

REPENSANDO LA POLÍTICA EMPRESARIAL: POLÍTICAS ORIENTADAS VERSUS NO ORIENTADAS

Emilio Congregado

Universidad de Huelva y CCTH

Resumen

En este trabajo se reflexiona acerca de las implicaciones de sustituir la supervivencia por la voluntariedad como criterio operativo en el diseño de las políticas de promoción del emprendimiento y el autoempleo. Este enfoque redefine la noción de éxito, normalmente asociada con la supervivencia, que no siempre es un resultado deseado ni deseable. Desde esta perspectiva, las políticas de promoción orientadas al empleo deben considerar nuevas dimensiones, incluyendo acciones que faciliten la salida al empleo asalariado de aquellos autoempleados que están atrapados en el autoempleo.

Palabras clave: autoempleo, política de promoción empresarial, autoempleo voluntario, supervivencia.

Abstract

In this paper, we reflect on the implications of replacing survival with voluntariness as the operational criterion in the design of entrepreneurship and self-employment promotion policies. This approach redefines the notion of success, which is typically associated with survival, a result that is not always desired or desirable. From this perspective, employment-oriented promotion policies must consider new dimensions, including actions that facilitate the transition to salaried employment for those self-employed individuals who are trapped in self-employment.

Keywords: self-employment, entrepreneurship policy, voluntary self-employment, survival.

JEL classification: H25, J24, L26, M13.

I. INTRODUCCIÓN

Si algo ha quedado de manifiesto a lo largo de este número es que la promoción del autoempleo ha sido utilizada con finalidades tan diametralmente opuestas como favorecer un crecimiento de alta intensidad o desarrollar un autoempleo más inclusivo. También hemos podido comprobar que no resulta infrecuente la aplicación de un mismo incentivo a un emprendedor que trata de poner en marcha un proyecto innovador y a un desempleado de larga duración, al que se le empuja a desarrollar un proyecto de emprendimiento para evitar que abandone la búsqueda activa de empleo (Justo *et al.*, 2021), o simplemente para que este episodio en el autoempleo le sirva de puente hacia la jubilación (Parker y Rougier, 2007).

Nuestro punto de partida ha de ser el reconocimiento de que no todo el autoempleo es empresarial. Específicamente, el emprendimiento de alto impacto

(Leibenstein, 1968; Acs, 2008), esto es, el emprendimiento impulsado por la búsqueda de oportunidades de beneficio a través de la innovación o la diferenciación, es distinto, en naturaleza, de lo que podríamos denominar emprendimiento rutinario o emprendimiento replicativo, entendiendo por tal aquel que solo se traduce en la mera creación de nuevas empresas (Guerrero *et al.*, 2015; Guerrero *et al.*, 2016; Urbano *et al.*, 2016; Guerrero *et al.*, 2021).

Solo el primero contribuye, de manera decisiva, a aumentar la productividad y competitividad, facilitando y promoviendo el crecimiento económico.

No obstante, reconocer esta distinción no implica dejar de reconocer la importancia de promover el autoempleo para garantizar la cohesión social o para abordar desafíos clave en el mercado laboral, como el desempleo, el subempleo o la precariedad,

aunque ello suponga contribuir a la disminución de la calidad media del tejido empresarial (Pfeiffer y Reize, 2000; Rissman, 2003; Baumgartner y Caliendo, 2008; Murillo-Huertas, 2023).

Lo que sí es cierto, es que la orientación, objetivos y variables con las que medir los resultados de una estrategia orientada a cualificar el tejido empresarial poco tendrán que ver con las propias de las políticas que aspiren a convertir desempleados en autoempleados.

Desde esta perspectiva, el primer reto es distinguir qué políticas públicas estimulan efectivamente el emprendimiento generador de valor y qué tipos de políticas de promoción del autoempleo no son más que políticas activas de empleo diseñadas para promover el autoempleo entre los desempleados e inactivos –es decir, para ayudar a los desempleados a encontrar trabajo y a los subempleados a mejorar sus habilidades y rendimiento laboral–. El segundo, identificar cuáles han de ser los parámetros por considerar para evaluar el impacto de cada una de ellas. Convendremos que, los grupos-objetivo, las finalidades y la forma de evaluar los resultados de las políticas de promoción orientadas al empleo han de ser muy diferentes a los de aquellas orientadas a mejorar la calidad del tejido empresarial.

