

LAS ENTIDADES DE ECONOMÍA SOCIAL COMO OPCIÓN DE EMPRENDIMIENTO PARA EL ESTUDIANTADO FEMENINO UNIVERSITARIO

**XIX Congreso Internacional de Investigadores en
Economía Social y Cooperativa**

El papel de la Economía Social en un escenario de crisis e incertidumbre

Sonia Martín López

Paloma Bel Durán

Gustavo Lejarriaga Pérez de las Vacas

Escuela de Economía Social, Cooperativas y

otras organizaciones de participación. EESCOOP- Universidad Complutense de Madrid



RESUMEN

A lo largo del presente estudio se plantea analizar la situación de la mujer en el mercado laboral español, prestando especial atención a aspectos como la temporalidad, la parcialidad y la feminización de algunos sectores, así como analizar las diferencias de género en cuestiones tales como formación, salario medio o presencia en la presidencia y consejos de administración de las empresas. Dicho análisis se complementará con información sobre el emprendimiento femenino en España.

Además, también se estudiará si las organizaciones de la Economía Social pueden ser una opción laboral atractiva para las mujeres, ofreciéndoles mayor facilidad de acceso a puestos de dirección y control, permitiendo que las mujeres puedan tener un trabajo en las mismas condiciones que los hombres y garantizando en mayor medida la conciliación de la vida laboral y familiar.

Por último, se analizarán qué medidas se pueden poner en práctica desde las universidades con el objetivo de canalizar nuevas iniciativas emprendedoras lideradas por mujeres hacia entidades de Economía Social.

Palabras clave: Economía Social, emprendimiento, género, estudiantado universitario.

1. INTRODUCCIÓN

La pandemia contribuyó tanto al aumento del desempleo femenino, como a la disminución de la participación de las mujeres en el mercado laboral, tal y como se pone de manifiesto en el estudio *Women in Work 2022* elaborado por PwC. Según datos del *Informe Estatal del Mercado de Trabajo de las Mujeres de 2022* elaborado por SEPE (Servicio Público de Empleo Estatal), la tasa de paro femenina al finalizar el año 2021 se situó en el 15,04 por ciento, habiéndose reducido más que en el caso de los hombres. No obstante, el paro femenino continúa siendo superior al masculino en más de tres puntos porcentuales y las tasas de actividad y de ocupación son inferiores a las de los hombres.

Además, aunque en los últimos años se ha tomado conciencia de la necesidad de asegurar la igualdad en mercado laboral entre hombres y mujeres aprobándose leyes como la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, el Real Decreto ley 901/2020, que regula los planes de igualdad y su registro, el Real Decreto 902/2020 de igualdad retributiva entre hombres y mujeres y la Ley 15/2022, de 12 de julio, integral para la igualdad de trato y la no discriminación. No obstante, según el ranking del Informe *Global Gender Gap Report 2022* (World Economic Forum, 2022), España figura en el puesto número 11 con una paridad del 0,788 a nivel europeo (la paridad absoluta es 1) y en el puesto número 17 a nivel mundial. Además, la puntuación obtenida en relación con los salarios por idénticos puestos de trabajo es del 0,616, lo que la sitúa en el puesto 89 a nivel mundial.

El emprendimiento es una de las opciones que pueden permitir la inclusión de las mujeres en el mercado laboral en mejores condiciones que mediante un trabajo por

cuenta ajena. Según datos del Informe GEM España 2021-22, por primera vez el porcentaje de mujeres emprendedoras de menos de tres años y medio de vida (5,6 por ciento) es ligeramente superior al de los hombres (5,4 por ciento). Aunque son datos positivos, el porcentaje de mujeres emprendedoras sigue siendo inferior al de los hombres.

Por otra parte, la Economía Social está suscitando interés no sólo en el ámbito nacional, sino también internacional, como lo ponen de manifiesto la Estrategia Española de Economía Social 2021-2027, el Plan de Acción Europeo para la Economía Social Española 2021-2030, o la comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al comité de las regiones en la que se recoge que quiere construir una economía que funcione para las personas, cuyo plan de acción tiene por objeto fomentar la innovación social, apoyar el desarrollo de la economía social e impulsar su poder transformador social y económico.

Se ha de tener presente, tal y como se recoge en los principios que orientan a las entidades de la Economía Social, que han de respetar la primacía de las personas y del fin social sobre el capital, concretándose en su gestión autónoma y transparente, democrática y participativa, priorizándose la toma de decisiones en función de las personas y sus aportaciones de trabajo y servicios que en relación a las aportaciones realizadas al capital social.

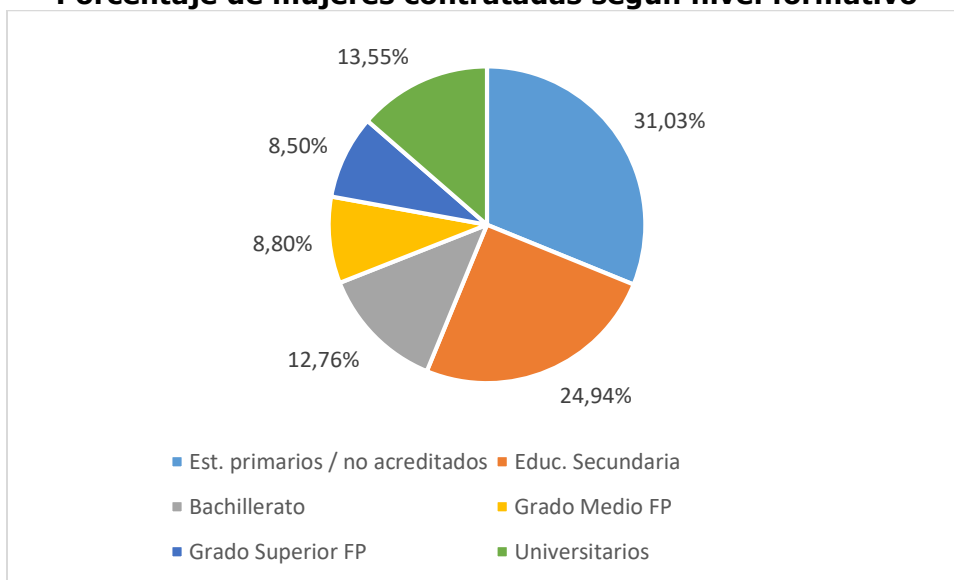
Por tanto, a lo largo del presente estudio se lleva a cabo la revisión de la literatura existente, de los estudios y estadísticas disponibles en materia de la caracterización de la mujer en el mercado laboral, su presencia en emprendimiento y en las entidades de Economía Social. Además, también se analizarán posibles medidas que puedan adoptarse en las universidades con el objetivo de fomentar en emprendimiento del estudiantado femenino en entidades de Economía Social.

