molina, 2020), mientras que otros revelan diferencias notables (Hughes & Jennings, 2020; Hughes & Yang, 2020). Al ahondar en estas diferencias, se etiquetan ciertos motivos como “femeninos”, incluyendo la búsqueda de flexibilidad y la gestión del conflicto entre trabajo y familia. Sin embargo, la tendencia a dicotomizar las motivaciones en factores de empuje y atracción podría ignorar otros aspectos influyentes como la presencia de ecosistemas de apoyo (Bastida et al., 2021; Hughes & Jennings, 2020; Hughes & Yang, 2020). Esta omisión adquiere relevancia si consideramos que investigaciones recientes han demostrado el impacto de los modelos organizativos en la actividad emprendedora. Sin embargo, muchos estudios han pasado por alto cómo las características específicas de estas estructuras afectan a la elección de un modelo empresarial particular (Bjørnskov & Foss, 2016).

En esta línea, se ha observado que las mujeres tienden a favorecer modelos de emprendimiento colectivos (Zisser et al., 2019), mostrando una mayor satisfacción en la consecución de objetivos compartidos (Lee & Huang, 2018) y una preferencia por la colaboración, el apoyo mutuo y los fines no lucrativos sobre el beneficio económico exclusivo (Bastida et al., 2020; 2021; Gupta et al., 2019). Abundando en esta línea, se ha destacado que ciertos modelos or-

ganizativos, como las sociedades cooperativas (SC), son particularmente adecuados para el emprendimiento femenino, atrayendo a más mujeres que las microempresas más individualistas (Mazzarol et al., 2018; Datta & Gailey, 2012). Estos hallazgos resaltan que los intereses y preferencias de las mujeres al emprender negocios encajan estrechamente con los principios que subyacen a las empresas de ES. En apoyo de estos argumentos, Meier zu Selhausen (2016) destacó que los principios cooperativos son factores clave que motivan a las mujeres a optar por este tipo de modelo empresarial. Complementariamente, la investigación de Bastida et al. (2023) constata empíricamente la relación entre las motivaciones de las mujeres para emprender y su elección de SC como modelo organizativo. Este estudio confirma que la alineación entre las necesidades y expectativas de las mujeres y los principios de las cooperativas es decisiva para la materialización del emprendimiento femenino.

En estas circunstancias, cabe suponer que los modelos empresariales colectivos pueden resultar especialmente atractivos para las mujeres. Simultáneamente, esta preferencia de las mujeres por el emprendimiento colectivo enlaza con la ES, un ámbito de la economía que destaca por sus beneficios sociales y que se encuentra en una posición privilegiada para transitar hacia un nuevo paradigma de actividad económica basado en la sostenibilidad (Juliá et al., 2020; Mozas et al., 2020). En consecuencia, resulta de interés analizar los factores que pueden influir en la disposición de las mujeres a emprender a través de un modelo organizativo en el ámbito de la ES, detectando los factores que pueden limitar esta implicación y frenar la transición hacia modelos empresariales inscritos en un nuevo paradigma de crecimiento que combine la actividad económica con la sostenibilidad.

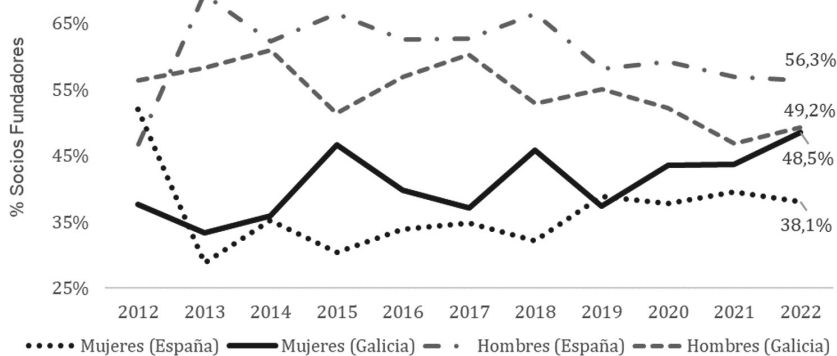
3. El emprendimiento femenino y la Economía Social en Galicia

Galicia es una de las comunidades autónomas con mayor protagonismo en la ES de España, siendo la primera región en aprobar su propia normativa en este ámbito (Ley 6/2016, de 4 de mayo, de Economía Social de Galicia). En su conjunto, el tejido productivo de la ES gallega aporta aproximadamente el 7% del PIB gallego y proporciona alrededor del 10% del empleo total de la región (Bastida et al., 2019a, b; Xunta de Galicia, 2019). Además, la comunidad gallega cuenta con una amplia tradición en el diseño e implantación de políticas de apoyo y promoción de la ES, centralizadas al amparo de la Red EUSUMO¹, unidad organizativa específica impulsada por la Xunta de Galicia para las políticas de fomento en este ámbito (Bastida et al., 2020c).

1. La Red Eusumo es una iniciativa de la Xunta de Galicia que fomenta el desarrollo de la ES y el emprendimiento (Bastida et al., 2020c), apoyando la creación y consolidación de empleo. Ofrece asesoramiento, recursos y facilidades para proyectos de ES y cooperativas, como formación, innovación en TIC, apoyo en comercialización e internacionalización, y fortalecimiento de redes de cooperación. Los miembros de la Rede Eusumo se benefician de colaboración en red, acceso a centros y recursos prioritarios, incentivos, materiales didácticos y visibilidad para sus actividades. Además, disponen de herramientas técnicas para formación, promoción del cooperativismo y acceso a documentación en repositorios virtuales.

En los últimos años se observa una participación creciente de las mujeres en las organizaciones de la ES de Galicia (Bastida et al., 2022b). Por ejemplo, en la última década las socias fundadoras en las SC gallegas superan -en promedio- en 5 puntos porcentuales a la media estatal (41% y 36%, respectivamente). La tendencia creciente a la participación femenina en la fundación de estas sociedades (Figura 1) ha derivado en que en 2022 el porcentaje de mujeres entre los socios fundadores (48,5%) iguale prácticamente el de hombres (49,2%). Esta situación es claramente más equilibrada que en la media estatal, donde los socios fundadores de SC (56,3%) superan ampliamente a las mujeres (38,1%).

