

Cuando la misión pasa a ser propósito: medidas para un emprendimiento sostenible y equitativo

María Bastida (autora de contacto)

Profesora titular de Organización de Empresas.
Universidad de Santiago de Compostela (España)

maria.bastida@usc.es | <https://orcid.org/0000-0002-3630-5629>



Alberto Vaquero García

Profesor titular de Economía Aplicada.
Universidad de Vigo (España)

vaquero@uvigo.gal | <https://orcid.org/0000-0002-8697-4847>



Miguel Á. Vázquez Tain

Profesor titular de Economía Aplicada.
Universidad de Santiago de Compostela (España)
miguel.vazquez.tain@usc.es | <https://orcid.org/0000-0002-6965-0656>



Este trabajo ha obtenido el **1.er Premio Estudios Financieros 2024** en la modalidad de **Contabilidad y Sostenibilidad**.

El jurado ha estado compuesto por: don Santiago Durán Domínguez, doña Natalia Cassinello Plaza, don Carlos Hidalgo Andrés, doña María José Lázaro Serrano y don Salvador Marín Hernández.

Los trabajos se presentan con seudónimo y la selección se efectúa garantizando el anonimato de los autores.

Extracto

Este estudio afronta al «trilema» de cómo fomentar el emprendimiento, cómo orientarlo hacia negocios sostenibles en un contexto cada vez más exigente con esta necesidad y cómo impulsar la actividad emprendedora entre las mujeres, cuya limitada participación supone una pérdida de oportunidad para



Cómo citar: Bastida, M.ª, Vaquero García, A. y Vázquez Tain, M. Á. (2024). Cuando la misión pasa a ser propósito: medidas para un emprendimiento sostenible y equitativo. *Revista de Contabilidad y Tributación. CEF*, 499, 159-200. <https://doi.org/10.51302/rcty.2024.22173>



el desarrollo económico. Para abordar estos retos, se centra en el emprendimiento en la economía social y solidaria (ESS), explorando cómo los principios de sostenibilidad se integran en sus modelos de negocio y cómo esta integración influye en la decisión de emprender.

Se realizan dos estudios interrelacionados entre emprendedores para identificar patrones y diferencias en las preferencias hacia los modelos de negocio de la ESS, evaluando las motivaciones, percepciones y barreras hacia este tipo de emprendimiento. Los resultados revelan un amplio consenso sobre la viabilidad de las organizaciones de ESS como plataformas para el emprendimiento, resaltando sus características de sostenibilidad. Se encontraron diferencias significativas en el comportamiento entre hombres y mujeres. Los hombres manifiestan preocupaciones por las dificultades inherentes a la creación de empresas y por las limitaciones que los modelos arraigados en la ESS podrían presentar para materializar una idea de negocio. Por su parte, las mujeres muestran una mayor adhesión a los principios y valores subyacentes a la cultura organizativa de las organizaciones de ESS. Estos resultados sugieren la necesidad de desarrollar estrategias de impulso de la actividad emprendedora diferenciadas que consideren las variaciones en motivaciones y percepciones entre unos y otras. Dichas políticas deberían mejorar el conocimiento de los modelos de ESS y proporcionar apoyo efectivo para fomentar un compromiso más profundo con estos modelos, contribuyendo a un desarrollo empresarial más sostenible y equitativo a largo plazo.

Palabras clave: emprendimiento; sostenibilidad; economía social y solidaria (ESS); desarrollo sostenible; modelos empresariales inclusivos; barreras al emprendimiento; responsabilidad social.

Recibido: 03-05-2024 / Aceptado: 05-09-2024 / Publicado: 04-10-2024



When mission becomes purpose: measures for sustainable and equitable entrepreneurship

María Bastida (corresponding author)

Alberto Vaquero García

Miguel Á. Vázquez Taín

This paper has won the **1st Financial Studies 2024 Award** in the category of **Accounting and Sustainability**.

The jury members were: Mr. Santiago Durán Domínguez, Mrs. Natalia Cassinello Plaza, Mr. Carlos Hidalgo Andrés, Mrs. María José Lázaro Serrano and Mr. Salvador Marín Hernández.

The entries are submitted under a pseudonym and the selection process guarantees the anonymity of the authors.

Abstract

This study addresses the «trilemma» of how to foster entrepreneurship, how to orient it towards sustainable business in a context that is increasingly demanding this need, and how to boost entrepreneurship among women, whose low participation represents a missed opportunity for economic development. To address these challenges, it focuses on entrepreneurship within the Social and Solidarity Economy (SSE), exploring how sustainability principles are integrated into their business models and how this integration influences the entrepreneurial decision.

Two interrelated studies are conducted among entrepreneurs to identify patterns and differences in preferences towards SSE business models, assessing motivations, perceptions, and barriers to this type of entrepreneurship. The results reveal a broad consensus on the viability of SSE organisations as platforms for entrepreneurship, highlighting their sustainability characteristics. Significant differences in behaviour were found between men and women. Men express concern about the difficulties inherent in business creation and the limitations that entrenched SSE models can present in materialising an entrepreneurial idea. On the other hand, women show greater adherence to the underlying principles and values of the organisational culture of SSE organisations. These results suggest the need to develop differentiated entrepreneurial drive strategies that consider variations in motivations and perceptions among individuals. Such policies should improve understanding of SSE models and provide effective support to foster deeper engagement with these models, contributing to more sustainable and equitable business development in the long term.

Keywords: entrepreneurship; sustainability; social and solidarity economy (SSE); sustainable development; inclusive business models; barriers to entrepreneurship; social responsibility.

Received: 03-05-2024 / Accepted: 05-09-2024 / Published: 04-10-2024

Citation: Bastida, M.^a, Vaquero García, A. y Vázquez Taín, M. Á. (2024). Cuando la misión pasa a ser propósito: medidas para un emprendimiento sostenible y equitativo. *Revista de Contabilidad y Tributación*. CEF, 499, 159-200. <https://doi.org/10.51302/rcty.2024.22173>



Sumario

1. Introducción
 2. Redefiniendo el emprendimiento: un modelo de negocio sostenible y equitativo
 3. Estudio 1. Dinámicas de emprendimiento. Factores de influencia en la intención empresarial
 - 3.1. Muestra y recogida de datos
 - 3.2. Medidas
 - 3.3. Análisis de datos
 4. Estudio 2. Emprendimiento en la economía social y solidaria
 - 4.1. Preguntas de investigación
 - 4.2. Resultados
 5. Dinámicas de género en la selección de modelos empresariales en la ESS
 6. Reflexiones y proyecciones: un futuro de emprendimiento equitativo y sostenible
 7. Conclusión: construyendo un propósito empresarial sostenible
- Referencias bibliográficas



1. Introducción

En el actual panorama económico, el emprendimiento juega un papel protagonista como motor del crecimiento económico y la generación de empleo, tal y como se reconoce desde sectores institucionales (OCDE, 2023) y académicos (Acs *et al.*, 2018; Bosma *et al.*, 2018; Urbano *et al.*, 2019). Sin embargo, la evolución del contexto empresarial hacia un mayor énfasis en la sostenibilidad demanda un replanteamiento de la actividad emprendedora, incluyendo tanto su vertiente de actividad económica como su valor potencial como fuerza motora para la sostenibilidad y el bienestar social.

Como sabemos, la adopción de prácticas de sostenibilidad, en el marco de criterios ESG (*Environmental, Social, and Governance*), se ha vuelto esencial para las empresas que buscan cumplir con regulaciones y expectativas éticas, a la vez que mejoran su desempeño financiero y competitivo (Aguinis y Glavas, 2012). Este enfoque reduce los riesgos relacionados con la negligencia ambiental o social y promueve relaciones más próximas con la comunidad y el entorno, algo crítico para la sostenibilidad empresarial. Además, la creciente presión regulatoria y de mercado por la transparencia y la sostenibilidad está impulsando a las empresas a adoptar prácticas que mejoren su transparencia corporativa y señalen su compromiso con la sostenibilidad, influyendo estas positivamente en su valoración en el mercado. La nueva Directiva (UE) 2022/2464 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de diciembre de 2022, relativa a la presentación de información sobre sostenibilidad por parte de las empresas es un claro ejemplo de cómo las regulaciones están impulsando a las empresas a adoptar prácticas más transparentes y sostenibles. Emplear prácticas de sostenibilidad también supone ventajas competitivas y reputacionales (Bhatt *et al.*, 2021). Por ejemplo, el estudio de Babajee *et al.* (2022) constató que las empresas que implantan prácticas de ESG disfrutan de una mejor imagen corporativa que atrae a clientes y empleados leales y motivados, reduciendo la rotación y mejorando el clima laboral. Estas prácticas pueden abrir nuevas oportunidades de mercado y fortalecer las relaciones con *stakeholders*¹, quienes valoran cada vez más la responsabilidad ambiental y social.

¹ El término *stakeholder* se refiere a cualquier persona, grupo o entidad que tiene un interés o es afectada por las actividades y decisiones de una organización. Así definida, puede incluir a empleados, clientes, proveedores, inversores, a la comunidad local y los distintos niveles de gobierno, entre otros. En síntesis, son personas o entidades que tienen la capacidad de influir o pueden ser influidas por las organizaciones.



Por lo tanto, si bien es comúnmente aceptado que debe fomentarse el emprendimiento para impulsar el crecimiento económico, el contexto actual demanda un análisis crítico sobre la naturaleza de esta actividad. De igual forma que no es asumible el crecimiento económico a cualquier coste, tampoco es deseable cualquier tipo de emprendimiento si se pretende construir economías equitativas. El reto consiste, entonces, en fomentar la actividad emprendedora, pero asegurando su alineación con prácticas que apoyen la sostenibilidad y el bienestar social. En este escenario, el emprendimiento social (ES) emerge como una respuesta estratégica, ofreciendo un modelo que integra los principios de ESG en el núcleo de la actividad empresarial y enfocándose en la creación de valor social (Bastida et al., 2023; Sánchez Espada et al., 2019). El ES promueve la creación de modelos de negocio innovadores destinados a satisfacer necesidades esenciales (Gupta et al., 2020) que priorizan los beneficios colectivos y avanzan en el bienestar y la justicia social proporcionando oportunidades de empleo, mejorando la cohesión social y utilizando los recursos locales de manera eficiente (Baruah, 2023; Gil-Lacruz et al., 2023).

De esta conceptualización se desprende que el ES se vincula estrechamente con la economía social y solidaria (ESS), frecuentemente actuando como catalizador de esta. La ESS se caracteriza por privilegiar el desarrollo y el valor social por encima del beneficio financiero inmediato (Gupta et al., 2020), y se centra en identificar y aprovechar oportunidades para generar beneficios sociales, como dar respuesta a necesidades básicas de la comunidad (Dwivedi y Weerawardena, 2018; Vedula et al., 2022). En su conjunto, el ES y la ESS suponen un cambio radical en el ámbito económico, promoviendo principios de solidaridad, cooperación y empoderamiento socioeconómico colectivo. Dentro del ámbito del emprendimiento, ambos proporcionan un marco innovador para revisar cómo se planifican y operan las actividades económicas (Baruah, 2023; Bergeron, 2023), abriendo camino a un nuevo modelo económico que prioriza el bienestar colectivo, la equidad y la sostenibilidad (Gil-Lacruz et al., 2023) y pone en valor las prácticas económicas solidarias y cooperativas (Baruah, 2023).

Dada la creciente importancia de estas modalidades de emprendimiento, se hace imprescindible una investigación profunda sobre los motores que impulsan el ES en el marco de la ESS. Comprender qué motiva a las personas emprendedoras a implicarse en estas iniciativas puede ayudar a diseñar políticas públicas efectivas que fomenten prácticas empresariales sostenibles y socialmente responsables, que aúnén el potencial de abordar de forma efectiva desafíos sociales y medioambientales con soluciones sostenibles y a largo plazo para problemas económicos estructurales. Por lo tanto, este trabajo tiene como objetivo explorar las principales características del emprendimiento en el ámbito social, identificando los factores que motivan la adopción de modelos de ESS. En este análisis no olvidamos incluir explícitamente la perspectiva de género, dado que la investigación constata reiteradamente que el número de emprendedoras sigue siendo desproporcionadamente inferior al de los hombres (Elam, 2021; GEM, 2023b; OCDE, 2023). Esta disparidad señala un considerable potencial infrautilizado que podría impulsar significativamente el desarrollo económico y mejorar el bienestar social (Cukier et al., 2022; Fernández-Guadaño y



Marín-López, 2023; Gil-Lacruz *et al.*, 2023). Además, la evidencia empírica sugiere que las mujeres emprendedoras prefieren modelos de negocio colectivos, colaborativos y socialmente orientados (Bastida *et al.*, 2023; Marlow, 2020; Mazzarol *et al.*, 2018; Zisser *et al.*, 2019), aspectos que hacen que el ES y la ESS sean particularmente receptivos a las necesidades y estilos de las mujeres emprendedoras. Profundizar en cómo y por qué las mujeres se inclinan hacia estos modelos puede ofrecer perspectivas de interés para políticas públicas y prácticas empresariales que amplifiquen el impacto social del emprendimiento.

