



OBSERVATORIO DEL
EMPENDIMIENTO
DE ESPAÑA

+25 años de datos

GUESSS 2023

MUJERES QUE EMPRENDEN, MUJERES QUE CRECEN:

EL EMPRENDIMIENTO COMO MOTOR DE BIENESTAR,
AUTOEFICACIA Y RESILIENCIA EN LAS MUJERES

COLABORAN



GUESSSS 2023

MUJERES QUE EMPRENDEN, MUJERES QUE CRECEN:

EL EMPRENDIMIENTO COMO MOTOR DE BIENESTAR,
AUTOEFICACIA Y RESILIENCIA EN LAS MUJERES

Autoría

- » Ana Pérez-Luño Robledo
- » José Ruiz Navarro
- » Elena Sousa Ginel

Artes gráficas

- » Daniel García Corrales (<http://surgencia.net>)

ISBN

978-84-09-75528-8

COLABORAN



PARTICIPA



ÍNDICE DE CONTENIDO



PRESENTACIÓN	05
PRESENTACIÓN REALE SEGUROS	06
INTRODUCCIÓN	08
GUESSS, UNA HERRAMIENTA PARA LAS POLÍTICAS DE IGUALDAD	09
SOBRE LA AUTORÍA DE ESTE INFORME	11
RESUMEN EJECUTIVO	13
1 INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA DE LAS UNIVERSITARIAS	16
SERRANÍAS VIVAS. DEVOLVER LA ESPERANZA AL CAMPO	20
2 ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS DE LAS UNIVERSITARIAS	22
2.1 Iniciativas emprendedoras nacientes	22
2.2 Iniciativas emprendedoras activas	27
EONSEA. INSPECCIÓN SUBACUÁTICA INTELIGENTE	31
3 FACTORES CONTINGENTES: FORMACIÓN, CLIMA EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO, RAMAS DE CONOCIMIENTO, Y FAMILIA	33
3.1 La formación específica en emprendimiento	33
3.2 Percepción del clima emprendedor universitario	35
3.3 Especialización por ramas de conocimiento	36
3.4 Contexto familiar	38
VISUALNACERT. TECNOLOGÍA PARA UNA AGRICULTURA SOSTENIBLE	39
4 BIENESTAR DE LAS ESTUDIANTES UNIVERSITARIAS	41
4.1 Intenciones de elección de carrera y bienestar	42
4.2 Emprendedoras nacientes y activas y bienestar	45
4.3 Campo de estudio y bienestar	47
WIVI VISION. SALUD VISUAL Y CALIDAD DE VIDA	48
5 AUTOEFICACIA DE LAS ESTUDIANTES UNIVERSITARIAS	51
5.1 Intenciones de elección de carrera y autoeficacia	52
5.2 Emprendedoras nacientes y activas y autoeficacia	54
5.3 Campo de estudio y autoeficacia	55
TERRAMOR. FINCA ECOLÓGICA	56
6 RESILIENCIA DE LAS ESTUDIANTES UNIVERSITARIAS	58
6.1 Intenciones de elección de carrera y resiliencia	59
6.2 Emprendedoras nacientes y activas y resiliencia	61
6.3 Campo de estudio y Resiliencia	62



MIWENDO SOLUTIONS. HACIENDO LAS COLONOSCOPIAS MÁS FIABLES	63
7 CONCLUSIONES Y POSIBLES INTERVENCIONES PARA REDUCIR LA BRECHA DE GENERO	66
AGROLINERA. TECNOLOGÍA PARA LA RECOGIDA, LOGÍSTICA Y VALORIZACIÓN DE RESIDUOS GANADEROS Y LÁCTEOS	68
BIBLIOGRAFÍA	70
ANEXO 1 ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO Y METODOLOGÍA	72
ANEXO 2 CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA Y UNIVERSIDADES PARTICIPANTES	73
ANEXO 3 GLOSARIO	78

PRESENTACIÓN

CAROLINA RODRÍGUEZ ARIAS
CEO DE ENISA



Hay títulos, como el de este nuevo informe, que además de evocar lucha y esfuerzo, nos invitan a mirar al pasado como fuente de inspiración. Y es que, si cualquier avance necesita de arrojo y constancia, alcanzar la igualdad exige doble energía. Como la que tuvo Concepción Arenal, cuyas ganas de aprender y superarse, fueron más fuertes que las prohibiciones impuestas por el hecho de nacer mujer.

La gallega, lejos de conformarse con lo que le tocaba ser, decidió desafiar su destino y convertirse en la primera universitaria de nuestro país. Lo hizo vistiéndose “de hombre” y poniéndose una levita y un sombrero para asistir como oyente a las clases de Derecho que se impartían en Madrid entre 1841 y 1846.

Al ser descubierta, tuvo que dar cuentas al rector y hacer un examen de conocimientos para seguir asistiendo a clase. Como condición adicional, debía entrar cada día a la facultad acompañada por un familiar que entregaba su custodia al bedel, quien a su vez la conducía al aula. Allí no solo se sentaba separada del resto de sus compañeros, sino que, entre clase y clase, permanecía aislada hasta que el profesor la recogía antes de empezar cada sesión.

Esta genealogía que acabo de hacer no es en vano. Arenal me recuerda a todas y cada una de las mujeres que hoy emprenden y crecen emprendiendo. Un empeño que, afortunadamente, ya no se hace en soledad ni bajo tutela, sino de la mano de una sociedad que, apuesta por cerrar la brecha de género, junto a administraciones Públicas que saben que sin la mitad del mundo nos quedamos a medias en todo.

Necesitamos seguir apostando por el 52% de la población no solo por justicia histórica, sino

también porque el desarrollo económico, social y cultural de nuestro país depende de ello.

Tenemos que promover el emprendimiento entre las universitarias diseñando, como reseña este estudio, “itinerarios formativos sensibles a la diversidad de trayectorias, motivaciones y capacidades, y medir y evaluar los resultados de las políticas y acciones. Solo así será posible avanzar hacia un ecosistema universitario más justo, equitativo e innovador”.

Los resultados de esta entrega manifiestan que, aunque las universitarias han incrementado su nivel medio de bienestar respecto a 2021, siguen en desventaja con respecto a ellos en la formación recibida, la percepción de capacidades emprendedoras, la participación en emprendimiento activo, y la confianza para afrontar la incertidumbre. Por eso, el camino de Enisa como el de Concepción Arenal en su día, es inconformista.

Además de participar en observatorios como este, apostamos por la universidad y sus políticas relacionadas con el espíritu emprendedor, como recursos estratégicos para alcanzar la deseada igualdad. Contamos con microcredenciales junto a la UNED que despiertan el apetito por emprender, así como con Emprendedoras Digitales, la financiación que les ayuda a dar el paso de montar un negocio o hacerlo tan grande como cada uno de sus sueños.

Si como decía la escritora Carmen Martín Gaité, la libertad es para soñarla, en Enisa trabajamos para hacer realidad cada uno de los sueños de las emprendedoras que ya lo son y de las que inspiran a las que vendrán.



PRESENTACIÓN REALE SEGUROS

ARANCHA ESCALADA SARABIA

DIRECTORA DE SOSTENIBILIDAD, RELACIONES INSTITUCIONALES Y REALE FOUNDATION

Reale Seguros lleva años apostando por la sostenibilidad, incluso cuando no estaba en la mesa y en las agendas de todos, adaptando sus objetivos y estrategia a la evolución de la sociedad, del medioambiente y las necesidades del entorno en que desarrolla su actividad aseguradora.

Los últimos años han sido convulsos tanto por las exigencias de cumplimiento legales, como por los acontecimientos vividos, que han puesto de manifiesto la necesidad de hacer foco en grupos y realidades, muchas veces olvidadas. Años de transformación que obligan a pensar en la estructura social, económica y territorial. Surge la necesidad de comprender la nueva realidad y de ahí, el interés por el emprendimiento como oportunidad, por la falta de formación para mujeres en este sentido y la capacidad de estas para sacar adelante proyectos por su resiliencia y su autoeficacia. Pero esto, que eran sensaciones, requiere de un diagnóstico, con criterio y rigor. Se necesitan evidencias para saber dónde intervenir de verdad, como herramienta estratégica para poder tomar decisiones.

Reale encontró en los estudios de GUESSS, las respuestas a muchas de estas inquietudes. De sus análisis se desprenden conclusiones tan demoledoras para el aspecto social de la sostenibilidad como que:

- » la inversión en emprendimiento femenino genera impacto social real y medible
- » el emprendimiento mejora de forma significativa el bienestar
- » cuando las mujeres consolidan sus proyectos empresariales, la brecha de género prácticamente desaparece.

Con todo, aspiramos a responder a nuestras dudas, a nuestras inquietudes, pero sobre todo, queremos contribuir a que todos tomemos las decisiones con una base científica. La voluntad es necesaria, pero los análisis rigurosos son obligados. Te invitamos a leer el informe, con el ánimo de que te resulte interesante.



Impulsamos la
TRANSFORMACIÓN DIGITAL
con los mejores programas



100% Gratuito



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA



SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL



Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO



Escuela de
Organización
Industrial



INTRODUCCIÓN

ANA FERNÁNDEZ LAVIADA
PRESIDENTA DEL OBSERVATORIO DEL
EMPRENDIMIENTO DE ESPAÑA (OEE)

Como presidenta del Observatorio del Emprendimiento de España, es para mí un honor presentar este informe *GUESSS 2023: mujeres que emprenden, mujeres que crecen*, fruto de un trabajo colectivo que refleja el compromiso, el rigor y la excelencia de todas las personas implicadas en su elaboración.

Quiero comenzar expresando mi más profundo agradecimiento a sus autores, la profesora **Ana Pérez-Luño Robledo**, el profesor **José Ruiz Navarro** y la profesora **Elena Sousa Ginel**, por la calidad académica, la dedicación y el esfuerzo que han invertido en cada página de este estudio. Asimismo, deseo reconocer la labor fundamental del coordinador nacional del proyecto, el profesor José Ruiz Navarro, cuyo liderazgo y visión han sido determinantes para el éxito de esta edición.

Nuestro agradecimiento se extiende a todos los coordinadores y coordinadoras de las universidades participantes, que con su implicación y capacidad para movilizar al estudiantado han hecho posible que España alcance una de las mayores tasas de participación del proyecto a nivel internacional. Sin su trabajo en la difusión, el seguimiento y la recogida de datos, este estudio no hubiera sido posible.