Figura 1. Socios fundadores* de sociedades cooperativas desagregados por sexo (%)

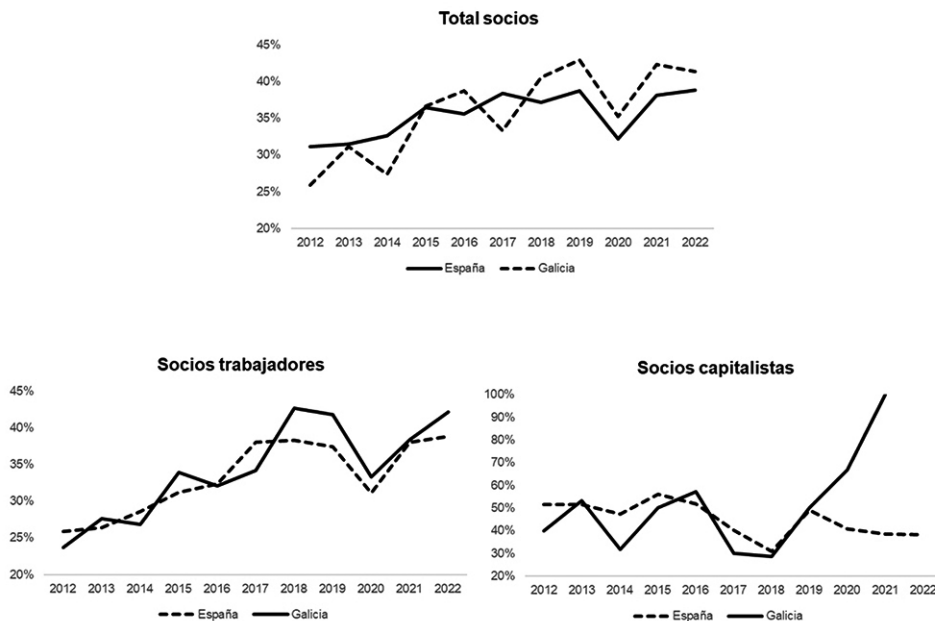


(* Se incluyen las sociedades jurídicas fundadoras en el total de socios fundadores.

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Trabajo y Economía Social.

El análisis de las Sociedades Laborales (SL) arroja un resultado similar (Figura 2), con una presencia de mujeres gallegas entre los socios fundadores superior a la media estatal tanto en el caso de los socios trabajadores (42% en Galicia y 39% en España) como en los capitalistas (67% y 41% para Galicia y España en 2020). Cabe destacar que estos dos tipos de entidades (SC y SL) son las más representativas en el tejido socioeconómico de la ES en Galicia, y junto con los Centros Especiales de Empleo y las Empresas de Inserción Social conforman las cuatro grandes familias generadoras de empleo en dicho ámbito.

Figura 2. Porcentaje de mujeres entre socios fundadores de sociedades laborales (*)



(*). En el año 2021 en Galicia el 100% de los socios capitalistas eran mujeres, 5 en total. En 2022 ocurre lo contrario, solo son hombres (1 socio).

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Trabajo y Economía Social.

Por lo tanto, parece que las mujeres gallegas tienen una especial implicación en la constitución de entidades de ES, pudiendo también influir la existencia de un ecosistema particularmente favorable a mejorar tanto el tejido propio de la ES como la presencia femenina en estas organizaciones. Por ello, nos planteamos analizar la intención emprendedora de las mujeres gallegas en el ámbito de la encuesta GEM-Galicia². En su versión de 2022 se incluyeron preguntas específicas sobre la ES, buscando entender cómo las percepciones individuales y colectivas

2. El equipo GEM Galicia (<http://gemgalicia.org/es/>) es el encargado de realizar el estudio GEM en la comunidad gallega. El proyecto GEM estudia el impacto de la actividad emprendedora en el crecimiento económico y el desarrollo social, emitiendo informes que permiten realizar comparaciones sobre la actividad emprendedora entre diferentes regiones y países, evaluar cómo esta actividad contribuye al crecimiento económico, identificar factores que promueven o impiden el emprendimiento, y proporcionar orientación para el desarrollo de políticas y estrategias efectivas que fomenten la iniciativa empresarial (<http://gemgalicia.org/es/que-es-el-proyecto-gem/>).

sobre el emprendimiento pueden variar significativamente dependiendo del contexto de aplicación. Para profundizar en el análisis de los datos obtenidos se procesaron las respuestas y se elaboraron tablas de contingencia, herramienta estadística que permite organizar y mostrar los datos de manera que se puedan observar las relaciones entre dos o más variables categóricas. En este caso, se utilizaron para comprobar las diferencias entre las respuestas de mujeres y hombres. El uso de estas tablas es fundamental para evaluar si existen patrones distintivos o diferencias significativas en las actitudes, percepciones y comportamientos emprendedores entre los géneros. Esto incluye aspectos como el acceso a financiación, apoyo institucional, percepciones sobre la viabilidad de proyectos empresariales basados en la solidaridad y cooperación, y otras variables clave que pueden influir en la decisión de emprender en el sector de la ES.

En el estudio GEM inicialmente participaron 2.000 personas, de las cuales 259 (aproximadamente el 13%) respondieron a un conjunto de preguntas específicamente diseñadas para aquellos que tenían negocios en el ámbito de la ES bajo cualquier fórmula societaria en este contexto. De estas 259 respuestas, 123 eran hombres (47.4%) y 136 mujeres (52.6%). Respecto a la distribución por edades, el 13.8% (36 personas) tenía menos de 35 años, cerca del 60% (155 personas) estaban entre 35 y 54 años, y el resto, 68 participantes, tenía más de 55 años.

La Tabla 1 resume las percepciones y experiencias de emprendedores hombres y mujeres respecto a las organizaciones de ES, distinguiendo entre iniciativas emergentes y consolidadas. Esta clasificación se alinea con la metodología habitual del estudio GEM, donde se consideran como iniciativas emergentes aquellas empresas y organizaciones con menos de 42 meses de antigüedad, reflejando los retos iniciales del emprendimiento, y como iniciativas consolidadas a las que superan dicho umbral, señalando una etapa de operación más estable y madura. La tabla proporciona un análisis comparativo de opiniones sobre la viabilidad de las organizaciones de ES para emprender, el conocimiento sobre sus modelos organizativos, el acceso a ayudas para su constitución, las dificultades en la obtención de financiación externa y la carga burocrática asociada a su constitución, ofreciendo una visión comparativa del ecosistema de la ES en diferentes fases del ciclo empresarial.

Tabla 1. Percepciones sobre el emprendimiento en organizaciones de ES por fase de desarrollo y género (% de respuestas positivas)³

	Iniciativas emergentes			Iniciativas consolidadas		
	M	H	T	M	H	T
Se valoran las organizaciones de ES para poner en marcha el proyecto de emprendimiento	36,1	63,9	46,3	28,4	33,3	31,0
Existe desconocimiento sobre los modelos organizativos de ES	44,3	31,3	39,8	62,2	46,5	54,5
Las organizaciones de ES tienen mayores ayudas para su constitución	38,2	46,2	40,7	56,9	60,0	58,5
Las organizaciones de ES tienen mayores dificultades de financiación ajena	35,3	31,3	33,7	36,7	38,7	37,7
Las organizaciones de ES conllevan mayor carga burocrática para su constitución	49,1	46,7	48,3	56,3	50,8	53,5

Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta GEM de Economía Social (2022).