2. SITUACIÓN DE LA MUJER EN EL MERCADO LABORAL ESPAÑOL

Según datos del Informe del Mercado de Trabajo de las Mujeres (Ministerio de Trabajo y Economía Social, 2022), la tasa de actividad de las mujeres se situó en el 53,93 por ciento, la tasa de empleo en el 45,82 por ciento y la tasa de paro en el 15,04 por ciento. Además, las mujeres representan el 46,89 por ciento entre los afiliados.

Por otra parte, las mujeres representan el 44,52 por ciento de los contratados. De ellas aproximadamente el 56 por ciento tienen un nivel formativo inferior a los estudios de bachillerato. Cabe señalar que la brecha de género se reduce en los niveles formativos altos.

Gráfico 1.
Porcentaje de mujeres contratadas según nivel formativo

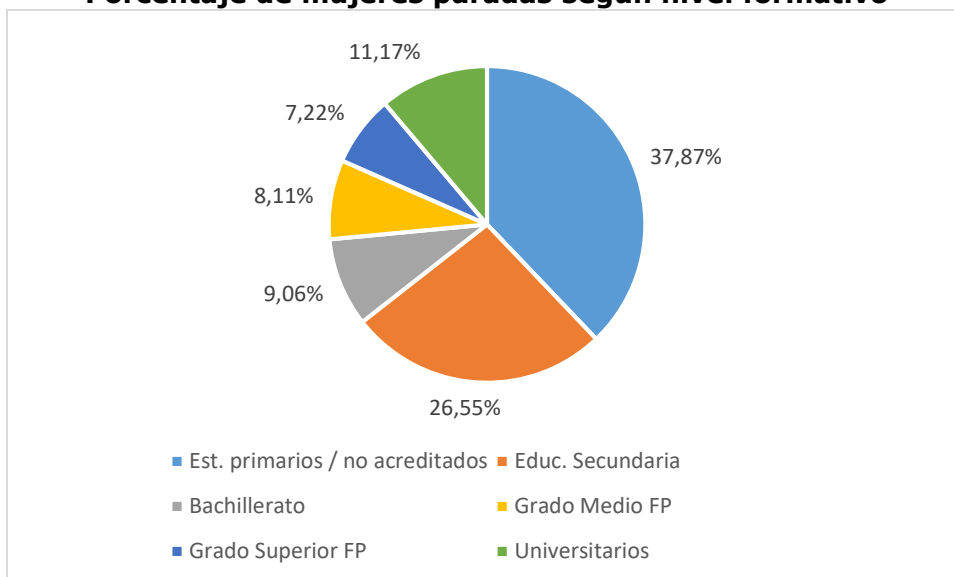


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Informe del Mercado de Trabajo de las Mujeres (Ministerio de Trabajo y Economía Social, 2022)

Entre las mujeres contratadas la tasa de estabilidad es del 10,82 por ciento, estando contratadas a jornada completa el 54,11 por ciento de las mismas.

En el caso de los parados, las mujeres representan el 58,73 por ciento, teniendo el 64,42 por ciento de las mismas un nivel formativo inferior a los estudios de Bachillerato.

Gráfico 2.
Porcentaje de mujeres paradas según nivel formativo



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Informe del Mercado de Trabajo de las Mujeres (Ministerio de Trabajo y Economía Social, 2022)

Por lo que se refiere a la antigüedad en la búsqueda de empleo el 36,54 por ciento lleva entre 0 y 6 meses y el 54,24 por ciento lleva más de 12 meses.

Por tanto, las tasas de paro femeninas siguen siendo superiores a las masculinas, y lo contrario ocurre con las tasas de actividad y de ocupación.

Además, las mujeres están presentes fundamentalmente en el sector servicios y en concreto en las actividades más feminizadas como es el caso de actividades de comercio, sanidad, educación y hostelería. De hecho, en actividades como Trabajadores de los cuidados personales a domicilio; Empleados domésticos; Auxiliares de enfermería hospitalaria y Personal de limpieza de oficinas, hoteles y otros establecimientos similares, más del 80 por ciento de los contratos fueron para mujeres.

Cabe destacar también que la precariedad continua afectando al mercado laboral femenino con contratos temporales, jornadas a tiempo parcial y un alto porcentaje de contratos de interinidad.

Otro dato a tener en cuenta es que según la Encuesta de Estructura Salarial del INE para el año 2019 (Ministerio de Trabajo y Economía Social, 2021), el salario bruto medio de las mujeres ocupadas era un 19,5 por ciento inferior al de los hombres, habiendo sido la tendencia a la reducción los últimos años. En el 2019 el salario medio de las mujeres se situaba en 21.682 euros frente a los 26.934 euros de los hombres.

Por otra parte, de acuerdo con el índice global de la brecha de género en España en el año 2022 este se situó en el 0,79 (siendo el 1 la completa igualdad) (World Economic Forum, 2022, p.320).

Por lo que se refiere a la presencia de las mujeres en la presidencia y en los consejos de administración de las empresas del IBEX-35, según datos del INE¹, en el año 2021 solo el 5,0 por ciento de las mujeres ocupaban cargos de presidencia y el 32,6 por ciento tenían cargos de consejeras. Además, las mujeres representaban el 30,7 por ciento del total de los consejos de administración.

En el caso de las empresas medianas (entre 50 y 500 personas), según el informe *Women in Business 2022* (Grant Thornton, 2022), las mujeres representan el 36 por ciento de los puestos directivos. De ellos, el 33 por ciento están relacionados con la dirección financiera, el 32 por ciento con la dirección de recursos humanos, el 27 por ciento con la dirección de operaciones, el 26 por ciento con la dirección de marketing, el 25 por ciento con la dirección general, el 15 por ciento con la dirección IT y el 13 por ciento con la dirección comercial.

En este sentido el 40 por ciento de los directivos considera que las nuevas prácticas que se han implantado a raíz del COVID-19 benefician la igualdad de género.

Además del trabajo por cuenta ajena, otra de las opciones que disponen las mujeres para incorporarse al mercado laboral es emprender. En este sentido, la presencia de las mujeres en la actividad emprendedora es menor también en el caso de las mujeres que

¹ Disponible en:
https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t00/mujeres_hombres/tablas_1/I0/&file=p04002.px

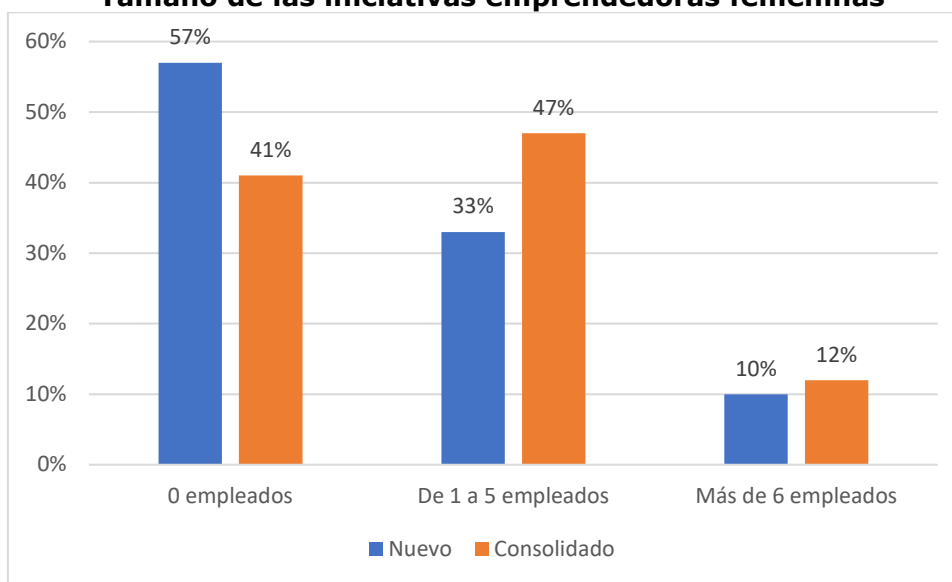
en el de los hombres, aunque poco a poco se van dando pasos para reducir estas diferencias.