En este contexto, nos planteamos realizar un estudio completo sobre el emprendimiento que nos permita avanzar en el conocimiento sobre la creación de empresas en la ESS, pero también entender las dinámicas de género en el emprendimiento. Ante la complejidad del tema que se va a tratar y la diversidad de factores implicados, realizamos dos estudios interrelacionados. Ambos estudios permiten una exploración multifacética de cómo diferentes variables –incluyendo género, motivaciones, barreras y facilitadores– impactan en la intención y capacidad emprendedora bajo un modelo de negocio que prioriza el bienestar social y la sostenibilidad. El primer estudio permite una exploración general de cómo los distintos factores motivacionales y las barreras percibidas influyen en la intención de emprender, profundizando en las diferencias de género dentro del contexto del emprendimiento. A continuación, presentamos un segundo análisis, específicamente centrado en el emprendimiento en el ámbito de la ESS. La combinación de ambos estudios ofrece un marco comprensivo que permite entender tanto las dinámicas comunes del emprendimiento en ESS como las particularidades que surgen de las diferencias de género, algo esencial para crear un entorno de emprendimiento verdaderamente inclusivo y equitativo. Además, la realización de dos investigaciones que se complementan permite una validación cruzada de los resultados y facilita la exploración de cómo distintos factores interactúan en diferentes subgrupos, añadiendo una capa de profundidad que un solo análisis no podría proporcionar.

La tabla 1 sintetiza estas ideas, que nos permiten justificar la relevancia del trabajo que planteamos:

Tabla 1. Fundamentos y objetivos del estudio

Importancia del emprendimiento	El emprendimiento es crucial como motor de crecimiento económico y generación de empleo. No obstante, debe evolucionar hacia un enfoque sostenible.
	Es preciso fomentar un emprendimiento que respalde la sostenibilidad y el bienestar social.
	Este objetivo requiere integrar criterios de sostenibilidad (ESG) en las prácticas empresariales y promover el emprendimiento social.





	<p>El ES integra principios ESG y se enfoca en crear valor social, priorizando los beneficios colectivos y el bienestar social.</p>
Emprendimiento social	<p>El contexto actual requiere el desarrollo de modelos de negocio que respondan a necesidades esenciales y promuevan la equidad y sostenibilidad.</p> <p>Para ello, es esencial fomentar la actividad emprendedora alineada con los principios de la ESS.</p>
Dinámicas de género	<p>Existe disparidad en el número de emprendedoras en comparación con los hombres. Ello supone una pérdida de oportunidad para contribuir al crecimiento y el bienestar social.</p> <p>Las mujeres suelen preferir modelos colaborativos y socialmente orientados. Por tanto, fomentar un entorno de emprendimiento inclusivo y equitativo permite aprovechar el potencial infrautilizado de las emprendedoras.</p>
Objetivos del estudio	<p>Explorar los factores que subyacen a la iniciativa emprendedora.</p> <p>Identificar las variables que pueden impulsar el emprendimiento en el ámbito de la ES.</p> <p>Incluir la perspectiva de género en el análisis del emprendimiento.</p>

Fuente: elaboración propia.

En definitiva, la realización de estos dos estudios complementarios es metodológicamente robusta y estratégicamente necesaria. Facilita una comprensión integral de los factores que influyen en el emprendimiento en el marco de la ESS y permite abordar de manera efectiva y diferenciada las necesidades y barreras específicas que enfrentan los diferentes géneros en este campo. Esta aproximación dual fortalece la formulación de políticas y prácticas empresariales dirigidas a fomentar un modelo de negocio sostenible y equitativo.

2. Redefiniendo el emprendimiento: un modelo de negocio sostenible y equitativo

El emprendimiento, especialmente en su vertiente de motor de creación de nuevas empresas, se perfila como una estrategia crucial para el desarrollo económico y social de los países (Acs *et al.*, 2018; Elam, 2021; GEM, 2023b; OCDE, 2023) al catalizar la innovación y la competencia y jugar un papel importante en la generación de empleo y el aumento del PIB de las economías nacionales. En respuesta a esta dinámica, los Gobiernos han implantado profusamente políticas destinadas a fomentar la actividad emprendedora. Estas actuaciones, que suelen variar desde incentivos fiscales y subvenciones hasta el apoyo directo a la creación de empresas, tienen como denominador común intentar reducir las barreras al emprendimiento y asegurar un entorno propicio para la creación y desarrollo de nuevas organizaciones.



Pese a ello, las tasas de emprendimiento siguen siendo discretas (GEM, 2023a), por lo que entender los factores que pueden impulsarlo sigue siendo una tarea pendiente (Roundy y Fayard, 2019). A este reto se suma, recientemente, la conciencia de que el crecimiento empresarial a cualquier precio ya no es viable. Los modelos económicos dominantes, centrados en la maximización del beneficio y la competencia, han sido criticados por perpetuar las desigualdades y exacerbar la degradación medioambiental (Baruah, 2023; Bergeron, 2023). Frente a estas consecuencias no deseables, existe cierto consenso que apunta a la necesidad de promover formas de emprendimiento que integren objetivos de sostenibilidad, equidad y bienestar colectivo (Bastida *et al.*, 2022; Mozas *et al.*, 2020). Este acuerdo se materializa en el creciente compromiso de la sociedad civil, las instituciones y los organismos gubernamentales con la promoción de modelos empresariales que armonicen la expansión económica con prácticas de desarrollo sostenible comprometidas y responsables. La idea subyacente es centrarse en modelos empresariales que aborden simultáneamente los retos económicos, sociales y medioambientales y promuevan una economía que beneficie a la sociedad.

En este contexto, la ESS emerge como un modelo viable que resuelve el dilema de potenciar el emprendimiento y promover la sostenibilidad. Definida como un marco económico que prioriza los objetivos sociales sobre los beneficios, la ESS se orienta hacia beneficios colectivos –como la justicia social y el empoderamiento ciudadano y comunitario–, a la vez que proporciona oportunidades de empleo y fomenta la cohesión social mediante el uso estratégico de los recursos locales (Chaves y Savall, 2019; Gil-Lacruz *et al.*, 2023). Este enfoque es eficaz para abordar simultáneamente los retos económicos y sociales, lo que lo convierte en un elemento clave para contribuir significativamente a un progreso económico y social más equilibrado.

Estas consideraciones sugieren que debe afrontarse un reto adicional: si ya es complejo identificar cómo fomentar el emprendimiento, todavía resulta más complicado proponer medidas específicas que impulsen un tipo concreto de actividad emprendedora. La investigación previa permite cierto optimismo, al señalar que tanto los requisitos como las condiciones del emprendimiento pueden variar en función de las estructuras organizativas (Díaz-Foncea y Marcuello, 2013; 2015). El papel de las personas emprendedoras en relación con formas organizativas específicas también se ha estudiado en el marco de diferentes tipos de emprendimiento, como el de equipo (Alchian y Demsetz, 1972), el colectivo (Cook y Plunkett, 2006) o el emprendimiento sin ánimo de lucro (Bilodeau y Slivinski, 1996). Sin embargo, pese a la creciente popularidad de las organizaciones de ESS, los estudios sobre el emprendimiento en este tipo de negocios son relativamente escasos (Díaz-Foncea y Marcuello, 2013). En este contexto, hay una reciente línea de investigación que visibiliza las sociedades cooperativas como una nueva forma de hacer negocios y una forma adicional de actividad emprendedora (Díaz-Foncea y Marcuello, 2015; Monteleone y Reito, 2018). No obstante, si bien estos estudios permiten situar las organizaciones propias de la ESS en el ámbito del emprendimiento, existe una notable ausencia de conocimiento sobre los factores que pueden subyacer a la decisión de implicarse en un emprendimiento en el



ámbito de la ESS (Monteleone y Reito, 2018). Esta ausencia, junto con los argumentos anteriores que sugieren que la ESS promueve un marco económico más sostenible, aumenta el interés en investigar los factores que pueden impulsar el ES. Al hacerlo, se identifican simultáneamente los factores que pueden estimular la creación y mantenimiento de empresas (Díaz-Foncea y Marcuello, 2014), favoreciendo un crecimiento empresarial sostenible.

Simultáneamente, la investigación apunta a un tercer reto pendiente: la persistente baja participación de las mujeres en la actividad emprendedora (Cukier *et al.*, 2022; Fernández-Guadaño y Marín-López, 2023; Gil-Lacruz *et al.*, 2023). Las mujeres emprendedoras también desempeñan un papel fundamental en la innovación, la creación de empleo y la diversificación económica, contribuyendo significativamente al tejido económico global (Sajjad *et al.*, 2020). Sin embargo, afrontan limitaciones estructurales que restringen tanto su participación como su éxito en el ámbito del emprendimiento (Zisser *et al.*, 2019). Evidentemente, estas barreras limitan a las mujeres, pero también representan una pérdida de oportunidad considerable para el desarrollo económico. Los estudios previos sugieren que el diseño de políticas dirigidas a eliminar estos obstáculos puede generar efectos multiplicadores, beneficiando tanto a la economía como a la sociedad (Acs *et al.*, 2018; Conroy y Weiler, 2016). En este sentido, recientemente se ha puesto de relieve que las mujeres tienden a favorecer modelos de emprendimiento que priorizan objetivos colaborativos y no lucrativos, mostrando una clara preferencia por integrar metas sociales en sus actividades empresariales (Lee y Huang, 2018; Marlow, 2020; Mazzarol *et al.*, 2018; Zisser *et al.*, 2019). Las emprendedoras se sienten particularmente atraídas por las empresas que persiguen objetivos más allá del beneficio financiero, tales como la equidad en la remuneración y la reducción de disparidades salariales, así como una preferencia por el desarrollo local en lugar de la globalización (Bosma *et al.*, 2020). Dentro de este marco, las mujeres exhiben una inclinación hacia modelos empresariales que enfatizan la solidaridad y el bienestar colectivo, características fundamentales de la ESS (Bastida *et al.*, 2022; 2023; Gupta *et al.*, 2020).

- El emprendimiento es esencial para el crecimiento económico y social, impulsando la innovación y la creación de empleo.
- Es crucial promover modelos de emprendimiento que integren la sostenibilidad y la equidad para un desarrollo responsable.
- Resulta también fundamental incrementar la participación femenina en el emprendimiento, aprovechando su preferencia por modelos de negocio socialmente orientados.

La revisión global de este marco teórico apunta que la ESS destaca como un modelo económico emergente que puede abordar eficazmente la necesidad de potenciar la creación de empresas, fomentar prácticas sostenibles e impulsar el emprendimiento femenino. Este enfoque pretende desvelar los factores que fomentan o dificultan la inclinación hacia el emprendimiento colectivo, buscando paralelamente factores diferenciales que puedan motivar de forma especial a las mujeres. Esta exploración es particularmente innovadora,



ya que aborda una laguna en la investigación existente al entrelazar el análisis del emprendimiento con los modelos organizativos distintivos de la ESS, añadiendo una perspectiva de género. Investigar esta interacción no solo contribuye a una comprensión más profunda del emprendimiento de doble impacto social –en el que el emprendimiento femenino sirve como vehículo de inclusión y la ESS como mecanismo de sostenibilidad–, sino que también se alinea con el objetivo más amplio de potenciar el desarrollo económico y la creación de empleo, abordando así objetivos críticos de desarrollo sostenible y equidad de género.

3. Estudio 1. Dinámicas de emprendimiento. Factores de influencia en la intención empresarial

En primer lugar, nos planteamos explorar los factores que influyen en la intención de emprender, analizando motivos, barreras y facilitadores del emprendimiento, además de considerar diferencias de género en estas percepciones. Para ello, se diseñó una encuesta *online*, método particularmente adecuado para llegar a una población objetivo difícil de alcanzar, donde el número de participantes es desconocido y/o los temas bajo estudio son sensibles (Dillman, 2000; Gosling y Mason, 2015). El cuestionario constaba de 25 ítems² agrupados en las tres categorías principales mencionadas y complementadas con preguntas demográficas (género, edad, educación, localización geográfica) y preguntas sobre la experiencia profesional de los participantes (sector empresarial, tipo de actividad empresarial, situación actual). Para minimizar el sesgo de método común y garantizar la validez de las respuestas, el diseño del cuestionario siguió las directrices de Podsakoff *et al.* (2012). Los ítems fueron ordenados de forma aleatoria y, en algunos casos, puntuados de manera inversa. Antes de su aplicación definitiva, el cuestionario fue sometido a un pretest con cinco potenciales participantes (tres hombres y dos mujeres), lo cual permitió verificar la legibilidad y relevancia del instrumento. Esta versión preliminar ayudó a realizar los ajustes necesarios antes de completar la versión final del cuestionario, asegurando la claridad de los conceptos y la comparabilidad de los resultados. Este proceso de diseño y prueba

² Este cuestionario se deriva de un estudio más amplio, previamente desarrollado por los autores, que incluye medidas basadas en la literatura destacada sobre emprendimiento empresarial. Por ejemplo, la identificación de factores «forzados» o de fuerza y factores de atracción se deriva de la distinción clásica entre factores de «empuje» (*push*) y «atracción» (*pull*) entre las motivaciones que llevan a las personas a iniciar sus propios negocios (Amit y Muller, 1995). Los factores de «empuje» incluyen circunstancias que prácticamente obligan o fuerzan a una persona a iniciar un negocio, como el desempleo, mientras que los factores de «atracción» son aquellos que atraen a las personas hacia el emprendimiento, como el deseo de independencia o el potencial de ganancias. Estas medidas fueron validadas y categorizadas por un grupo selecto de expertos, empleando la técnica del panel Delphi para asegurar su relevancia y precisión. En el presente análisis, nos hemos centrado en una submuestra específica del estudio original, compuesta exclusivamente por emprendedores en España. La selección de esta submuestra implicó una recalibración necesaria del modelo de análisis para adaptarlo de manera efectiva a las particularidades y contextos específicos de los emprendedores y emprendedoras españolas.



garantiza que el cuestionario capte las variables de interés de forma eficaz, reflejando de manera fidedigna la complejidad y la diversidad del fenómeno del emprendimiento entre los participantes del estudio.