Los modelos empresariales de ES en Galicia son generalmente bien valorados por los emprendedores, especialmente en las fases iniciales del negocio (menos de 42 meses), con un 46,3% de percepciones positivas. Sin embargo, esta valoración disminuye en las iniciativas consolidadas, que tienen un mayor número de empleados y más antigüedad, cayendo a un 31,0%. Al distinguir por género, los hombres muestran una valoración más alta de las organizaciones de ES para emprender (63,9%) en comparación con las mujeres (36,1%), lo que indica que en las fases tempranas del emprendimiento los hombres pueden ver más beneficios en las organizaciones de la ES que las mujeres. A medida que las empresas se consolidan, la diferencia de género en la valoración de la ES disminuye, aunque los hombres siguen teniendo una ligera ventaja (33,3% frente al 28,4% de las mujeres). Esto sugiere que tanto los hombres como las mujeres tienden a ver con menos optimismo a las organizaciones de ES como una opción para emprender a medida que sus empresas se desarrollan. La disminución general en la valoración positiva de las organizaciones de ES para emprender proyectos al pasar de empresas nuevas a iniciativas consolidadas podría indicar que la experiencia y la familiarización con el mercado y sus desafíos llevan a los emprendedores a ser más críticos en su valoración de las organizaciones de ES como una alternativa viable para emprender.

3. En el cuestionario, se preguntó a los participantes si estaban (o no) de acuerdo con las siguientes afirmaciones: Q1. Las organizaciones de ES son valoradas como alternativa para el proyecto de emprendimiento; Q2. Existe desconocimiento sobre los modelos de ES; Q3. Las organizaciones de ES disponen de mayores ayudas para su constitución; Q4. Las organizaciones de ES tienen mayores dificultades para encontrar financiación ajena; Q5. Las organizaciones de ES tienen mayor burocracia. La tabla sintetiza el porcentaje de respuestas positivas.

El conocimiento sobre los modelos empresariales de ES resulta esencial para elegir esta opción al emprender. A pesar de esto, casi el 40% de los participantes con empresas emergentes admiten desconocer estos modelos, cifra que aumenta al 54,5% para las iniciativas consolidadas. Este desconocimiento es mayor entre las mujeres, independientemente del tipo de iniciativa, lo que puede reflejar una brecha en la información o en la formación recibida entre géneros. La falta de familiaridad con los modelos de ES se intensifica en las iniciativas consolidadas, especialmente entre las mujeres (62,2%), lo que sugiere que la falta de información persiste o se intensifica a medida que las empresas maduran. Esta circunstancia puede limitar el desarrollo del emprendimiento desde la óptica de la ES, y exige un mayor esfuerzo de comunicación y divulgación de las ventajas de este tipo de entidades para impulsar las actividades focalizadas en la ES entre las personas potencialmente interesadas en iniciativas emprendedoras.

Respecto al ecosistema de ayudas para el desarrollo de la ES, un 40,7% de los emprendedores en fase inicial y un 58,5 % de los de iniciativas consolidadas creen que las organizaciones de ES reciben más apoyos. La percepción de estas ayudas es mayor entre los hombres que entre las mujeres en las empresas emergentes, pero se equilibra más en las consolidadas. En cuanto a la financiación externa, cerca del 34% de los participantes en empresas emergentes y el 37,7% en consolidadas experimentan dificultades para acceder a ella. Las mujeres en las iniciativas consolidadas reportan más obstáculos que los hombres (35,3% frente a 31,3%), aunque en las empresas emergentes, las mujeres (38,7%) tienen más problemas que los hombres (36,7%). Por último, la burocracia para la constitución de organizaciones de ES se percibe en mayor medida en las iniciativas consolidadas en comparación con las emergentes, con un incremento tanto en hombres como en mujeres. Este incremento es más pronunciado entre las mujeres (49,1% a 56,3%), lo cual podría señalar una mayor sensibilidad a barreras burocráticas en etapas más avanzadas de la empresa.

La formación de las personas emprendedoras puede tener impacto en la elección del modelo de emprendimiento. El análisis realizado también incorpora el nivel formativo como variable de control, revelando que las personas con formación universitaria tienden a valorar especialmente los modelos dentro del ámbito de la ES. Por ejemplo, el 53,2% de los emprendedores con estudios universitarios considera atractiva la creación de entidades de ES en el caso de iniciativas nacientes. Sin embargo, este interés disminuye al 36,8% en las iniciativas ya consolidadas. Estos datos sugieren un creciente interés por las fórmulas de ES en empresas de nueva creación, posiblemente impulsado por el reciente protagonismo de estas entidades en el ámbito del emprendimiento. A pesar de ello, la percepción sobre el desconocimiento en estas organizaciones no muestra diferencias significativas en función del nivel educativo, ya que aproximadamente el 50% de los encuestados con estudios universitarios admite no estar familiarizado con estas entidades. Pese a este elevado nivel de desconocimiento, las personas con estudios superiores son más propensas a percibir que estas iniciativas gozan de ventajas. En relación con la financiación, es notable que el 41,5% de los universitarios señala mayores dificultades para conseguir financiación externa en empresas de menos de 42 meses de antigüedad. Por otro lado, entre las iniciativas consolidadas, son las personas con estudios secun-

darios quienes más reportan dificultades para obtener este tipo de financiación, con un 51,1%. Al examinar las diferencias de género en los distintos niveles formativos, observamos que se reflejan las mismas tendencias y diferencias detectadas en los análisis previos. Por ejemplo, en todos los niveles formativos, los hombres tienden a mostrar una mayor valoración de las iniciativas de ES en las fases iniciales del emprendimiento, mientras que las mujeres muestran un mayor desconocimiento sobre estas organizaciones, independientemente de su nivel educativo. También se observa que las mujeres afrontan más obstáculos en el acceso a financiación externa y perciben más burocracia en la constitución de organizaciones de ES, especialmente en etapas avanzadas de desarrollo empresarial.

Los datos analizados hasta este punto sintetizan las variables clave que influyen la fase inicial de decisión y establecimiento de organizaciones de ES, mostrando una información esencial para comprender las percepciones en el momento en que los emprendedores deciden emprender y dan sus primeros pasos en la ES. En contraste, la Tabla 2 ofrece una visión complementaria centrada en el desarrollo ordinario de las empresas de ES. Aquí, los datos reflejan cómo los costes de operación y la asistencia mediante asesoramiento especializado influyen en el día a día de estas empresas, una vez iniciadas. Esta transición subraya la evolución de las necesidades y percepciones de los emprendedores en la ES, pasando de la preocupación por los costes y la burocracia iniciales a la gestión y optimización de la actividad empresarial regular. En las iniciativas de menos de 42 meses, un 43% de los encuestados considera que, en términos generales, las organizaciones de ES suponen menores costes que otro tipo de empresa, con los hombres (53,3%) percibiendo esta ventaja más claramente que las mujeres (37,5%). Los hombres son más optimistas respecto de los menores costes en las etapas iniciales de emprendimiento, mientras que las mujeres son más escépticas, especialmente en las iniciativas más consolidadas. A medida que las empresas maduran, tanto hombres como mujeres muestran una tendencia a estar más en desacuerdo o ser indiferentes sobre la ventaja de costes en las organizaciones de ES. Esto podría indicar un reajuste en la percepción conforme ganan experiencia en el ámbito empresarial.

Además, el asesoramiento recibido juega un rol crucial en el funcionamiento ordinario de estas entidades, como se demuestra en la Tabla 2. Casi el 45% de los emprendedores con iniciativas de menos de 42 meses cuenta con ayuda especializada externa en el funcionamiento ordinario de su entidad, y un 32,7% delegan la gestión rutinaria completamente en estos profesionales. Menos del 19% desestima este tipo de ayuda. Por su parte, las mujeres recurren a la asesoría en mayor proporción (46,2%) que los hombres (41,9%), tendencia que se mantiene en las iniciativas consolidadas. Esto podría reflejar una mayor valoración de la asistencia profesional entre las mujeres o una mayor necesidad percibida de soporte en el desarrollo empresarial.