Quiero también agradecer especialmente a SANFI (**Santander Financial Institute**), la única entidad que ha apostado de forma decidida por este proyecto desde sus inicios, brindando un apoyo continuo que ha hecho posible su consolidación y crecimiento.

Entre los hallazgos más relevantes de esta edición, quiero destacar aquellos vinculados al bienestar y la felicidad, dimensiones estrechamente relacionadas con la salud mental, un aspecto de creciente importancia en nuestras universidades y en la sociedad en general. El informe revela que las estudiantes universitarias con intención de emprender presentan niveles de bienestar más elevados que aquellas que no lo tienen, alcanzando una media de 5,01 sobre 7, y que las emprendedoras activas -es decir, quienes ya dirigen una empresa- registran los niveles más altos de satisfacción personal (5,06), equiparando por completo la diferencia con sus compañeros varones. Estos datos confirman que la experiencia emprendedora, además de generar oportunidades económicas, puede ser un potente motor de autoestima, resiliencia y felicidad.

Este informe no solo nos ofrece una radiografía precisa de la situación del emprendimiento femenino universitario, sino que también constituye una herramienta estratégica para impulsar políticas y programas que fomenten la igualdad de oportunidades, fortalezcan la cultura emprendedora y contribuyan a mejorar el bienestar y la salud mental de nuestras estudiantes. Confío en que sus resultados sirvan de inspiración para seguir avanzando hacia un ecosistema emprendedor más inclusivo, innovador y saludable para todos.

GUESS, UNA HERRAMIENTA PARA LAS POLÍTICAS DE IGUALDAD

JOSÉ RUIZ NAVARRO

DIRECTOR DEL OBSERVATORIO GUESS EN ESPAÑA



El **objetivo del informe** que se presenta es facilitar una herramienta que sirva para articular políticas útiles en el reto de conseguir una mayor igualdad entre mujeres y hombres. Una herramienta para el logro de una cultura emprendedora que facilite mayor igualdad de oportunidades.

La función de dirección requiere de información que permita analizar los resultados de las políticas públicas y facilite la toma de decisiones. Las políticas de igualdad no son ajenas a esta buena praxis. Es por ello que el Observatorio del Emprendimiento de España¹ viene contribuyendo a este reto facilitando información útil para nuestro país de los proyectos internacionales GEM y GUESS.

Los datos globales del observatorio GEM señalan que entre 2001-2005 y 2021-2013, la actividad emprendedora de las mujeres pasó del 6,1% al 10,4% de media en los países participantes en el proyecto. A pesar de ese importante aumento, esas iniciativas seguían siendo inferiores a la de los hombres: **en 2023 solo una de cada diez mujeres estaba involucrada en la puesta en marcha de una nueva empresa**, mientras que entre los hombres, esta proporción era de uno de cada ocho².

En los países de nuestro entorno, **una importante causa de estas diferencias se origina en el sistema educativo**, y tienen componentes relacionados con la intencionalidad de las personas y factores de contexto, entre los que influyen la formación. En este ámbito, la medi-

ción de las variables que inciden en el emprendimiento de alto potencial, el que tiene mayor repercusión en el crecimiento económico y la innovación, están directamente relacionadas con el sistema educativo y más concretamente con las universidades y sus ecosistemas.

Por esta razón, el proyecto internacional **GUESS pone el foco en el espíritu emprendedor del estudiantado universitario, un recurso estratégico** para el desarrollo económico, social y cultural de un país. Los resultados de su décima edición internacional (datos relativos a 2023) detectan importantes diferencias entre mujeres y hombres. De los 226.000 estudiantes encuestados en 1.300 universidades de 58 países, un 13,4% de las mujeres expresaban su intención de crear una empresa al término de sus estudios mientras que este porcentaje en los hombres era de 19%. A más largo plazo, a cinco años vista, subía esta intencionalidad, pero crecía la brecha: el 27,1% de las mujeres deseaban ser empresarias frente al 34,4% de los hombres. Las diferencias eran también relevantes en el porcentaje de mujeres que estaban involucradas en iniciativas emprendedoras (21,5%) inferior a la de los hombres (31,6%), y en las que eran propietarias de una empresa mientras cursaban sus estudios (9,1% ellas; 13,8% ellos)³.

Estos datos, en el caso de España, tienen unos valores que invitan a la reflexión. La **intencionalidad emprendedora** a corto plazo alcanza al 9,6% de las mujeres (16,9% en los hombres) y a cinco años al 19,2% (28,8% en

1 <https://observatoriodelemprendimiento.es>

2 Informe GEM mundial sobre la mujer, en: <https://www.gemconsortium.org/reports/womens-entrepreneurship>

3 Informe GUESS mundial de 2023, en: <https://www.guesssurvey.org/publications/publications/international-reports.html>



ellos), **hay una brecha de 3,8 puntos en el corto plazo, que se dobla en el largo, entre las estudiantes universitarias españolas y la media mundial.** Algo similar ocurre con los datos de **las emprendedoras nacientes**, los hombres casi doblan el porcentaje de mujeres (13,2%) y estas **registran una diferencia con la media mundial de más de ocho puntos.** Algo menor es la diferencia que se da en las estudiantes que son propietarias de una empresa (5,9%) que se sitúan 3,2 puntos por debajo de la media mundial.

Entre los factores de contexto que pesan de manera negativa en estos resultados, destaca el **descenso** respecto a 2021 del porcentaje de las estudiantes (menos del 30%) que han recibido algún tipo de **formación específica para emprender** y la escasa percepción de su utilidad.

El **bienestar subjetivo** de las estudiantes universitarias ha sido también objeto de análisis en el informe. Las comparaciones con los hombres, por ramas de estudios y su relación con la elección de carreras profesionales, entre ellas la de crear una empresa, arrojan datos de gran interés para armar políticas públicas y acciones que faciliten una mayor igualdad. En esta edición, el bienestar medio de las estudiantes superó la nota media y mejoró respecto a la edición de 2021. No obstante, siguen puntuando por debajo de los hombres en casi todas las preguntas que se hacen salvo en que ellas perciben que han conseguido las cosas importantes en la vida. La información obtenida **relaciona positivamente la intención de emprender, la de estar involucradas en un proyecto emprendedor o poseer una empresa, con una mayor percepción de bienestar.**

Estos efectos benefactores de experiencias emprendedoras se extienden también a la percepción de autoeficacia y resiliencia. Aunque ellas, presentan menores niveles que sus compañeros varones, las brechas se estrechan en las estudiantes con experiencias en este campo y prácticamente desaparecen en las mujeres que ya han emprendido o que son

empresarias, lo que evidencia que **el proceso emprendedor actúa como factor igualador entre mujeres y hombres.**

Todo ello confirma que las universidades y sus políticas relacionadas con el espíritu emprendedor, son recursos estratégicos para alcanzar la deseada igualdad. Son semilleros de oportunidades que apalancan las capacidades de las mujeres, su bienestar y contribuyen a mayores logros profesionales y al desarrollo económico, social y cultural de nuestro país.

Para resaltar los logros de las universitarias que eligieron la carrera profesional de ser empresarias, en el informe se recogen las experiencias de **siete casos ejemplares de buen hacer empresarial y del alto valor de las mujeres** que los han impulsados. Mis felicitaciones y agradecimientos a las contribuciones de Carmen Bueno, Camila Rodríguez, Mercedes Iborra, Eva García, Cristina Secades, Marta Guardiola, y Verónica Menéndez.

Este informe GUESSS no hubiese sido posible sin la labor de investigación colaborativa que despliega su red internacional y nacional. Nos llena de orgullo, y es también un dato relevante, que la **red de las 72 universidades de España** consiguió movilizar al mayor número de estudiantes de todo el mundo en la última edición del proyecto por segunda vez consecutiva. A todas las compañeras y compañeros que logran con su esfuerzo que GUESSS funcione les agradezco sinceramente su generosidad y el valioso trabajo que realizan. Mi agradecimiento es extensivo a Lucas Infantes-Cagale, por el buen trabajo en el tratamiento de datos, y a mis compañeras coautoras del informe, las profesoras Ana Pérez-Luño y Elena Sousa Ginel, por el tiempo que le han dedicado y por la enorme satisfacción de trabajar con dos excelentes académicas. La valiosa colaboración de ENISA, SANFI y REALE SEGUROS han hecho posible esta investigación, junto con la participación de EOI, a todos, mi sincero reconocimiento y gratitud.

SOBRE LA AUTORÍA DE ESTE INFORME



Ana Pérez-Luño es Catedrática de Universidad del Departamento de Organización de Empresas y Marketing de la Universidad Pablo de Olavide y ha sido Profesora en el Trinity College de Dublín, además de profesora visitante en Jönköping University (Suecia), Syracuse University (EE.UU), New Jersey Institute of Technology (EEUU), King's College Londres (Reino Unido) y Technological University Dublin (Irlanda). Durante su carrera ha participado y liderado un gran número de proyectos de investigación competitivos a nivel internacional, nacional, autonómico y local, así como en grupos PAIDI. Es directora del centro propio de investigación INN-LAB (<https://www.upo.es/inn-lab/en/home/>), del acuerdo de investigación internacional ECREABIEN (<https://www.upo.es/investiga/ecreabien/en/home/>), coordinadora de la línea de investigación en emprendimiento del Instituto Europeo de Sostenibilidad en Gestión (<https://www.iesg.es>), Senior Editor en Business Research Quarterly y Forma parte del Observatorio del Emprendimiento de España, del Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía y del Observatorio Internacional Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey (GUESSS). Como resultado de su trayectoria investigadora tiene más de 50 publicaciones en revistas de impacto, de entre las que destacan, Journal of Business Venturing, Entrepreneurship Theory and Practice, International Journal of Operations and Production Management, Family Business Review, Human Resource Management, Int. J. Entrepreneurship and Innovation Management, Technovation, British Journal of Management, Journal of Engineering and Technology Management, Technology Analysis & Strategic Management, BRQ, Business Research Quarterly, Journal of Business Research, Gender in Management: An International Journal, entre otras; ha presentado más de 100 trabajos en congresos nacionales e internacionales; publica resúmenes de sus investigaciones en prensa, y ha impartido diversos seminarios en universidades como la de Estocolmo, Varsovia, Carlos III de Madrid, etc.



