



33º Congreso
Internacional del CIRIEC
Valencia, 13 – 15 junio
de 2022

Nuevas dinámicas mundiales
en la era post-Covid; desafíos para
la economía pública, social
y cooperativa

El emprendimiento de mujeres en España dentro de la Economía Social: Análisis en el periodo 2016-2020

Marta Cuñat Roldán

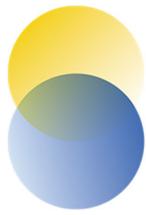
Florida Universitaria

mcunat@florida-uni.es

Rubén J. Cuñat Giménez

Universitat de València

ruben.cunat@uv.es



Resumen

Actualmente el emprendimiento femenino se ha convertido en un fenómeno cada vez más reconocido que visibiliza la contribución de las mujeres al desarrollo económico y social; sin embargo, la participación de las mujeres en los órganos de decisión es en la actualidad mucho más reducida que la de los hombres.

Este trabajo plantea como objetivo realizar un estudio sobre la participación de las mujeres en la dirección de emprendimientos generados en España dentro de la Economía Social, analizando si existen diferencias en función del sexo de la gerencia en los resultados obtenidos por las cooperativas y sociedades laborales creadas durante el periodo 2016-2020.

Para conseguir este objetivo se ha tomado una muestra de 569 cooperativas y sociedades laborales de la base de datos SABI y se han analizado diferentes magnitudes económico-financieras. Los resultados indican que hay diferencias en la mayoría de las variables analizadas y que son debidas fundamentalmente a la dificultad que tienen las mujeres en crear negocios donde se exige un mayor aporte de capital y es más difícil la conciliación personal y profesional.

Palabras clave: Economía Social, empresa social, emprendedor/a social, perspectiva de género.

Abstract

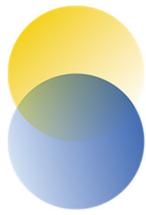
Currently, female entrepreneurship has become an increasingly recognised phenomenon that makes women's contribution to economic and social development visible; however, the participation of women in decision-making bodies is currently much lower than that of men.

The aim of this paper is to carry out a study on the degree of participation of women in the management of Social Economy enterprises generated in Spain during the period 2016-2020, as well as to analyse whether there are differences in the results obtained by the company depending on the sex of the management.

To achieve this objective, a sample of 569 cooperatives and worker-owned companies was taken from the SABI database and different economic-financial magnitudes were analysed. The results indicate that there are differences in most of the variables analysed and that these are mainly due to the difficulty women have in setting up businesses where a greater capital contribution is required and it is more difficult to reconcile personal and professional life.

Keywords: Social Economy, social enterprise, social entrepreneurship, gender perspective.

Introducción



Actualmente, el emprendimiento es uno de los motores clave de cualquier economía, siendo definido desde diferentes perspectivas como la económica, la social o la psicológica. La literatura académica lo relaciona directamente con la acción de la persona, diferenciando tres tipos de emprendimiento: el emprendimiento empresarial, el emprendimiento público y el emprendimiento social. El empresarial se caracteriza por su orientación económica-lucrativa, el público por su vertiente política dirigida a trasladar la cultura de la empresa al sector público; mientras que el social intenta dar respuesta a necesidades sociales a través de valores, conocimientos, capacidad y recursos puestos al servicio de la sociedad (Salinas y Osorio, 2012). En este trabajo nos centraremos en el emprendimiento social.

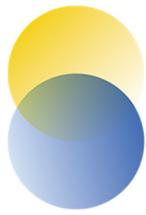
En Europa y en la mayor parte de los países de Latinoamérica, el emprendimiento social se identifica con el concepto de economía social y solidaria debido al valor social añadido que aporta a la economía social (Díaz y Lejarriaga, 2019). Sánchez et al., (2018) afirman que la naturaleza del valor social puede manifestarse de diferentes formas como, por ejemplo, a través de acciones positivas sobre el medio ambiente o fomentando la creación de empleo que favorezca la inclusión social de determinados colectivos.

La Ley 5/2011, de Economía Social¹ fue uno de los factores clave que propició el reconocimiento legal de la figura del emprendimiento social, identificando a determinadas empresas como “entidades de economía social” entre las que se incluyen las sociedades laborales, las cooperativas, las fundaciones, las empresas de inserción, entre otras (Sánchez y Pérez, 2015).

Melián et al. (2017) señalan que los/as emprendedores/as sociales desempeñan un importante papel en la Sociedad, puesto que ofrecen bienes o servicios que cubren necesidades que no han sido cubiertas por otras instituciones, compartiendo objetivos sociales con otros de carácter comercial o financiero que les permiten garantizar la viabilidad y supervivencia de la empresa.