Tabla 2. Percepciones sobre costes y necesidad de ayuda externa en organizaciones de ES por fase de desarrollo y género (% de respuestas positivas)⁴

	MENORES COSTES						DISPONIBILIDAD DE AYUDA EXTERNA					
	Iniciativas emergentes			Iniciativas consolidadas			Iniciativas emergentes			Iniciativas consolidadas		
	M	H	T	M	H	T	M	H	T	M	H	T
Nada de acuerdo	7,1	6,7	7,0	24,1	15,3	22,1	17,9	19,4	18,4	20,3	19,4	19,9
Poco de acuerdo	32,1	13,3	25,6	13,8	16,3	14,8	16,4	9,7	14,3	9,5	9,7	9,6
Indiferente	23,2	26,7	24,4	24,1	23,5	23,0	19,4	29,0	22,4	12,2	16,7	14,4
Algo de acuerdo	14,3	36,7	22,1	12,1	29,6	20,5	11,9	12,9	12,2	20,3	23,6	21,9
Totalmente de acuerdo	23,2	16,7	20,9	25,9	15,3	19,7	34,3	29,0	32,7	37,8	30,6	34,2

Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta GEM de Economía Social (2022).

4. Se preguntó a los participantes por su grado de acuerdo/desacuerdo con las siguientes afirmaciones: Q6: Las organizaciones de ES implican menores costes en general; Q7: Las organizaciones de ES precisan de más ayuda externa (ej., asesoramiento especializado) para su desarrollo y funcionamiento.

Por último, puesto que el emprendimiento en ES se enmarca en el contexto de la transición hacia nuevos modelos empresariales que combinen la actividad económica con la sostenibilidad, es fundamental analizar cómo los principios y valores de las entidades que conforman la ES responden a los percibidos como propios por las personas emprendedoras. Sin embargo, en el mundo empresarial, no sólo es importante que los valores estén alineados, sino también que estos sean efectivamente aplicables y adaptables al modelo de negocio propuesto. La Tabla 3 refleja cómo los encuestados valoran estos dos aspectos críticos para el éxito de su emprendimiento en la ES.

Las mujeres, en las iniciativas empresariales emergentes, muestran una tendencia a estar menos de acuerdo que los hombres en cuanto a la alineación de los valores de la ES con su visión empresarial, como se refleja en las proporciones significativamente distintas de las categorías de “Totalmente de acuerdo” y “Nada de acuerdo”. Este patrón sugiere que, durante las fases iniciales, puede existir una divergencia entre cómo las mujeres y los hombres perciben los valores de la ES y su encaje con los propios. No obstante, al observar las empresas más consolidadas, estas diferencias de género tienden a disminuir, señalando una posible armonización en la valoración de los principios de la ES. Esto podría interpretarse como un indicador de que los valores de la ES se comprenden e integran mejor a medida que evoluciona la cultura organizativa y el funcionamiento empresarial. En resumen, los resultados exponen una progresión en la apreciación de los valores de la ES a lo largo del desarrollo empresarial, donde se manifiestan diferencias de género más pronunciadas en las etapas temprana que tienden a converger en las fases más avanzadas de consolidación.

En lo que respecta a la adaptación de los modelos organizativos dentro del ámbito de la ES a las ideas empresariales, también se observa una distinta percepción entre géneros. Las mujeres tienden a discrepar ligeramente más que los hombres en cuanto a la falta de adaptación de estos modelos a sus iniciativas empresariales, particularmente en las categorías extremas de “Nada de acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”. Estas diferencias, una vez más, tienden a minimizarse en las empresas más consolidadas. Curiosamente, los hombres parecen estar más convencidos de que los modelos de ES no se adaptan del todo a sus proyectos empresariales, sobre todo en la categoría de “Totalmente de acuerdo”. Estos hallazgos revelan una tendencia inversa en la percepción de cómo los modelos de ES se ajustan a las empresas en curso, con discrepancias de género más marcadas en las etapas iniciales. En contraste con la etapa emergente donde la variabilidad es mayor, en las iniciativas consolidadas, hombres y mujeres por igual exhiben cierto escepticismo respecto a la adaptación de los modelos de ES a sus proyectos de negocio.

En este contexto, es particularmente interesante destacar que las personas con formación universitaria manifiestan estar más alejadas de los principios y valores de la ES, ya que menos del 47 % reconocen este grado de ajuste, porcentaje que supera el 62 % entre las personas con estudios primarios y secundarios. La orientación de la ES hacia actividades centradas en el sector primario puede ser el motivo de este menor grado de sintonía de las personas con formación superior con los principios y valores de la ES.

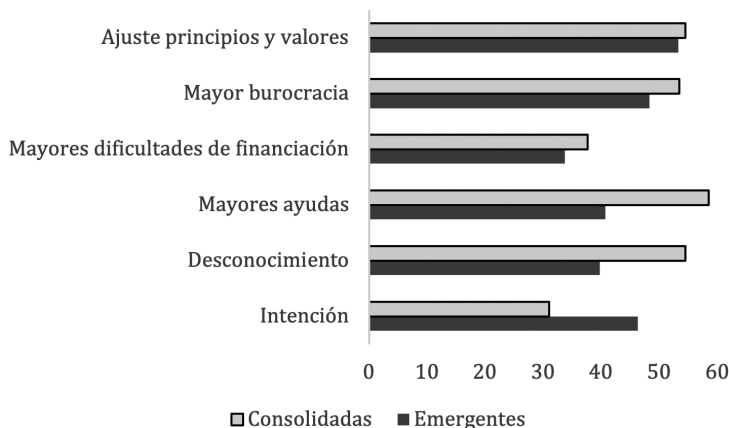
Tabla 3. Percepciones sobre alineación personal con valores de la ES y adecuación al modelo de negocio en organizaciones de ES por fase de desarrollo y género (% de respuestas positivas)⁵

	ALINEACIÓN CON LOS PRINCIPIOS Y VALORES						FALTA DE ADAPTACIÓN CON LA IDEA DE NEGOCIO					
	Iniciativas emergentes			Iniciativas consolidadas			Iniciativas emergentes			Iniciativas consolidadas		
	M	H	T	M	H	T	M	H	T	M	H	T
Nada de acuerdo	10,2	6,5	8,9	13,9	14,1	14,0	15,7	13,8	19,4	22,4	22,9	21,9
Poco de acuerdo	15,3	16,1	15,6	6,9	14,1	10,5	18,0	20,7	12,9	11,9	4,3	19,2
Indiferente	23,7	19,4	22,2	22,2	19,7	21,0	24,7	20,7	32,3	13,3	12,9	13,7
Algo de acuerdo	18,6	12,9	16,7	29,2	23,9	26,6	16,9	22,4	6,5	21,7	24,3	19,2
Totalmente de acuerdo	32,2	45,2	36,7	27,8	28,2	28,0	15,7	13,8	19,4	30,8	35,7	26,0

Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta GEM de Economía Social (2022).