José Ruiz Navarro, es Catedrático Emérito de Organización de Empresas por la Universidad de Cádiz y director del Observatorio internacional *Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey* (GUESSS) en España. Su carrera como Ingeniero Técnico Naval la desarrolló en Astilleros Españoles y en el INI. Es doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Málaga. Ha sido director de la Zona de Urgente Reindustrialización de la Bahía de Cádiz (Ministerio de Industria), consejero de la Caja de Ahorros de Cádiz y empresario en el sector de consultoría. En el ámbito académico, sus investigaciones se han focalizado principalmente en el cambio estratégico, la innovación en las empresas maduras -proyecto desarrollado en la Universidad de Purdue (EEUU) como profesor visitante-, y en los procesos de creación de empresas, produciendo alrededor de un centenar de publicaciones. Fue decano de la Facultad de Ciencias Económica y Empresariales y director de la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz (2007-2017), premio 2012 de la Red de Fundaciones Universidad-Empresa de España a la mejor práctica nacional de transferencia, y Consejero del Consejo Económico y Social de Andalucía (2014-2018). Impulsó y fue director del “*Global Entrepreneurship Monitor*” (GEM) de Andalucía (2002-2023) y fundador del Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía (2024).



Elena Sousa Ginel Elena Sousa Ginel es Profesora Titular de Universidad del Departamento de Organización de Empresas y Marketing de la Universidad Pablo de Olavide. Ha sido profesora visitante en la Carlson School of Business de la University of Minnesota. Forma parte del Observatorio del Emprendimiento de España y del Observatorio del Ecosistema Emprendedor de Andalucía y es co-directora de la Cátedra Mujer Empresaria de la UPO. A lo largo de su carrera ha participado en un gran número de proyectos de investigación competitivos a nivel nacional y autonómico relacionados con la innovación y el emprendimiento. Sus líneas de investigación incluyen la transferencia de conocimiento entre la universidad y la industria, el emprendimiento académico y, más recientemente, el emprendimiento sostenible. Ha publicado sus investigaciones en revistas como la *International Small Business Journal*, *Industrial and Corporate Change*, *Entrepreneurship Research Journal*, *R&D Management*, *Journal of International Entrepreneurship*, and *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, entre otras.



RESUMEN EJECUTIVO

Los principales hallazgos del informe se agrupan en cuatro grandes bloques relacionados con: las intenciones emprendedoras, las actividades emprendedoras nacientes y activas, los factores contingentes que las condicionan, y el impacto del emprendimiento en los recursos psicológicos de las mujeres.

Las intenciones emprendedoras son más bajas en las mujeres

Los resultados del informe GUESS 2023 confirman una tendencia persistente: las mujeres universitarias manifiestan una menor intención emprendedora que sus pares varones. Al finalizar sus estudios, el 9,6 % de las mujeres indica que quiere fundar su propia empresa, frente al 16,9 % de los hombres. Además, la intención emprendedora de nuestras estudiantes ha disminuido casi un punto con respecto a 2021. La brecha de género se incrementa cuando analizamos la intención emprendedora cinco años después de terminar los estudios (19,2 % en mujeres frente al 28,8% en hombres).

Las actividades emprendedoras nacientes y activas avanzan, pero persisten las diferencias

El 17,5% del estudiantado universitario está involucrado en una actividad emprendedora naciente mientras está cursando una carrera, pero los hombres (24,5%) casi doblan el porcentaje de mujeres (13,2%). La experiencia previa en creación de empresas es limitada para ambos géneros y ligeramente menor entre las mujeres (8,99% frente al 11,19%).

El 7,7% ejerce como emprendedoras o emprendedores activos, es decir, poseen una empresa activa mientras estudian, pero el porcentaje de hombres (10,8%) casi duplican el de mujeres (5,9%). La experiencia previa aquí es también menor entre las mujeres, solo el 13,5% de ellas ha creado previamente un negocio, frente al 19,9% de los hombres.

La ambición de convertir su negocio actual en su ocupación principal es menor entre las mujeres (29%) que entre los hombres (34,7%). Ellas declaran tener participación mayoritaria (69,8%) en los negocios que poseen, este porcentaje es algo inferior al de los hombres (73,6%). Además, muestran tener menos satisfacción en la autoevaluación de su actividad que los hombres. No obstante, se observa una evolución positiva respecto a 2021.

Factores contingentes: persiste o se agrava la brecha de género

Persiste la brecha de género en la formación emprendedora: solo el 29,7% de las estudiantes universitarias ha recibido algún tipo de formación en emprendimiento, frente al 34,8% de los hombres. Este dato refleja un retroceso respecto a 2021. La percepción de utilidad de dicha formación también es menor entre las mujeres, aunque es superior a la manifestada en 2021.

Las mujeres valoran ligeramente peor el clima emprendedor universitario que los hombres, aunque las puntuaciones han mejorado respecto a 2021.



En cuanto a la especialización por rama de conocimiento, las mujeres siguen estando infra-representadas en ramas STEM, con solo un 9,9% en Ingeniería y Arquitectura y un 8,4% en Ciencias, frente al 23,9% y 15,3% respectivamente en el caso de los hombres. En cambio, el 50,6% de ellas estudia Ciencias Sociales (vs. 41,2% de ellos), donde concentran mayor intención y actividad emprendedora. La intención emprendedora por campo de estudio es significativamente menor entre las mujeres en todos los campos.

El contexto familiar no parece marcar diferencias significativas en la intención de emprender.

Impacto del emprendimiento en los recursos psicológicos de las mujeres

Mejora general del bienestar subjetivo respecto a 2021

En 2023, el bienestar medio de las estudiantes universitarias alcanzó un 4,84 sobre 7, mejorando respecto al 4,70 de 2021. El ítem mejor valorado por las mujeres fue la “satisfacción con su vida”, que sube de 4,86 a 5,15, consolidándose como el principal indicador de bienestar. A pesar de la mejora global, las mujeres siguen puntuando por debajo de los hombres en la mayoría de los ítems, salvo en la percepción de haber conseguido las cosas importantes en la vida.

Las estudiantes universitarias con intención de emprender presentan niveles de bienestar más altos: alcanzan una puntuación media de 5,01, frente al 4,83 de quienes no desean emprender, consolidando la asociación entre emprendimiento y bienestar. Este patrón se mantiene respecto a ediciones anteriores y se refuerza: nuestras estudiantes han pasado de un nivel medio de 4,70 en 2021 a 4,84 en 2023. Además, este efecto positivo del emprendimiento sobre el bienestar es incluso más pronunciado en las mujeres que en los hombres, ya que las estudiantes con intención de emprender presentan un nivel superior al

de sus compañeros varones con la misma aspiración (5,01 frente a 4,92).

Las mujeres con intención de emprender a medio plazo mantienen un nivel elevado de bienestar (4,93), lo que confirma que el emprendimiento sigue siendo una fuente estable del mismo. Las estudiantes que no tienen definida su trayectoria profesional muestran los niveles más bajos, lo que sugiere que la incertidumbre vocacional tiene un impacto negativo en el bienestar.

Las mujeres que están creando un negocio alcanzan una media de 4,90, frente al 4,84 de quienes no lo hacen, consolidando el vínculo entre acción emprendedora y bienestar. Entre 2021 y 2023, en las emprendedoras nacientes subió de 4,77 a 4,90. El emprendimiento activo, cuando se posee una empresa, se vincula con los niveles más altos registrados en 2023. Tanto hombres como mujeres emprendedoras activas alcanzan una puntuación media de 5,06, superando a cualquier otro grupo analizado. Este hallazgo es clave: la brecha de género desaparece cuando las mujeres logran consolidar sus proyectos, lo que subraya la importancia de apoyar la continuidad emprendedora de las mujeres.

Las estudiantes de Ciencias de la Salud (4,98) y de Ciencias Sociales (4,86) son las que reportan mayor bienestar, mientras que las de Arte y Humanidades presentan los niveles más bajos (4,60). Las mujeres solo superen a los hombres dentro del ámbito de Ciencias, lo que refuerza la necesidad de fomentar entornos universitarios más equitativos.

La experiencia emprendedora reduce las desigualdades en percepción de autoeficacia

Las estudiantes universitarias presentan sistemáticamente menores niveles de autoeficacia que sus compañeros varones en todos los indicadores. La media general es de 4,73 frente a 4,99 en ellos. Las mujeres que desean



emprender reportan una autoeficacia de 5,57. Aunque los hombres las superan en puntuación en todas las trayectorias profesionales, la brecha se estrecha significativamente en el grupo con intención emprendedora, tanto a corto como a medio plazo.

Las mujeres que ya están involucradas en emprendimiento naciente alcanzan una autoeficacia media de 5,51 frente a 4,62 de las no involucradas, lo que indica que emprender potencia la autoeficacia y ayuda a cerrar la brecha de género. En este grupo, la diferencia con los hombres es mínima (5,63 vs. 5,51). El patrón se confirma en el emprendimiento activo. Las mujeres emprendedoras activas tienen una autoeficacia de 5,46 frente a 4,69 en las no activas, mientras que los hombres activos llegan a 5,65. Esta diferencia de solo 0,19 puntos refuerza la idea de que la experiencia real emprendedora reduce las desigualdades de género en confianza y percepción de capacidades.

Por campo de estudio, los niveles más altos de autoeficacia se encuentran en Ingeniería y Arquitectura (4,97 mujeres y 5,11 hombres), desafiando el estereotipo de baja confianza femenina en STEM. En cambio, las menores puntuaciones aparecen en Arte y Humanidades, con niveles similares entre géneros (4,53 mujeres / 4,54 hombres). Los hombres superan a las mujeres en todas las disciplinas.

Resiliencia y emprendimiento

Las estudiantes universitarias presentan altos niveles de resiliencia, aunque con una ligera desventaja respecto a sus compañeros varones (5,30 frente a 5,42). Muestran puntuaciones similares a los hombres en indicadores clave como el crecimiento tras la adversidad (5,79 vs. 5,83) y la creatividad para afrontar dificultades (5,24 vs. 5,36), y puntúan igual en la capacidad de reemplazar pérdidas (5,15). Sin embargo, reportan menor control emocional (5,04 vs. 5,34).