3.1. Muestra y recogida de datos

Para seleccionar a los participantes, se utilizó una técnica de muestreo intencionado no probabilístico, centrándose exclusivamente en personas que trabajaban por iniciativa propia. Este método permitió la selección de encuestados que respondían específicamente a los criterios esenciales para abordar los objetivos de la investigación, mejorando así la relevancia y aplicabilidad de los resultados en el contexto del emprendimiento. El cuestionario se administró a través de redes sociales y profesionales comúnmente utilizadas por los profesionales (por ejemplo, LinkedIn y Facebook). Se incluyó una presentación inicial informando a los participantes sobre los objetivos del estudio, asegurándoles la confidencialidad de los datos y el uso exclusivo de la información con fines de investigación. Igualmente, se les informó de que no había respuestas correctas o incorrectas, enfatizando la importancia de sus experiencias individuales. La participación fue voluntaria y no remunerada. La recogida de datos tuvo lugar entre mayo y diciembre de 2023.

En total se recibieron 135 respuestas. Siguiendo las directrices de Hair et al. (2017), se descartaron 4 por ser incompletas. La muestra final la componen 131 respuestas, 85 de mujeres (65 %) y 46 de hombres (35 %). Casi todas las personas tenían estudios universitarios (78 %), y la edad media era de unos 43 años. En cuanto a los sectores de actividad, predominaban los servicios (72 %), las organizaciones no gubernamentales (ONG, 8,7 %), las tecnologías de la información y la comunicación (TIC, 5,3 %), la salud (5,2 %), la consultoría (4,4 %) y las finanzas (4,4 %).

3.2. Medidas

Las variables incluidas en el estudio se modelaron como constructos y se midieron mediante una escala de Likert de 7 puntos, excepto las variables de control. En este caso, las variables se evaluaron principalmente con un único ítem. Por ejemplo, el género fue nominal y dicotómico (0 = mujer, 1 = hombre), el sector de actividad fue nominal y la edad se computó en años. La tabla 2 recoge los resultados del modelo de medición. Para las barreras y potenciadores, se incluyen las medidas tradicionales de consistencia interna, fiabilidad y validez, ya que estas variables se estiman como constructos reflexivos³. Como puede observarse, la

³ Los constructos reflexivos son un tipo de constructo que modela cómo un concepto latente causa manifestaciones observables o indicadores. En un constructo reflexivo, se asume que la dirección de la



mayoría de los indicadores tienen cargas superiores a 0,7, lo que puede considerarse satisfactorio. Además, los constructos alcanzaron una adecuada fiabilidad compuesta, con cifras superiores a 0,7. Por otra parte, los constructos también satisfacen el requisito de la validez convergente, ya que su varianza media extraída (AVE) supera el umbral del nivel 0,05.

Tabla 2. Modelo de medida

Construct/Dimension/Indicator	Weight	Loading	CR	AVE
MOTIVOS PARA EMPRENDER			n. a.	n. a.
Factores forzosos				
FR1. Búsqueda de empleo	0,088			
FR2. Necesidad	0,137*			
FR3. Completar el ingreso familiar	0,058			
Factores de atracción				
DR1. Encontrar/explotar una necesidad de mercado	0,154*			
DR2. Deseo de organizar una empresa propia	0,031			
DR3. Flexibilidad	0,108*			
DR4. Toma de decisiones	0,086			
DR5. Participación en la dirección y la gestión de procesos	0,147*			
DR6. Ajuste a necesidades personales	0,130*			
DR7. Creación de un proceso propio	0,104			
DR8. Estatus social	0,081			
Disponibilidad de ayudas				
DA1. Ayuda financiera	0,165*			
<i>DA2. Existencia de un entorno favorable al emprendimiento</i>				



causalidad va desde el constructo a sus indicadores, lo que significa que las variaciones en el constructo latente son la causa de las variaciones en los indicadores asociados (Hair et. al, 2017).



Construct/Dimension/Indicator	Weight	Loading	CR	AVE
MOTIVOS PARA EMPRENDER			n. a.	n. a.
DA3. Beneficiarse de formación en emprendimiento	0,103*			
DA4. Desarrollar un negocio familiar	0,071			
BARRERAS PERCIBIDAS			0,890	0,814
Barreras sociales				
SO1. Percepción del emprendimiento como una actividad masculina	0,703*			
Barreras relacionadas con carencias personales				
HC1. Falta de formación empresarial	0,714*			
HC2. Falta de servicios de información y consultoría	0,703*			
Barreras contextuales				
EO1. Falta de información sobre medidas de apoyo	0,705*			
EO2. Falta de infraestructura (ej., suelo industrial)	0,700*			
EO3. Ausencia de condiciones favorables (ej., burocracia)	0,770*			
Barreras personales				
PO1. Dificultades para la conciliación	0,873*			
PO2. Dificultades personales	0,889*			
Barreras financieras				
FO1. Dificultades para acceder a recursos financieros	0,795*			
FO2. Costes fijos	0,866*			
FACILITADORES				
<i>RE1. Acceso a recursos financieros</i>				
RE2. Programas destinados a la creación de start-ups	0,871*			





Construct/Dimension/Indicator	Weight	Loading	CR	AVE
MOTIVOS PARA EMPRENDER			n. a.	n. a.

RE3. Programas de formación

0,889*

RE4. Servicios de consultoría

0,778*

Disponibilidad de ayudas

PE1. Acceso a programas de emprendimiento

0,913*

PE2. Programas de desarrollo de la confianza y de capacitación

0,779*

PE3. Apoyo a la conciliación de la vida laboral y familiar

0,757*

PE4. Contactos personales y profesionales

PE5. Necesidades personales o profesionales

Notas: CR: fiabilidad compuesta; AVE: varianza media extraída; n. a.: no aplicable; *: significativo a $p < 0,05$ (dos colas). En cursiva están los ítems eliminados por razones de multicolinealidad (constructo motivos) o porque las cargas eran inferiores a 0,7.

Fuente: elaboración propia.

Estos datos ofrecen resultados de interés. En primer lugar, entre los motivos para emprender, los ítems relacionados con los factores de atracción para el emprendimiento como encontrar o detectar una oportunidad de mercado, participar en los procesos de gestión y control, ajustarse a las necesidades personales y económicas y ganar flexibilidad muestran pesos elevados y son estadísticamente significativos. Sin embargo, el deseo de organizar un proyecto propio aparece con un peso relativamente bajo, sugiriendo una menor influencia comparativa. Así, se puede sugerir que, por término medio, estos motivos de atracción son más influyentes para iniciar una actividad empresarial, mientras que otros factores como continuar con una empresa familiar no son tan poderosos para la decisión de emprender. En segundo lugar, todos los ítems considerados como barreras, incluidas la falta de formación empresarial, las condiciones desfavorables para el emprendimiento y la percepción de costes fijos, son estadísticamente significativos y tienen cargas elevadas, identificándose como obstáculos importantes. En tercer lugar, el acceso a programas de fomento de la actividad emprendedora se destaca como el factor más valorado para emprender, con una carga significativa. Las políticas de apoyo a la creación de empresas y los programas de formación también muestran cargas elevadas y son estadísticamente significativos, reafirmando su importancia en el impulso del emprendimiento.



Una vez comprobada la importancia relativa de cada ítem, el siguiente paso es explorar las relaciones entre los constructos, lo que implica analizar si las barreras percibidas, los facilitadores y los motivos tienen un impacto en la intención emprendedora. Sin embargo, antes de probar estas relaciones hay que asegurar la validez discriminante de cada constructo para garantizar que los constructos miden cosas diferentes. La tabla 3 muestra que tanto los constructos barreras como potenciadores alcanzan la validez discriminante, ya que cumplen el criterio de Fornell-Larcker⁴ (Henseler et al., 2016). Por lo tanto, se puede confirmar que estos constructos difieren entre sí.

Tabla 3. Modelo de medida. Validez discriminante

Constructo	Barreras	Facilitadores	Intención emprendedora	Motivos
Barreras	0,937			
Facilitadores	-0,725	0,943		
Intención emprendedora	-0,771	0,855	1,000	
Motivos	-0,635	0,911	0,897	n. a.

Fuente: elaboración propia.

3.3. Análisis de datos

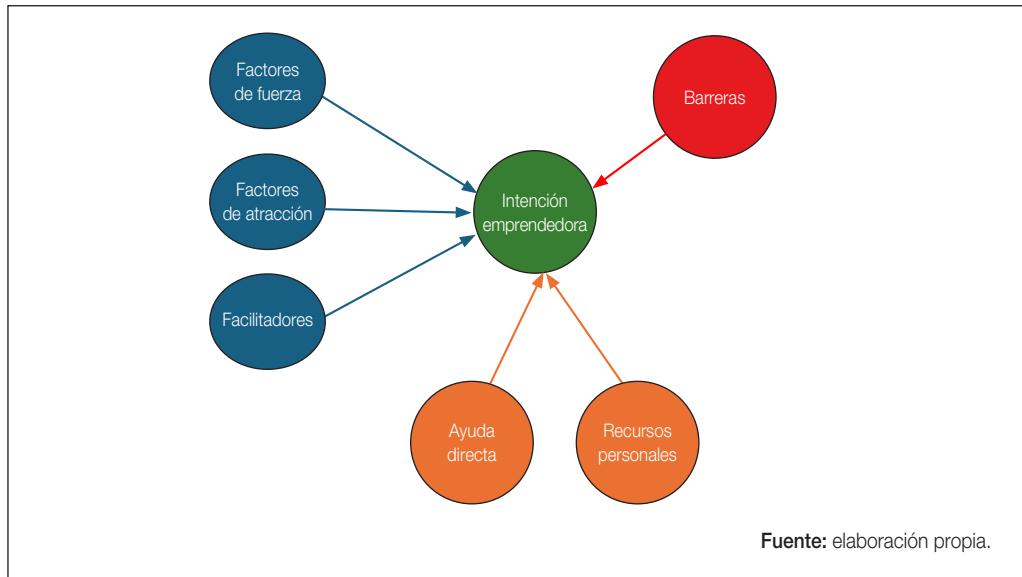
En función de las características de los constructos incluidos en el modelo, se seleccionó el método de mínimos cuadrados parciales (PLS) para representar un modelo de trayectoria. El PLS es un enfoque de modelización de ecuaciones estructurales basado en la varianza, especialmente adecuado para probar modelos de medición compuestos, en los que las estimaciones de modelización de trayectorias del PLS son coherentes y no sesgadas (Rigdon et al., 2017; Sarstedt et al., 2016). Siguiendo a Felipe et al. (2017), se seleccionó el modo reflexivo para probar las barreras y potenciadores del emprendimiento, porque este modo utiliza pesos de correlación que son apropiados para la estimación de coeficientes de regresión estandarizados cuando los indicadores están correlacionados. En cuanto a las razones para emprender, no se asumió la existencia de ítems correlacionados, por lo que el

⁴ El criterio de Fornell-Larcker es una técnica estadística utilizada para evaluar la validez discriminante en modelos de ecuaciones estructurales, especialmente aquellos que utilizan el método de mínimos cuadrados parciales (PLS). La validez discriminante es la medida en la que un constructo es verdaderamente distinto de otros constructos en el modelo, y es esencial para garantizar que los constructos no estén midiendo lo mismo.

constructo se estima en el modo B (pesos de regresión). Finalmente, se utilizó el software SmartPLS 3.2.7 (Ringle *et al.*, 2020).

Nuestro modelo (gráfico 1) explora los factores que influyen en la intención emprendedora, examinando cómo los factores de fuerza y de atracción, junto con los facilitadores y las barreras, impactan la decisión de iniciar un emprendimiento. El objetivo es entender mejor cómo estos factores interactúan y determinan la disposición a emprender.

Gráfico 1. Modelo



Antes de comprobar las relaciones previstas entre motivos, potenciadores y barreras, se analiza el ajuste global del modelo⁵. Esta prueba permite explorar si los constructos actúan dentro de una red nomológica (es decir, el modelo) y no como variables individuales. La tabla 4 muestra los resultados de este análisis, que confirman el buen ajuste del modelo propuesto.