Las crisis económicas de los últimos años han tenido consecuencias notables en el ámbito laboral de hombres y mujeres. La pérdida de empleo en sectores fuertemente masculinizados como la construcción o la automoción ha propiciado que la tasa de desempleo entre hombres y mujeres tienda a igualarse. Sin embargo, las mujeres siguen manteniendo una tasa de desempleo superior a la de los hombres y, además, como confirman diversas investigaciones acerca del tema, tras una crisis, las mujeres son las más perjudicadas, debido a que el empleo de la mujer tarda más tiempo en recuperarse que el de los hombres y, por tanto, esta consecuencia conlleva un retroceso global en la igualdad en el mercado de trabajo (Ortíz, 2017). No obstante, en el ámbito de la economía social, desde el año 2005 la situación laboral de las mujeres sigue evolucionando hacia una representación igualitaria, tanto en las sociedades laborales como en las cooperativas, superando el 40% de la plantilla de trabajadores/as (Martínez et al., 2011).

¹ Ley 5/2011 de 29 de marzo, de Economía Social. *Boletín Oficial del Estado*, núm. 76, de 30 de marzo de 2011.



La literatura económica tampoco ha sido un apoyo real, ya que hasta la década de los años 90 del siglo pasado no empezó a ser visible la figura de la mujer como emprendedora. Sin embargo, a partir de esa década empieza a cambiar y surgen los primeros trabajos que analizan el emprendimiento femenino (Martín-Gutiérrez et al., 2021). Las políticas públicas relacionadas con el emprendimiento empiezan a desarrollarse a lo largo del siglo XXI y la necesidad de una regulación legal que lo incluya empieza a ganar fuerza entre las instituciones europeas, nacionales y autonómicas. Por ejemplo, en el caso de la Comunidad Valenciana, el Decreto Ley 2/2012² fue el principal impulsor de la iniciativa empresarial a través del apoyo a los/as emprendedores/as, microempresas y pequeñas y medianas empresas (Salinas y Osorio, 2012).

En 2017, según datos proporcionados por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 163 millones de mujeres lideraban o iniciaban nuevas empresas en diferentes países de todo el mundo y 111 millones dirigían negocios ya consolidados. Los niveles más altos de emprendimiento femenino se sitúan en países con economías menos desarrolladas, mientras que la tasa de emprendimiento masculina sigue siendo superior a la de las mujeres en la mayoría de los países de la OCDE³ (Dávila, 2019) (Villalobos et al., 2019).

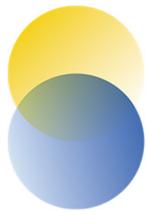
Con el objetivo de conocer la participación de las mujeres en la dirección de emprendimientos generados en España dentro de la Economía Social y su impacto económico, en primer lugar se analiza cual es el perfil de la mujer emprendedora social y cuales son aquellas motivaciones o aspiraciones que la empujan a crear su propia empresa y dirigirla, a continuación se determinan los factores que limitan el emprendimiento femenino y dificultan el acceso y la sostenibilidad de las empresas sociales dirigidas por mujeres. Estos objetivos se complementan con el análisis de una muestra de empresas cooperativas y sociedades laborales extraídas de la base de datos SABI, donde se identifican los emprendimientos generados durante el periodo 2016-2020; y se analizan los resultados económico-financieros alcanzados, distinguiendo entre las organizaciones dirigidas por mujeres y hombres.

1. La mujer emprendedora en el Siglo XXI

La innovación es uno de los elementos del emprendimiento por oportunidad que se caracteriza por introducir nuevas ideas o mejorar productos y servicios a través de la incorporación de diferentes tecnologías, prácticas de trabajo, procesos productivos o formas de hacer negocios (Vélez y Restrepo, 2016). Según datos del Informe GEM 2019-20, la innovación no es uno de los indicadores que caracterice las empresas españolas en general, ya que más del 80% de empresas consolidadas no se consideran innovadoras. Desde la perspectiva de género, podemos afirmar que hay más empresas iniciadas o ya consolidadas masculinas que presentan algún tipo de innovación que las femeninas. Sin embargo, las empresas jóvenes

² Decreto-Ley 2/2012, de 13 de enero, del Consell, de medidas urgentes de apoyo a la iniciativa empresarial y a los emprendedores, microempresas y pequeñas y medianas empresas (pyme) de la Comunidad Valenciana.

³ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos



femeninas son completamente innovadoras en un 5% más que las masculinas (Martín-Gutiérrez et al., 2021). Esta diferencia puede deberse al surgimiento de empresas actuales formadas por equipos de trabajo de emprendedoras y emprendedores jóvenes de diferentes disciplinas que poseen capacidades creativas e innovadoras (Carrillo et al., 2019).

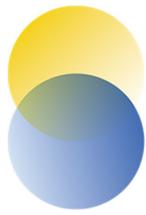
El perfil de la emprendedora social se caracteriza por actuar como agente de cambio social y cumplir con tres requisitos básicos: a) la creación de valor social, b) el compromiso con la comunidad a la que sirve y c) la búsqueda de nuevas oportunidades que ofrezcan procesos de innovación (Ruiz et al., 2019).