La intención de emprender se asocia sistemáticamente con niveles más altos de resiliencia en ambos géneros. Las estudiantes que desean emprender, a corto o medio plazo, alcanzan unas puntuaciones altas de 5,70 y 5,63 respectivamente. Estos datos refuerzan el vínculo entre resiliencia y proactividad profesional.

La implicación en emprendimiento naciente o activo también se relaciona con una resiliencia más elevada. Las mujeres emprendedoras nacientes y activas puntúan 5,72 y 5,72 respectivamente, frente a 5,24 y 5,28 en las que no emprenden. En ambos casos, la brecha de género prácticamente desaparece, lo que sugiere que el proceso emprendedor actúa como factor igualador en términos de resiliencia.

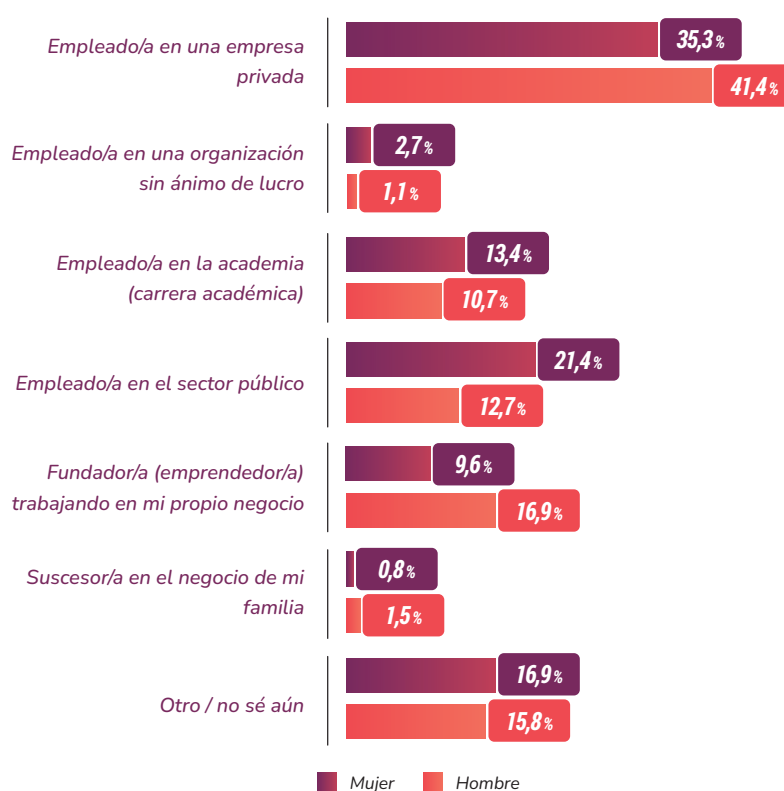
Se observan diferencias por campo de estudio. Las mujeres de Ingeniería y Arquitectura (5,39) y Ciencias Sociales (5,33) muestran mayores niveles de resiliencia que aquellas en Ciencias (5,18) o Humanidades (5,19). Aunque en todos los campos los hombres puntúan ligeramente por encima, la diferencia es especialmente relevante en disciplinas con menor orientación técnica, lo que apunta a la necesidad de reforzar la resiliencia en contextos académicos más humanísticos o científicos.



INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA DE LAS UNIVERSITARIAS

1

Figura 1. Intenciones de elección de carrera al finalizar los estudios



Como se puede observar en la figura 1, aunque la elección prioritaria entre los y las estudiantes al finalizar los estudios es encontrar empleo en una empresa privada, existe una diferencia de seis puntos entre el porcentaje de mujeres y hombres que eligen esta opción. Así en el caso de las mujeres, el 35,3% opta por esta alternativa, frente al 41,4% de los hombres.

Las diferencias entre géneros se hacen aún más evidentes cuando se trata de la opción elegida más frecuentemente en segundo lugar. En este sentido, la elección de carrera preferida por las mujeres en segundo lugar es ser empleada en el sector público, con un porcentaje casi nueve puntos superior al de los hombres (21,4% en el caso de las mujeres, frente al 12,7% de los hombres). En el caso de los hombres, la segunda opción más frecuente es ser emprendedor, con un porcentaje de 16,9% frente al 9,6% de las mujeres. Estos datos muestran de nuevo la existencia de una importante brecha de género en las intenciones de emprender al terminar los estudios. Finalmente, el porcentaje de mujeres que tiene la intención de trabajar en una organización sin ánimo de lucro (2,7%) duplica con creces el porcentaje de hombres (1,1%), poniendo de manifiesto una mayor conciencia social en las mujeres que en los hombres estudiantes.

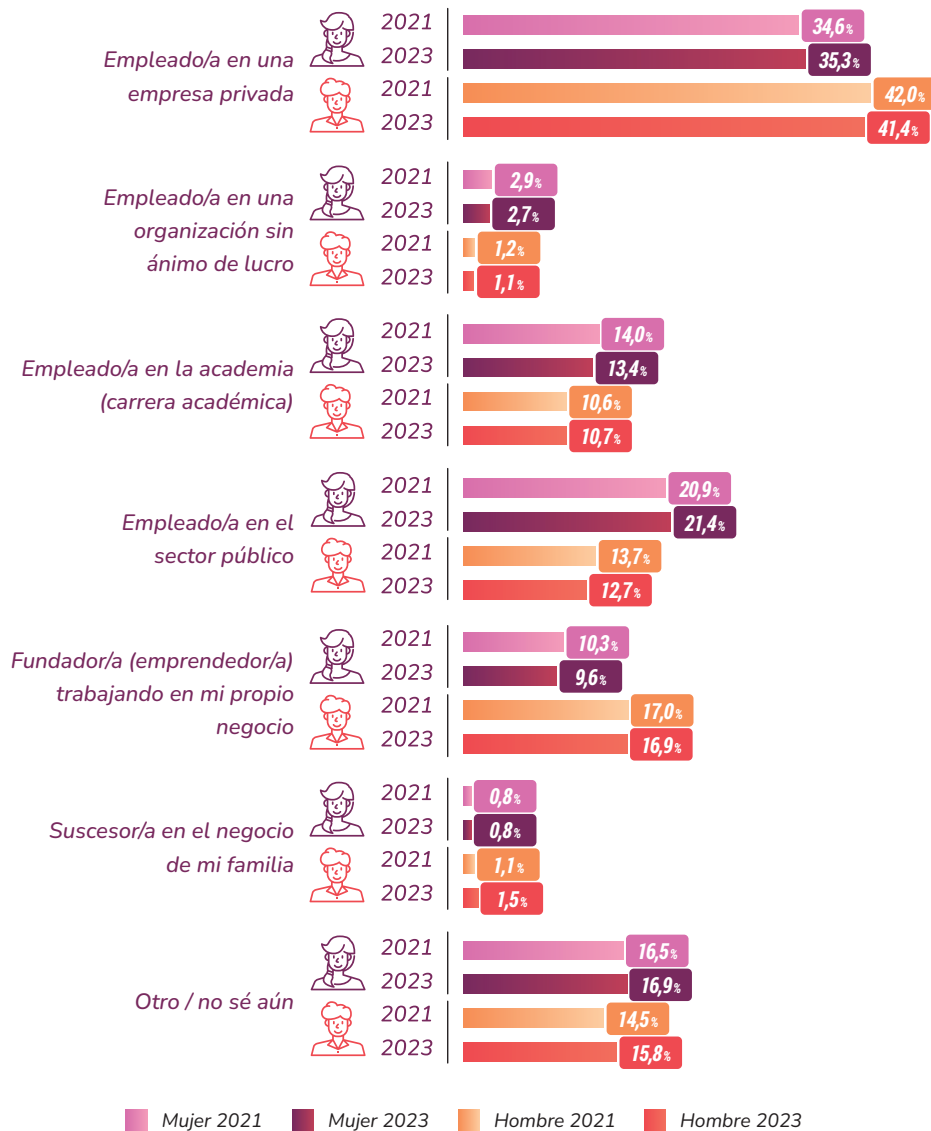
1 INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA DE LAS UNIVERSITARIAS



Si comparamos los resultados acerca de la elección de carrera al finalizar los estudios con los resultados de 2021, en la figura 2, podemos observar que, en 2021, la elección de carrera preferida por las mujeres era ser empleada del sector público o de la academia, con un porcentaje ligeramente superior a la opción de ser empleada de una empresa privada (34,87% frente al 34,63%, respectivamente). En cambio, en 2023, las estudiantes universitarias optan por ser empleadas de una empresa privada, frente al sector público y la academia conjuntamente (35,31% frente al 34,76%).

Por otro lado, los datos también muestran que, mientras en el caso de los estudiantes masculinos la intención de emprender se ha mantenido constante (16,99% en 2021 frente al 16,90% en 2023), el porcentaje de mujeres que tienen la intención de fundar su propio negocio ha descendido del 10,34% en 2021 al 9,62% en 2023. Aunque es cierto que es muy sutil, este descenso en la intención emprendedora contribuye a agravar la brecha de género que pasa de 6,65 en 2021 a los 7,28 puntos porcentuales en 2023.