Según el Índice de Mujeres Emprendedoras de Mastercard (2021) que analiza el progreso de las mujeres emprendedoras, España se sitúa a nivel internacional en el puesto 15 (de 65 economías analizadas), seis posiciones por debajo de la edición anterior, y la tasa de emprendimiento femenino es del 4,8 por ciento, frente al 5,6 por ciento en el caso de los hombres. En este informe también se señala que la mayoría de las mujeres que emprenden lo hacen por necesidad (74 por ciento) y se les presentan menos oportunidades para emprender que a los hombres (27,6 por ciento para las mujeres frente al 41 por ciento para los hombres). En línea con estos datos (GEM, 2022) más del 70 por ciento de las personas que emprenden señalan la falta de empleo como una de las razones para emprender: No obstante, el 43 por ciento de los emprendedores recientes indican hacerlo por tener motivaciones más ambiciosas.

Por otra parte, según el informe "Emprendimiento de mujeres en España" (GEM, 2021) algunas de las principales conclusiones en materia de emprendimiento femenino son las siguientes:

- En el caso de las mujeres españolas con edades comprendidas entre los 18 y los 64 años, el 17 por ciento de las mujeres en zonas urbanas y el 22 por ciento en zonas rurales estaban inmersas en alguna de las etapas del proceso emprendedor.
- Las mujeres participan en menor medida que los hombres en las distintas fases del proceso emprendedor, aunque la brecha es menor en las fases que constituyen la Tasa de Emprendimiento Efectiva (emprendimiento naciente y emprendimiento nuevo).
- Una de cada cien mujeres abandona definitivamente el negocio.
- Más del 75 por ciento de las mujeres realizan su actividad en el sector servicios y una de cada dos dirige su actividad al consumidor final.
- Las mujeres entre 35 y 44 años emprenden en mayor medida que los hombres de esa misma edad, sin embargo lo hacen en menor medida que los hombres que tienen entre 55 y 54 años. En el caso de los jóvenes entre 18 y 24 años las diferencias son pequeñas aunque a favor de los hombres, entre los de 25 y 34 años no hay diferencias, entre los 35 y 44 años las mujeres ganan, pero a partir de los 44 años los hombres tienen mayor peso.
- Por lo que se refiere al nivel de renta, las mujeres emprenden más que los hombres cuando se ubican en el tercio de renta más bajo (13,3 puntos porcentuales), y, por el contrario, emprenden menos que ellos cuando se sitúan en el tercio superior de renta (12,7 puntos por debajo).
- En el caso de los emprendimientos nuevos la presencia de la mujer en el sector extractivo es del 4 por ciento, en el sector industrial del 16 por ciento y en el sector servicios del 80 por ciento. Por otra parte, en los emprendimientos consolidados, los porcentajes se sitúan en el 9 por ciento en el sector extractivo, en el 17 por ciento en el sector industrial y en el 74 por ciento en el sector servicios.
- La mayoría de las iniciativas emprendedoras femeninas son proyectos de tamaño pequeño.

Gráfico 3.
Tamaño de las iniciativas emprendedoras femeninas

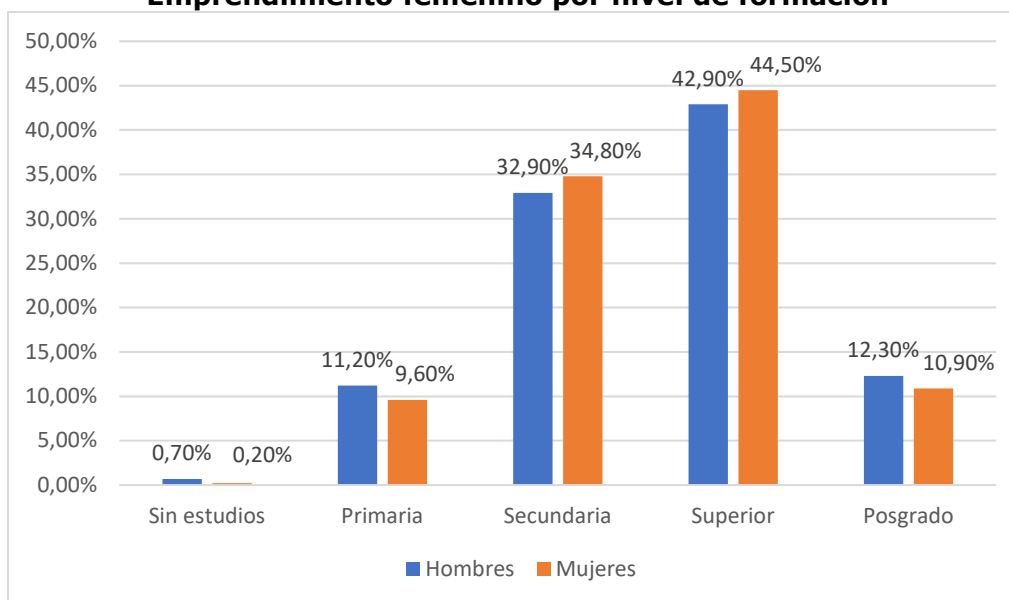


Fuente: Elaboración propia con base en GEM 2020-21.

También cabe señalar que el 93 por ciento de los nuevos negocios y el 95 por ciento de los consolidados pertenecen a sectores de bajo nivel tecnológico y se dirigen mayoritariamente al mercado nacional, aunque el 19 por ciento compite a nivel internacional.

Por lo que se refiere al nivel de formación, parece haber más mujeres emprendedoras con formación secundaria y superior, siendo la tasa de emprendimiento femenina algo superior según aumenta el nivel de formación.

Gráfico 4.
Emprendimiento femenino por nivel de formación



Fuente: Elaboración propia con base en GEM 2020-21.

La Organización Internacional del Trabajo (2021) en el año 2020 el número de mujeres trabajadoras se redujo un 5 por ciento, frente a la reducción del 3,9 por ciento en el caso de los hombres. Los efectos del COVID-19 afectaron en mayor medida a las mujeres que a los hombres, sin embargo, las mujeres emprendedoras han sabido superar estos nuevos desafíos demostrando mayor resiliencia, confianza y optimismo lo que ha hecho que el número de mujeres trabajadores se haya incrementado en 14 economías de las analizadas (Mastercard, 2021).