Las investigaciones acerca del emprendimiento realizan clasificaciones muy diversas para delimitar el perfil de la mujer emprendedora social en los procesos de dirección y desarrollo de las empresas sociales. Su participación en los órganos de decisión tiene menor presencia que la de los hombres en cualquier empresa en general y en las empresas sociales o de la economía social en particular. Este hecho provoca la denominada segregación vertical y supone una discriminación entre hombres y mujeres para acceder a puestos de responsabilidad y poder (Martínez et al., 2011).

En algunos países, la creación de nuevas empresas se asocia a actividades económicas basadas en el autoempleo y el emprendimiento se relaciona con la necesidad. En otros, en los que la economía del país está más desarrollada, el emprendimiento se asocia a la oportunidad (Villalobos et al., 2019).

Martín-Gutiérrez et al. (2021) clasifican las motivaciones y las aspiraciones de las emprendedoras diferenciando a las empresas jóvenes de las empresas ya consolidadas apoyándose en datos proporcionados por el Informe GEM España 2019-2020. En las empresas nuevas o iniciadas recientemente, las mujeres tienen más motivaciones para emprender basadas en la creación de riqueza o en poseer una renta alta. Sin embargo, cuando la empresa está más consolidada, la gran mayoría de mujeres crean su propio negocio para “ganarse la vida” más allá de lo que supone recibir un beneficio económico notable. Por tanto, se puede afirmar que, en las primeras, las mujeres emprenden más por oportunidad que por necesidad mientras que en las segundas sucede, al contrario.

El informe “Mujeres con impacto. Ecosistema de mujeres emprendedoras sociales en España” del Instituto de Innovación Social de ESADE (2016) también señala el compromiso que persigue el emprendimiento femenino con sus objetivos sociales, más allá de la creación de valor económico. La mayoría de mujeres que emprenden, deciden crear sus propias empresas con la voluntad de contribuir socialmente y mejorar aspectos de la comunidad que presentan una necesidad no cubierta. Rodríguez (2015), en el informe “Europa WEstart Mapping Women’s Social Entrepreneurship in Europe” (2015), coincide en que las mujeres que emprenden socialmente pretenden alcanzar un impacto social determinado ya que la mayoría se dedican a cuestiones sociales relacionadas con la educación, la salud (el cuidado de los/as niños/as, personas mayores o discapacitadas) o los servicios, tanto en su vida privada como



profesional como consecuencia de los roles de géneros inscritos en las sociedades de todo el mundo.

Ruiz et al. (2019) señalan que las mujeres suelen caracterizarse por poseer una mayor sensibilidad a las necesidades de terceras personas, a los problemas de naturaleza social y a tener una mayor predisposición a actuar en favor de la comunidad. Por tanto, la creación de un tipo de empresa que pone el foco sobre lo social es más probable que atraiga a las mujeres personalmente y las impulse a la liderar una empresa de este tipo. Algunos/as autores/as siguiendo esta línea, afirman que las mujeres tienen un estilo directivo diferente al de los hombres por su orientación principal hacia las necesidades de las personas y poseer unas aptitudes individuales, como el nivel de compromiso personal o la eficacia en la acción directiva, orientadas a conseguir el éxito en la empresa (Martínez et al., 2011).

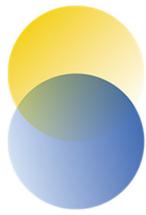
Siguiendo la clasificación de Martín-Gutiérrez et al. (2021) mencionada anteriormente, las mujeres emprendedoras que recientemente han iniciado su propia empresa prefieren dejar como última opción continuar con la tradición del negocio familiar. Sin embargo, no sucede lo mismo con las empresas ya consolidadas ya que heredar una empresa familiar no requiere el mismo nivel de riesgo que necesitaría una empresa novicia.

Respecto al nivel educativo, según Girón (2019), el perfil de la mujer emprendedora presenta un nivel de educación superior al de los hombres en economías basadas en la innovación, como en la europea. En España el nivel educativo de los/as emprendedores/as se sitúa por debajo de la media europea. Sin embargo, en el Informe “Mujeres con impacto. Ecosistema de mujeres emprendedoras sociales en España” (2016), la mujer emprendedora social en España, sigue presentando un nivel educativo superior (93%) al de la emprendedora en general (65%).

Por último, otra de las motivaciones fundamentales por las que las emprendedoras sociales se deciden a poner en marcha sus propios negocios y liderarlos es el hecho de poder crecer como profesionales. La mayoría de mujeres no inician su actividad empresarial únicamente por una necesidad económica derivada del desempleo, sino por la oportunidad que ofrece el ámbito del emprendimiento de sentirse identificadas en un negocio y poder tomar sus propias decisiones, así como la posibilidad de conciliar la vida familiar y profesional, especialmente en países donde las políticas sobre conciliación no están desarrolladas lo suficiente (Rodríguez, 2015).