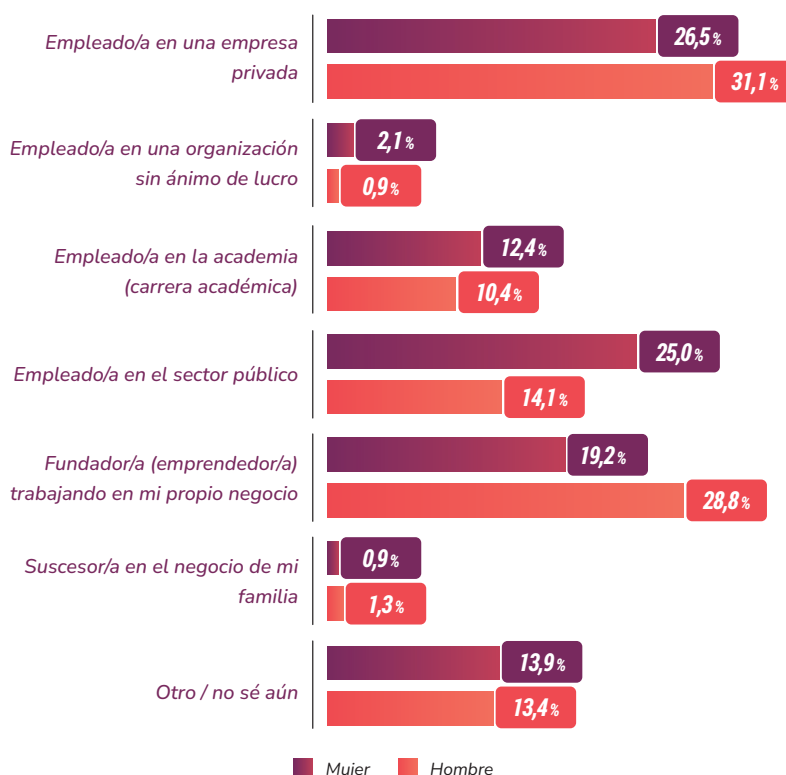
Figura 2. Intenciones de elección de carrera al finalizar los estudios. Comparativa mujeres 2021-2023





Cinco años después de terminar los estudios (Figura 3), la intención emprendedora de mujeres y hombres aumenta, aunque lo hace en mayor medida en el caso de ellos, lo cual incrementa la brecha de género, que pasa de 7,28 puntos al finalizar los estudios a 9,6 puntos cinco años después. Así, el porcentaje de mujeres que tienen la intención de fundar su propio negocio cinco años después de terminar los estudios pasa del 9,6% al 19,2%, mientras que, en caso de sus compañeros masculinos, este porcentaje pasa del 16,9% al terminar los estudios al 28,8% cinco años después. El incremento en la intención emprendedora de mujeres y hombres se produce fundamentalmente a costa de una reducción de la intención de trabajar en una empresa privada, que en ambos casos se reduce alrededor de 10 puntos porcentuales (pasa del 35,31% al 26,5% para ellas, y de 41,4% al 31,1% para ellos). Finalmente, la intención de trabajar en el sector público o en la academia, se incrementa levemente para ambos géneros, siendo este incremento más marcado en el caso de las mujeres (pasa del 34,76% al 37,4%) que en el de los hombres (del 23,4% al 24,5%).

Figura 3. Intenciones de elección de carrera cinco años después de finalizar los estudios

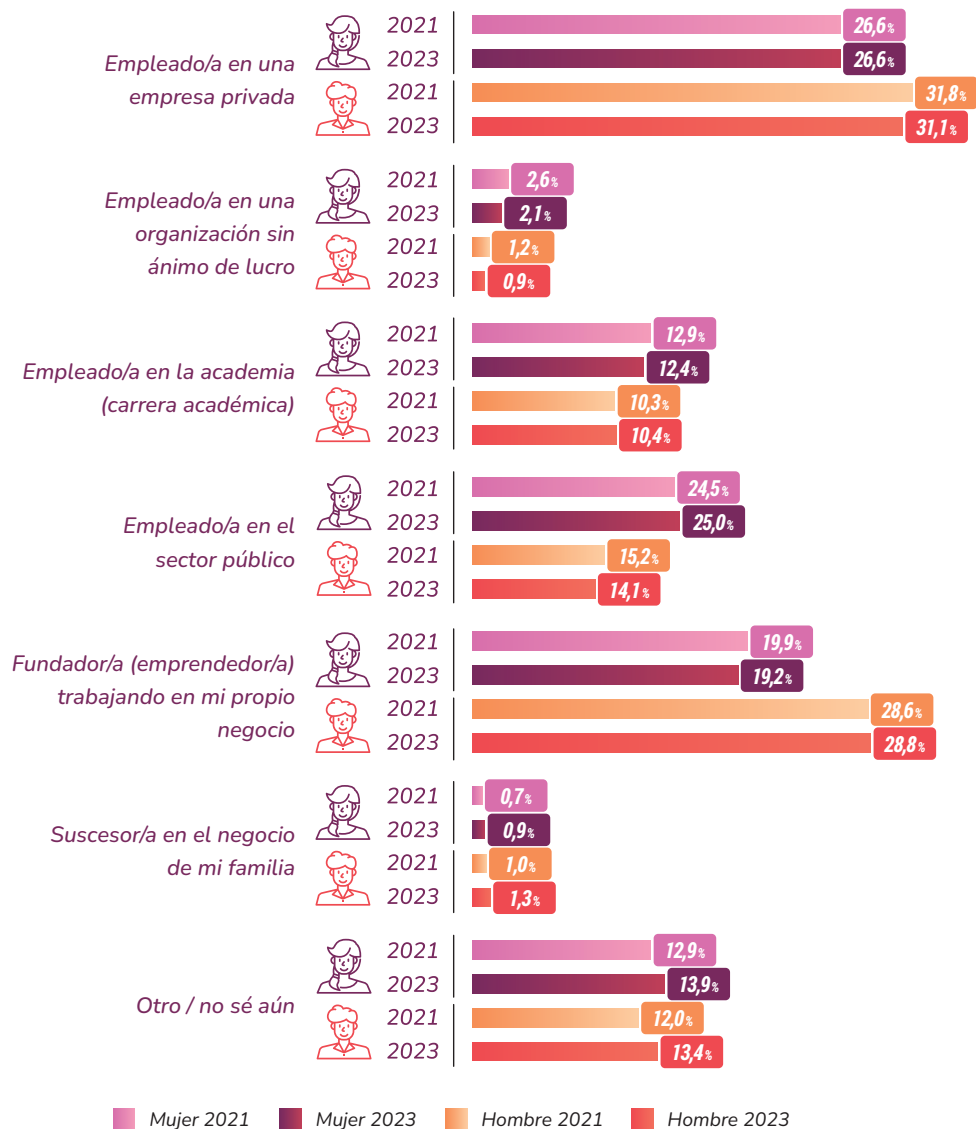


Comparando los resultados con los datos de 2021, aunque en la figura 4 no se observan cambios significativos en la elección de carrera, sí se produce una leve disminución en el porcentaje de mujeres que optan por fundar sus propios negocios que pasa del 19,89% en 2021 al 19,19% en 2023, mientras que, en el caso de los hombres, dicho porcentaje se mantiene prácticamente constante 28,56% en 2021 frente al 28,79% en 2023). Así mismo, el porcentaje de estudiantes que declaran no saber aún lo que quieren hacer cinco años después de terminar sus estudios ha aumentado un punto porcentual en el caso de ellas (de 12,87% a 13,85%), y casi 1,5 puntos en el caso de ellos (de 12,02% a 13,44%).

1 INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA DE LAS UNIVERSITARIAS



Figura 4. Intenciones de elección de carrera cinco años después de finalizar los estudios. Comparativa mujeres 2021-2023



Analizando de forma conjunta las intenciones de carrera al terminar los estudios y cinco años después, se desprende que, en el caso de las mujeres, parte de las intenciones de trabajar para una empresa privada se traslada, en primer lugar, a la intención de trabajar en el sector público, incluyendo la academia y, en segundo lugar, a la intención de emprender. En el caso de los hombres, la intención de ser empleado en una empresa privada se traslada fundamentalmente a la intención de emprender, que se mantiene como segunda opción. Esta diferencia entre hombres y mujeres en la elección de carrera podrían indicar un mayor deseo de estabilidad y seguridad en el empleo en el caso de las mujeres.



MUJERES EMPRENDEDORAS

SERRANÍAS VIVAS

[HTTPS://SERRANIASVIVAS.ORG](https://serraniasvivas.org)

DEVOLVER LA ESPERANZA AL
CAMPO



La Asociación Serranías Vivas (<https://serraniasvivas.org>) reúne a personas y empresas dedicadas a la agricultura, manejo forestal, ganadería y agroturismo en las serranías subbética occidental, unas 500.000 hectáreas repartidas en las provincias de Cádiz, Málaga y Sevilla. Su objetivo es fomentar modelos de gestión agroganadera sostenibles que contribuyan al desarrollo ambiental, económico y social de la región.

Nace de la urgencia de frenar el abandono de explotaciones ganaderas y agrícolas tradicionales, debido a la falta de relevo generacional y al envejecimiento de gran parte de la población rural. Su propósito es dinamizar el territorio insuflando espíritu emprendedor, mejorando el ecosistema e introduciendo innovaciones que apalanquen sus oportunidades, calidad de vida de sus habitantes y las potencialidades paisajísticas y medioambientales de la zona.

La asociación la preside Carmen Bueno Sánchez, Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid (1980) y Máster en Documentación Periodística. Posee un amplio Curriculum como consultora, en gestión de proyectos internacionales, es empresaria y fundadora de El Tambor del Llano, una empresa de agroturismo muy singular, situada en finca de 32 hectáreas cerca de Grazalema, en pleno Parque Natural de la Sierra de Grazalema que fue la primera Reserva de la Biosfera declarada en España (1977). Un lugar de condiciones naturales excepcionales en la Serranía de Ronda.

¿Carmen, cuál fue el motivo principal que os llevó a crear Serranías Vivas?

SERRANIAS VIVAS germina en varias reuniones de personas con explotaciones ganaderas y agrícolas que compartimos las mismas inquietudes por ver cómo se transforma y se pierde nuestro paisaje al desaparecer los modelos tradicionales agrícolas y ganaderos. Nos une una visión común: la urgencia por revertir esta situación y el convencimiento de que las prácticas regenerativas son el mejor aliado. Necesitamos devolver la esperanza al campo, y poner en marcha soluciones que mejoren los retornos económicos, sociales y naturales del medio rural.



¿Qué dificultades para emprender observas que son más relevantes en el ámbito rural?

La falta de estímulo para emprender: la cultura de “las paguitas”, sistema de ayudas etc. que permite vivir sin grandes esfuerzos, más cuando a la ayuda se suma el negocio fácil del alquiler de viviendas. Los jóvenes aspiran a ser funcionarios. No hay cultura de esfuerzo ni interés en asumir riesgos, en innovar, en cambiar los modos obsoletos de producción y comercialización, marcados por un marco normativo opresor.

¿Quién o quiénes os han ayudado en los inicios de los proyectos que tenéis en marcha?