Este carácter orientado de las políticas nos ha de permitir establecer de forma nítida cuál es la variable de resultado en cada una de ellas y evaluar de manera rigurosa su efectividad, sin olvidar que, para cada una de ellas, es necesario evaluar sus efectos no esperados, es decir, las posibles interferencias con otros incentivos y otras instituciones del mercado de trabajo (Roman *et al.*, 2011; Congregado *et al.*, 2024).

La necesidad de orientar las políticas es especialmente importante en un momento como este. Al hablar de autoempleo, no podemos ignorar que asistimos a cambios significativos en su dinámica, derivados de las transformaciones de calado que se están produciendo en el marco de las relaciones laborales y que afectan, especialmente, a la composición de la fuerza laboral (Malo, 2018). Nos referimos a la aparición de nuevas formas de empleo y a cómo estas tendencias se traducen en que, en muchas economías avanzadas, el autoempleo está alcanzando máximos históricos (OECD, 2021; Eurofound, 2017; Yssaad y Ferrao, 2019;

Giupponi y Xu, 2020; Henley, 2021; Bay y Koster, 2022; Amuedo-Dorantes, *et al.*, 2024). En este sentido, dependiendo de cuál sea la naturaleza de este repunte, las políticas deberían corregirse en una dirección u otra. Así, mientras que buena parte de la literatura sugiere que gran parte de este crecimiento del autoempleo es protagonizado por formas precarias de autoempleo, ligadas al empleo mediado por plataformas y a la sustitución de formas regulares de empleo por formas de autoempleo dependiente bajo demanda (Boeri *et al.*, 2020; Congregado *et al.*, 2022), también es cierto que, fruto de estos mismos fenómenos, el autoempleo atrae cada vez a un número mayor de trabajadores cualificados (Falco y Haywood, 2016; Kösters y Smits, 2022). De hecho, contrariamente a la visión de que el autoempleo es un sector mayoritariamente compuesto por individuos que han accedido a él como último recurso, vinculado al desempleo y a la precariedad (Rissman, 2006; Baumgartner y Caliendo, 2008), no podemos descartar que este crecimiento esté protagonizado por profesionales que han decidido explotar una oportunidad de negocio, abandonando su empleo asalariado o compatibilizándolo con una actividad por cuenta propia (Folta *et al.*, 2010; Caliendo y Kritikos, 2019; Blázquez *et al.*, 2024).

En este contexto, clarificar los objetivos y estrategias de las políticas de promoción empresarial se revela clave, no solo para aumentar su efectividad, como se pretende de cualquier otra política pública, sino también para evitar efectos indeseados de las mismas. Este capítulo pretende contribuir a este debate cuestionando determinadas prácticas y sugiriendo nuevas perspectivas que han de ayudar a redefinir y precisar los objetivos de las políticas de promoción de autoempleo.

II. LA PROMOCIÓN DEL AUTOEMPLEO Y LA MEDICIÓN DEL ÉXITO

Situar la promoción empresarial como uno de los ejes sobre los que articular una estrategia de competitividad regional es un elemento común en la agenda de actuación política. Consecuencia de todo ello, es que los Gobiernos nacionales y regionales, de forma casi generalizada, invierten grandes partidas y establecen bonificaciones configurando portafolios de políticas de promoción del emprendimiento

y el autoempleo, entremezclando ambas, de forma que sus objetivos no están siempre bien definidos ni tampoco alineados.