⁵ Según Henseler *et al.* (2016), la evaluación de los modelos de medición compuestos debe enfocarse primordialmente en las pruebas de ajuste del modelo saturado, que son cruciales para probar la validez de los constructos dentro del modelo nomológico. Como demuestra la tabla 6, ninguna de las tres pruebas de ajuste excede los valores críticos del percentil 99 %, lo que sugiere que los constructos se comportan coherente y robustamente dentro de una red de relaciones teóricas, más que como variables manifestadas aisladas (Henseler, 2017). Es importante destacar que este nivel de prueba no es necesario en el análisis de modelos puramente exploratorios, que es el caso del modelo propuesto en este estudio. Sin embargo, el buen ajuste observado añade un nivel adicional de rigor metodológico a nuestra propuesta, aumentando la confianza en las estructuras y relaciones modeladas.



Tabla 4. Ajuste del modelo

Saturated model				
Test	Mean	Sample mean	95,0 %	99,0 %
SRMR	0,045	0,035	0,042	0,057
D _{ULS}	1,179	0,557	1,039	13,035
D _G	1,057	0,678	0,662	1,341

Fuente: elaboración propia.

Después de probar la fiabilidad y viabilidad del modelo, el análisis del modelo constata la existencia de un efecto positivo entre los factores facilitadores del emprendimiento y la actividad empresarial, confirmando que la provisión de un paquete adecuado de medidas destinadas a favorecer al emprendimiento tiene un efecto positivo en la intención de crear una empresa. La tabla 5 resume las relaciones significativas entre los constructos y la intención emprendedora. Los resultados revelan que los motivadores y los facilitadores tienen un efecto positivo en la intención de emprender. Específicamente, los factores motivadores tienen un coeficiente beta de 0,239, indicando que incrementan la probabilidad de emprender. Los facilitadores, con un coeficiente beta de 0,447 y un intervalo de confianza del 95 % de 0,397 a 0,538, muestran que un entorno favorable puede aumentar considerablemente la intención emprendedora. Por otro lado, las barreras presentan un efecto negativo con un coeficiente de (-0,263), sugiriendo que las dificultades y obstáculos disminuyen la disposición a emprender. En resumen, mientras los factores motivadores y los facilitadores potencian la intención emprendedora, las barreras la limitan significativamente.

Tabla 5. Modelo estructural. Relaciones significativas

Relaciones	β	5,0 %	95,0 %	Significant
Barreras → intención emprendedora	-0,263	-0,278	-0,154	Sí
Facilitadores → intención emprendedora	0,447	0,397	0,538	Sí
Motivadores → intención emprendedora	0,239	0,175	0,362	Sí

Fuente: elaboración propia.

A continuación, se analiza la importancia relativa de cada grupo de factores mediante la varianza explicada en la intención emprendedora y los efectos directos del modelo (tabla 6). Utilizando el método de *bootstrapping* con 5000 muestras, se obtienen los *t*-valores e intervalos de confianza que permiten evaluar la significancia estadística de cada relación (Roldán



et al., 2017). Según los resultados, tanto los factores motivadores como los facilitadores tienen un impacto positivo y significativo en la intención de emprender, con valores de efecto directo de 0,283 y 0,549, respectivamente. En contraste, las barreras percibidas muestran un efecto negativo significativo en la intención emprendedora, con un efecto directo de (-0,313). El análisis del coeficiente de determinación (R^2) revela que un 89,9 % de la variabilidad en la intención de emprender puede explicarse por la influencia combinada de motivos, facilitadores y barreras hacia el emprendimiento. Este alto porcentaje subraya el fuerte poder predictivo del modelo para determinar la intención empresarial basada en estos factores.

Tabla 6. Modelo estructural. Varianza explicada

Relationship	Direct effect	p-value	t-value	CI	Explained variance	F^2
Barreras → intención emprendedora	-0,313	0,000*	4,313	[-0,395, -0,189]	17,59 %	0,235
Facilitadores → intención emprendedora	0,549	0,000*	5,347	[0,427; 0,593]	51,97 %	0,326
Motivadores → intención emprendedora	0,283	0,003*	2,057	[0,227; 0,458]	18,43 %	0,086

Notas: IC: intervalo de confianza percentil; bootstrapping basado en $n = 5000$ submuestras. Los efectos hipotéticos se evalúan aplicando una prueba de una cola para una distribución t de Student (IC = 90 %). Los efectos de las variables de control se evalúan aplicando una prueba de dos colas (IC = 95 %).

Fuente: elaboración propia.

La tabla 7 sintetiza los resultados del modelo. Los recursos personales y la ayuda directa parecen ser los factores más influyentes ($\beta = 0,437$ y $\beta = 0,370$, respectivamente), ambos significativos, indicando un fuerte efecto positivo en la intención de emprender. Por otro lado, las barreras tienen un impacto negativo significativo ($\beta = -0,181$). Los factores de atracción también contribuyen positivamente ($\beta = 0,193$), mientras que los factores de fuerza, aunque menos influyentes, siguen siendo significativos ($\beta = 0,065$). Sin embargo, la disponibilidad de ayudas no muestra un efecto significativo sobre la intención emprendedora, con un coeficiente de (-0,027). En conjunto, estos resultados subrayan la importancia de los recursos personales y el soporte directo en fomentar el emprendimiento, mientras que resaltan el obstáculo que representan las barreras en este camino.

Tabla 7. Resultados del modelo

Relación	β	Significación
Factores de fuerza → intención emprendedora	0,065	Sí





Relación	β	Significación
Factores de atracción → intención emprendedora	0,193	Sí
Disponibilidad de ayudas → intención emprendedora	-0,027	No
Ayuda directa → intención emprendedora	0,370	Sí
Recursos personales → intención emprendedora	0,437	Sí
Barreras → intención emprendedora	-0,181	Sí

Fuente: elaboración propia.

En un paso adicional para analizar el rendimiento del modelo propuesto, se controlaron las diferencias de género para explorar si los resultados eran diferentes en función del sexo del empresario. En primer lugar, se calcularon los efectos únicos para mujeres y hombres (tabla 8), constatándose un mayor efecto entre las mujeres. Además, cabe señalar que las relaciones entre los constructos dejaron de ser estadísticamente significativas en el caso de los participantes masculinos.

Tabla 8. Resultados del modelo. Diferencias de género

Relación	β	Mujeres	Hombres
Factores de fuerza → intención emprendedora	-0,159*	-0,161*	-0,078
Factores de atracción → intención emprendedora	0,125*	0,137*	0,292
Disponibilidad de ayudas → intención emprendedora	0,265*	0,299*	0,253
Ayuda directa → intención emprendedora	-0,029	-0,031	-0,053
Recursos personales → intención emprendedora	0,065*	0,033*	0,276*
Barreras → intención emprendedora	0,396*	0,435*	0,371

Fuente: elaboración propia.

Se realizó un análisis multigrupo para analizar si estas diferencias podían explicarse en función del género, dividiendo la muestra en dos subgrupos (mujeres y hombres). Sin embargo, antes de comparar las estimaciones de las trayectorias entre estos grupos, fue necesario utilizar el procedimiento de tres pasos para analizar la invarianza de medida de los



modelos compuestos (MICOM⁶). Dado que se encontró una invarianza parcial de la medición, fue posible comparar las submuestras. Para analizar si las diferencias relacionadas con el género eran significativas, se aplicó un procedimiento basado en permutaciones desarrollado por Chin y Dibbern (2009). Los resultados de este análisis mostraron que solo el efecto sobre los motivos de fuerza –mayor para los hombres que para las mujeres– eran significativos. El modelo también se evaluó analizando el índice de redundancia validado de forma cruzada (Q^2) para la intención emprendedora. Un Q^2 positivo implica que el modelo muestra relevancia predictiva⁷. Como se constata en la tabla 9, el análisis ha encontrado evidencia suficiente para apoyar la validez predictiva (predicción fuera de muestra) del modelo para predecir nuevos casos de intención emprendedora.

Tabla 9. Poder predictivo

	PLS		LM		PLS-LM		
	Q^2	RMSE	MAE	RMSE	LM	RMSE	MAE
Intención emprendedora	0,853	0,411	0,297	0,43	0,297	-0,013	-0,023

Fuente: elaboración propia.

Este estudio proporciona una visión integral sobre cómo los factores motivacionales y los potenciadores afectan la intención de emprender, destacando que los impulsos internos y la existencia de un entorno favorable a la creación de empresas son cruciales para fomentar la actividad emprendedora. Los factores de atracción aumentan la probabilidad de iniciar un negocio, mientras que los potenciadores, que incluyen ayuda directa y recursos personales, amplifican aún más esta intención. Por contraste, las barreras emergen como dificultades y obstáculos que disminuyen la disposición para emprender. El análisis realizado muestra que una gran parte de la variabilidad en la intención de emprender puede ser explicada por la interacción de estos factores, resaltando la importancia de diseñar políticas y programas que aborden eficazmente cada elemento para apoyar y promover

⁶ El MICOM consta de tres etapas (Henseler *et al.*, 2016): (i) invarianza configuracional, (ii) invarianza compositencial y (iii) una evaluación de igualdad de medias y varianzas. Cuando los pasos se cumplen bajo los requisitos del modelo (Henseler *et al.*, 2016) se consigue la invarianza de medida de ambos grupos, por lo que es posible comparar los grupos. En el caso del modelo, se encontró invarianza de medida parcial.

⁷ Shmueli y Koppius (2011) definieron el poder predictivo de un modelo como su capacidad para predecir con exactitud la variable de resultado cuando se utilizan nuevas observaciones. En el caso de este estudio, el poder predictivo significa hasta qué punto la intención de emprender puede anticiparse por motivos, barreras y potenciadores si se tienen en cuenta nuevas observaciones (predicción fuera de muestra). Para evaluar este poder predictivo se ha utilizado un proceso de validación cruzada con muestras *holdout*, que se implementa en el algoritmo de predicción PLS en el software SmartPLS versión 3.2.7.



el espíritu empresarial. El modelo señala la necesidad de un paquete de medidas que no solo potencie las motivaciones y los recursos disponibles, sino que también mitigue los efectos de las barreras percibidas.

Además, aunque las diferencias de género no mostraron significación estadística en general, los resultados sugieren tendencias en cómo mujeres y hombres perciben y son influidos por estos factores, siendo las primeras más motivadas por factores internos y los hombres más sensibles a la percepción de ayudas disponibles. Estos resultados indican que las estrategias para fomentar el emprendimiento deben ser específicas según el género, fortaleciendo los motivos personales en mujeres y mejorando el acceso a recursos y ayudas en hombres. Esta especificidad podría mejorar significativamente las tasas de éxito en la creación de nuevas empresas.

4. Estudio 2. Emprendimiento en la economía social y solidaria

Este segundo estudio se fundamenta en los datos obtenidos de la encuesta *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM)⁸ realizada en la Comunidad Autónoma de Galicia (España) en 2023. La inclusión de una batería de preguntas específicas sobre la ESS en esta encuesta permite comprobar si las percepciones del emprendimiento verían en función del tipo de emprendimiento generado. Esto permite evaluar las barreras y los factores facilitadores para la creación y desarrollo de empresas en la ESS y cómo estas percepciones afectan la elección de emprender en este sector. La relevancia de este análisis reside en su capacidad para descubrir los elementos que podrían promover o limitar el desarrollo de la ESS como, por ejemplo, el acceso a financiación, el apoyo institucional o la viabilidad de modelos de negocio basados en la solidaridad y la cooperación. Además, al explorar las percepciones de emprendimiento a través del GEM, se pueden detectar tendencias como el interés creciente en modelos de negocio que son sostenibles y socialmente responsables, particularmente entre las nuevas generaciones. Esto podría indicar nuevas oportunidades de desarrollo para la ESS que se alinean con las prioridades y valores contemporáneos.

Para el año 2023, la encuesta incluyó una serie de preguntas enfocadas en la ESS con el fin de identificar los factores clave que impulsan este tipo de emprendimiento. Se recogieron un total de 154 respuestas, distribuidas entre 73 hombres (47,4 %) y 81 mujeres (52,6 %). La distribución por edades fue la siguiente: 13,8 % menores de 35 años, 60 % entre 35 y 54 y, el resto, mayores de 55.

⁸ El GEM es reconocido globalmente por su rigurosa metodología de investigación, que brinda la posibilidad de examinar las actitudes, actividades y aspiraciones de personas emprendedoras en más de 100 países.