El empeño emprendedor de los socios de Serranías Vivas para hacer realidad nuestra visión es el principal motor. Un capital semilla holandés, y entrar en red con otros territorios regenerativos (la Red Ibérica de territorios regenerativos), nos han dado aliento e impulso,

¿Qué consejos les darías a las universitarias que se plantean la aventura de emprender, de crear su propia empresa?

Que busquen un proyecto que les guste e interese, y no tengan miedo a darlo todo para sacarlo adelante.



ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS DE LAS UNIVERSITARIAS

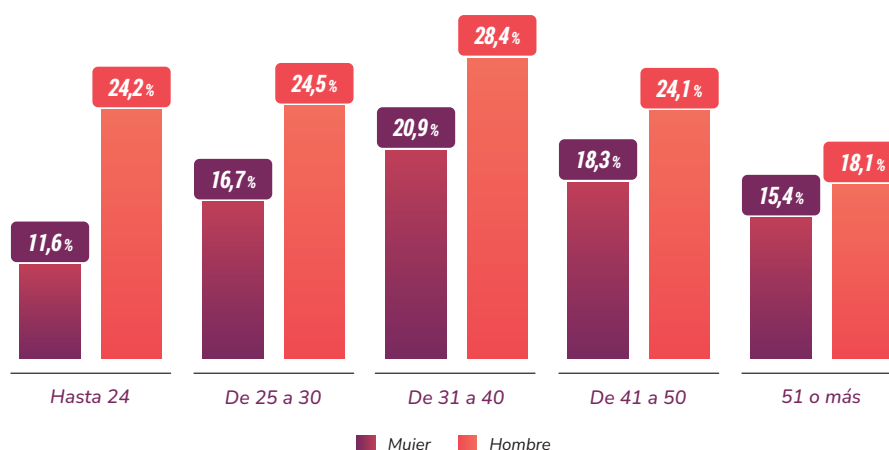
2

2.1. Iniciativas emprendedoras nacientes

El 17,5% del estudiantado universitario está involucrado en una actividad emprendedora naciente mientras está cursando la carrera. Si desglosamos por género, se pone de manifiesto una brecha importante. Así, el porcentaje de mujeres implicadas en iniciativas emprendedoras nacientes es casi la mitad que en el caso de los hombres (13,2% para ellas, frente al 24,5% para ellos).

Su desglose por tramos de edades puede observarse en la Figura 5, que muestra el porcentaje de iniciativas emprendedoras nacientes en cada intervalo de edad. Como se puede observar, en todos los intervalos de edad el porcentaje de estudiantes femeninas que en el momento de la encuesta estaba tratando de montar su propio negocio o trabajar por cuenta propia es inferior al porcentaje de estudiantes masculinos. Tanto en mujeres como hombres, el intervalo de edad en el que existe un mayor porcentaje de iniciativas emprendedoras es entre los 31 y 40 años, con una diferencia entre ambos géneros de casi 8 puntos (20,9% para ellas y 28,4% para ellos). La mayor diferencia en el porcentaje de emprendedoras y emprendedores nacientes se da en el intervalo más joven (hasta 24 años), con una diferencia de casi 13 puntos (11,6% en el caso de ellas, y 24,2% en el caso de ellos). Por el contrario, la menor diferencia en el porcentaje de iniciativas emprendedoras nacientes se da en el intervalo de más 51 años (15,4% de iniciativas emprendedoras femeninas, frente al 18,1% de las masculinas). Esto se debe a la diferencia en los patrones seguidos por mujeres y hombres a la hora de iniciar un nuevo negocio u optar por el autoempleo. En este sentido, aunque en ambos casos, es entre los 31 y 40 años cuando se observa un mayor porcentaje de iniciativas emprendedoras nacientes, en el caso de las mujeres es a partir de los 31 cuando se observan mayores porcentajes. En cambio, en el caso de los hombres, el porcentaje de iniciativas emprendedoras nacientes es más alto desde los intervalos de edad más jóvenes. Esto es congruente con el hecho de que la mujer presenta una menor tendencia a emprender como primera opción que los hombres.

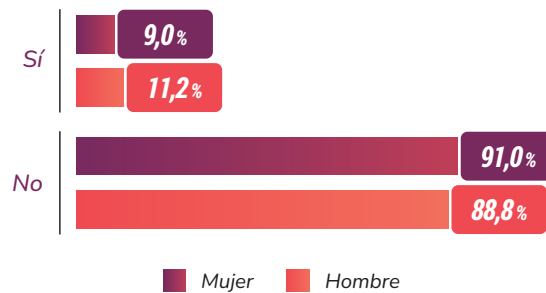
Figura 5. Iniciativas emprendedoras nacientes por género y edad





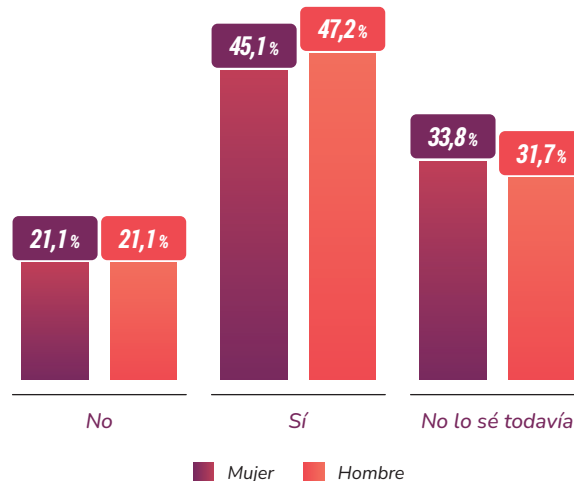
En esta decisión de emprender, un antecedente importante de las iniciativas de creación de nuevos negocios es la experiencia emprendedora previa (Camelo-Ordaz et al., 2024). La figura 6 muestra que el porcentaje de estudiantes emprendedoras y emprendedores nacientes que tienen experiencia previa en la creación de un nuevo negocio es muy reducida, siendo ligeramente inferior en el caso de las mujeres que en el de los hombres (8,99% y 11,19%, respectivamente).

Figura 6. Experiencia previa en creación de empresas



Por otra parte, cuando se pregunta a las emprendedoras y emprendedores nacientes si quieren que el negocio en cuya creación se hayan inmersos se convierta en su ocupación principal, sus respuestas son muy similares. Así el 21,1% tanto de ellas como de ellos coinciden en que no quieren que el negocio sea su principal ocupación. En relación con los y las estudiantes que planean que el negocio sea su principal ocupación, el porcentaje de ellas (45,1%) es ligeramente inferior al de ellos (47,2%) (ver figura 7).

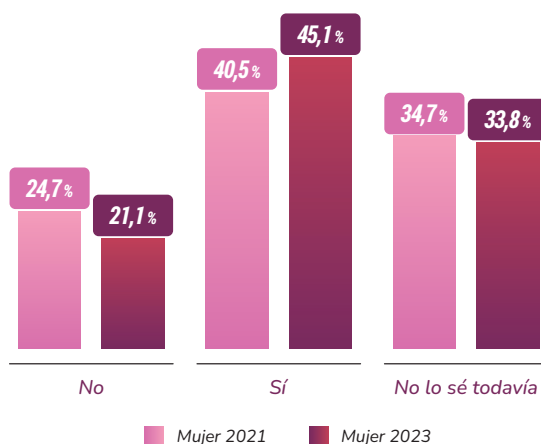
Figura 7. Intención de dedicación principal al negocio tras la graduación



Aunque la diferencia existente entre hombres y mujeres puede reflejar una menor tendencia de ellas a emprender como medio de vida, la comparación con los datos de 2021 puede estar indicando un cambio en esta tendencia, ya que el porcentaje de mujeres que contestaron “Sí” a esta pregunta ha pasado del 40,47% al 45,05% (ver Figura 8).

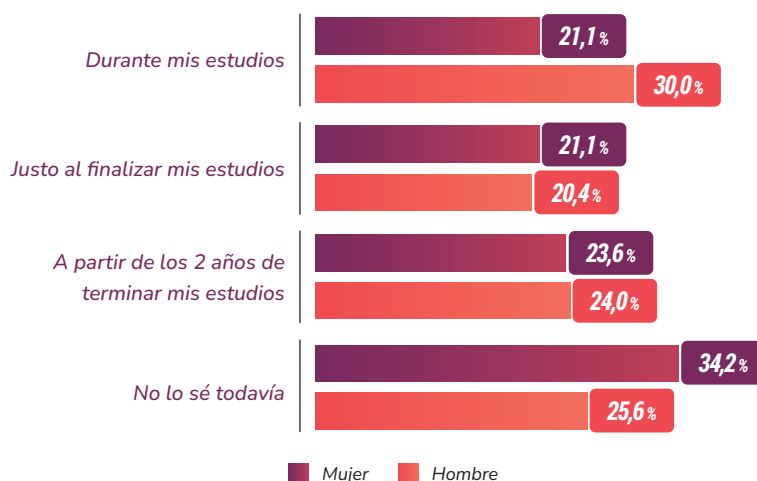


Figura 8. Intención de dedicación principal al negocio tras la graduación Comparativa mujeres 2021-2023



Una cuestión relevante en relación con las iniciativas emprendedoras nacientes es el horizonte temporal en el que se planea completar el proyecto, es decir, ponerlo realmente en marcha. A este respecto, la figura 9 muestra que no existen diferencias significativas entre las mujeres y los hombres que planean poner en marcha el nuevo negocio al terminar los estudios (21,1% de ellas frente al 20,4% de ellos) o a partir de los dos años de finalizar los estudios (23,6% ellas y 24% ellos). En cambio, el porcentaje de mujeres que planea poner en marcha el negocio durante sus estudios es significativamente menor al de los estudiantes masculinos (21,1% de ellas, frente al 30% de ellos) Finalmente, un 34,2% de las mujeres no sabe aún cuándo pondrá en marcha el nuevo negocio frente a un 25,6% de los hombres.