En este punto, y pese a situarse como una especie de mantra en el discurso político, la promoción del autoempleo no equivale a crear emprendedores de alto impacto, ni más tiene por qué ser mejor (Shane, 2009; Congregado *et al.*, 2010). En el fondo de este debate se encuentra el hecho de que junto a un autoempleo emprendedor que podemos asociar al dinamismo económico, encontramos otro grupo de autoempleados, caracterizados por su baja calidad, algunos de los cuales se situarán al borde del subempleo, desarrollando trabajos inseguros, inestables y escasamente remunerados. Estos últimos, de forma mayoritaria, decidieron trabajar por cuenta propia por necesidad, por la falta de oportunidades de empleo asalariado. Convendremos que el crecimiento de este último colectivo no es síntoma de una situación favorable ni deseable, y que potenciar su aparición, caso de considerarse conveniente, obedecerá a criterios asociados a combatir el desempleo, pero no a la promoción del emprendimiento. Podemos argumentar, pues, que, dada la heterogeneidad del autoempleo, un aumento de la densidad empresarial no es bueno *per se*; depende de qué tipo de autoempleados lidere ese crecimiento del tejido empresarial. En el fondo, lo que subyace es que la calidad del tejido, y por tanto su capacidad para contribuir al crecimiento, se encuentra condicionada por el peso relativo de cada tipo de autoempleo, de forma que el diseño de cualquier política de promoción debe tener en cuenta qué tipo de autoempleo moviliza. Desde esta perspectiva, y para saber qué tipo de entradas al autoempleo debemos promover según la orientación de nuestra política, deberíamos detectar si existe una mayor probabilidad de éxito para ciertos grupos de población, aquellos que poseen ciertas características demográficas o sociolaborales o para aquellos que acceden a la función empresarial por un motivo diferente.

III. LA MEDICIÓN DEL ÉXITO Y LA CUALIFICACIÓN

Dejando a un lado los problemas asociados a los aspectos metodológicos que probablemente invaliden o condicionen buena parte de los resultados que han informado la formulación de las políticas públicas de

promoción empresarial (1), hay un problema adicional, y todavía más profundo, que requiere de un cambio de enfoque y una reorientación tanto de la investigación como del contenido y alcance de las políticas. Este problema tiene que ver con la formulación de objetivos y la definición del éxito.

La forma fundamental con la que la literatura previa identifica el éxito de cualquier política de promoción es con la duración (con la supervivencia), lo que obedece a razones conceptuales, pero también operativas.

Empezando por las segundas, las dificultades para disponer de datos de rendimientos económicos de la actividad empresarial, unido al bien conocido problema de la infraestimación de las ganancias por parte de los autoempleados (Hamilton, 2000; Dillon y Stanton, 2017), ha hecho que buena parte de la literatura haya optado por el uso de los datos de duración (en el autoempleo) como un indicador de éxito tanto a nivel micro (Millán *et al.*, 2012; Millán *et al.*, 2014) como a nivel agregado (Congregado *et al.*, 2012).

Desde un punto de vista teórico, la literatura sobre emprendimiento pone el énfasis en que los treinta y seis primeros meses de vida de un negocio marcan un momento crítico en términos de supervivencia y crecimiento, y con esta clave, el análisis de los determinantes de la duración ha sido equiparado en este tipo de literatura con el éxito empresarial. De manera análoga, el análisis de la duración en el autoempleo es usado como un indicador de la efectividad de la estrategia de convertir desempleados en autoempleados.

En la práctica, la mayor parte de los estudios empíricos se han centrado, tradicionalmente, en combinar factores económicos y sociodemográficos que nos den pautas acerca de los determinantes de la supervivencia, para que a partir de su conocimiento podamos descubrir grupos y contextos que favorecen esta mayor supervivencia como indicador de éxito, esto es, de que sus resultados orienten el diseño de la promoción empresarial.

Por ejemplo, del análisis de las características sociolaborales suele desprenderse un resultado bastante robusto: que la probabilidad de supervivencia de los empresarios por necesidad –los que previa-

mente eran desempleados– es más baja que la de los empresarios por oportunidad –aquellos cuyo estado anterior era el empleo asalariado–. El corolario de política económica será, pues, que promover el autoempleo entre desempleados será menos efectivo que hacerlo entre empleados; de ahí el interés por identificar el comportamiento de los autoempleados por oportunidad frente a los autoempleados por necesidad, presuponiendo que entre los primeros serán predominantes las formas de emprendimiento genuinas y de alto impacto, mientras que entre los segundos existirá una amalgama de autoempleados involuntarios, precarios y rutinarios. Convendremos que, en alguna medida, la mayor parte de los empresarios de alto impacto serán empresarios por oportunidad y que, por el contrario, la mayor parte de los empresarios por necesidad pertenecerán a la parte más rutinaria del tejido empresarial, pero esta forma de identificación parece poco sutil y resulta poco operativa para una buena definición de las políticas (O'Donnell et al., 2024; Henley, 2021).