Durante el año 2021 los emprendedores parecen haber recuperado la confianza para poner en marcha nuevos proyectos empresariales y se evidencia una profesionalización del emprendimiento en el aumento del nivel educativo y formación específica (GEM, 2022).

3. ORGANIZACIONES DE ECONOMÍA SOCIAL COMO OPCIÓN LABORAL PARA LAS MUJERES

Los proyectos de emprendimiento, más en concreto los de emprendimientos social, pueden ser acogidos por cualesquiera fórmulas jurídicas. No obstante, las sociedades cooperativas, sociedades laborales, asociaciones, fundaciones y mutualidades, todas ellas integrantes de la economía social, son formas naturales de emprendimiento social aunque, en términos generales, cualesquiera organizaciones en las que los socios participan democráticamente en todos los flujos de la organización, en las que claramente se manifiesta la primacía de las personas sobre el capital porque los promotores fijan en democracia los objetivos y toman decisiones, suelen identificarse con proyectos de emprendimiento social.

Según datos de CEPES (2022 a) las entidades de la Economía Social ascienden a 43.192 cuya facturación representa el 10 por ciento del PIB y genera 2.184.234 los empleos directos e indirectos.

El último informe publicado por el Ministerio "Características de los Trabajadores de la Economía Social dados de alta en la Seguridad Social" (MITES, 2019), manifiesta que las mujeres suponen cerca de la mitad (un 47,5 por ciento) del total de trabajadores, estando más presentes en las sociedades cooperativas (49,8 por ciento) que en las laborales (32,8 por ciento en anónimas y 37 por ciento en limitadas).

Por otra parte, las características del empleo femenino en economía social, según datos del informe publicado por CEPES (2021), se pueden resumir en:

- La presencia de mujeres de 45 años, que son unos de los colectivos con mayores dificultades de acceso al empleo, es mayor en las empresas y entidades de la economía social. Y la diferencia es mayor en el caso de las mujeres de más de 55 años.
- Las empresas de economía social son más igualitarias atendiendo a distintas dimensiones. Presentan un menor abanico salarial por sexo, por categorías ocupaciones, por tramos de edad y por ámbito geográfico.
- Las brechas salariales de género son significativamente inferiores en la economía social.

- Las empresas y entidades de la economía social son más diversas en la dirección y en la alta cualificación. Las mujeres representan el 58,1 por ciento de los puestos directivos.
- La brecha salarial de las trabajadoras a jornada completa en los puestos de alta dirección y cualificación es significativamente menor en las empresas de economía social.
- De los contratos que se realizan en las empresas de la economía social el 48 por ciento son de mujeres.
- Entre los trabajadores temporales el porcentaje de mujeres es superior que entre los trabajadores indefinidos.
- Las Comunidades Autónomas con mayores porcentajes de mujeres son Melilla (58,2 por ciento), Madrid (52,1 por ciento), Andalucía (51,5 por ciento) y Cataluña (51,0 por ciento), mientras que en Castilla y León, Castilla La Mancha, Aragón, Extremadura y Navarra, el porcentaje de mujeres es inferior al 38 por ciento.
- La presencia de las mujeres crece con el tamaño de la sociedad superando a los hombres en las empresas de más de 50 trabajadores.
- El sector servicios es el que concentra mayor presencia femenina, estando menos representadas las mujeres en el sector industrial y en la construcción.
- Las empresas y entidades de la economía social tienen mayor presencia en actividades de servicios que socialmente se consideran necesarias y están ligadas a la calidad de vida y el desarrollo humano sostenible.

En general, el tejido empresarial de la economía social fomenta la igualdad y lo hace, además, prestando especial atención a colectivos desfavorecidos, como las mujeres con diversidad y otros colectivos en riesgo de exclusión y brindando oportunidades a las mujeres en el ámbito rural.

Además, la Economía Social se suma a la promoción de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS), en concreto al que procura "Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas" (Número 5) y proporciona algunos datos reveladores en este sentido (CEPES, 2022 b), tal y como se recoge en la Tabla 1.

Tabla 1.**Datos relativos a las mujeres presentes en entidades de la Economía Social**

Coop. Agroalimentarias	En el ámbito rural, en España hay 264.168 socias en las cooperativas agroalimentarias que contribuyen a la sostenibilidad en sus tres vertientes: económica, social y medioambiental del territorio rural. Su participación en el ámbito de la toma de decisiones, según la Asociación de Mujeres de Cooperativas Agroalimentarias de España (AMCAE), ha pasado de un 6,8 por ciento de mujeres presentes en los consejos rectores de cooperativas a un 8 por ciento, siendo un 4,4 por ciento las mujeres que ocupan la presidencia en una sociedad cooperativa.
Coop. Trabajo Asociado	La Confederación Española de Cooperativas de Trabajo Asociado (COCETA, 2019) señala que las mujeres representan más del 51 por ciento de las plantillas de las cooperativas de trabajo y alcanzan el 54 por ciento de los puestos de dirección. Por su parte, cerca del 80 por ciento de las mujeres que trabajan en las cooperativas de trabajo asociado son socias trabajadoras. Más del 86 por ciento de las mujeres de la muestra del estudio realizado manifiestan estar bastante o muy satisfechas con su trabajo. El 58 por ciento de las empresas analizadas ha implantado medidas de conciliación, destacando que 76 por ciento tienen horario flexible y el 53 por ciento, permisos para acompañar a familiares al médico. De hecho, el 58,3 por ciento de las mujeres valoran como "bastante" la conciliación lograda entre la vida familiar y laboral. En su compromiso con la igualdad de género forma parte del consejo de <i>Gender Equality Committee</i> de la Alianza Cooperativa Internacional y del <i>Gender Equality Group</i> de <i>Cooperatives Europe</i> .
Coop. Enseñanza	Se manifiesta la igualdad entre mujeres y hombres. La docencia es una profesión históricamente femenina, especialmente en las primeras etapas de la enseñanza y este hecho se traslada al sector cooperativo de enseñanza en el que el 65 por ciento de los empleos lo desempeñan mujeres.
Coop. Consumidores y Usurarios	Según los datos de la Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (HISPACOO), señalan que del total de trabajadores de las cooperativas que representan un 75 por ciento son mujeres y un 60 por ciento asumen puestos de responsabilidad.
C. Especiales Empleo Iniciativa Social	Casi el 40 por ciento de la plantilla son mujeres con discapacidad y el 59 por ciento son mujeres con discapacidad mayores de 45 años.
Sociedades Laborales	En el caso de las Sociedades Laborales, el 30 por ciento de los socios son mujeres, según refleja LABORPAR y asumen el 35 por ciento de los puestos en el consejo de administración.
Empresas Inserción	A través de la Federación de Asociaciones Empresariales de Empresas de Inserción (FAEDEI) se genera empleo para 7.669 personas, de las cuales el 51,5 por ciento. De ellas, 2.153 son mujeres trabajadoras en inserción y 1.803 ocupan puestos profesionales, tanto técnicos como directivos. Por otra parte, cabe destacar que el 67 por ciento de las Empresas de Inserción tienen medidas para la igualdad de oportunidades y el 80 por ciento medidas de conciliación de la vida familiar y laboral.
Cofradías Pescadores	En las 198 Cofradías de Pescadores que existen en España, están afiliados 30.628 marineros y armadores, de los cuales 3.607 son mujeres. En relación con el marisqueo, incluido también en las cofradías, hay 3.802, de los cuales 2.393 son mujeres. También hay una gran presencia en los órganos de gobierno y puestos técnicos y directivos.