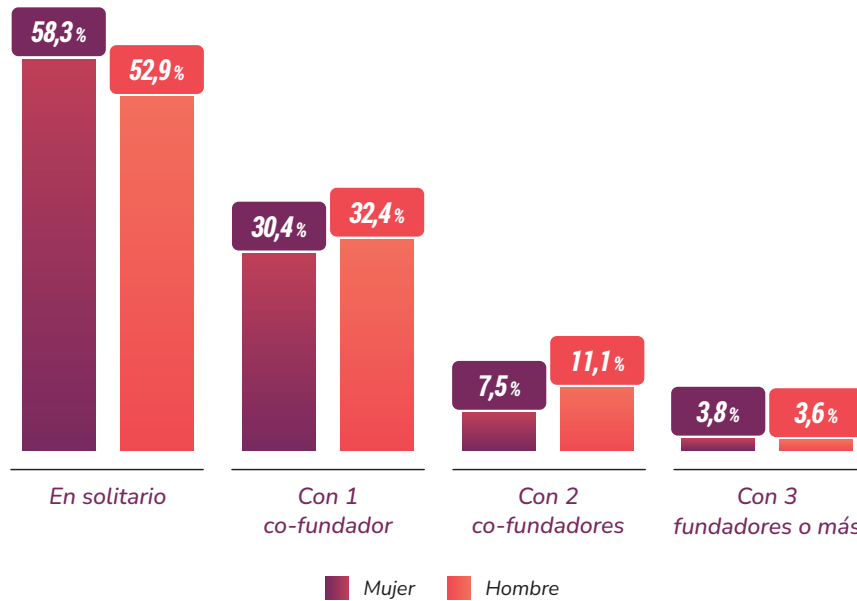
Figura 9. Plazo previsto para completar el proceso de fundación



Estos datos demuestran que las iniciativas emprendedoras nacientes de las estudiantes universitarias tienen un horizonte temporal a medio o largo plazo, mientras que sus compañeros masculinos se plantean un horizonte temporal más a corto plazo. En este sentido, el 42,2% de ellas pretende poner en marcha el negocio durante sus estudios o justo al finalizar sus estudios, mientras que, en el caso de ellos, este porcentaje es del 50,4%. De estos datos también puede interpretarse que las mujeres prefieren finalizar su formación, e incluso trabajar por cuenta ajena o adquirir algo de experiencia, antes de poner en marcha su propio negocio.



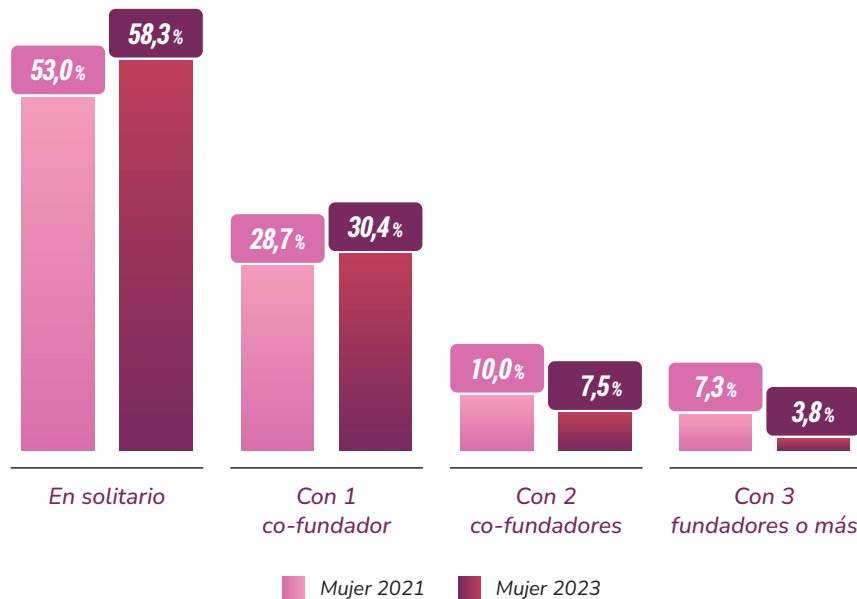
Figura 10. Número de cofundadores de las iniciativas emprendedoras nacientes



En lo que se refiere al número de socios con los que planean crear sus negocios, la figura 10 muestra que las emprendedoras nacientes presentan una mayor tendencia a emprender en solitario que sus iguales masculinos (58,3% de las mujeres frente al 52,9% de los hombres), y que dicho porcentaje se ha incrementado significativamente con respecto al año 2021, en que el 52,96% de las emprendedoras nacientes pretendía emprender en solitario (Ver figura 11). Este fenómeno podría estar mostrando un incremento en la seguridad y autoeficacia de las estudiantes españolas.

El incremento en la intención de emprender en solitario se debe a una disminución en la intención a emprender con dos co-fundadores o más, que ha pasado del 17,31% en 2021 al 11,24% en 2023. En cambio, el porcentaje de mujeres que pretende emprender con un único co-fundador o co-fundadora ha aumentado ligeramente (28,74% en 2021 a 30,41% en 2023).

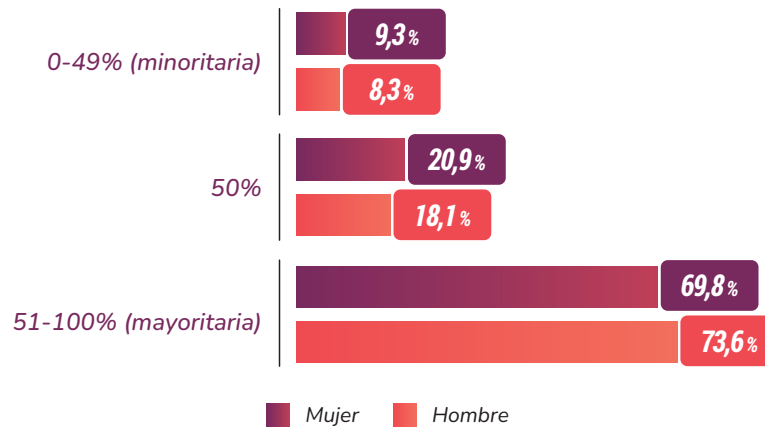
Figura 11. Número de cofundadores de las iniciativas emprendedoras nacientes. Comparativa mujeres 2021-2023





Una cuestión relacionada con el número de co-fundadores es el porcentaje de participación en la propiedad de la nueva empresa.

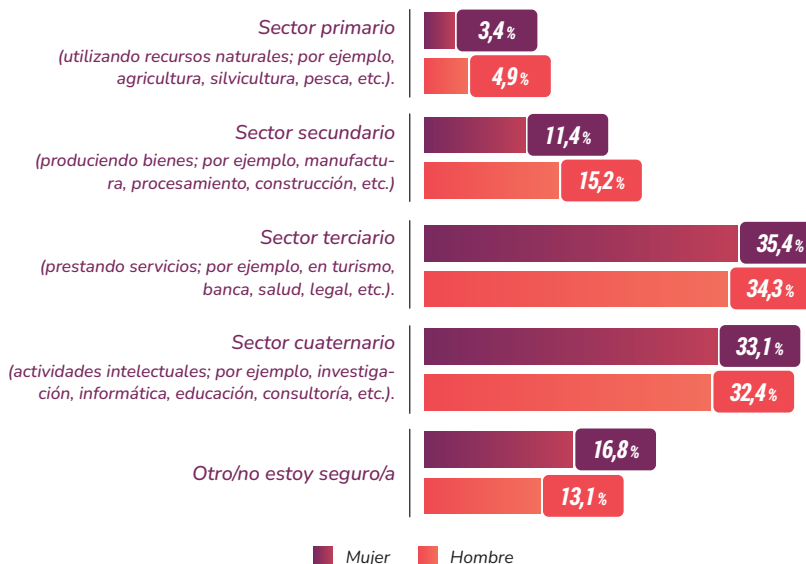
Figura 12. Participación prevista en la propiedad de la nueva empresa



La figura 12 muestra que el porcentaje de mujeres que planea tener una participación mayoritaria en el nuevo negocio (51% o más de la propiedad) es inferior al porcentaje de hombres (69,83% de ellas frente al 73,63% de ellos). Este dato puede ser incongruente con el hecho de que el porcentaje de estudiantes universitarias que planean emprender en solitario es mayor que el de los hombres (como vimos en la tabla 10), lo cual debería reflejarse en un mayor porcentaje de mujeres con una participación mayoritaria. Por lo tanto, de estos datos se podría deducir una menor tendencia de las mujeres a asumir el control del nuevo negocio, así como de correr riesgos.

Finalmente, la figura 13 muestra el sector de actividad en el que se encuadran las iniciativas emprendedoras de los y las estudiantes. En dicha figura se observa que, aunque las diferencias entre mujeres y hombres no son muy significativas, el porcentaje de iniciativas nacientes femeninas supera las masculinas en los sectores terciario y cuaternario (35,4% de ellas frente al 34,3% de ellos; y 33,1% de ellas frente al 32,4% de ellos, respectivamente). En cambio, en los sectores primario y secundario, el porcentaje de iniciativas nacientes masculinas es superior a las femeninas, siendo en este caso la diferencia entre hombres y mujeres mayor (3,4% de ellas frente al 4,9% de ellos; y 11,4% de ellas frente al 15,2% de ellos, respectivamente).

Figura 13. Sector económico principal de la actividad

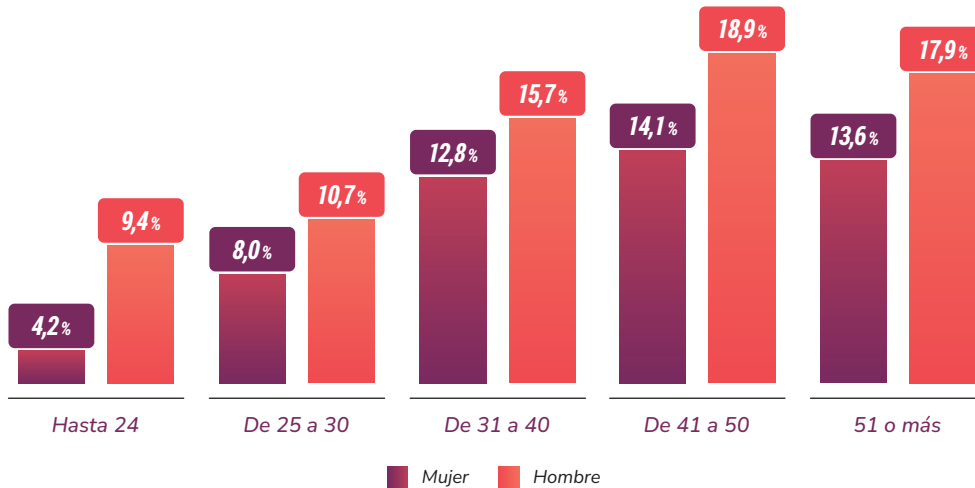




2.2. Iniciativas emprendedoras activas

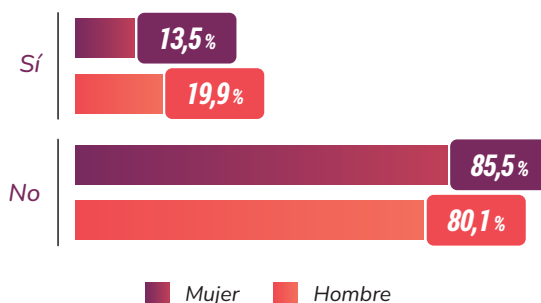
El 7,7% del estudiantado es propietario de una empresa mientras estudia. Si desglosamos por género, de nuevo se pone de manifiesto una importante brecha de género, ya que solo el 5,9% de las mujeres dirigen sus propios negocios, frente al 10,8% de los hombres.