Por un lado, habría que pensar si todas las entradas desde el empleo asalariado se pueden asociar a intentos de captura de oportunidades de negocio de alto impacto. Henley (2021) nos pone sobre la pista de que determinadas transiciones de asalariados en pymes no tienen este carácter, sino que obedecen a lo que denomina *entrepreneurial transmission* y a una pérdida de calidad del empleo asalariado.

Por otro lado, cabría plantearse si todas las salidas del autoempleo han de interpretarse en clave de fracaso. Coincidiremos en que la respuesta ha de ser negativa. En la mayor parte de los países europeos, y especialmente en España, la conversión de desempleados en autoempleados fue una fórmula intensamente empleada durante la Gran Recesión. La capitalización del subsidio de desempleo fue, por ejemplo, una de estas fórmulas. La lógica que subyace a esta medida –analizada por las profesoras Cueto y Román en este volumen–, en un escenario económico adverso, es propiciar que el desempleado pueda desarrollar un proyecto por cuenta propia dada la escasa probabilidad de encontrar un empleo asalariado, y que esta experiencia le sirva, al menos de forma transitoria, hasta que el mercado laboral tenga la fortaleza suficiente para poder transitar de nuevo al trabajo por cuenta ajena. En el proceso, este

desempleado convertido en autoempleado podrá decidir permanecer en el autoempleo si cambia su percepción del trabajo por cuenta propia o bien volver al empleo asalariado, evitando, además, la depreciación de su capital humano. No queda claro, pues, si una menor duración en este estado puede asociarse a un fracaso de la política o a una muestra de su efectividad como política de empleo si la salida se ha producido al trabajo por cuenta propia. Pero aún hay más. Una mayor persistencia en el autoempleo, unas mayores duraciones entre aquellos que entraron al autoempleo desde el desempleo, podrían estar debidas a la falta de vigor del mercado laboral y a la incapacidad de generar empleo suficiente para que estos autoempleados involuntarios salgan de nuevo al empleo asalariado. De la misma forma, algunos de los que decidieron acceder de forma voluntaria al desempeño de la función empresarial pueden haber experimentado dificultades que hagan que no formen parte de este tejido empresarial cualificado del que queremos disponer y que, sin embargo, ante la ausencia de oportunidades o debido a la imposibilidad de asumir los costes de salida, también continúen en él de forma involuntaria. En ambos casos, las mayores duraciones no están asociadas al éxito, sino más bien a que han quedado “atrapados” en el autoempleo.

Por tanto, hemos de replantearnos no solo qué tipo de entradas queremos propiciar, sino también si no deberíamos hacer algo para propiciar la salida de los que involuntariamente se encuentran en el autoempleo. Desde esta perspectiva, las políticas deberían incorporar una nueva dimensión asociada a favorecer la transición de estos autoempleados involuntarios al empleo asalariado, con instrumentos parecidos a los tratamientos que las políticas públicas aplican a los desempleados procedentes del sector asalariado de la economía.

IV. HACIA UNA NUEVA VISIÓN

Sobre la base de la discusión anterior, la identificación del tejido empresarial cualificado debe ser reevaluada y, con ello, el propio diseño de las estrategias de promoción empresarial.

Por un lado, perfilando de mejor forma el desempeño de éxito, superando la asociación directa de

este éxito con el motivo de la entrada. Aunque quizá sean predominantes los negocios asociados a las peores oportunidades de beneficio, entre aquellos que acceden al autoempleo empujados por la falta de ofertas de empleo asalariado, no es menos cierto que algunos de ellos tendrán éxito.

Por otro lado, aquellos que realizan voluntariamente una transición desde el empleo asalariado al autoempleo no son necesariamente sinónimo de éxito, sin dejar a un lado la posibilidad de que algunas de estas transmisiones estén forzadas por el propio empleador (Henley, 2023).