Una vez delimitadas algunas de las características que conforman el perfil de la mujer emprendedora social y sus motivaciones principales, en el siguiente punto se analizan aquellos factores que, por el contrario, dificultan la puesta en marcha o consolidación de empresas sociales dirigidas por mujeres.

2. Factores que dificultan la creación y sostenibilidad de las empresas sociales por parte de mujeres



Las mujeres que deciden crear o desarrollar su empresa social no son ajenas a las barreras que los emprendedores afrontan en el momento de constituir su propio negocio o liderarlo. A continuación, analizaremos algunos de los factores que dificultan el acceso y la sostenibilidad de las empresas sociales dirigidas por mujeres e intensifican la brecha de género presente en nuestra sociedad.

Sánchez-Torné y Pérez (2020) indican que en las empresas sociales el porcentaje de mujeres empleadas es superior al de los hombres, sin embargo, según datos proporcionados por el Informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM) España de los años 2017-18, la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) presenta una participación masculina ligeramente superior a la femenina (55,1% frente 44,9%). Algunos factores que condicionan estas diferencias son:

1.1 Financiación y acceso al capital

Los potenciales inversores no financian en la misma medida las *start-ups* lideradas por mujeres que por hombres y la brecha de género en la inversión cada vez es mayor (Girón, 2019). De esta manera, podemos señalar que uno de los principales factores que dificultan el emprendimiento de las mujeres es la financiación o el acceso al capital para la creación de negocios sociales.

Villalobos et al (2019) afirman la existencia de una menor valoración de los proyectos llevados a cabo por mujeres, debido a que proporcionan beneficios más a largo plazo, derivados del ámbito de la salud y la educación, frente a los negocios de los hombres dedicados al sector tecnológico con una reinversión más escalable e inmediata en el tiempo. Por tanto, podemos señalar que la elección del sector para el desarrollo de la actividad emprendedora es un factor determinante que genera diferencias entre hombres y mujeres en la dimensión de sus negocios, crecimiento y acceso a las fuentes de financiación, entre otras (Martín-Gutiérrez et al., 2021).

Algunos de los testimonios de mujeres emprendedoras que recoge el informe “Mujeres con impacto. Ecosistema de mujeres emprendedoras sociales en España” (2016) muestran que la mayoría de inversionistas preguntan directamente por temas de familia y embarazo, mientras que otros desconfían en relación a la generación de alianzas o colaboraciones entre entidades.

1.2 Conciliación entre la vida profesional y familiar

Por otro lado, “Europa WEstart Mapping Women’s Social Entrepreneurship in Europe” (2015) destaca que la falta de tiempo y las dificultades para conciliar la vida profesional y familiar son consideradas un factor importante debido a que las emprendedoras suelen disponer de menor tiempo para dedicar a sus empresas sociales, como consecuencia de tener que asumir tareas relacionadas con la esfera de la vida privada y el cuidado de personas dependientes.

Siguiendo esta línea, Tejeiro et al., (2021) coinciden en que la conciliación es un factor importante que tiende a potenciar la brecha de género ya que la mujer, en muchas ocasiones,



sigue ocupándose de las labores del hogar y de los cuidados de los hijos/as, dando lugar a una desigualdad de oportunidades en el mercado laboral.

1.3 Cultura patriarcal y techo de cristal

Las actitudes sociales en el ámbito del emprendimiento femenino también son una barrera en el momento de dirigir una empresa social. Desde hace décadas, se asume que el terreno de los negocios es fundamentalmente masculino y como consecuencia surge entre las mujeres el miedo al fracaso como un obstáculo para emprender (Martín-Gutiérrez et al., 2021).

La estructura patriarcal presente en la sociedad discrimina a las mujeres clasificando ciertos trabajos como masculinos y femeninos. De esta manera, aparecen estereotipos de género que dominan el funcionamiento de la sociedad limitando las competencias propias de la mujer en el ámbito laboral y fomentando la segregación ocupacional entre hombres y mujeres (Ribas y Sajardo, 2004). Además de ello, encontramos la segregación vertical o el llamado techo de cristal que se encuentra presente en la mayoría de empresas sociales. Este fenómeno repercute negativamente en la participación de las mujeres en funciones de dirección y gestión de la empresa generando una desigualdad laboral. Las cooperativas son menos propensas a generar esta desigualdad debido a sus valores y su carácter democrático en los procesos de participación de las mujeres. Sin embargo, la mayoría de empresas sociales en su conjunto presentan una tasa de representación masculina superior a la femenina en los órganos de gobierno (Martínez et al., 2011).