Fuente: Elaboración propia a partir de CEPES, 2022 b.

Por otra parte, las mujeres han padecido en mayor medida las consecuencias del COVID-19 que los hombres, no obstante, según el estudio realizado por los profesores Monzón, Soler y Chaves (2021), las mujeres no se han visto perjudicadas a nivel de contrataciones realizadas por las sociedades cooperativas y las sociedades laborales. De hecho, en las sociedades cooperativas y sociedades laborales valencianas destaca la presencia femenina, siendo el número de mujeres empleadas el 53,8 por ciento y teniendo mayor peso que los hombres en los puestos directivos.

Las mujeres han encontrado en el trabajo por cuenta propia la oportunidad de poder acceder al mercado laboral en mejores condiciones de lo que pueden hacerlo mediante el empleo por cuenta ajena, como consecuencia del predominio de la informalidad, la segregación horizontal y vertical, así como la discriminación salarial (Montero y Camacho, 2020). De esta forma, el emprendimiento en el caso de las mujeres puede ser una opción para hacer más compatible la vida personal y profesional y mejorar sus condiciones laborales tales como la precariedad o la falta de estabilidad laboral. Tal y como indican los datos expuestos anteriormente las entidades de Economía Social son sensibles a esta realidad contribuyendo a mejorar estas condiciones.

Pero no sólo eso, sino que mientras los emprendedores dan prioridad a los objetivos económicos, las emprendedoras valoran en mayor medida aspectos relacionados con el bien común y su comportamiento es más altruista (Buttler y Sierminska, 2020). En línea con eso, según el informe GEM (2022, p. 74), las mujeres emprendedoras son más proclives a tener en cuenta el impacto social y medioambiental de sus iniciativas emprendedoras. Estas cuestiones son prioritarias para el 59 por ciento de las emprendedoras potenciales, para el 65 por ciento de las emprendedoras recientes y para el 65 por ciento de las emprendedoras consolidadas. En este sentido las empresas de Economía Social tienen en cuenta estos aspectos por sus propios valores y principios.

Se destaca el gran impulso que desde el movimiento cooperativo se está proporcionando a la participación de la mujer a través del desarrollo y puesta en marcha de programas específicos, entre ellos cabe señalar los recogidos en la Tabla 2.

Tabla 2.
Programas que fomentan la participación de las mujeres en entidades de la Economía Social

AMCAE	Jornadas formativas para, formar, y transferir conocimientos para la toma de decisiones, liderar tareas de responsabilidad y nuevos yacimientos de negocio para mujeres.
COCETA	Líneas de trabajo específicas para la promoción de mujeres en el modelo cooperativo y buenas prácticas, como el desarrollado por COCETA desde el año 1987. Elaboración por COCETA (2021) de la Guía para la elaboración de planes de igualdad en las cooperativas de trabajo asociado. Mediante el proyecto EPRENDECOOP desarrollado en Aragón, Baleares, Cantabria, La Rioja, Madrid y Castilla y León, COCETA en el año 2022, constituyó 73 empresas de economía social y generó 300 nuevos empleos, de los que 175 son de mujeres. Además, se atendieron a 605 mujeres y 511 hombres. Participación y promoción en Proyectos Europeos como el iniciado por COCETA junto con la Dirección General de Justicia de la Comisión Europea, denominado "SET THE TONE" con el objetivo de identificar la existencia de medidas y políticas antiviolencia y acoso en el puesto de trabajo.
UECoE	Fomento y promoción de acciones para lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas, impulsando vocaciones STEAM que reduzcan esta brecha de género en esta formación desde sus aulas a través de la Unión Española de Cooperativas de Enseñanza (UECoE) y sus entidades asociadas alineándose con la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y en concreto del nº 5.
FEACEM	Proyectos de fomento de acceso de mujeres con discapacidad al mercado laboral propuestos por la Federación Empresarial Española de Asociaciones de Centros Especiales de Empleo (FEACEM).
Sociedades Laborales	Proyectos autonómicos de fomento de la incorporación en los órganos de decisión de las sociedades laborales.
Empresas Inserción	Medidas para la igualdad de oportunidades y conciliación familiar en las empresas de inserción.
Cofradía Pescadores	Creación de grupos de mujeres para visibilizar a las mujeres en las Cofradías de Pescadores a través de la Federación Nacional de Cofradías de Pescadores.

Fuente: Elaboración propia.

4. EL PAPEL DE LA UNIVERSIDAD EN EL APOYO A INICIATIVAS EMPRENDEDORAS EN ECONOMÍA SOCIAL

Es importante tener en cuenta que uno de los objetivos de la Universidad es cumplir con las funciones que le demanda la sociedad teniendo presente la adaptación de la formación superior al mercado laboral, así como posibilitar la transferencia de conocimiento que permita fortalecer el tejido productivo mediante el desarrollo de procesos de innovación empresariales. El fomento de la transferencia del conocimiento a través del emprendimiento en las universidades es fundamental, por lo que a lo largo del tiempo se han ido poniendo en marcha diversas iniciativas para establecerse como universidades emprendedoras.

Pero, no sólo eso, además es importante conocer si se están haciendo bien las cosas, si se están poniendo en marcha los recursos e iniciativas convenientes, en definitiva, si los esfuerzos realizados en materia de emprendimiento en las universidades están logrando los frutos deseados.

El Informe GUESS 2021 "El espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios" (Ruiz, *et al.*, 2021) pone de manifiesto que el 13 por ciento de los estudiantes manifiesta

su intención de emprender al finalizar sus estudios y dicho porcentaje se eleva al 23,1 por ciento cinco años después.