4.1. Preguntas de investigación

Para el diseño de las preguntas del estudio, se consideraron diversas dimensiones asociadas con el fomento del emprendimiento, basándose en el reconocimiento de que este fenómeno se ve influido por contextos específicos que determinan el desarrollo y comprensión de distintos modelos de negocio (Acs *et al.*, 2018; Bosma *et al.*, 2018; Brush *et al.*, 2017). Bajo esta consideración, se formularon en primer lugar las siguientes preguntas:

P1: *¿Se consideran las organizaciones de la ESS como una alternativa viable para los proyectos empresariales?*

P2: *¿Existe un desconocimiento general de los modelos de ESS?*

En segundo lugar, se incluyen una serie de cuestiones fundamentadas en la literatura que subraya la importancia del contexto para la evolución del espíritu emprendedor, además de la influencia de las condiciones del entorno en la dinámica de creación de empresas (Hughes y Jennings, 2020; Hughes y Yang, 2020). En concreto, se evalúan los factores externos que pueden estimular o restringir la decisión de emprender, enfocándose en aquellos que promueven la actividad emprendedora dentro de un contexto específico (Acs *et al.*, 2018; Urbano *et al.*, 2019). Entre estos factores, los requisitos formales, legales y financieros emergen como elementos cruciales al seleccionar un tipo específico de organización (Bosma *et al.*, 2020; Bjørnskov y Foss, 2016; GEM, 2023a). También se consideran factores explicativos potenciales la disponibilidad de recursos, los servicios de consultoría y los programas de apoyo a la creación de entidades (Bastida *et al.*, 2023; Hechavarría e Ingram, 2019). En consecuencia, se plantean las siguientes preguntas:

P3: *¿Cuentan las organizaciones de la ESS con un apoyo más amplio?*

P4: *¿Tienen las organizaciones de ESS menores costes de puesta en marcha?*

P5: *¿Tienen las organizaciones de ESS mayores dificultades para encontrar financiación externa?*

P6: *¿Cuentan las organizaciones de ESS con más servicios de apoyo para su funcionamiento?*

Por último, también se contemplaron otros estudios que apuntan a que los principios y valores de la ESS pueden ser claves para fomentar este tipo de emprendimiento (Hsu *et al.*, 2019; Meier zu Selhausen, 2016). Este aspecto es de especial relevancia cuando se incluye una perspectiva de género, dado que también se ha resaltado la alineación de los principios de la ESS con las preferencias de las mujeres emprendedoras (Bastida *et al.*, 2022, 2023; Gupta *et al.*, 2020). Adicionalmente, las personas emprendedoras tienen expectativas sobre los resultados que esperan de su negocio, por lo que la posibilidad de materializar los



objetivos empresariales constituye un importante motor motivacional para emprender (Hsu *et al.*, 2019; Solesvik *et al.*, 2019). Así, se incluyen estas preguntas:

P7: ¿Coinciden los principios de las organizaciones de la ESS con los míos?

P8: ¿No se ajustan los principios de la ESS al modelo empresarial deseado?

4.2. Resultados

Para evaluar la posible intención de adoptar modelos organizativos en el ámbito de la ESS como alternativa empresarial, se dividió la muestra entre los participantes que muestran interés por estos modelos (valor ESS = 1) y aquellos que no están interesados en organizaciones específicas de ESS (valor ESS = 0). La tabla 10 proporciona una comparación de cómo se perciben y valoran los modelos de ESS, segmentada por las preguntas de investigación que abarcan desde el conocimiento de estos modelos hasta su alineación con los principios personales y los modelos de negocio. Se puede observar una tendencia general: aquellos que valoran positivamente la ESS (ESS = 1), tienden a asociarle más beneficios y ventajas en comparación con quienes no manifiestan interés (ESS = 0).

Tabla 10. Estadísticos descriptivos

	Género	Valor ESS	Media	ST	N
P2: ¿Existe un desconocimiento general de los modelos de ESS?	Mujeres	0	3,096	1,4452	52
		1	3,138	1,1565	29
	Hombres	0	2,975	1,349	40
		1	2,818	1,2108	33
P3: ¿Cuentan las organizaciones de la ESS con un apoyo más amplio?	Mujeres	0	2,904	1,3614	52
		1	3,414	1,3501	29
	Hombres	0	3,325	1,2483	40
		1	3,636	1,1407	33
P4: ¿Tienen las organizaciones de ESS menores costes de puesta en marcha?	Mujeres	0	2,827	1,3094	52
		1	3,517	1,3789	29





	Género	Valor ESS	Media	ST	N
◀					
P4: ¿Tienen las organizaciones de ESS menores costes de puesta en marcha? (cont.)	Hombres	0	2,9	1,194	40
		1	3,485	1,253	33
▶					
P5: ¿Tienen las organizaciones de la ESS mayores dificultades para encontrar financiación externa?	Mujeres	0	3,077	1,3262	52
		1	2,759	1,123	29
▶					
P6: ¿Ofrecen las organizaciones de la ESS más apoyo a su establecimiento?	Hombres	0	3,325	1,3847	40
		1	3	1,25	33
▶					
P7: ¿Los principios de las organizaciones de la ESS coinciden con los míos?	Mujeres	0	3,135	1,469	52
		1	3,31	1,3391	29
▶					
P8: ¿No se ajustan los principios de la ESS al modelo empresarial?	Hombres	0	3,4	1,3359	40
		1	3,03	1,1855	33
▶					
P9: ¿Tienen las organizaciones de la ESS más apoyo a su establecimiento?	Mujeres	0	3,039	1,2828	52
		1	3,828	1,1671	29
▶					
P10: ¿Los principios de las organizaciones de la ESS coinciden con los míos?	Hombres	0	3,25	1,3728	40
		1	3,667	1,2666	33
▶					
P11: ¿No se ajustan los principios de la ESS al modelo empresarial?	Mujeres	0	3,596	1,4039	52
		1	2,828	1,4897	29
▶					
P12: ¿Tienen las organizaciones de la ESS más apoyo a su establecimiento?	Hombres	0	3,05	1,3765	40
		1	2,909	1,4867	33

Fuente: elaboración propia.

Del análisis de los datos se desprende que las mujeres que muestran interés en la ESS manifiestan percepciones más positivas en casi todos los aspectos medidos, incluido el apoyo percibido, los costes de puesta en marcha y la alineación con sus principios personales. Este patrón sugiere que la valoración positiva de la ESS está estrechamente vinculada con percepciones favorables sobre el apoyo y la congruencia con los valores personales. La diferencia entre las mujeres que valoran la ESS y las que no es especialmente notable, destacando cómo la valoración de estos modelos puede influir de manera significativa en



cómo se perciben sus beneficios y su alineación con los valores personales. Por otro lado, los hombres que valoran la ESS también perciben beneficios, aunque las diferencias entre los que muestran interés y los que no son generalmente menos pronunciadas que en el caso de las mujeres. Esto podría sugerir que, aunque reconocen los beneficios de la ESS, la influencia de estos modelos en su percepción no es tan marcada como entre las mujeres, indicando posibles variaciones en cómo cada género se relaciona con y valora la ESS.

Al observar las respuestas específicas, como el apoyo percibido, los costes de puesta en marcha y la alineación de principios, las mujeres tienden a reportar mayor apoyo y menores costes cuando valoran la ESS, así como una mejor alineación con sus principios. Estas percepciones son importantes, pues subrayan la importancia de la ESS en fomentar un entorno empresarial que no solo es visto como viable, sino también como favorable y congruente con valores personales y profesionales. A nivel comparativo, aunque los hombres también manifiestan percepciones positivas en aspectos similares, la brecha entre los que valoran y los que no valoran la ESS no es tan llamativa. Esto refuerza la idea de que, aunque ambos géneros reconocen las ventajas asociadas a la ESS, las mujeres parecen percibir estas ventajas de manera más intensa, lo que podría estar influido por una mayor afinidad o alineación con los principios cooperativos y solidarios que definen a la ESS. Para evaluar la significación de las diferencias encontradas, se aplica una prueba ANOVA (tabla 11), que evalúa el efecto combinado del género y la valoración de los modelos de ESS (interacción género * valor ESS) sobre el conjunto de variables dependientes (las respuestas a las preguntas de la investigación). Por último, se realizan pruebas de los efectos entre sujetos para cada variable dependiente individualmente, utilizando ANOVA para identificar si los factores independientes tienen efectos significativos en las respuestas a cada pregunta específica de la ESS.

Tabla 11. Análisis multivariante

	Efect	Value	F	Df of the hypothesis	Df of the error	Sig.	Partial eta squared
Intercept	Pillai's Trace	0,946	358,834 ^b	7	144	0,000	0,946
	Wilks' Lambda	0,054	358,834 ^b	7	144	0,000	0,946
	Hotelling's Trace	17,443	358,834 ^b	7	144	0,000	0,946
Gender * value SSE ^a	Roy's largest root	17,443	358,834 ^b	7	144	0,000	0,946
	Pillai's Trace	0,266	2,028	21	438	0,005*	0,089
	Wilks' Lambda	0,751	2,071	21	414,04	0,004*	0,091





Efect	Value	F	Df of the hypothesis	Df of the error	Sig.	Partial eta squared
◀						
Gender * value SSE ^a (cont.)	Hotelling's Trace Roy's largest root	0,311 0,22	2,11 4,595 ^c	21 7	428 146	0,003* 0,000*
						0,094 0,181

Notas: a. Design: Intercept + gender * Value SSE; b. Exact statistic; c. The statistic is an upper bound on F which generates a lower bound on the significance level.

Fuente: elaboración propia.

En los resultados de la prueba factorial se destaca que la interacción entre género y valoración de la ESS tiene un efecto significativo en cómo las personas perciben distintos aspectos relacionados con la ESS, reflejado en los estadísticos analizados. Es decir, la combinación de estas dos variables independientes tiene un impacto notable en la percepción colectiva de las variables dependientes.

Tabla 12. Pruebas de efectos entre sujetos

Fuente	Variable dependiente	Type III sum of squares	Df	Mean square	F	Sig.	Partial eta squared
	P2: ¿Existe un desconocimiento general de los modelos de ESS?	2,122	3	0,707	0,405	0,749	0,008
	P3: ¿Cuentan las organizaciones de la ESS con un apoyo más amplio?	12,119	3	4,04	2,444	0,066	0,047
Modelo corregido	P4: ¿Tienen las organizaciones de ESS menores costes de puesta en marcha?	15,370	3	5,123	3,117	0,028*	0,059
	P5: ¿Tienen las organizaciones de la ESS mayores dificultades para encontrar financiación externa?	5,573	3	1,858	1,116	0,345	0,022
	P6: ¿Ofrecen las organizaciones de la ESS más apoyo a su establecimiento?	3,094	3	1,031	0,563	0,640	0,011





Fuente	Variable dependiente	Type III sum of squares	Df	Mean square	F	Sig.	Partial eta squared
◀							
Modelo corregido (cont.)	P7: ¿Los principios de las organizaciones de la ESS coinciden con los míos?	15,262	3	5,087	3,091	0,029*	0,058
	P8: ¿No se ajustan los principios de la ESS al modelo empresarial?	15,657	3	5,219	2,548	0,058	0,048
	P2: ¿Existe un desconocimiento general de los modelos de ESS?	1326,91	1	1326,91	760,112	0,000	0,835
	P3: ¿Cuentan las organizaciones de la ESS con un apoyo más amplio?	1617,478	1	1617,48	978,451	0,000	0,867
	P4: ¿Tienen las organizaciones de ESS menores costes de puesta en marcha?	1486,268	1	1486,27	904,327	0,000	0,858
Intercept	P5: ¿Tienen las organizaciones de la ESS mayores dificultades para encontrar financiación externa?	1356,48	1	1356,48	814,613	0,000	0,844
	P6: ¿Ofrecen las organizaciones de la ESS más apoyo a su establecimiento?	1520,617	1	1520,62	829,927	0,000	0,847
	P7: ¿Los principios de las organizaciones de la ESS coinciden con los míos?	1742,517	1	1742,52	1058,66	0,000	0,876
	P8: ¿No se ajustan los principios de la ESS al modelo empresarial?	1406,525	1	1406,53	686,591	0,000	0,821

*p < 0,05; **p < 0,01; ***p < 0,001.

Fuente: elaboración propia.

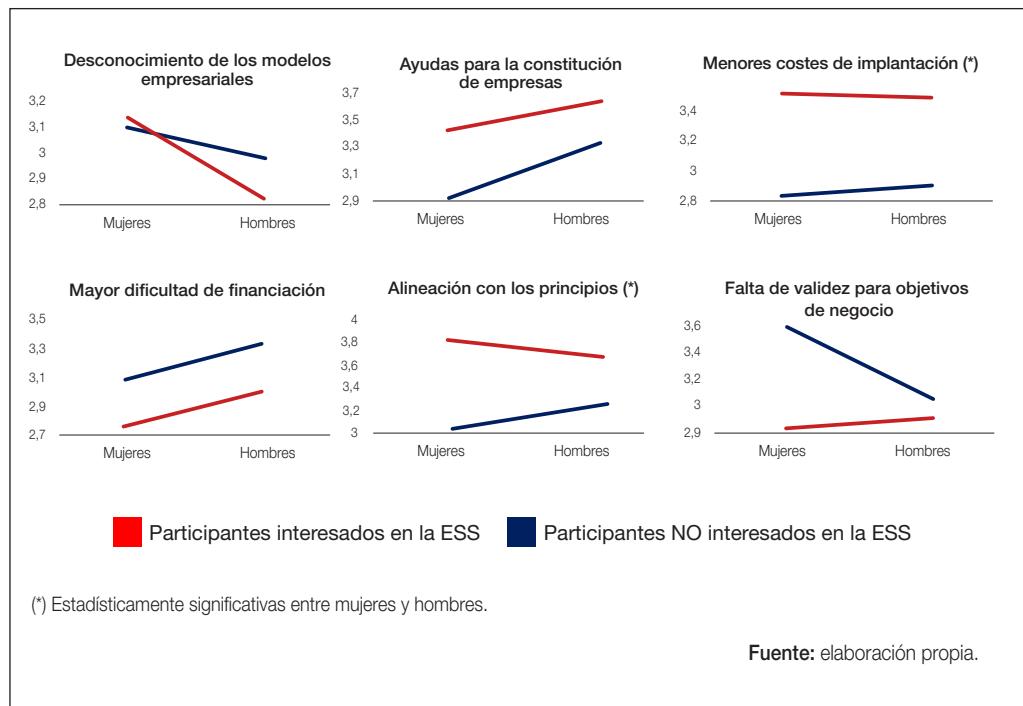
La tabla 12 amplía este análisis mediante pruebas de los efectos entre sujetos, evaluando cada variable dependiente individualmente. Los resultados muestran que existen diferencias significativas en dos aspectos principales: los costes asociados a la ESS ($F = 3,117$, Sig. = 0,028, η^2 parcial = 0,059) y la alineación de los principios de la ESS con los personales ($F = 3,091$, Sig. = 0,029, η^2 parcial = 0,058). Estas diferencias tienen tamaños del efecto moderados, lo que indica que las mujeres perciben menores costes asociados a los modelos de



ESS y valoran los principios de las organizaciones de ESS de forma diferente en comparación con los hombres. Por otra parte, aunque la percepción de que las organizaciones de ESS tienen más ayuda, pero no resultan adecuadas para poner en práctica una idea empresarial no alcanza el nivel de significación convencional ($p < 0,05$), los valores cercanos a este umbral y los tamaños del efecto observados ($F = 2,444$, $\text{Sig.} = 0,066$, $\eta^2 \text{ parcial} = 0,047$; $F = 2,548$, $\text{Sig.} = 0,058$, $\eta^2 \text{ parcial} = 0,048$) sugieren que esta falta de significación podría deberse al tamaño muestral, siendo indicativa de diferencias en la percepción de apoyo y adaptabilidad asociada a la ESS entre géneros.