1.4 Ausencia de referentes femeninos con éxito y redes de contacto

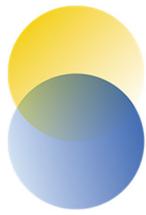
La falta de referentes femeninos es un factor determinante para las emprendedoras sociales ya que históricamente el modelo de referencia en el ámbito del emprendimiento ha sido masculino y actualmente siguen sin visibilizarse ejemplos de mujeres que pueden ser inspiración para futuras emprendedoras (Informe “Mujeres con impacto. Ecosistema de mujeres emprendedoras sociales en España”, 2016).

1.5 Falta de marcos legales y regulatorios adecuados

Una de las primeras y mayores dificultades que encuentran las emprendedoras sociales a la hora de iniciar sus proyectos es la ausencia de un marco legal específico en el que se incluyan las medidas de apoyo al emprendimiento social por parte de los organismos públicos, y una regulación sobre emprendimiento que establezca una figura legal específica para las empresas sociales (Informe “Mujeres con impacto. Ecosistema de mujeres emprendedoras sociales en España”, 2016) lo que dificulta la comprensión de la naturaleza compleja de la empresa social tanto por parte de sus consumidores potenciales como de sus inversores.

3. Metodología y descripción de la muestra

Según datos del Ministerio de Trabajo y Economía Social, el total de cooperativas y sociedades laborales creadas en España durante el periodo 2016-2020 fue de 8816



empresas, de ellas hay registradas en la base de datos SABI un total de 6390. No obstante, solo en 1347 se dispone de información sobre el sexo de la persona que ostenta la dirección de la empresa, con un 30,2% de estas dirigidas por mujeres.

Sin embargo, no todas las empresas registradas disponen de información sobre las diferentes magnitudes económicas y financieras que se quieren analizar, de forma que se seleccionaron finalmente solo las organizaciones con información disponible; siendo 569 el tamaño final de la muestra, de las que un 30,5% están dirigidas por mujeres.

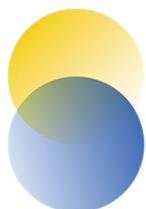
Como podemos observar en la tabla 1, la actividad que más presencia tiene en la muestra analizada es el comercio y los servicios profesionales (electricidad, fontanería, reparaciones...), seguidas ya a distancia de empresas de fabricación y asesoramiento (laboral, fiscal, informático...). Siendo las que menos están presentes las relacionadas con el turismo, hostelería, servicios de limpieza, agricultura y ganadería.

Tabla 1. Distribución de la muestra por tipo de actividades

ACTIVIDAD	Número Empresas	% s/Total
Comercio	168	29,47%
Servicios profesionales	114	19,82%
Fabricación	66	11,58%
Asesorías	50	8,77%
Construcción	33	5,79%
Restauración	32	5,61%
Educación	20	3,51%
Salud	17	2,98%
Transporte	13	2,28%
Peluquería	11	1,93%
Servicios sociales	17	3,33%
Turismo	7	1,23%
Hostelería	6	1,05%
Servicios limpieza	6	1,05%
Agricultura	5	0,88%
Ganadería	4	0,70%
TOTAL	569	100,00%

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos SABI

Para el análisis de la información se utilizó el programa informático SPSS, versión 26, seleccionando como variables de estudio el número de empleados, los ingresos de explotación, resultado del ejercicio, margen de beneficio, ingresos de explotación por empleado y nivel de endeudamiento. Dado el alto grado de dispersión de los valores de estas variables, se recurrió a la mediana como valor de representación del conjunto de la muestra, desagregando la información para el colectivo de mujeres y de hombres.



3. Resultados

La Dirección General de Economía Social indica que el 47,5 % de las plantillas de las empresas cooperativas y sociedades laborales están formadas por mujeres, cifra superior al conjunto de empresas españolas en general, que el Instituto Nacional de estadística (INE) cifra en un 46%. Sin embargo, a finales del 2020 solo el 33% de las empresas en España estaban dirigidas por una mujer.

Tal como podemos ver en la tabla 2, la dirección de empresas cooperativas y sociedades laborales donde las mujeres tienen mayor presencia en la dirección que los hombres está relacionada con empresas de naturaleza social; siendo la Educación y los Servicios Sociales las áreas donde el porcentaje de mujeres directoras es mayor. También es muy significativo el que en las empresas dedicadas a la fabricación y los servicios profesionales el porcentaje de hombres directores es notoriamente superior.