Realmente, la decisión de puesta en marcha/entrada al trabajo por cuenta propia, al igual que la de permanencia/salida del desempeño de la función empresarial, son decisiones de reevaluación continua, una toma de decisión dinámica que va cambiando en función de los cambios en los condicionantes del problema de elección de ocupación. En otras palabras, algunos de aquellos que involuntariamente entraron al autoempleo pueden permanecer de forma voluntaria gracias a haber alcanzado una situación de éxito, mientras que algunos empresarios que accedieron al autoempleo de forma voluntaria o involuntaria siguen en esta situación no de forma voluntaria, sino que permanecen atrapados en el autoempleo por no disponer de una mejor alternativa (por ejemplo, de una adecuada oferta de empleo por cuenta ajena).

Además, la salida al empleo asalariado de aquellos que se convirtieron en empresarios “por necesidad” puede ser considerada como un éxito si pensamos que la promoción de la conversión temporal de desempleados en asalariados es un tratamiento –un *stepping Stone*– para aumentar la empleabilidad de los tratados, en tanto en cuanto permite ocupar, al menos transitoriamente, a individuos que deseaban encontrar una oferta de empleo por cuenta ajena.

Convendremos entonces que la asociación del éxito con el motivo de entrada ha de convertirse en una idea superada (O'Donnell et al., 2024). Si queremos identificar el tejido cualificado, deberíamos atender no solo al motivo de la entrada, sino también al carácter voluntario o involuntario de la permanencia y redefinir los objetivos de las políticas orientadas en función de estos criterios.

Este cambio implica la necesidad de volver a estudiar los determinantes del éxito bajo estas nuevas definiciones para identificar cuáles son los grupos objetivo en las políticas de promoción empresarial y cuáles en las políticas activas de empleo.

Finalmente, y haciendo uso de este nuevo perfilado, hay que realizar una profunda reflexión acerca de ciertas cuestiones que hoy día parecen incuestionables en el diseño de la política de promoción empresarial y en las políticas de promoción del autoempleo.

Frente al mero diseño de incentivos para promover el autoempleo de alto impacto entre asalariados y la conversión de desempleados en autoempleados o de programas de ayuda orientados a la retención de empleo –planteando la supervivencia como un objetivo en sí mismo– se abre paso una nueva visión ligada a la voluntariedad o involuntariedad. Bajo estos parámetros, acciones específicas orientadas a potenciar la empleabilidad de aquellos que involuntariamente quedan atrapados en el autoempleo, y que desean salir al empleo asalariado, han de ser nuevas dimensiones por incorporar en estas políticas.

V. CONCLUSIONES

Para el logro de los objetivos descritos, los investigadores han de visitar ciertas relaciones y los determinantes del éxito, bajo este nuevo enfoque basado en la voluntariedad. Al mismo tiempo, han de proporcionar resultados, basados en evaluaciones causales, tanto de las políticas e incentivos diseñados para propiciar la entrada y la permanencia como para facilitar la salida.

Estos resultados han de informar a los responsables políticos en la formulación de estrategias, diferenciando entre los principios que deben guiar las políticas de promoción del emprendimiento y aquellos que deben orientar el uso de políticas de promoción del autoempleo como parte importante de las políticas activas de empleo.

Nuestro principal argumento es que ha llegado el momento de evolucionar desde las políticas de promoción de la entrada al autoempleo y de mantenimiento del empleo/supervivencia empresarial hacia

una visión más integral que otorgue mecanismos de empleabilidad a los autoempleados involuntarios, es decir, que también incluya entre sus objetivos determinadas salidas y no se centre exclusivamente en la entrada o la supervivencia. Pensar en la sostenibilidad o la persistencia de situaciones de precariedad, en un escenario en el que muchos no han optado de manera voluntaria por una relación laboral basada en un autoempleo resalta la necesidad de evaluar en mayor profundidad no solo la cantidad de autoempleo generado, sino también la calidad de estas relaciones laborales.