5. Se preguntó a los participantes por su grado de acuerdo/desacuerdo con las siguientes afirmaciones: Q8: Los principios y valores de las organizaciones de ES se alinean con los míos propios Q9: Los principios de la ES no se ajustan a mi idea de negocio.

Figura 3. Principales percepciones en relación con las organizaciones de ES



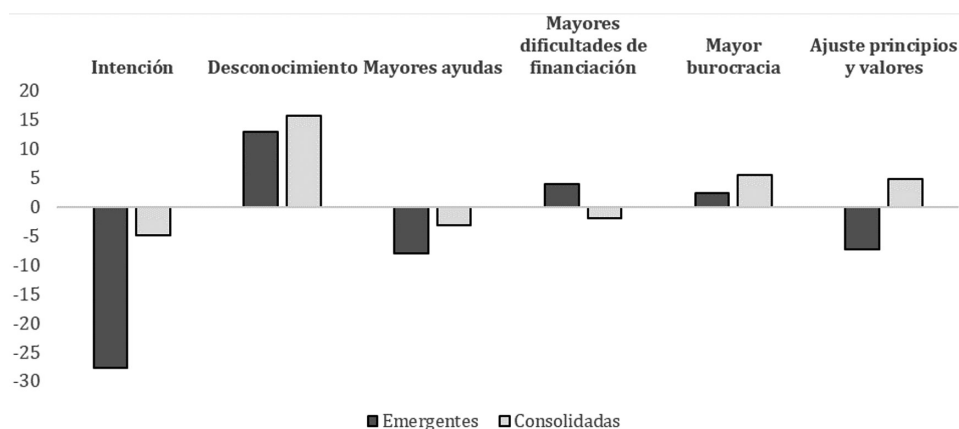
Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta GEM de Economía Social (2022).

La Figura 3 permite visualizar las principales conclusiones del estudio realizado, teniendo en cuenta las diferencias entre iniciativas emergentes y consolidadas. Se observa una fuerte inclinación inicial hacia la adopción de modelos de ES en las fases tempranas de las iniciativas empresariales, un entusiasmo que tiende a disminuir conforme las empresas se establecen y avanzan hacia la consolidación. Los datos también revelan un desconocimiento considerable sobre los modelos de ES que persiste a través de las etapas del emprendimiento, acentuándose en las iniciativas consolidadas. Pese a ello, se percibe una mayor percepción de disponibilidad de ayudas para las organizaciones de ES, más destacada en las iniciativas ya consolidadas. Este dato podría indicar una percepción de apoyos más tangibles o efectivos en etapas avanzadas o que las ayudas se vuelven más relevantes a medida que las organizaciones enfrentan desafíos crecientes. Las dificultades de financiación externa son evidentes tanto en las empresas nacientes como en las consolidadas, lo que implica que este reto no se atenúa con la madurez de la empresa dentro del contexto de la ES. La burocracia también se configura como una preocupación que va en aumento, siendo más palpable en las iniciativas consolidadas, lo que podría reflejar la existencia de un entorno regulatorio percibido como complejo para las empresas establecidas. En términos de valores, hay un reconocimiento de un alto grado de congruencia entre los principios y valores personales de los emprendedores y los propugnados por los modelos de ES, particularmente relevante en la fase de emprendimiento inicial.

La Figura 4 profundiza en estos resultados, mostrando las diferencias de género en cada una de las respuestas. Los hombres tienen mayor intención que las mujeres para usar modelos de ES para emprender en empresas emergentes, que se reduce a medida que las iniciativas se consolidan. Por su parte, las mujeres tienen un mayor desconocimiento de las fórmulas de ES,

tanto en iniciativas emergentes como consolidadas, aunque la diferencia es más pronunciada en las primeras. Las ligeras diferencias en la percepción de existencia de mayores ayudas para los modelos de ES indican que las mujeres tienen una visión más negativa de dichas ayudas, quizá porque perciben más dificultades en la financiación y más burocracia que los hombres. Por último, los hombres perciben un ajuste ligeramente mejor de los principios y valores de ES con sus propios valores en las iniciativas emergentes, mientras que no hay una diferencia clara en las consolidadas.

Figura 4. Diferencias de género (mujeres vs hombres) en las percepciones (puntos porcentuales)



Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta GEM de Economía Social (2022).

En resumen, las mujeres tienden a reportar más desconocimiento, percibir más dificultades y burocracia, y en el caso de empresas emergentes, una menor intención de involucrarse en modelos de ES en comparación con los hombres. Estas tendencias son generalmente consistentes independientemente de si las iniciativas son emergentes o consolidadas.

4. Discusión

El emprendimiento es un motor clave del desarrollo económico y la creación de valor (Ács et al., 2018; Sutter et al., 2019), por lo que el estudio de los factores que pueden impulsar su desarrollo continúa siendo un tópico de vigencia e interés. En los últimos años, la atención de la investigación se ha centrado en la relativa infra-participación de las mujeres en el emprendimiento, puesto que se considera una oportunidad perdida para el desarrollo económico (Bosma et al.,

2020; Cukier et al., 2022; Elam, 2021). En paralelo, también se ha destacado la necesidad de transitar hacia un nuevo paradigma de actividad económica, que combine el crecimiento con la sostenibilidad (Juliá et al., 2020). En este contexto, la ES se posiciona como un modelo empresarial alternativo que prioriza la maximización de beneficios económicos y sociales, y alinea con los objetivos de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, ofreciendo un medio para corregir desequilibrios económicos y sociales (Chaves & Savall 2019; Sánchez & Pérez, 2019).

La combinación de ambas líneas de análisis de emprendimiento -el fomento del emprendimiento entre las mujeres, y la emergencia de nuevos modelos de actividad- es de particular interés, puesto que literatura indica que las mujeres pueden tener una inclinación hacia el emprendimiento colectivo, valorando la ayuda mutua, el trabajo colaborativo y los objetivos no lucrativos por encima del beneficio económico personal (Esteban et al., 2016; Gupta et al., 2019). La ES emerge como un modelo empresarial alineado con estas preferencias (Mazzarol et al., 2018; Marlow, 2019), por lo que el fomento de estas iniciativas podría contribuir a la mejora de la implicación de las mujeres en la actividad emprendedora a la vez que se favorece el tránsito hacia una actividad sostenible.

En Galicia, que cuenta con una amplia tradición en el fomento de un tejido productivo arraigado en la ES, las mujeres están incrementando su presencia en este sector, superando la media nacional en su participación en la creación de SC y SL. Esto posiciona a la comunidad gallega como un buen escenario para estudiar el emprendimiento femenino en el marco de la ES, destacando la interacción entre el género y el emprendimiento colectivo.