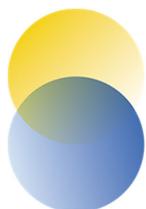
Tabla 2. Distribución de actividades por sexo en la muestra

	MUJERES		HOMBRES	
	Nro. Empresas	%	Nro. Empresas	%
Educación	17	85,00%	3	15,00%
Servicios sociales	13	76,50%	4	23,50%
Servicios limpieza	4	66,67%	2	33,33%
Peluquería	7	63,64%	4	36,36%
Salud	7	41,18%	10	58,82%
Comercio	64	38,10%	104	61,90%
Asesorías	19	38,00%	31	62,00%
Restauración	11	34,38%	21	65,63%
Hostelería	2	33,33%	4	66,67%
Ganadería	1	25,00%	3	75,00%
Agricultura	1	20,00%	4	80,00%
Servicios profesionales	19	15,93%	95	84,07%
Fabricación	10	15,15%	56	84,85%
Turismo	1	14,29%	6	85,71%
Construcción	4	12,12%	29	87,88%
Transporte	1	7,69%	12	92,31%
TOTAL	181	30,50%	388	69,50%

Fuente: Elaboración propia a partir de base de datos SABI

En la tabla 3 y 4 se han registrado los resultados alcanzados por las empresas de la muestra respecto a las magnitudes económicas y financieras propuestas en este trabajo, separando entre organizaciones dirigidas por mujeres y por hombres.

Al realizar una comparativa entre los dos colectivos respecto a cada una de las variables, podemos llegar a las siguientes conclusiones:



- Respecto al **número de empleados**, no hay diferencias en el tamaño de las organizaciones dirigidas por mujeres y por hombres. Aunque en los hombres hay una cooperativa de gran tamaño, esta es solo una excepción.
- En los **ingresos de explotación** comienzan a aparecer importantes diferencias en los grupos analizados. Se puede observar que la mediana de los ingresos en las organizaciones regentadas por los hombres es casi el doble del de las mujeres. También es interesante resaltar que mientras que en las organizaciones dirigidas por mujeres el 50% de las empresas no llegan a los 100000 euros de facturación, en la de los hombres se sobrepasa, llegando un 25% de estas empresas a importes superiores a 300000 euros.
- Con respecto a los **resultados del ejercicio**, en el grupo dirigido por hombres son ligeramente mayores, aunque la mediana nos muestra valores muy bajos para ambos colectivos.
- El **margen del beneficio** sigue la misma dinámica que los resultados del ejercicio. En cualquier caso, podemos destacar que el 50% de las empresas con porcentajes de márgenes positivos se iguala en ambos grupos.
- En los **ingresos por empleado** se sigue la misma tendencia que venimos comentando en las variables anteriores.
- Finalmente, en el **nivel de endeudamiento** no se perciben diferencias.

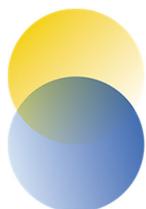
Tabla 3. Magnitudes económicas y financieras analizadas en el periodo 2016-2020 (Mujeres)

	Número empleados	Ingresos Explot. (miles)	Rdo. Ejercicio (miles)	Margen Beneficio (%)	Ingresos empleado (miles)	Nivel endeudam. (%)
Mediana	3	95,64	-1,52	-2,45	38,53	79,58
Valor mínimo	2	2,10	-366,42	-364,52	2,97	0
Valor máximo	23	6001,44	146,50	111,39	382,81	2307,30
Percentil 25	2	51,07	-11,16	-21,42	19,80	45,81
Percentil 50	3	95,64	-1,52	-2,45	38,53	79,58
Percentil 75	4	190,80	4,42	3,19	66,83	105,52
Percentil 90	8	411,05	18,20	13,65	126,11	161,13

Fuente: Base de datos SABI (2022)

Tabla 4. Magnitudes económicas y financieras analizadas en el periodo 2016-2020 (Hombres)

	Número empleados	Ingresos Explotación (miles)	Rdo. Ejercicio (miles)	Margen Beneficio (%)	Ingresos empleado (miles)	Nivel endeudam. (%)
Mediana	3	158,62	0,37	0,28	54,64	71,51
Valor mínimo	2	0,07	-997,19	-21372,2	0	0



Valor máximo	1537	2541475,85	5830,20	57,30	1653,53	1600,38
Percentil 25	2	69,13	-8,99	-10,78	30,15	46,09
Percentil 50	3	158,62	0,37	0,28	54,64	71,51
Percentil 75	4	318,52	7,25	3,96	101,16	95,45
Perceptil 90	7	653,82	35,06	12,36	173,97	148,48

Fuente: Base de datos SABI (2022)

Para completar el análisis realizado en este trabajo, se ha elaborado un contraste con las diferentes magnitudes analizadas en ambos colectivos para identificar si existen diferencias estadísticamente significativas en los resultados. Para ello, en primer lugar, se ha realizado una prueba de normalidad para seleccionar los test más adecuados para el análisis. Como podemos ver en la tabla 5 ninguna de las variables sigue una distribución Normal, por lo que se recurre a un contraste a partir de pruebas no paramétricas.