Algunos datos reveladores:

1. El 18,9 por ciento de los estudiantes se encuentran en el proceso de creación de una nueva iniciativa emprendedora, esto es, son emprendedores nacientes.
2. El 6,3 por ciento de los estudiantes son emprendedores activos.
3. El 48,3 por ciento de los emprendedores nacientes planean crear sus empresas con otros socios.
4. El 76,9 por ciento de los emprendedores activos cuentan con, al menos, un cofundador.
5. Existen diferencias significativas entre las tasas de emprendedores intencionales, nacientes y activos entre las diferentes comunidades autónomas.
6. El 54,2 por ciento de las empresas de los emprendedores activos son jóvenes, han sido creadas a partir del 2019.
7. Las empresas tienen un tamaño reducido (el 92,5 por ciento de las empresas de los emprendedores activos se encuentran en la horquilla de 0 y 5 empleados).
8. Los emprendedores consideran que la educación emprendedora y el clima emprendedor de las universidades son determinantes para promover la intención emprendedora y el 25 por ciento de los entrevistados ha asistido de manera voluntaria a algún curso relacionado con el emprendimiento. Este porcentaje se incrementa en los estudiantes con intención directa de emprender (el 36,7 por ciento) y en los que están iniciando su negocio (39,9 por ciento).
9. La intención emprendedora se refleja de manera más consistente en los estudiantes de "ciencias sociales y jurídicas" (14,4 por ciento) mientras que cinco años después, predomina principalmente el área de conocimiento de ingeniería y arquitectura" (27,5 por ciento).

Con respecto al tratamiento de la variable género, se observa una brecha de género en los estudiantes universitarios tal y como se manifiesta en el siguiente gráfico.

Gráfico 5.
Diferencias de género en los emprendedores universitarios



Fuente: Elaboración propia con base en GUESS 2021.

El análisis de las diferencias de género entre los emprendedores activos pone de manifiesto que sólo en cinco países existe una mayor proporción de mujeres con respecto a hombres. Estos son: Nigeria (6,5 por ciento); Estados Unidos (3,4 por ciento); El Salvador (2,5 por ciento); Australia (1 por ciento) y Chile (0,7 por ciento). España, por su parte, se encuentra en el grupo mayoritario de países, en los que la tasa de emprendimiento activo masculino supera a la femenina, reportando una diferencia similar a la media global, el 3,7 por ciento). El examen específico por comunidades autónomas repite este mismo patrón de comportamiento (GUESS, 2021).

Por otra parte, en el primer informe de la *Union for the Mediterranean* (2021) sobre la igualdad de género se pone de manifiesto la importancia de fomentar la creación de empresas entre las mujeres, facilitándoles acceso a formación en emprendimiento a redes de *networking*, a servicios de financiación y de dar visibilidad a otras mujeres como ejemplos a seguir.

Otro aspecto a tener en cuenta es que las mujeres están constantemente subrepresentadas entre los emprendedores graduados, en especial en el caso de los que se gradúan en los campos de ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas (Piva *et al*, 2021).

El emprendimiento femenino juega un papel fundamental no solo en el desarrollo económico de un país, sino también en la generación de empleo. La universidad consciente de la necesidad de formar y empoderar a las estudiantes universitarias ofrece distintas actividades formativas con el objetivo de fortalecer la creatividad, autosuficiencia, iniciativa, autoconfianza, autoestima y capacidad de emprender para fomentar sus capacidades creativas, de liderazgo y de resolución práctica de problemas (Kraus *et al*, 2020). En definitiva, se trata de transmitir a la mujer la confianza que le permita afrontar el emprendimiento y eliminar las barreras fundamentalmente psicológicas que puedan limitar algunas de sus posibilidades reales (Sánchez *et al*,

2013). En esta línea, también resulta necesario fomentar el contacto con emprendedoras de éxito, especialmente si tienen edades similares con las que puedan identificarse (Kraus *et al*, 2020). Di Paola (2021) considera que el emprendimiento es “contagioso” propagándose en mayor medida al estar en contacto y observar el comportamiento de otras experiencias emprendedoras (Nikon *et al*, 2019).

La planificación de programas de emprendimiento en las universidades es un paso más en el camino para la reducción de la brecha de género fomentando el interés por el mismo y ayudando a superar los miedos e inseguridades iniciales. En este sentido, la formación, la influencia del ambiente universitario y de los sistemas de apoyo son clave en la intención de emprender por parte de los estudiantes universitarios (Bazan *et al*; 2019).

En esta línea, también es importante que los estudiantes universitarios, y en particular las estudiantes universitarias, reciban formación sobre las entidades de Economía Social, dado que son formas jurídicas que pueden utilizar para poner en marcha sus proyectos y que habitualmente no eligen por desconocimiento. Más aún en el caso de las estudiantes universitarias que se ha demostrado que son más sensibles que otro tipo de entidades a tomar medidas para reducir la brecha de género y mejorar sus condiciones laborales.

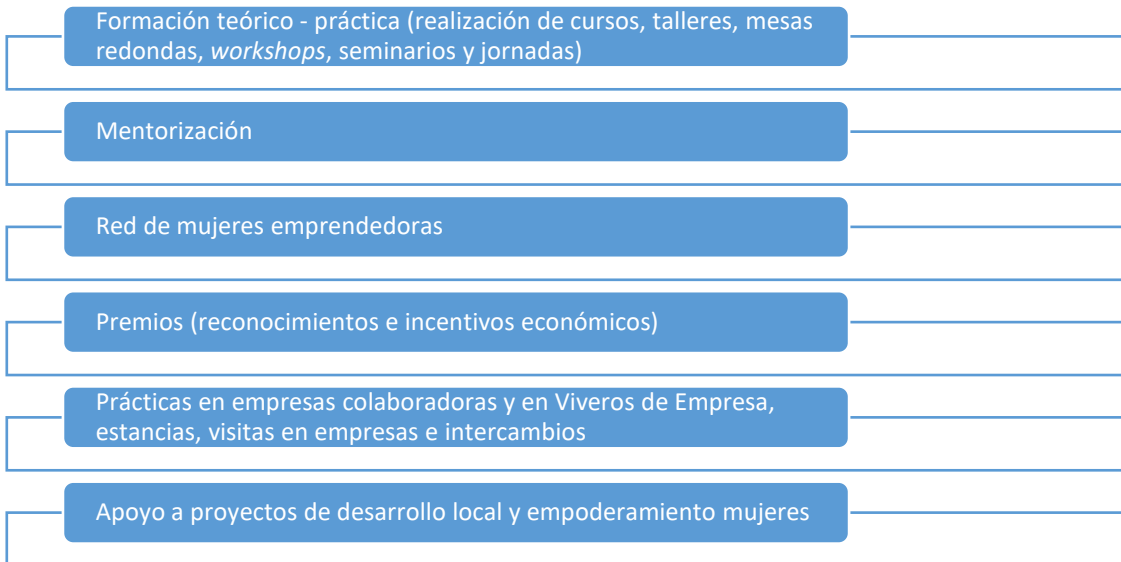
En este sentido, según el Informe de Formación Universitaria en Economía Social hay 15 universidades españolas presentes en 10 comunidades autónomas que llevan a cabo 50 acciones formativas que representan 9.350 horas de formación en los niveles de doctorado, máster oficial, posgrado propio, cursos de extensión, asignaturas de posgrado y asignaturas de grado. Las universidades que cuentan con más formación universitaria especializada en Economía Social son la de Valencia, la de Zaragoza, Mondragón y Almería.