El autoempleo puede actuar como un salvavidas para quienes no tienen acceso a empleo asalariado, pero a menudo se traduce en una falta de estabilidad económica y seguridad social. Por este motivo, es fundamental distinguir entre aquellos autoempleados que han encontrado en esta alternativa una verdadera oportunidad y aquellos que se encuentran atrapados en un autoempleo de subsistencia. La inclusión de mecanismos y acciones que propicien la empleabilidad de estos no solo ofrece una salida posible a estos últimos, sino que también permite aprovechar su potencial y habilidades, transformándolos en recursos valiosos para la economía.

Pero también es esencial que para aquellos que desean abandonar sus negocios, pero no el sector del autoempleo, se favorezca una segunda oportunidad no vinculada al mantenimiento de la anterior actividad. Aquí es esencial que las políticas evolucionen para incluir un enfoque integral sobre el desarrollo de competencias y la creación de redes de apoyo. La formación continua, la asesoría en gestión empresarial y el acceso a la financiación son aspectos que deben formar parte de estas políticas. Así, al dotar a los autoempleados involuntarios con las herramientas necesarias para mejorar su empleabilidad o su reconversión, no solo se promueve una economía más inclusiva, sino que se refuerza un entorno empresarial más dinámico y diverso.

En resumen, la transición hacia políticas de promoción del emprendimiento debe generar un equilibrio entre la necesidad de fomentar la creación de empresas y la responsabilidad de proporcionar alternativas significativas y sostenibles a quienes deseen escapar de la trampa del autoempleo involuntario. Implemen-

tar una visión que contemple tanto la promoción del autoempleo de alto impacto como la activación de un ecosistema que apoye a los autoempleados involuntarios es esencial para construir un tejido empresarial más dinámico.

NOTAS

- (1) Nos referimos aquí a que han sido resultados derivados de correlaciones y no de análisis de inferencia causal los que fundamentalmente han orientado a los responsables públicos, cuestiones estas que han sido tratadas por el profesor **Parker** en este mismo número.

BIBLIOGRAFÍA

- Acs, Z. J. (2008).** Foundations of high impact entrepreneurship. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 4(6), 535-620.
- Amuedo-Dorantes, C., Borra, C. y Wang, C. (2024).** Asian entrepreneurship in the coronavirus era. *Journal of Population Economics*, 37(1), 22.
- Baumgartner, H. J. y Caliendo, M. (2008).** Turning unemployment into self-employment: Effectiveness of two start-up programmes. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 70(3), 347-373.
- Blazquez, M., Herrarte, A. y Moro-Egido, A. I. (2024).** Well-being effects of the digital platform economy: the case of temporary and self-employment. *Technological and Economic Development of Economy*, 30(6), 1618-1651.
- Boeri, T., Giupponi, G., Krueger, A. B., y Machin, S. (2020).** Solo Self-Employment and Alternative Work Arrangements: A Cross-Country Perspective on the Changing Composition of Jobs. *Journal of Economic Perspectives*, 34(1), 170-95.
- Congregado, E., Carmona, M., Golpe, A. y van Stel, A. (2014).** Unemployment, gender and labor force participation rate in Spain: future trends in labour market. *Journal of Forecasting*, XVII(1), 53-66.
- Congregado, E., De Andrés, M. I., Nolan, E., y Román, C. (2022).** Heterogeneity Among Self-employed Digital Platform Workers. Evidence from Europe. *International Review of Entrepreneurship*, 20(1).