Tabla 5. Prueba de Kolmogorov-Smirnov de normalidad para la muestra analizada

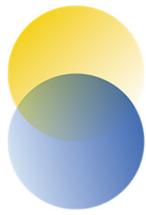
	Estadístico	gl	Sig.
Ingresos de explotación	0,493	568	0,000
Resultado del Ejercicio	0,388	568	0,000
Endeudamiento	0,310	568	0,000
Número empleados	0,460	568	0,000
Margen de beneficio (%)	0,294	568	0,000
Ingresos de explotación por empleado	0,245	568	0,000

Fuente: Elaboración propia

Del resumen de contrastes de hipótesis que podemos ver en la tabla 6 se deduce que hay diferencias estadísticamente significativas en la distribución de las variables correspondientes a los Ingresos de explotación, el Resultado del ejercicio, el Margen de beneficio y los Ingresos de explotación entre las empresas analizadas dirigidas por mujeres y por hombres; mientras que no hay diferencias relacionadas con el número de trabajadores y el nivel de endeudamiento.

Tabla 6. Resumen de contrastes de hipótesis respecto a las magnitudes analizadas

HIPÓTESIS NULA	PRUEBA	Sig.	DECISIÓN
La distribución de Ingresos de explotación es la misma entre categorías de SEXO.	Prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes	0,000	Rechace la hipótesis nula.
La distribución de Resultado del Ejercicio es la misma entre categorías de SEXO.	Prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes	0,038	Rechace la hipótesis nula.



La distribución de Endeudamiento (%) es la misma entre categorías de SEXO.	Prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes	0,242	Conserve la hipótesis nula.
La distribución de Número empleados es la misma entre categorías de SEXO.	Prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes	0,316	Conserve la hipótesis nula.
La distribución de Margen de beneficio (%) es la misma entre categorías de SEXO.	Prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes	0,020	Rechace la hipótesis nula.
La distribución de Ingresos de explotación por empleado es la misma entre categorías de SEXO.	Prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes	0,000	Rechace la hipótesis nula.

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

Actualmente el emprendimiento es considerado como uno de los motores clave en cualquier economía, siendo el realizado por mujeres y hombres que crean cooperativas y sociedades laborales uno de los que contribuyen de manera más efectiva a dar respuesta a necesidades sociales a través de valores, y en muchos casos siendo una alternativa al empleo de calidad.

Sin embargo, en pleno siglo XXI siguen existiendo diferencias significativas entre las dificultades que encuentran las mujeres para impulsar nuevos negocios frente a los hombres. El trato desigual al que las mujeres se ven sometidas en aspectos como la financiación y acceso al capital se ve reflejado en los problemas que estas tienen para conseguir, por parte de las entidades financieras, los suficientes recursos para poder comenzar la actividad en condiciones.

La cultura patriarcal en la que aún estamos inmersos dirige a las mujeres a actividades donde no se necesita una inversión importante para comenzar y puedan conciliar su vida profesional con la familiar. Esta situación sitúa a sus negocios con mayores dificultades en la sostenibilidad, como muestran los resultados de este estudio, donde tanto los ingresos por facturación como los resultados del ejercicio son notablemente menores entre las organizaciones dirigidas por mujeres que por hombres.

Por otra parte, las mujeres centran los negocios en áreas preferentemente relacionadas con temas sociales, siendo estas áreas las que suelen tener márgenes más bajos debidos fundamentalmente a la naturaleza de la actividad, encontrándose además estas con la ausencia de un marco legal específico que incluya medidas de apoyo al emprendimiento social por parte de organismos públicos.

Es por tanto necesario que la sociedad siga avanzando en el compromiso de generar igualdad de condiciones entre mujeres y hombres para la creación de nuevas empresas dentro de la economía social, rompiendo barreras y aprovechando el potencial de las personas en general y de las mujeres en particular.

Bibliografía



CARRILLO, A., CABALLERO, F.C. Y ROQUE, R.V. (2019). Formación en creatividad e innovación: estudiando las percepciones y prácticas de los jóvenes emprendedores locales. *Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración: RICEA*, 8(15), 1-28.

CORDOBÉS, M. (2016). Mujeres con impacto. Ecosistema de mujeres emprendedoras sociales en España. *Instituto de Innovación Social de ESADE*. Disponible en https://es.slideshare.net/ESADE/estudio-mujeres-con-impacto?qid=b5588f92-1bb5-48d4-b68e-b5022935ca82&v=&b=&from_search=1

DECRETO-LEY 2/2012, de 13 de enero, del Consell, de medidas urgentes de apoyo a la iniciativa empresarial y a los emprendedores, microempresas y pequeñas y medianas empresas (pyme) de la Comunidad Valenciana. *DOGV núm. 6692, de 16 de enero de 2012*.