A la hora de diseñar los programas formativos ofertados por las universidades en materia de emprendimiento puede surgir el debate de si ha de haber, o no, programas específicos para las estudiantes. De hecho, hay autores que consideran que las diferencias en cuanto a la presencia de actitudes emprendedoras en función del género son escasas no siendo necesaria la implementación de políticas segregadas, sino conjuntas (Oliver *et al*, 2016), mientras que otras opiniones están a favor de desarrollar programas específicos orientados a las estudiantes universitarias con el objetivo de reducir la brecha de género existente.

Del análisis de los programas y actividades disponibles en las universidades para fomentar el emprendimiento entre sus estudiantes, se observa que son varias las universidades españolas que ofrecen programas específicos dirigidos al estudiantado femenino (Bel *et al*, 2018).

Las distintas acciones identificadas se han agrupado en las siguientes categorías, tal y como se recoge en el Gráfico 6: formación teórico – práctica, mentorización, redes de mujeres emprendedoras, premios, prácticas en empresas (viveros, visitas e intercambios) y proyectos de desarrollo local y empoderamiento a las mujeres (Martín *et al*, 2022).

Gráfico 6.
Acciones específicas llevadas a cabo por universidades españolas para fomentar el emprendimiento femenino



Fuente: Elaboración propia.

5. CONCLUSIONES

Los datos parecen poner de manifiesto que las mujeres optan por emprender, en parte, como consecuencia de una situación de mayor dificultad en el acceso al mercado laboral, de peores condiciones laborales, de limitaciones en el desarrollo de su carrera profesional o de dificultades de conciliación entre la vida personal y profesional.

Es cierto que no debería de haber diferencias por razón de género en lo relativo a los recursos o apoyos disponibles a la hora de poner en marcha nuevas iniciativas emprendedoras, sin embargo, la realidad es que el número de mujeres que crean su propia empresa es menor que el número de hombres y además en el proceso han de hacer frente a más dificultades.

En esta línea, se valora positivamente el hecho de que las universidades tomen conciencia de esta realidad y adopten medidas que contribuyan a la reducción de la brecha de género. Para ello se deben ofrecer distintos tipos de acciones que pueden ir desde actividades de formación y asesoramiento, a facilitar el contacto con personas emprendedoras con las que puedan sentirse identificadas y las consideren modelos a seguir. Este tipo de iniciativas puede favorecer la creación de redes que sirvan de motivación y apoyo para las nuevas emprendedoras donde puedan compartirse problemas y soluciones que mitiguen la sensación de miedo y soledad que puedan sentir en el proceso de emprendimiento.

Es importante que la universidad conecte el ámbito de formación más académico también con la realidad empresarial, por lo que la realización de visitas a empresas o estancias que permitan tomar contacto con la realidad y el día a día de la empresa

también puede animar a que más estudiantes universitarias decidan dar el paso y emprender.

Por otra parte, una de las dificultades a las que se enfrentan las estudiantes que quieren emprender es la falta de recursos financieros, por lo que en este sentido las acciones llevadas a cabo desde las universidades relacionadas con los premios, reconocimientos al esfuerzo realizado e incentivos también pueden ser decisivas para fomentar el nacimiento de nuevos proyectos surgidos desde la universidad.

En este sentido, también es importante que se incluyan las entidades de Economía Social entre las formas jurídicas de las que se habla a los estudiantes para emprender, dado que son formas perfectamente válidas para llevar a cabo los nuevos proyectos de emprendimiento y además, en el caso del estudiantado femenino, han de valorar también la mayor sensibilidad mostrada hacia acciones que permiten la reducción de la brecha de género y mejoran sus condiciones laborales. Por tanto, las Universidades deberían contribuir a dar visibilidad a las entidades de Economía Social como formas naturales de emprendimiento y contar en sus diversas acciones de apoyo al emprendimiento tanto con la colaboración de las organizaciones representativas, como con las propias entidades constituidas y con las personas que han puesto en marcha proyectos emprendedores utilizando estas formas jurídicas, así como con las personas que trabajan en ellas.

Otra cuestión a tener en cuenta es la transferencia de conocimiento desde la Universidad a la sociedad. De hecho, emprender bajo fórmulas de la Economía Social contribuye al desarrollo local y al empoderamiento de las mujeres, dado que son cuestiones inherentes en sus propios valores y principios.

Conseguir que cada vez más estudiantes mujeres emprendan contribuirá también a reducir la brecha de género en la sociedad. El incremento de su visibilidad será un incentivo para que las nuevas estudiantes que entren en la universidad sigan también sus pasos.

Por tanto, las universidades han de seguir apostando por la puesta en marcha de iniciativas que permitan la creación y consolidación de un ecosistema que apoye y favorezca el emprendimiento femenino con participación e implicación de los agentes tanto públicos como privados, siendo fundamental la difusión de las mismas para que sean conocidas por el estudiantado desde que acceden a la universidad.

Pero además también es importante que las universidades evalúen las iniciativas llevadas a cabo para favorecer el emprendimiento femenino para valorar su eficacia y diseñar posibles acciones de mejora que permitan incrementar el número de estudiantes mujeres que acceden a las mismas y favorezcan en mayor medida la puesta en marcha de nuevos proyectos empresariales liderados por mujeres.

BIBLIOGRAFÍA

- Bazan, C., Datta, A., Gaultois, H., Shaikh, A., Gillespie, K., y Jones, J. (2019). Effect of the university in the entrepreneurial intention of female students. *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*, vol. 7, nº 2, pp. 73-97.
- Bel Durán, P y Lejarriaga Pérez de las Vacas, G. (2018) *El perfil del emprendedor universitario y el apoyo de la Universidad: Hacia un ecosistema emprendedor UCM*. En: VVAA. *Emprendimiento en las universidades perspectivas actuales y proyecciones futuras*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca. ISBN: 978-84-9012-895-5 y Depósito legal: S 190-2018.
- Buttler, D and Sierminska, E (2020). "Career or flexible work arrangements? Gender differences in self-employment in a young market economy". *Journal of family and economic issues*, Vol. 41, pp. 70-95.
- CEPES (2022 a). Las empresas más relevantes de la Economía Social 2021-2022. Disponible en: <https://www.cepes.es/files/docs/las-empresas-de-la-economia-social-20212022.pdf>
- CEPES (2022 b). Los datos de empleabilidad de la mujer en las empresas de economía social reflejan el compromiso de este modelo con la igualdad de género. Disponible en: https://www.cepes.es/nota-prensa/730_datos-empleabilidad-mujer-empresas-economia-social-reflejan-compromiso-este-modelo-igualdad-genero
- CEPES (2021). *El impacto socioeconómico de los valores y principios de la Economía Social en España*. Madrid: CEPES.
- COCETA (2019). Las mujeres en las cooperativas de trabajo. Estudio sobre la realidad social y laboral de las mujeres en las Cooperativas de Trabajo en España. Disponible en: <https://www.coceta.coop/publicaciones/estudio-mujer-cooperativismo-coceta-2019.pdf>. Fecha de consulta: 29 de noviembre 2022.
- COCETA (2021). Guía para la elaboración de planes de igualdad en empresas cooperativas. Disponible en: <https://www.coceta.coop/publicaciones/Guia-Elaboracion-Planes-Igualdad-COCETA.pdf>
- Di Paola, N (2021). Pathways to academic entrepreneurship: the determinants of female scholars' entrepreneurial intentions. *Journal of Technology Transfer* 46, p. 1417-1441. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10961-020-09824-3>
- ESPAÑA (2007). Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. BOE nº 71, de 23 de marzo.
- ESPAÑA (2020). Real Decreto 902/2020, de 13 de octubre, de igualdad retributiva entre mujeres y hombres. BOE nº 272, de 14 de octubre.
- ESPAÑA (2020). Real Decreto 901/2020, de 13 de octubre, por el que se regulan los planes de igualdad y su registro y se modifica el Real Decreto 713/2010, de 28 de mayo, sobre registro y depósito de convenios y acuerdos colectivos de trabajo. BOE nº 272, de 14 de octubre.
- ESPAÑA (2022). Ley 15/2022, de 12 de julio, integral para la igualdad de trato y la no discriminación. BOE nº 167, de 13 de julio.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (2022). Informe GEM España 2021-22. Disponible en: <https://www.gem-spain.com/informes-nacionales/>
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (2021). *Emprendimiento de mujeres en España. Análisis de Datos GEM 2020*. Ed. Observatorio del Emprendimiento de España. Disponible en: <https://www.gem-spain.com/informes-nacionales/>