- Congregado, E., Golpe, A. A. y Carmona, M. (2010).** Is it a good policy to promote self-employment for job creation? Evidence from Spain. *Journal of Policy Modeling*, 32(6), 828-842.
- Congregado, E., Golpe, A. A. y Parker, S. C. (2012).** The dynamics of entrepreneurship: hysteresis, business cycles and government policy. *Empirical Economics*, 43, 1239-1261.
- Congregado, E., Rodríguez-Santiago, A. y Román, C. (2024).** Is employment protection legislation a driver or an inhibitor of entrepreneurship? The interaction between stringency and enforcement. *International Journal of Manpower*, 45(10), 115-143.
- Dillon, E. W. y Stanton, C. (2017).** Self-Employment Dynamics and the Returns to Entrepreneurship. *NBER Working Paper*, (w23168).
- Eurofound. (2017).** *Exploring self-employment in the European Union*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Falco, P. y Haywood, L. (2016).** Entrepreneurship versus joblessness: Explaining the rise in self-employment. *Journal of Development Economics*, 118, 245-265.
- Folta, T. B., Delmar, F y Wennberg, K. (2010).** Hybrid entrepreneurship. *Management Science*, 56(2), 253-269.
- Giupponi, G. y Xu, X. (2020).** *What does the rise of self-employment tell us about the UK labour market?* London: Institute of Fiscal Studies.
- Guerrero, M., Cunningham, J. A. y Urbano, D. (2015).** Economic impact of entrepreneurial universities' activities: An exploratory study of the United Kingdom. *Research Policy*, 44(3), 748-764.
- Guerrero, M., Liñán, F. y Cáceres-Carrasco, F. R. (2021).** The influence of ecosystems on the entrepreneurship process: a comparison across developed and developing economies. *Small Business Economics*, 57(4), 1733-1759.
- Guerrero, M., Urbano, D. y Fayolle, A. (2016).** Entrepreneurial activity and regional competitiveness: evidence from European entrepreneurial universities. *The Journal of Technology Transfer*, 41, 105-131.
- Hamilton, B. H. (2000).** Does entrepreneurship pay? An empirical analysis of the returns to self-employment. *Journal of Political Economy*, 108(3), 604-631.
- Henley, A. (2021).** The rise of self-employment in the UK: entrepreneurial transmission or declining job quality? *Cambridge Journal of Economics*, 45(3), 457-486.
- Henley, A. (2023).** Is rising self-employment associated with material deprivation in the UK? *Work, Employment and Society*, 37(5), 1395-1418.
- Justo, R., Congregado, E. y Román, C. (2023).** Becoming self-employed from inactivity: an in-depth analysis of satisfaction. *Small Business Economics*, 56(1), 145-187.
- Kösters, L. y Smits, W. (2022).** 'Genuine' or 'Quasi' self-employment: Who can tell? *Social Indicators Research*, 161(1), 191-224.
- Leibenstein, H. (1968).** Entrepreneurship and development. *The American Economic Review*, 58(2), 72-83.
- Malo, M. Á. (2018).** Nuevas formas de empleo: del empleo atípico a las plataformas digitales. *Papeles de Economía Española*, 156, 146-158.
- Millán, J. M. Congregado, E. y Román, C. (2012).** Determinants of self-employment survival in Europe. *Small Business Economics*, 38(2), 231-258.
- Millán, J. M. Congregado, E. y Román, C. (2014).** Persistence in entrepreneurship and its implications for the European entrepreneurial promotion policy. *Journal of Policy Modeling*, 36(1), 83-106.
- Murillo-Huertas, I. P., Ramos, R., Simón, H. y Simón-Albert, R. (2023).** Is multidimensional precarious employment higher for women? *Journal of Industrial Relations*, 65(1), 44-71.
- O'Donnell, P., Leger, M., O'Gorman, C. y Clinton, E. (2024).** Necessity entrepreneurship. *Academy of Management Annals*, 18(1), 44-81.
- OECD. (2021).** *OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2021*.
- Parker, S. C. y Rougier, J. C. (2007).** The retirement behaviour of the self-employed in Britain. *Applied Economics*, 39(6), 697-713.
- Pfeiffer, F. y Reize, F. (2000).** From unemployment to self-employment-public promotion and selectivity. *International Journal of Sociology*, 30(3), 71-99.
- Rissman, E. R. (2003).** Self-Employment as an Alternative to Unemployment. Federal Reserve of St. Louis, *Working Paper*, 2003-34.

Román, C., Congregado, E. y Millán, J. M. (2011). Dependent self-employment as a way to evade employment protection legislation. *Small Business Economics*, 37, 363-392.

Shane, S. (2009). Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy. *Small Business Economics*, 33, 141-149.

Urbano, D., Aparicio, S. y Querol, V. (2016). Social progress orientation and innovative entrepreneurship: an international analysis. *Journal of Evolutionary Economics*, 26, 1033-1066.

Yssaad, L. y Ferrao, V. (2019). *Self-employed Canadians: Who and Why?* (pp. 1-10). Statistics Canada/Statistique Canada.