Pese a estos resultados positivos desde un enfoque cuantitativo, el estudio basado en la encuesta GEM-Galicia revela puntos de preocupación. Las organizaciones de ES son valoradas positivamente, en particular en las etapas iniciales de emprendimiento. Los datos reflejan una sólida correspondencia entre los valores personales de las personas emprendedoras y los principios de la ES, pero las mujeres en las primeras etapas indican un grado menor de conexión con estos valores en comparación con los hombres. A medida que las empresas maduran, se evidencia una mayor armonización en la percepción de los valores de la ES. No obstante, existe un creciente escepticismo sobre el atractivo y la viabilidad a largo plazo de las organizaciones de ES. Un dato de particular importancia es el significativo desconocimiento sobre los modelos organizativos de ES, que se acentúa entre las mujeres. Si bien se reconoce que existen mayores apoyos para la fundación y el crecimiento de las organizaciones de ES, y que su creación puede implicar menos costes, las mujeres, especialmente en las iniciativas consolidadas, se muestran más escépticas respecto a estos beneficios.

A primera vista, estos resultados pueden resultar paradójicos respecto al aumento de la participación femenina en la ES gallega. Aunque las mujeres están desempeñando un rol cada vez más relevante en este sector, el estudio destaca su mayor desconocimiento acerca de estas organizaciones y enfatiza los obstáculos adicionales que enfrentan, tales como el acceso a financiación y una mayor carga burocrática. Sin embargo, esta paradoja puede ser explicada a través de las iniciativas de políticas públicas implantadas en Galicia, como las fomentadas por la Red Eusumo (Bastida et al., 2020c). Esta red ha desempeñado un papel crucial en promover el conocimiento y la expansión de la ES en la región, proponiendo estrategias de aseso-

ramiento y soporte dirigidas tanto a la creación como a la consolidación de entidades de ES. Paralelamente, la implantación de programas como Apropol-Economía Social ha favorecido la integración de personas desempleadas y trabajadores temporales en SC y SL, ofreciendo condiciones favorables especialmente diseñadas para mujeres. Estos programas podrían explicar por qué, a pesar de las barreras identificadas, las mujeres tienden a buscar más asesoramiento y percibir una mayor recepción de ayudas en sus proyectos de ES. Profundizar en el estudio de esta interacción entre políticas públicas y emprendimiento femenino en la ES podría ofrecer valiosas perspectivas para la formulación de políticas públicas más efectivas en el fomento del emprendimiento dentro del ámbito de la ES.

Otro resultado que merece atención es el menor interés por la ES entre los participantes con formación universitaria, ya destacado en investigaciones anteriores (Ciruela-Lorenzo et al., 2023; Juliá et al., 2020). Esta situación se vincula a la falta de programas educativos especializados en ES tanto a nivel universitario como no universitario en Galicia, lo que se traduce en un déficit de comprensión sobre el emprendimiento colectivo dentro de la comunidad académica. Este vacío en la formación puede restringir el potencial de crecimiento de la ES entre los graduados superiores (Sánchez et al., 2018). Además, la propensión a elegir modelos de ES disminuye con el aumento del nivel educativo, fenómeno que podría estar relacionado con la concentración de la ES en el sector primario. Para contrarrestar esta tendencia, sería beneficioso fomentar el desarrollo de la ES en áreas asociadas con la cuarta revolución industrial, como la transformación digital y la robótica, ampliando así su aplicación a sectores emergentes y tecnológicos (Bel & Lejarriaga, 2018; Juliá et al., 2020). La integración de la ES en estos sectores innovadores podría diversificar las oportunidades para individuos con educación superior y enriquecer la capacidad y el alcance de la ES en la región.

Estos resultados revelan que, aunque las mujeres están cada vez más involucradas en la ES, se enfrentan a una problemática que debe ser abordada mediante políticas enfocadas. Primero, es esencial mejorar la educación y el conocimiento sobre la ES, especialmente entre las mujeres en niveles educativos superiores, dado que existe un desconocimiento notable sobre estos modelos, lo que puede obstaculizar su pleno desarrollo emprendedor. Se recomienda la implantación de programas que destaquen los beneficios de la ES y simplifiquen su comprensión. Además, las políticas públicas deben diseñar instrumentos financieros y simplificar los procesos administrativos específicamente para mujeres, enfrentando directamente las barreras al financiamiento y la burocracia intensa que perciben. Por otro lado, fomentar el emprendimiento colectivo y sostenible puede alinear las inclinaciones de las mujeres hacia modelos organizativos colaborativos, promoviendo un desarrollo económico más equitativo. Finalmente, los resultados sugieren que, aunque la maduración de las iniciativas favorece la alineación con los valores de la ES, empeora la percepción sobre la viabilidad y el acceso a financiación, indicando la necesidad de que el apoyo no solo se centre en las etapas iniciales, sino que se extienda a lo largo del desarrollo de las empresas.

Para profundizar en la comprensión de la ES en Galicia, y particularmente la implicación de las mujeres en este ámbito económico, es fundamental considerar líneas futuras de investigación que aborden aspectos clave no explorados en este estudio. Primero, sería interesante in-

vestigar las diferencias en la participación femenina entre los diversos tipos de entidades de ES, para identificar áreas específicas de apoyo o barreras. En este sentido, es importante recordar que este estudio representa principalmente la ES a través del prisma de las SC y las SL, cuyas dinámicas pueden no encajar exactamente con los cánones de emprendimiento de empresas tradicionales (Monreal & Orellana, 2019). Además, explorar el impacto de la formación específica en ES sobre el rendimiento y éxito empresarial puede proporcionar perspectivas valiosas para informar políticas educativas y de desarrollo empresarial. Otra área crítica es analizar las percepciones sobre la viabilidad y el atractivo a largo plazo de la ES, profundizando en las razones detrás del escepticismo observado en la etapa de maduración empresarial. Finalmente, sería beneficioso evaluar el impacto a largo plazo de las políticas de apoyo a la ES para ajustar y optimizar estas intervenciones. Finalmente, estudiar los retos específicos que enfrentan las mujeres en posiciones de liderazgo dentro de la ES podría contribuir a diseñar estrategias más efectivas para promover la equidad de género en sectores de alto impacto social y económico.

5. Conclusiones

Este trabajo explora la creciente participación femenina en la ES. Sin embargo, a diferencia de la literatura general que a menudo sugiere un aumento natural del emprendimiento de las mujeres, nuestro estudio revela que, aunque las mujeres están cada vez más activas en la ES en Galicia, afrontan retos significativos, incluyendo un mayor desconocimiento de los modelos de ES, dificultades en el acceso a financiación y una carga burocrática más pesada. Estos resultados subrayan la necesidad de políticas públicas más específicas para mejorar el conocimiento y la integración efectiva de la ES, particularmente entre las mujeres y en el ámbito educativo superior. Alineado con la literatura que aboga por modelos organizativos colectivos y menos lucrativos como los preferidos por las mujeres, este estudio aporta evidencia adicional que destaca la importancia del apoyo institucional y de políticas bien dirigidas para facilitar la participación femenina en la ES. Además, este trabajo supera algunas simplificaciones comunes al revelar la complejidad de las motivaciones y los obstáculos específicos de las mujeres dentro del contexto de la ES, sugiriendo la necesidad de una consideración más matizada del género en las políticas de fomento del emprendimiento. Potenciando el emprendimiento femenino en la ES no solo se promueve la igualdad de género, sino que también se contribuye a un modelo de desarrollo más sostenible, equitativo y orientado a la esencia de la actividad económica: las personas.