- GRANT THORNTON (2022). Women in Business 2022. Disponible en: <https://www.grantthornton.es/contentassets/409055f0f30a4efca8405ed2283bc41e/20220304-np-espana-logra-el-mayor-numero-de-mujeres-directivas-en-la-mediana-empresa-de-su-historia-nota-de-prensa.pdf>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE). Disponible en: https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t00/mujeres_hombres/tablas_1/10/&file=p04002.px
- INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION (2021). ILO Monitor: COVID-19 and the world of work. Seventh edition. Disponible en: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/briefingnote/wcms_767028.pdf
- Kraus Delorme, C; Bonomo Odizzio, A y Volfovicz León, R (2020). Empoderar el Emprendimiento Femenino Universitario. *Journal of Technology Management & Innovation*. Vol 15, nº 2. DOI: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242020000200071>
- Martín López, S; Bel Durán, P; Lejarriaga Pérez de las Vacas, G y Sánchez Espada, J (2022). ¿Qué iniciativas se están tomando desde las universidades para reducir la brecha de género en emprendimiento y emprendimiento social?. Comunicación presentada al 33 Congreso Internacional del CIRIEC. Valencia, 13-15 junio.
- MASTERCARD (2022). The Mastercard Index of Women Entrepreneurs. Disponible en: <https://www.mastercard.com/news/insights/2022/mastercard-index-of-women-entrepreneurs-2021/>
- MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL (2022). Informe del Mercado de Trabajo de las mujeres. Disponible en: <https://www.sepe.es/HomeSepe/que-es-el-sepe/comunicacion-institucional/publicaciones/publicaciones-oficiales/listado-publico-mercado-trabajo/informe-mercadotrabajo-estatal-mujeres.html>
- MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL (2021). Situación de las mujeres en el mercado laboral. Disponible en: https://www.mites.gob.es/es/sec_trabajo/analisis-mercado-trabajo/situacion-mujeres/index.htm
- MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL (2019). Características de los trabajadores dados de alta en la Seguridad Social. Disponible en internet: https://www.mites.gob.es/ficheros/ministerio/sec_trabajo/autonomos/economia-soc/EconomiaSocial/estadisticas/CaracteristicasTrabajadores/2019/1TRIMESTRE/RESUMEN_1TRIMESTRE.pdf.
- Monzón Campos, J.L; Soler Guillén, A y Chaves Ávila, R (2021). *El empleo de la mujer en las cooperativas y sociedades laborales valencianas tras un año de crisis COVID-19*. Editorial: CIRIEC-España. Disponible en: <http://ciriec.es/?descargar-publicacion=3507>
- Montero González, B y Camacho Ballesta, J. A. (2018) Caracterización del emprendimiento femenino en España: Una visión de conjunto. REVERSCO. Revista de Estudios Cooperativos, nº 129. pp. 39-65. DOI: <http://dx.doi.org/10.5209/REVE.61936>
- Nikon, S; Brännback, M; Casrud, A.L and Brush, C. G (2019). Entrepreneurial intentions and gender: pathways to start-up. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2019, vol. 11, no 3, p. 348-372.
- Oliver, A; Galiana, I y Gutiérrez-Benet, M. (2016) Diagnóstico y políticas de promoción del emprendimiento en estudiantes. *Anales de Psicología/Annals of Psychology*, vol. 32, nº 1, pp. 183-189.

- Piva, E., Rovelli, P (2022). Mind the gender gap: the impact of university education on the entrepreneurial entry of female and male STEM graduates. *Small Business Economics* 59, p. 143–161. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00525-1>
- PWC (2022). Women in work 2022. Disponible en: <https://www.pwc.es/es/publicaciones/diversidad/women-in-work-index-2022.html#:~:text=El%20D%C3%ADa%20Internacional%20de%20la,importante%2C%20mirar%20hacia%20el%20futuro>. Fecha de consulta: 29 de noviembre 2022.
- Red ENUIES, de Centros e Institutos de Investigación en Economía Social (2022). Informe sobre la formación universitaria en Economía Social. Disponible en: <http://ciriec.es/?descargar-publicacion=3584>
- Ruiz Navarro, J. R; Diáñez González, J. P; Franco Leal, N; Sánchez Vázquez, J. M y Camelo Ordaz, C (2021). Informe GUESS España 2021. El espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios. Disponible en: https://www.guesssurvey.org/resources/nat_2021/GUESSS_Report_2021_Spain.pdf. Fecha de consulta: 29 de noviembre 2022.
- Sánchez Cañizares, S y Fuentes García, F J. (2013) Mujer y emprendimiento: Un análisis en el contexto universitario español. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 2013, vol. 19, nº 1, pp. 140-153.
- SEPE (2022). Informe del mercado de trabajo de las mujeres 2022. Disponible en: <https://www.sepe.es/HomeSepe/que-es-el-sepe/comunicacion-institucional/noticias/detalle-noticia.html?folder=/2022/Julio/&detail=Publicado-el-Informe-del-Mercado-de-Trabajo-de-las-Mujeres-2022>. Fecha de consulta: 29 de noviembre 2022.
- UNION FOR THE MEDITERRANEAN (2022). 2021 Regional Progress Report on Gender Equality. Disponible en: <https://ufmsecretariat.org/wp-content/uploads/2022/03/UfM-GenderReport2022.pdf>
- WORLD ECONOMIC FORUM (2022). Global Gender Gap Report. Disponible en: <https://www.weforum.org/reports/global-gender-gap-report-2022/>. Fecha de consulta: 28 de noviembre de 2022.