Este efecto combinado de ambos factores se aprecia claramente en los gráficos siguientes, ilustrativos de las diferencias encontradas en la percepción de diversos aspectos relacionados con la ESS entre hombres y mujeres. Las mujeres que valoran la ESS tienden a mostrar un cambio más significativo en su percepción hacia lo positivo en comparación con los hombres, lo que podría reflejar diferencias en el nivel de compromiso, conocimiento o incluso cómo los principios y prácticas de la ESS se perciben y encajan de forma diferente entre géneros. Esta tendencia sugiere que la apreciación personal de la ESS influye significativamente en cómo se perciben estos aspectos cruciales para el desarrollo y sostenibilidad de las organizaciones dentro de este marco.

Gráfico 2. Percepciones de género sobre la ESS





En particular, las mujeres que valoran positivamente la ESS reportan percepciones más altas respecto al apoyo percibido y la alineación con los principios personales, indicando una alineación más profunda con los valores de la ESS en comparación con los hombres. Además, aunque los hombres que valoran la ESS también perciben positivamente estos aspectos, las diferencias son menos marcadas en comparación con las mujeres, lo que sugiere que el impacto de la valoración positiva de la ESS puede ser más significativo entre las mujeres. Estas diferencias de percepción entre géneros subrayan la importancia de entender cómo los valores y la percepción de la ESS pueden variar entre unos y otras, lo cual es crucial para diseñar estrategias de promoción y fomento efectivas, especialmente al considerar las motivaciones y expectativas de género en el emprendimiento.

La investigación se extendió a un análisis comparativo de las respuestas de los participantes de la ESS frente a los que se pueden denominar «emprendedores genéricos». El cuestionario especializado sobre ESS se integró en la encuesta más amplia de GEM Galicia 2023 sobre emprendimiento, dirigida a 2.000 personas. La muestra se estratificó en paralelo a la composición encontrada dentro del subgrupo de participantes enfocados en la ESS, lo que facilitó la comparación de respuestas a preguntas genéricas de GEM como la intención emprendedora, los niveles de apoyo y las dificultades detectadas para la creación de empresas.

En la submuestra de ESS, se encontró que el 52,6 % de los encuestados tenían más de 45 años y solo el 14,4 % tenían menos de 34 años. En contraste, en el grupo no ESS, estas cifras son del 50,3 % y 25,9 %, respectivamente, sugiriendo una falta relativa de inclinación hacia la ESS entre los más jóvenes. Las pruebas estadísticas confirmaron una dependencia entre la edad y la inclinación hacia la ESS ($p = 0,000$). Un análisis detallado por grupo de edad reveló un compromiso particularmente bajo con la ESS entre los jóvenes de 18 a 24 años (2,1 % vs. 9,6 %) y una mayor participación entre los de 35 a 44 años (23,8 % vs. 32,9 %). Por lo tanto, la dependencia entre la edad y la preferencia por la ESS está estadísticamente corroborada ($p = 0,000$).

En términos del conocimiento, habilidades y experiencia necesarios para lanzar una nueva empresa, los encuestados comprometidos con la ESS demuestran una mayor maestría (46,9 % en el valor máximo) en comparación con sus homólogos en el emprendimiento genérico (17,8 %). Esta correlación sugiere que la propensión a participar en la ESS está significativamente influida por la competencia y la cualificación de una persona para iniciar un nuevo negocio ($p = 0,000$). Finalmente, también se encontraron diferencias estadísticamente significativas en la pregunta sobre el miedo al fracaso. En este contexto, los participantes que respondieron las preguntas de la ESS mostraron mayor aprehensión en comparación con aquellos que evitaron las preguntas relacionadas con la ESS, con una preocupación máxima reflejada en el 20,9 % versus el 42,7 % de cada grupo respectivo. Los indicadores estadísticos revelan así una relación significativa entre el compromiso con la ESS y un mayor temor al fracaso ($p = 0,000$).



La falta de diferencias estadísticamente significativas en la mayoría de las preguntas y perfiles de los participantes, aparte de los aspectos específicos ya mencionados, sugiere que el comportamiento y las percepciones de las personas emprendedoras dentro del campo de la ESS y el emprendimiento genérico son en gran medida similares. Cuando las muestras son homogéneas y los resultados son consistentes, esto puede indicar que los hallazgos son representativos de la población general dentro del contexto estudiado y, por lo tanto, podrían generalizarse con más confianza. Cabe señalar que los resultados no muestran diferencias estadísticamente significativas entre mujeres y hombres, confirmando que el género por sí solo no explica la variabilidad de las percepciones analizadas. Sin embargo, el género se vuelve significativo cuando se combina con la actitud hacia la ESS como una alternativa para el emprendimiento. Esto indica que, aunque el género por sí solo podría no influir de forma independiente en las percepciones relacionadas con el emprendimiento, puede jugar un papel cuando es considerado junto con las opiniones individuales sobre la ESS, sugiriendo que las actitudes hacia la ESS pueden mediar la relación entre género y percepciones emprendedoras. Estos resultados refuerzan la necesidad de abordar de manera diferenciada las expectativas y motivaciones de género en el fomento del emprendimiento.

5. Dinámicas de género en la selección de modelos empresariales en la ESS

Este trabajo se planteó para identificar los factores que pueden influir en la intención emprendedora, y específicamente en aquellos que favorecen la elección de modelos dentro de la ESS para viabilizar el emprendimiento, poniendo especial énfasis en las diferencias de género. Los resultados ponen de relieve el diferente comportamiento emprendedor derivado de la influencia del género y resaltan la importancia de promover el conocimiento y la formación en estos modelos de negocio cruciales tanto para el desarrollo económico como para la sostenibilidad.

En este contexto, el primer estudio constata que los motivos para iniciar una actividad empresarial divergen considerablemente entre géneros. Los factores de atracción, como identificar oportunidades de mercado, participar en procesos de gestión y control, ajustarse a necesidades personales y económicas y ganar flexibilidad, son especialmente importantes para las mujeres. Este patrón refleja una inclinación hacia modelos de negocio que enfatizan la flexibilidad y la adaptabilidad, características que son altamente valoradas en estructuras empresariales que priorizan el bienestar social típicos de la ESS (Bastida *et al.*, 2023). Por otro lado, los motivos de fuerza, como la necesidad de generar un ingreso o responder a la falta de empleo, son más influyentes para los hombres. Este enfoque más agéntico puede estar vinculado con una preferencia por modelos empresariales que enfatizan los logros económicos sobre los beneficios sociales. Además, los potenciadores percibidos y las motivaciones tienen un impacto positivo y significativo en



la intención emprendedora, demostrando que tanto hombres como mujeres valoran entornos que facilitan el emprendimiento. Sin embargo, es notable que la influencia positiva de los potenciadores sea doblemente significativa en comparación con los motivos personales para emprender, lo que sugiere una prevalencia del enfoque externo para iniciar un negocio. Esto indica que medidas bien estructuradas que mejoren el acceso a recursos y servicios podrían tener un impacto sustancial en incrementar las tasas de emprendimiento. El análisis también revela que las barreras al emprendimiento, como las dificultades burocráticas y la falta de apoyo financiero, tienen un efecto significativamente negativo en la intención de iniciar negocios. Las mujeres, en particular, parecen ser más susceptibles a estas barreras percibidas, lo que resalta la necesidad de políticas específicas que aborden estos obstáculos de manera efectiva.

De acuerdo con nuestra segunda investigación, existe un consenso notable sobre la viabilidad de las organizaciones de ESS como vehículos para el emprendimiento. La percepción positiva de las características de los modelos de ESS, como apuntan Acs *et al.* (2018) y Bosma *et al.* (2018), enfatiza la importancia de entender el contexto en el desarrollo y comprensión de los modelos de negocio. Además, la apreciación significativamente mayor entre las mujeres de los principios de la ESS subraya la necesidad de integrar perspectivas de género en el diseño de políticas de apoyo y la difusión de conocimientos sobre modelos de negocio (Brush *et al.*, 2017; Hughes y Jennings, 2020; Hughes y Yang, 2020).

Los datos revelan una alineación más fuerte de las mujeres con los principios de la ESS en comparación con una visión más crítica por parte de los hombres respecto a cómo estos modelos se alinean con sus necesidades y objetivos empresariales, confirmando investigaciones previas que indican una predisposición femenina hacia modelos empresariales enfocados en objetivos colectivos (Bastida *et al.*, 2023; Lee y Huang, 2018; Zisser *et al.*, 2019). Además, refuerza la idea de que las mujeres tienden a favorecer empresas que priorizan el valor social, en contraste con los hombres, que optan por empresas con un enfoque económico (Gupta *et al.*, 2020). Nuestros resultados empíricos también apoyan una mayor alineación femenina con los principios de la ESS, reforzando la idea de que la cultura organizativa dentro de las entidades de ESS puede ser un motor para el emprendimiento femenino (Bastida *et al.*, 2023; Fernández-Guadaño y Martín-López, 2023). Es crucial también considerar cómo se perciben estos modelos de negocio en términos de ajuste con las ideas empresariales. Las mujeres no interesadas en los modelos de ESS son críticas con estos principios más que los hombres en situaciones similares. Este resultado indica que el acuerdo o desacuerdo con la eficacia de los principios de la ESS puede estar influido por una falta de comprensión sobre su funcionamiento, resaltando la necesidad de mejorar el conocimiento de los modelos de ESS. Los resultados también sugieren que, aunque hombres y mujeres valoran las organizaciones de ESS como opciones empresariales viables, existen diferencias claras en cómo evalúan aspectos como la adecuación de las iniciativas de ESS a los objetivos empresariales y las condiciones para su desarrollo y promoción. Por lo tanto, podemos sintetizar las siguientes conclusiones clave:



- Las motivaciones, barreras y facilitadores están intrínsecamente relacionados y afectan conjuntamente la intención de emprender. Los facilitadores y motivaciones tienen un impacto positivo, mientras que las barreras percibidas presentan un impacto negativamente significativo en el espíritu empresarial.
- Los facilitadores empresariales son cruciales para fomentar la intención de iniciar un negocio, superando en influencia a las motivaciones personales para emprender. Sin embargo, la percepción de las barreras puede atenuar este efecto positivo y comprometer el papel de las medidas de apoyo.
- Los deseos personales y los facilitadores relacionados con la mejora de recursos personales (como la formación y el apoyo para la conciliación) muestran una influencia doble en la intención empresarial comparada con el apoyo directo. Esta influencia es especialmente significativa para las emprendedoras en comparación con los emprendedores.
- Las emprendedoras son motivadas principalmente por deseos de adquirir habilidades y competencias para gestionar sus negocios y por el acceso a redes profesionales. En contraste, los hombres tienden a emprender como alternativa al desempleo o por la necesidad de ingresos, centrando su interés en medidas de apoyo que faciliten la creación de negocios.