Contribución de cada autor/a: María Bastida (MB), Alberto Vaquero García (AVG) y Miguel Ángel Vázquez Taín (MAVT). Conceptualización: MB y AVG; Metodología: MB, AVG y MAVT; Software: MB y AVG; Adquisición de datos: MB y AVG; Análisis e interpretación: MB, AVG y MAVT; Redacción-Preparación del borrador: MB, AVG y MAVT; Redacción-Revisión y Edición: MB, AVG y MAVT. Todos los autores han leído y están de acuerdo con la versión publicada del manuscrito.

Financiación: No procede.

Bibliografía

ÁCS, Z.J., ESTRIN, S., MICKIEWICZ, T. & SZERB, L. (2018): "Entrepreneurship, institutional economics, and economic growth: an ecosystem perspective", *Small Business Economics*, 51(2), 501-514. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0013-9>

AHL, H. & MARLOW, S. (2021): "Exploring the false promise of entrepreneurship through a postfeminist critique of the enterprise policy discourse in Sweden and the UK", *Human Relations*, 74(1), 41-68. DOI: <https://doi.org/10.1177/0018726719848480>

BASTIDA, M., VAQUERO GARCÍA, A., CANELO MARQUEZ, M. & OLVEIRA BLANCO, A. (2020a): "Fostering the Sustainable Development Goals from an Ecosystem Conducive to the SE: The Galician's Case", *Sustainability*, 12(2), 500. DOI: <https://doi.org/10.3390/su12020500>

BASTIDA, M., PINTO, L.H., OLVEIRA BLANCO, A. & CANELO, M. (2020b): "Female Entrepreneurship: Can Cooperatives Contribute to Overcoming the Gender Gap? A Spanish First Step to Equality", *Sustainability* 12(6), 2478. <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/6/2478>

BASTIDA, M^a, OLVEIRA BLANCO, A. & SAVALL MORERA, T. (2020c): "Medidas para el fomento y consolidación de un ecosistema favorable a la Economía Social en Galicia. La Red Eusumo", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 98, 59-94. DOI: <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.98.15872>

BASTIDA, M^a, VAQUERO GARCÍA, A., PINTO, L.H. & OLVEIRA BLANCO, A. (2022): "Motivational Drivers to Choose Worker Cooperatives as an Entrepreneurial Alternative: Evidence from Spain", *Small Business Economics* 58(3), 1609-1626. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-021-00459-8>

BASTIDA, M., OLVEIRA, A. & VAZQUEZ TAIN, M.A. (2023): "Are cooperatives gender sensitive? A confirmatory and predictive analysis of women's collective entrepreneurship", *Annals of Public and Cooperative Economics*, 94(4), 1035-1059. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/apce.12405>

BEL DURÁN, P. & LEJARRIAGA PÉREZ DE LAS VACAS, G. (2018): "Sociedades de responsabilidad limitada calificables y sociedades participadas: una aproximación a su cuantificación", *RE-VEESCO, Revista de Estudios Cooperativos*, 127, 9-25. DOI: <https://doi.org/10.5209/REVE.59773>

BJØRNSKOV, C. & FOSS, N.J. (2016): "Institutions, entrepreneurship, and economic growth: what do we know and what do we still need to know?", *Academy of Management Perspectives*, 30(3), 292-315. DOI: <https://doi.org/10.5465/amp.2015.0135>

BOCK, B.B. (2004): "Fitting in and multi-tasking: Dutch farm women's strategies in rural entrepreneurship", *Sociologia Ruralis*, 44(3), 245-260. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2004.00274.x>

BOSMA, N., HILL, S., IONESCU-SOMERS, A., KELLEY, D., LEVIE, J. & TARNAWA, A. (2020): *Global entrepreneurship monitor 2019-2020, global report*, Global Entrepreneurship Research Association, London Business School, London.

BRETOS, I. & MARCUELLO, C. (2017): "Revisiting globalization challenges and opportunities in the development of cooperatives", *Annals of Public and Cooperative Economics*, 88(1), 47-73. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/apce.12145>

CASTRO NÚÑEZ, R.B., BANDEIRA, P. & SANTERO-SÁNCHEZ, R. (2020): "Social Economy, Gender Equality at Work and the 2030 Agenda: Theory and Evidence from Spain", *Sustainability* 12(12): 5192. <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/12/5192>

CHAVES ÁVILA, R. & MONZÓN CAMPOS, J.L. (2018): "La economía social ante los paradigmas económicos emergentes: innovación social, economía colaborativa, economía circular, responsabilidad social empresarial, economía del bien común, empresa social y economía solidaria", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 93, 5-50. DOI: <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.93.1290>

CHAVES-ÁVILA, R. & SAVALL-MORERA, T. (2019): "The social economy in a context of austerity policies: The tension between political discourse and implemented policies in Spain", *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 30, 487-498. <http://www.jstor.org/stable/45147513>

CIRUELA-LORENZO, A.M., PLAZA-ANGULO, J.J. & MEDINA CLAROS, S. (2023): "La cooperativa como alternativa de emprendimiento colectivo. Su presencia y fomento en las universidades públicas andaluzas", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 109, 99-128. DOI: <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.109.24079>

CUKIER, W., GAGNON, S., DALZIEL, M., GRANT, K., LAPLUME, A., OZKAZANC-PAN, B. & SABA, T. (2022): "Women entrepreneurship: towards an inclusive innovation ecosystem", *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 34(5), 475-482. DOI: <https://doi.org/10.1080/08276331.2022.2066436>

DATTA, P.B. & GAILEY, R. (2012): "Empowering women through social entrepreneurship: Case study of a women's cooperative in India", *Entrepreneurship theory and Practice*, 36(3), 569-587. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00505.x>

DIAZ-FONCEA, M. & MARCUELLO, C. (2013): "Entrepreneurs and the context of cooperative organizations: A definition of cooperative entrepreneur", *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 30(4), 238-251. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/cjas.1267>

DIGAN, S.P., SAHI, G.K., MANTOK, S. & PATEL, P.C. (2019): "Women's Perceived Empowerment in Entrepreneurial Efforts: The Role of Bricolage and Psychological Capital", *Journal of Small Business Management*, 57(1), 206-229. DOI: <https://doi.org/10.1111/jsbm.12402>

ELAM, A.B. (2021): *Women's entrepreneurship 2020/21. Thriving through crisis*, Global Entrepreneurship Monitor, London.

ESTEBAN, ML., GARGALLO, A. & PÉREZ, F.J. (2016): "¿Presentan las cooperativas contextos favorables para la igualdad de género? Especial referencia a la provincia de Teruel", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 88, 60-92. <https://ojs.uv.es/index.php/ciriecespana/article/view/8772/9548>

ESTEBAN, M.L. (2013): "Are the cooperatives in more favourable of having women in their board of directors than other entities?", *REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos*, 110, 96-128. DOI: https://doi.org/10.5209/rev_REVE.2013.v110.41443

FERNÁNDEZ-GUADAÑO, J. & MARTÍN-LÓPEZ, S. (2023): "Gender differences in Social Entrepreneurship: Evidence from Spain", *Women's Studies International Forum* (Vol. 96, p. 102663), Pergamon.