DÍAZ BRETONES, F., y LEJARRIAGA PÉREZ DE LAS VACAS, G. (2019). Presentación del monográfico: Emprendimiento social y empleabilidad. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos* (129), 9-15. Disponible en <https://doi.org/10.5209/REVE.62962>

GARCÍA VILLALOBOS, J.C., VILLASECA MORALES, D. Y GONZÁLEZ PÉREZ, S. (2019). Emprendimiento femenino y financiación social: un estudio comparado. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, (132), 97-121. Disponible en <https://doi.org/10.5209/reve.65974>

PEÑA, I; GUERRERO, M; GONZÁLEZ-PERNÍA, J; MONTERO, J; ZAPATA HUAMANÍ, G; FERNÁNDEZ LÓPEZ, S; NEIRA GÓMEZ, I; DE PABLO, I; SÁNCHEZ DE LEÓN, J. *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2017-2018*. Editorial Universidad de Cantabria: Santander, 2018; pp. 168

PEÑA, I; GUERRERO, M; GONZÁLEZ-PERNÍA, J; MONTERO, J. *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2019-2020*. Editorial Universidad de Cantabria: Santander, 2020; pp. 152

GIRÓN DÁVILA, M. EUGENIA. (2019). Mujer emprendedora: un futuro marcado por el acceso al capital. *Revista Economistas* (161), 72-84.

LEY 5/2011 de 29 de marzo, de economía social. *Boletín Oficial del Estado, núm. 76, de 30 de marzo de 2011*.

MARTÍNEZ LEÓN, I.M., ARCAS LARIO, N. y GARCÍA HERNÁNDEZ, M. (2011). La influencia del género sobre la responsabilidad social empresarial en las entidades de economía social. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, (105), 143-172. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36718802007>

MARTÍN-GUTIERREZ, A., FERNANDEZ-SALINERO, M. y DE LA RIBA-PICATOSTE, B. (2021). Factores determinantes del emprendimiento femenino en España: Identificación y análisis de una realidad. *Cuestiones pedagógicas*, 2(30), 57-76. Disponible en <https://doi.org/10.12795/CP.2021.i30.v2.04>



MELIÁN, A., CAMPOS, V. y SANCHIS, J.R. (2017). La educación de postgrado en Economía Social en la universidad española, ¿una asignatura pendiente?. *CIRIEC-España. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (89), 33-54.

ORTIZ GARCÍA, P. (2017). El discurso sobre el emprendimiento de la mujer desde una perspectiva de género. *Vivat Academia*, (140), 115-129. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=525754432007>

RIBAS BONET, M.A. y SAJARDO MORENO, A. (2004). La desigual participación de hombres y mujeres en la economía social: teorías explicativas. *CIRIEC-España. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (50), 77-103.

RODRÍGUEZ, E. (2015): Women's Social Entrepreneurship in Spain. WEstart, Mapping Women's Social Entrepreneurship in Europe. Bruselas, European's Women Lobby.

RUIZ PALOMINO, P., KELLY L., y LINUESA LANGREO, J. (2019). Hacia nuevos modelos empresariales más sociales y humanos: El papel de las mujeres en procesos de emprendimiento social y economía de comunión. *Revista Empresa y Humanismo* (22), 87–116. Disponible en <https://doi.org/10.15581/015.XXII.2.87-122>

SALINAS RAMOS, F., OSORIO BAYTER, L. (2012). Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *CIRIEC-España. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (75), 128-151. Disponible en Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17425798008>

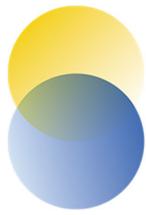
SÁNCHEZ ESPADA, J., MARTÍN LÓPEZ, S., BEL DURÁN, P. y LEJARRIAGA PÉREZ DE LAS VACAS, G. (2018). Educación y formación en emprendimiento social: características y creación de valor social sostenible en proyectos de emprendimiento social. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, (129), 16-38. Disponible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

SÁNCHEZ PACHÓN, L.A. Y PÉREZ CHINARRO, E. (2015). Las entidades de economía social como protagonistas de un nuevo modelo de emprendimiento y medidas legales de apoyo al emprendimiento. *CIRIEC-España. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (84), 35-62.

SÁNCHEZ TORNÉ, I. Y PÉREZ SUÁREZ, M. (2020). Un diagnóstico de situación de la empresa social en España. *GIZAEOA: Revista Vasca de Economía Social*, (17), 7-34. Disponible en: <https://doi.org/10.1387/gizaekoa.22225>

TEJEIRO-KOLLER, M., MOLINA-LÓPEZ, M.Mª y GARCÍA-VILLALOBOS, J.C. (2021). Emprendimiento digital femenino para el desarrollo social y económico: características y barreras en España. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, (138). 1-13. Disponible en <https://doi.org/10.5209/reve.75561>

VÉLEZ-ROMERO, X. Y ORTIZ-RESTREPO, S. (2016). *Emprendimiento e innovación: una aproximación teórica*. Dominio de las Ciencias, 2(4), 346-369



33º Congreso
Internacional del CIRIEC
Valencia, 13 – 15 junio
de 2022

Nuevas dinámicas mundiales
en la era post-Covid; desafíos para
la economía pública, social
y cooperativa