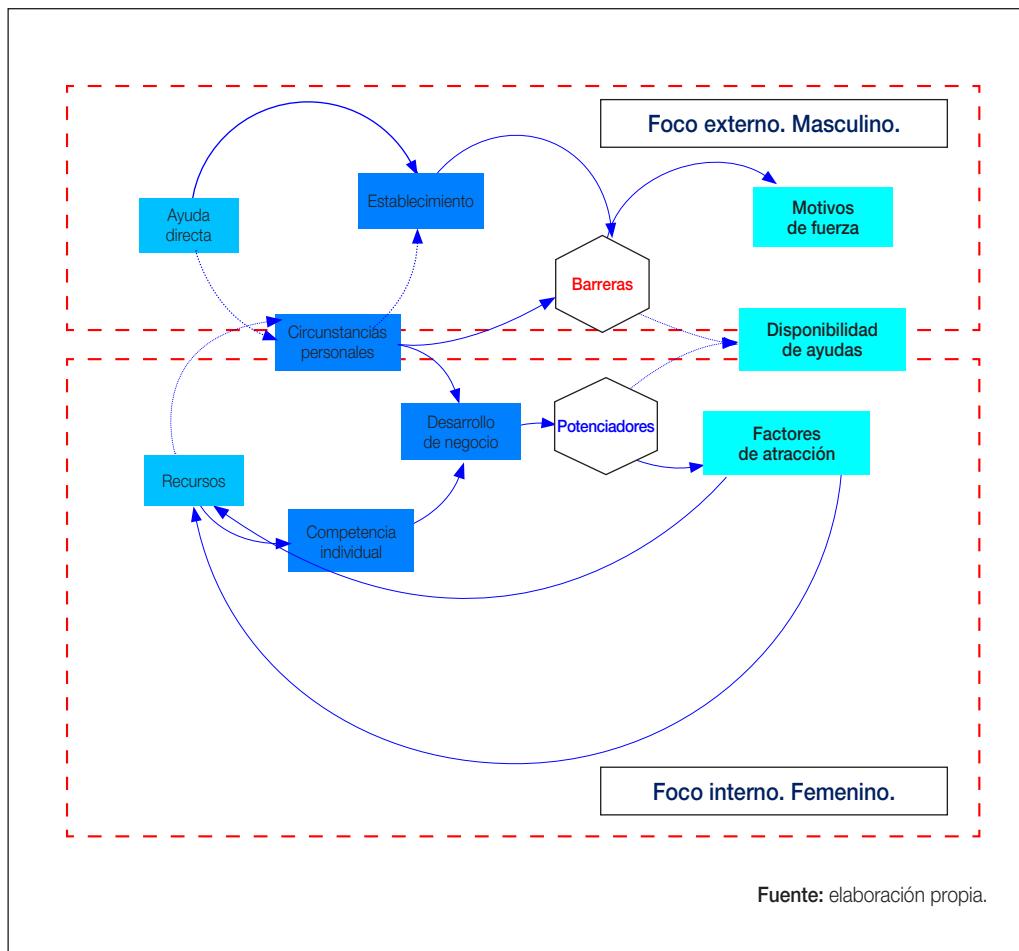
En síntesis, las mujeres suelen estar más motivadas por el deseo de emprender que por la necesidad, como una fuente de ingresos. Sin embargo, afrontan barreras y restricciones específicas, como la falta de recursos financieros. De nuestros estudios se desprende también que las mujeres perciben de forma más nítida la alineación de sus principios y valores con los subyacentes a las entidades de ESS. En consecuencia, podemos plantear la necesidad de abordar políticas de emprendimiento diferenciales, específicas para el público al que se dirigen, reconociendo las diferencias en las motivaciones y barreras percibidas entre hombres y mujeres. El gráfico 3 sintetiza un modelo de impulso sensible al género destinado a fomentar el emprendimiento en el ámbito de la ESS. La perspectiva de género integra todas las fases del sistema de apoyo al emprendimiento, reconociendo explícitamente que existen diferencias significativas entre las motivaciones, barreras percibidas y factores de impulso útiles respecto al emprendimiento tanto masculino como femenino.

Un modelo de impulso centrado en los hombres debería incluir un conjunto de medidas directas destinadas a abordar las barreras externas, como proporcionar acceso a recursos financieros o servicios de consultoría. Estas medidas pueden ayudar a evitar las barreras externas percibidas para iniciar un negocio y, en consecuencia, afectar el proceso de creación de empresas. Esto es especialmente importante cuando se piensa en iniciar un negocio por motivos de necesidad, como la necesidad de encontrar una alternativa al desempleo. En este proceso, las barreras para iniciar un negocio pueden aumentar el coste de oportunidad de renunciar a otros tipos de apoyo (por ejemplo, prestaciones por desempleo). En consecuencia,



resulta crítico diseñar paquetes de medidas de acciones destinadas a promover el emprendimiento en la ESS.

Gráfico 3. Modelo de fomento de emprendimiento en ESS sensible al género



En contraste, un marco centrado en las mujeres debería seguir un enfoque interno. Las líneas de apoyo deberían incluir acciones destinadas a mejorar los recursos personales de las mujeres como emprendedoras, como programas de emprendimiento que promuevan el desarrollo de la autoconfianza y el empoderamiento. Lo más interesante es que una mayor percepción de competencias y capacidades personales debería influir no solo en la creación de empresas, sino también en su desarrollo y crecimiento futuro. Este efecto es particularmente importante cuando el emprendimiento está impulsado principalmente por



factores de atracción, por ejemplo, cuando se aspira a crear y organizar un negocio propio y participar en procesos de gestión y control. En la ESS, hemos detectado que es fundamental que en este marco de ayudas se visibilicen expresamente los principios y valores de las organizaciones que conforman este ámbito de la economía, puesto que las mujeres emprendedoras se sienten particularmente alineadas con esta cultura organizativa. Además, este proceso puede tener un efecto secundario de refuerzo positivo. Así, a medida que aumenta el número de mujeres emprendedoras, también aumenta el número de modelos que seguir. A su vez, estos modelos de éxito pueden contribuir a visualizar las capacidades de las mujeres, actuar como mentores para posibles mujeres emprendedoras y crear y facilitar el acceso a redes sociales y profesionales. Todos estos efectos pueden, a su vez, ser facilitadores útiles para futuras mujeres emprendedoras.

Por último, también se pueden aplicar un tercer conjunto de acciones. Dado que las circunstancias individuales parecen influir tanto en los hombres como en las mujeres (por ejemplo, dificultades para conciliar la vida laboral y personal o necesidades personales), las acciones destinadas a abordar estas preocupaciones podrían beneficiar a ambos tipos de emprendimiento. Un conjunto de medidas centradas en aliviar las limitaciones personales puede minimizar las barreras percibidas, como las dificultades para equilibrar las responsabilidades familiares, y maximizar los factores de impulso, por ejemplo, la oportunidad de dedicar tiempo y esfuerzo al negocio. Esto podría ser especialmente útil si se aprovecha la oportunidad de iniciar un negocio, por ejemplo, por tradición familiar.

En resumen, este estudio ofrece nuevas perspectivas sobre la dinámica de género en el emprendimiento social y su impacto en la selección de modelos empresariales específicos, subrayando cómo las diferencias de género pueden afectar la percepción y la viabilidad de estas iniciativas. Estos hallazgos son fundamentales para informar el desarrollo empresarial dentro de la ESS y para fomentar la adopción de modelos empresariales que promuevan un desarrollo económico sostenible y equitativo.

6. Reflexiones y proyecciones: un futuro de emprendimiento equitativo y sostenible

Esta investigación ha contribuido a mejorar la comprensión del emprendimiento en el contexto de la ESS, destacando cómo las diferencias de género afectan la percepción y elección de modelos empresariales. Se ha identificado que las mujeres muestran una inclinación hacia modelos empresariales que valoran las prioridades sociales y comunitarias, lo que sugiere una alineación con los principios de la ESS. Además, este trabajo responde a llamamientos previos acerca de la necesidad de incluir la perspectiva de género en el análisis de los ecosistemas emprendedores y considerar los modelos de negocio como una variable influyente en la actividad emprendedora. Es pionero en utilizar datos empíricos para



analizar cómo el contexto de la ESS interactúa con el emprendimiento femenino, avanzando en el conocimiento y comprensión de estas dinámicas.

A nivel práctico, el estudio enfatiza la necesidad de profundizar en la comprensión de los modelos de negocio de la ESS, abogando por políticas que integren una perspectiva de género y se fundamenten en datos empíricos para la toma de decisiones y la estrategia empresarial. Revela cómo la falta de conocimiento sobre la ESS puede llevar a prejuicios sobre su viabilidad, subrayando la importancia de campañas de difusión para mejorar el entendimiento de estos modelos. También destaca la necesidad de desarrollar programas de apoyo específicos y no genéricos, que se centren en mejorar la visibilidad y el reconocimiento de las actividades de la ESS, especialmente para las mujeres, al objeto fomentar un compromiso más profundo con estos modelos.

El estudio sugiere que es crucial promover un ecosistema empresarial que valore los modelos organizativos de la ESS y sus beneficios únicos, especialmente para las mujeres, quienes afrontan mayores dificultades en la financiación de estas iniciativas. Este enfoque ayudaría a superar las barreras y promovería un entorno empresarial más diverso e inclusivo.

Las limitaciones de este estudio incluyen el tamaño de la submuestra del primer estudio, que puede limitar la profundidad de los análisis. Además, la especificidad geográfica de la muestra utilizada en el segundo estudio, centrada en la Comunidad Autónoma de Galicia, podría afectar la generalización de los resultados a otros contextos. Pese a ello, la consistencia observada en las respuestas sugiere que los resultados podrían ser extrapolables a una población más amplia. Para futuras investigaciones, sería beneficioso reproducir este estudio en diferentes entornos y con diversas poblaciones para confirmar la fiabilidad y relevancia de los patrones observados. También se recomienda continuar analizando los factores de motivación y las barreras específicas al emprendimiento en la ESS entre mujeres, para enriquecer la comprensión de cómo avanzar hacia un desarrollo económico más equitativo y sostenible.

7. Conclusión: construyendo un propósito empresarial sostenible

Los resultados de esta investigación arrojan luz sobre la dinámica de género en el emprendimiento dentro de la ESS, revelando cómo este sector puede servir de catalizador para el desarrollo de modelos empresariales sostenibles profundamente arraigados en responsabilidades sociales. Al adentrarnos en las motivaciones específicas que llevan a las mujeres a emprender dentro de la ESS, contribuimos a generar un conocimiento que puede ser utilizado para informar políticas públicas de apoyo más precisas y estrategias que reconozcan y potencien estas diferencias.



Asimismo, los resultados sirven como una llamada a la acción para cerrar la brecha de género en el emprendimiento, avanzando hacia un desarrollo económico tan inclusivo como sostenible. Reconociendo y valorando la contribución de las mujeres al crecimiento económico y al bienestar social, abogamos por un cambio en el diseño de políticas de apoyo al emprendimiento. Se sugiere la creación de programas específicos que mejoren el conocimiento y las habilidades empresariales de las mujeres, fomentando una cultura de equidad y reconocimiento de la diversidad en el contexto empresarial.

En consecuencia, es esencial que quienes diseñan políticas consideren estos hallazgos para construir un ecosistema de emprendimiento robusto en términos económicos, pero también justo y equitativo. Esto implica un compromiso continuo para entender mejor y apoyar las iniciativas de hombres y mujeres, garantizando la disponibilidad de herramientas y recursos para iniciar negocios y crecer en un contexto global cada vez más orientado hacia la sostenibilidad y la justicia social. Al fin y al cabo, «el mejor modo de predecir el futuro es creándolo» (Peter Drucker).

Referencias bibliográficas

- Acs, Z. J., Estrin, S., Mickiewicz, T. y Szerb, L. (2018). Entrepreneurship, Institutional Economics, and Economic Growth: An Ecosystem Perspective. *Small Business Economics*, 51, 501-514.
- Aguinis, H. y Glavas, A. (2012). What We Know and Don't Know about Corporate Social Responsibility: A Review and Research Agenda. *Journal of Management*, 38(4), 932-968.
- Alchian, A. y Demsetz, H. (1972). Production, Information Costs, and Economic Organization. *American Economic Review*, 62(5), 777-795.
- Amit, R. y Muller, E. (1995). «Push» and «Pull» Entrepreneurship. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 12, 64-80.
- <https://doi.org/10.1080/08276331.1995.10600505>
- Babajee, R. B., Seetanah, B., Nunkoo, R. y Gopy-Ramdhany, N. (2022). Corporate Social Responsibility and Hotel Financial Performance. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 31(2), 226-246.
- Baruah, B. (2023). Gender Equality and Empowerment in the Social and Solidarity Economy. *Encyclopaedia of the Social and Solidarity Economy*, 271-281.
- Bastida, M.^a, Olveira, A. y Vázquez Taín, M. Á. (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.