FOSS, L., HENRY, C., AHL, H. & MIKALSEN, G.H. (2019): "Women's entrepreneurship policy research: a 30-year review of the evidence", *Small Business Economics*, 53(2), 409-429. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11187-018-9993-8>

GEM (GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR) (2023a): *Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 Global Report: Adapting to a "New Normal"*, London: GEM. <https://gemconsortium.org/file/open?fileId=51147>

GEM (GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR) (2023b): *Global Entrepreneurship Monitor 2022/23 Women's Entrepreneurship Report*. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20222023-womens-entrepreneurship-challenging-bias-and-stereotypes-2>

GIL-LACRUZ, A.I., GIL-LACRUZ, M., SAZ-GIL, I., MARCUELLO, C. & VEGA-TINOCO, A. (2023): "Are Cooperatives a Business Model that Makes this World a Better Place to Live?", Available at SSRN 4361546.

GUPTA, V., WIELAND, A.M. & TURBAN, D.B. (2019): "Gender characterizations in entrepreneurship: A multi-level investigation of sex-role stereotypes about high-growth, commercial, and social entrepreneurs", *Journal of Small Business Management*, 57(1), 131-153. DOI: <https://doi.org/10.1111/jsbm.12495>

HILBRECHT, M. (2016): "Self-employment and experiences of support in a work-family context", *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 28(1), 75-96. DOI: <https://doi.org/10.1080/08276331.2015.1117878>

HUGHES, K.D. & JENNINGS, J.E. (2020): "A legacy of attention to embeddedness in gendered institutions", *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 12(1), 53-76.

DOI: <https://doi.org/10.1108/IJGE-04-2019-0085>

HUGHES, K. & YANG, T. (2020). "Building gender-aware ecosystems for growth", *Gender in Management: An International Journal*, 35(3), 275-290.

DOI: <https://doi.org/10.1108/GM-11-2019-0215>

JULIÁ, J.F., MELIÁ, E. & MIRANDA, E. (2020): "Rol de la economía social y la universidad en orden a un emprendimiento basado en el conocimiento tecnológico y los valores", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 98, 31-57.

DOI: <https://doi.org/107203/CIRIEC-E.98.15905>

LEE, M. & HUANG, L. (2018): "Gender bias, social impact framing, and evaluation of entrepreneurial ventures", *Organization Science*, 29(1), 1-16.

DOI: <https://doi.org/10.1287/orsc.2017.1172>

MARLOW, S. (2019): "Gender and entrepreneurship: past achievements and future possibilities", *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 12(1), 39-52.

DOI: <https://doi.org/10.1108/IJGE-05-2019-0090>

MAZZAROL, T., CLARK, D., REBOUD, S. & LIMNIOS, E.M. (2018): "Developing a conceptual framework for the co-operative and mutual enterprise business model", *Journal of Management & Organization*, 24(4), 551-581. DOI: <https://doi.org/10.1017/jmo.2018.29>

MEIER ZU SELHAUSEN, F. (2016): "What determines women's participation in collective action? Evidence from a western Ugandan coffee cooperative", *Feminist Economics*, 22(1), 130-157. DOI: <https://doi.org/10.1080/13545701.2015.1088960>

MOLINA, J.A. (2020). "Family and entrepreneurship: New empirical and theoretical results", *Journal of Family and Economic Issues*, 41, 1-3. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10834-020-09667-y>

MONREAL, M. & ORELLANA, W. (2019): "Emprendimiento cooperativo de trabajo: resultados, expectativas y desempeño empresarial. Un análisis en cooperativas valencianas de trabajo asociado", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 97, 5-47.

DOI: <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.97.12558>

MOZAS MORAL, A., FERNÁNDEZ UCLÉS, D., BERNAL JURADO, E. & MEDINA VIRUEL, J. (2020): "Sostenibilidad, desarrollo endógeno y economía social", *Revista Iberoamericana de Economía Solidaria e Innovación Socioecológica*, 3. DOI: <https://doi.org/10.33776/riesise.v3i0.4980>

PAUDEL, R.C. & ACHARYA, C.P. (2021): "Cooperatives and economic growth in a developing country: The case of Nepal", *Annals of Public and Cooperative Economics*, 93(3), 797-815.

DOI: <https://doi.org/10.1111/apce.12323>

RAITH, M.G. & SIEBOLD, N. (2018): "Building business models around sustainable development goals", *Journal of Business Models*, 6(2), 71-77. DOI: <https://doi.org/10.5278/ojs.jbm.v6i2.2467>

RIBAS BONET, M.A. & SAJARDO MORENO, A. (2005): "La diferente participación laboral de las mujeres entre las cooperativas y las sociedades laborales", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 52, 267-278.

https://ciriec-revistaeconomia.es/wp-content/uploads/13_Sajardo_y_Ribas_52.pdf

SÁNCHEZ ESPADA, J., MARTÍN LÓPEZ, S., BEL DURÁN, P. & LEJARRIAGA PÉREZ DE LAS VACAS, G. (2018): "Educación y formación en emprendimiento social: características y creación de valor social sostenible en proyectos de emprendimiento social", *REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos*, 129, 16-38. DOI: <https://doi.org/10.5209/REVE.62492>

SÁNCHEZ PACHÓN, L.Á. & PÉREZ CHINARRO, E. (2019): "Las entidades de economía social como protagonistas de un nuevo modelo de emprendimiento y medidas legales de apoyo al emprendimiento", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 84, 35-62, https://ciriec-revistaeconomia.es/wp-content/uploads/CIRIEC_8402_Pachon_Chinarro.pdf

SENENT, M.J. (2011): "¿Cómo pueden aprovechar las cooperativas el talento de las mujeres? Responsabilidad social empresarial e igualdad real", *REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos*, 105, 57-84. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36718802004>

SENENT, M.J. (2014): "Introducción a la perspectiva de género en la economía social". En VV. AA., *Economía Social: Identidad, Desafíos y Estrategias*, 424-440.

<http://hdl.handle.net/10234/150085>

SUTTER, C., BRUTON, G.D. & CHEN, J. (2019): "Entrepreneurship as a solution to extreme poverty: A review and future research directions", *Journal of Business Venturing*, 34(1), 197-214. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.06.003>

TERJESEN, S., BOSMA, N. & STAM, E. (2016): "Advancing public policy for high-growth, female, and social entrepreneurs", *Public Administration Review*, 76(2), 230-239.

DOI: <https://doi.org/10.1111/puar.12472>

VAN DER ZWAN, P., THURIK, R., VERHEUL, I. & HESSELS, J. (2016): "Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs", *Eurasian Business Review*, 6(3), 273-295. DOI: <https://doi.org/10.1007/s40821-016-0065-1>

ZISSER, M.R., JOHNSON, S.L., FREEMAN, M.A. & STAUDENMAIER, P.J. (2019): "The relationship between entrepreneurial intent, gender, and personality", *Gender in Management: An International Journal*, 34(8), 665-684. DOI: <https://doi.org/10.1108/GM-08-2018-0105>