- Bastida, M.^a, Vaquero García, A., Pinto, L. H. y Olveira Blanco, A. (2022). Motivational Drivers to Choose Worker Cooperatives as an Entrepreneurial Alternative: Evidence from Spain. *Small Business Economics*, 58(3), 1609-1626.
- Bhatt, N., Guru, S., Thanki, S. y Sood, G. (2021). Analysing the Factors Affecting the Selection of ERP Package: A Fuzzy AHP Approach. *Information Systems and e-Business Management*, 19, 641-682. <https://doi.org/10.1007/s10257-021-00521-8>
- Bergeron, S. (2023). Feminist Economics and the Social and Solidarity Economy. En I. Yi (ed.), *Encyclopaedia of the Social and Solidarity Economy: A Collective Work of the United Nations Inter-Agency Task Force on SSE (UNTFSSE)* (pp. 37-43). Edward Elgar Publishing.
- Bilodeau, M. y Slivinski, A. (1996). Volunteering Nonprofit Entrepreneurial Services. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 31(1), 117-127.
- Bjørnskov, C. y 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.
- Bosma, N., Content, J., Sanders, M. y Stam, E. (2018). Institutions, Entrepreneurship, and Economic Growth in Europe. *Small Business Economics*, 51, 483-499.
- Bosma, N., Hill, S., Ionescu-Somers, A., Kelley, D., Levie, J. y Tarnawa, A. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor 2019-2020, Global Report*. Global Entrepreneurship Research Association.
- Brush, C., Ali, A., Kelley, D. y Greene, P. (2017). The Influence of Human Capital Factors and Context on Women's Entrepreneurship: Which Matters More? *Journal of Business Venturing Insights*, 8, 105-113.
- Chaves, R. y Savall, 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.
- Chin, W. W. y Dibbern, J. (2009). An Introduction to a Permutation-Based Procedure for Multi-Group PLS Analysis: Results of Tests of Differences on Simulated Data and a Cross Cultural Analysis of the Sourcing of Information System Services between Germany and the USA. En *Handbook of Partial Least Squares: Concepts, Methods and Applications* (pp. 171-193). Springer Berlin Heidelberg.
- Conroy, T. y Weiler, S. (2016). Does Gender Matter for Job Creation? Business Ownership and Employment Growth. *Small Business Economics*, 47, 397-419.
- Cook, M. L. y Plunkett, B. (2006). Collective Entrepreneurship: An Emerging Phenomenon in Producer-Owned Organizations. *Journal of Agricultural and Applied Economics*, 38(2), 421-428.
- Cukier, W., Gagnon, S., Dalziel, M., Grant, K., Laplume, A., Ozkazanc-Pan, B. y Saba, T. (2022). Women Entrepreneurship: Towards an Inclusive Innovation Ecosystem. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 34(5), 475-482.
- Díaz-Foncea, M. y 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.
- Díaz-Foncea, M. y Marcuello, C. (2014). The Relation between Total Employment and Cooperative Employment: A Convergence and Causality Analysis. *Spatial Economic Analysis*, 9(1), 71-92.



- Díaz-Foncea, M. y Marcuello, C. (2015). Spatial Patterns in New Firm Formation: Are Cooperatives Different? *Small Business Economics*, 44, 171-187.
- Dillman, D. A. (2000). Procedures for Conducting Government-Sponsored Establishment Surveys: Comparisons of the Total Design Method (TDM), a Traditional Cost-Compensation Model, and Tailored Design. En *Proceedings of American Statistical Association, the Second International Conference on Establishment Surveys* (pp. 343-352).
- Dwivedi, A. y Weerawardena, J. (2018). Conceptualizing and Operationalizing the social Entrepreneurship Construct. *Journal of Business Research*, 86, 32-40.
- Elam, A. B. (2021). *Women's Entrepreneurship 2020/21. Thriving through Crisis*. Global Entrepreneurship Monitor.
- Felipe, C. M., Roldán, J. L. y Leal-Rodríguez, A. L. (2017). Impact of Organizational Culture Values On Organizational Agility. *Sustainability*, 9(12), 2354.
- Fernández-Guadaño, J. y Martín-López, S. (2023). Gender Differences in Social Entrepreneurship: Evidence from Spain. *Women's Studies International Forum*, 96, 102663.
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2023a). *Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 Global Report: Adapting to a «New Normal»*. <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. y Vega-Tinoco, A. (2023). Are Cooperatives a Business Model that Makes this World a Better Place to Live? *SSRN*.
- Gosling, S. D. y Mason, W. (2015). Internet Research in Psychology. *Annual Review of Psychology*, 66, 877-902. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010814-015321>
- Gupta, P., Chauhan, S., Paul, J. y Jaiswal, M. P. (2020). Social Entrepreneurship Research: A Review and Future Research Agenda. *Journal of Business Research*, 113, 209-229.
- Hair Jr., J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L. y Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: Updated Guidelines on Which Method to Use. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 1(2), 107-123.
- Hechavarria, D. M. e Ingram, A. E. (2019). Entrepreneurial Ecosystem Conditions and Gendered National-Level Entrepreneurial Activity: A 14-Year Panel Study of GEM. *Small Business Economics*, 53, 431-458.
- Henseler, J. (2017). Partial Least Squares Path Modeling. *Advanced Methods for Modeling Markets*, 361-381.
- Henseler, J., Hubona, G. y Ray, P. A. (2016). Using PLS Path Modeling in New Technology Research: Updated Guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 2-20.
- Hsu, D. K., Burmeister-Lamp, K., Simmons, S. A., Foo, M. D., Hong, M. C. y Pipes, J. D. (2019). «I know I Can, But I Don't Fit»: Perceived Fit, Self-Efficacy, and Entrepreneurial Intention. *Journal of Business Venturing*, 34(2), 311-326.
- Hughes, K. D. y Jennings, J. E. (2020). A Legacy of Attention to Embeddedness in Gendered Institutions: Reflections on a Key Contribution of Women's Entrepreneurship Research. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 12(1), 53-76.



- Hughes, K. D. y Yang, T. (2020). Building Gender-Aware Ecosystems for Learning, Leadership, and Growth. *Gender in Management: An International Journal*, 35(3), 275-290.
- Lee, M. y Huang, L. (2018). Gender Bias, Social Impact Framing, and Evaluation of Entrepreneurial Ventures. *Organization Science*, 29(1), 1-16.
- Marlow, S. (2020). Gender and Entrepreneurship: Past Achievements and Future Possibilities. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 12(1), 39-52.
- Mazzarol, T., Clark, D., Reboud, S. y 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.
- 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. <https://doi.org/10.1080/13545701.2015.1088960>
- Monteleone, S. y Reito, F. (2018). Cooperative Firms in Hard Times. *Small Business Economics*, 51, 171-179.
- Mozas Moral, A., Fernández Uclés, D., Bernal Jurado, E. y Medina Viruel, M. J. (2020). Sostenibilidad, desarrollo endógeno y economía social. *Revista Iberoamericana de Economía Solidaria e Innovación Socio-ecológica*, 3, 17-35.
- OCDE (2023). *OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2023*.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B. y Podsakoff, N. P. (2012). Sources of Method Bias in Social Science Research and Recommendations on How to Control It. *Annual Review of Psychology*, 63, 539-569.
- Rigdon, E. E., Sarstedt, M. y Ringle, C. M. (2017). On Comparing Results from CB-SEM and PLS-SEM: Five Perspectives and Five Recommendations. *Marketing: ZFP, Journal of Research and Management*, 39(3), 4-16.
- Ringle, C. M., Sarstedt, M., Mitchell, R. y Gudergan, S. P. (2020). Partial Least Squares Structural Equation Modeling in HRM Research. *The International Journal of Human Resource Management*, 31(12), 1617-1643.
- Roldán, J. L., Sánchez-Franco, M. J. y Real, J. C. (2017). From Frequency of Use to Social Integration: The Mediation of Routinization and Infusion in Tuenti Community. *European Research on Management and Business Economics*, 23(2), 63-69.
- Roundy, P. T. y Fayard, D. (2019). Dynamic Capabilities and Entrepreneurial Ecosystems: The Micro-Foundations of Regional Entrepreneurship. *The Journal of Entrepreneurship*, 28(1), 94-120.
- Sajjad, M., Kaleem, N., Chani, M. I. y Ahmed, M. (2020). Worldwide Role of Women Entrepreneurs in Economic Development. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(2), 151-160.
- Sánchez Espada, J., Martín López, S., Bel Durán, P. y 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, 16-23.
- Sarstedt, M., Hair, J. F., Ringle, C. M., Thiele, K. O. y Gudergan, S. P. (2016). Estimation Issues with PLS and CBSEM: Where the Bias Lies! *Journal of Business Research*, 69(10), 3998-4010.
- Shmueli, G. y Koppius, O. (2011). Predictive Analytics in Information Systems Research. *MIS Quarterly*, 35(3), 553-572.
- Solesvik, M., Iakovleva, T. y Trifilova, A. (2019). Motivation of Female Entrepreneurs: A



- Cross-National Study. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 26(5), 684-705.
- Urbano, D., Aparicio, S. y Audretsch, D. (2019). Twenty-Five Years of Research on Institutions, Entrepreneurship, and Economic Growth: What Has Been Learned? *Small Business Economics*, 53, 21-49.
- Vedula, S., Doblinger, C., Pacheco, D., York, J. G., Bacq, S., Russo, M. V. y Dean, T. J. (2022). Entrepreneurship for the Public Good: A Review, Critique, and Path Forward for Social And Environmental Entrepreneurship Research. *Academy of Management Annals*, 16(1), 391-425.
- Zisser, M. R., Johnson, S. L., Freeman, M. A. y Staudenmaier, P. J. (2019). The Relationship between Entrepreneurial Intent, Gender, and Personality. *Gender in Management: An International Journal*, 34(8), 665-684.



María Bastida. Profesora de Organización de Empresas en la Universidad de Santiago de Compostela. Su investigación se enfoca prioritariamente en la inclusión de la perspectiva de género en el ámbito económico y empresarial, la promoción de la mujer en la dirección y la economía social, reflejando su impacto mediante publicaciones significativas y contribuciones en congresos relevantes. Varios de estos trabajos han merecido distintos reconocimientos de instituciones externas. Ha dirigido tesis doctorales que han resultado en publicaciones científicas, y participado activamente en comités científicos y académicos internacionales. También ha sido conferenciante invitada en congresos internacionales y es editora asociada de revistas académicas relevantes. Su participación en redes internacionales como CYGNA subraya su compromiso con la promoción de las mujeres en la academia. Además, ha colaborado con prestigiosos centros de investigación internacionales, contribuyendo a publicaciones de alto impacto. En el ámbito de la transferencia, destacan los numerosos trabajos realizados en relación con los cálculos de impacto económico de distintos sectores productivos, además de otros vinculados con empresas o instituciones. Además, ha sido evaluadora en importantes agencias de acreditación y ha recibido varios premios y reconocimientos por su investigación. Ha contribuido en libros y capítulos en editoriales de calidad y ha participado en congresos internacionales, además de desempeñar un papel activo en la toma de decisiones políticas y en la sociedad civil a través de su trabajo en comités especializados y como ponente en distintos parlamentos. <https://orcid.org/0000-0002-3630-5629>

Alberto Vaquero García. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, especialidad en Economía Pública, por la Universidad de Vigo, graduado social diplomado por la Universidad Complutense de Madrid, máster en Economía de la Educación y del Trabajo por la Universidad Carlos III de Madrid, posgrado en Técnicas Estadísticas por el CSIC y doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Nacional de Educación a Distancia. Profesor titular de Economía Aplicada en la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo de Ourense de la Universidad de Vigo, ha trabajado en la Universidad Carlos III de Madrid, la Universidad Complutense de Madrid y la Universidad Rey Juan Carlos. En la Administración ha desempeñado el cargo de asesor especializado en el Gabinete de Estudios del Consejo Económico y Social (CES) de España y como asesor del Gabinete de la ministra de Educación y Ciencia. Premio de tesis doctoral del CES en el año 2001 y premio de investigación del CES 2011, su investigación se centra en economía pública, economía regional, economía del trabajo y economía social y economía de la educación. Ha publicado 37 artículos en revistas internacionales y nacionales indexadas en JCR-SCOPUS, 54 artículos en revistas no indexadas en JCR-SCOPUS, colaborado en 74 libros y monografías y participado en 80 contratos y convenios. Codirector de la Red Localis, Red de Administración Pública Local y miembro del Equipo GEM Galicia. Ha colaborado en varios proyectos de investigación nacionales e internacionales, financiados por la Comisión Europea, el Ministerio de Educación y Ciencia, el Instituto de Estudios Fiscales (Ministerio de Economía y Hacienda), el Consello de Contas de Galicia, las Consellerías de Presidencia, Administración y Justicia, Economía y Hacienda, Trabajo y Bienestar, Familia y Medio Ambiente, Territorio e Infraestructuras (Xunta de Galicia), la Diputación de Ourense, el Instituto Ourensano de Desarrollo Económico (INORDE), la Fundación de Estudios Feministas-CaixaNova y la Cátedra Bancaria de la Universidad de Vigo, los Ayuntamientos de Santiago de Compostela y Ourense y la Fundación BBVA. <https://orcid.org/0000-0002-8697-4847>

Miguel Á. Vázquez Taín. Profesor de Economía Pública y Sistemas Fiscales en la Universidad de Santiago de Compostela. Destaca en su carrera investigadora, enfocándose principalmente en políticas públicas, con énfasis en políticas sociales, economía social y el efecto de la fiscalidad, lo cual ha dado lugar a numerosas publicaciones influyentes. Posee una vasta experiencia en asesoramiento y asistencia técnica tanto en sectores privados como públicos, sobresaliendo en el diseño de políticas industriales, de economía social y demográficas, además de en el análisis de impacto de programas públicos. Contribuye activamente en iniciativas de colaboración público-privada, especialmente a través del Colegio de Economistas de A Coruña y el Consello Galego de Economistas, instituciones de las cuales es presidente. <https://orcid.org/0000-0002-6965-0656>

Contribución: Los tres autores contribuyeron a la concepción y diseño del estudio. La preparación del material, la recogida de datos y el análisis fue realizado principalmente por María Bastida. El primer borrador del manuscrito fue redactado por María Bastida y Alberto Vaquero. Todos los autores comentaron las versiones anteriores del manuscrito, y leyeron y aprobaron el manuscrito final.