Figura 14. Emprendimiento activo por género y edad



La figura 14 muestra el porcentaje de iniciativas emprendedoras activas por intervalo de edad. Como se puede observar, en todos los intervalos de edad el porcentaje de estudiantes masculinos que en el momento de la encuesta se encontraban dirigiendo su propio negocio o autoempleados supera al porcentaje de estudiantes femeninas. En cambio, tanto mujeres como hombres siguen un patrón similar en cuanto a la edad. Así, el porcentaje de emprendimiento activo presenta su menor valor en el intervalo que va hasta los 24 años, siendo además este intervalo en que existe mayor diferencia entre mujeres y hombres (4,2% de ellas, frente al 9,4% de ellos). A partir de ahí, el porcentaje aumenta progresivamente con la edad, hasta llegar a su máximo entre los 41 y 50 años (14,1% para ellas y 18,9% para ellos), disminuyendo ligeramente a partir de los 51 (13,6% para ellas, frente al 17,9% de ellos).

Figura 15. Experiencia previa en creación de empresas

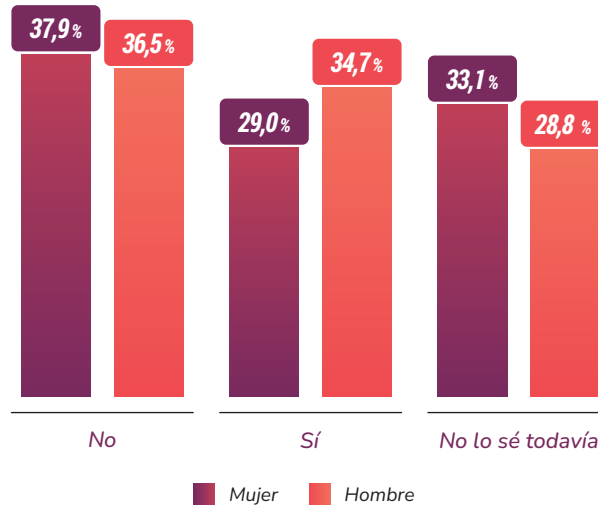


Del conjunto de estudiantes empresarios y empresarias, es interesante observar quiénes tienen experiencia previa en la creación de nuevos negocios. La figura 15 muestra que el porcentaje de estudiantes emprendedoras y emprendedores activos que tienen experiencia previa en la crea-



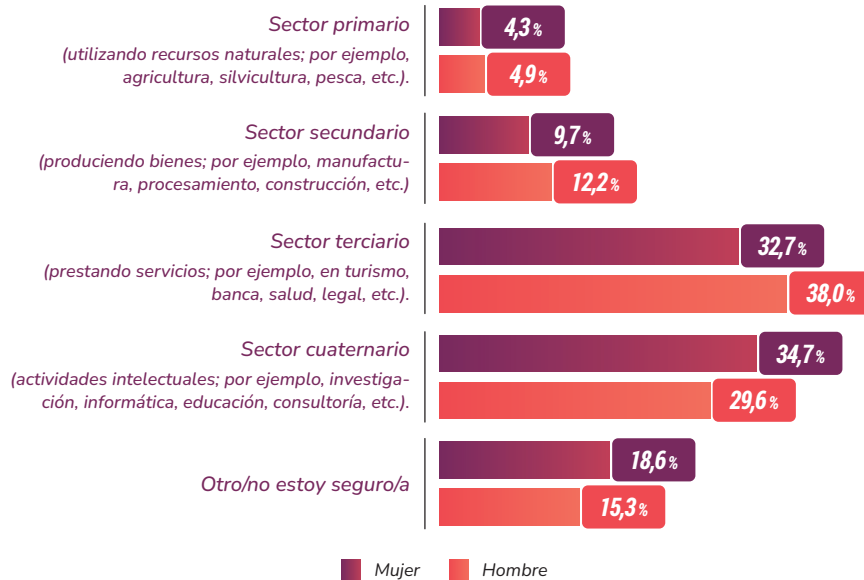
ción de un nuevo negocio es reducida, aunque mayor que en el caso de las iniciativas nacientes. Asimismo, el porcentaje de emprendedoras activas con experiencia previa es 6 puntos inferior al porcentaje de hombres (13,5% ellas y 19,9% ellos).

Figura 16. Intención de dedicación principal al negocio tras la graduación



La figura 16 muestra el porcentaje de estudiantes que quieren que su negocio se convierta en su principal ocupación tras graduarse. Como se puede observar, menos de un tercio de las mujeres (29,02%), y algo más de un tercio en el caso de los hombres contesta SI a dicha pregunta (34,74%).

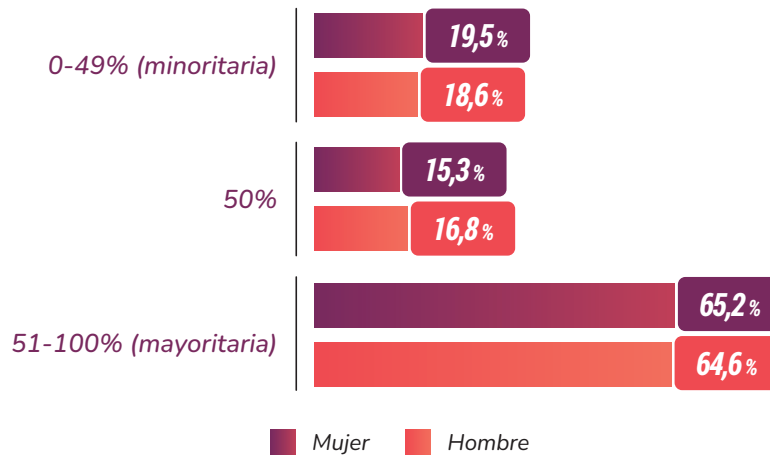
Figura 17. Sector principal de actividad de la nueva empresa



El sector en el que operan la mayor parte de los negocios tanto de ellas como de ellos son el terciario y el cuaternario (Figura 17). Sin embargo, se observan diferencias en cuanto a género. Así, en el caso de las emprendedoras activas, el mayor porcentaje de negocios operan en el sector cuaternario (34,7%), seguidos muy de cerca del sector terciario (32,7%). En cambio, en el caso de los hombres, el sector más frecuente es el terciario, con una diferencia de más de 8 puntos con respecto al sector cuaternario (38% y 29,6% respectivamente).

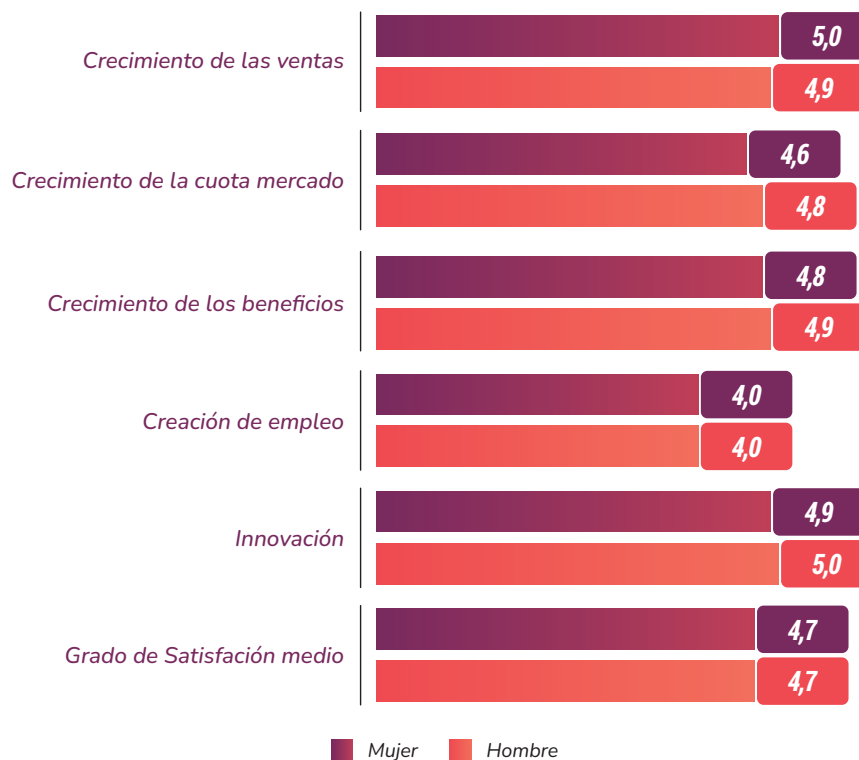


Figura 18. Participación en la propiedad de la empresa



En la figura 18 se recoge el porcentaje de participación de los y las estudiantes en sus negocios. Como se puede ver, aunque las diferencias entre mujeres y hombres son mínimas, el porcentaje de mujeres con participación ya sea minoritaria o mayoritaria es ligeramente superior al porcentaje de hombres (65,2% de ellas frente al 64,6% de ellos, en el caso de la participación mayoritaria; y 19,5% de ellas frente al 18,6% de ellos para una participación menor al 50%). Sin embargo, un mayor porcentaje de hombres comparte la propiedad al 50% (16,8% de ellos, frente al 15,3% de ellas).

Figura 19. Autoevaluación del rendimiento de las empresas activas en comparación con la competencia por género

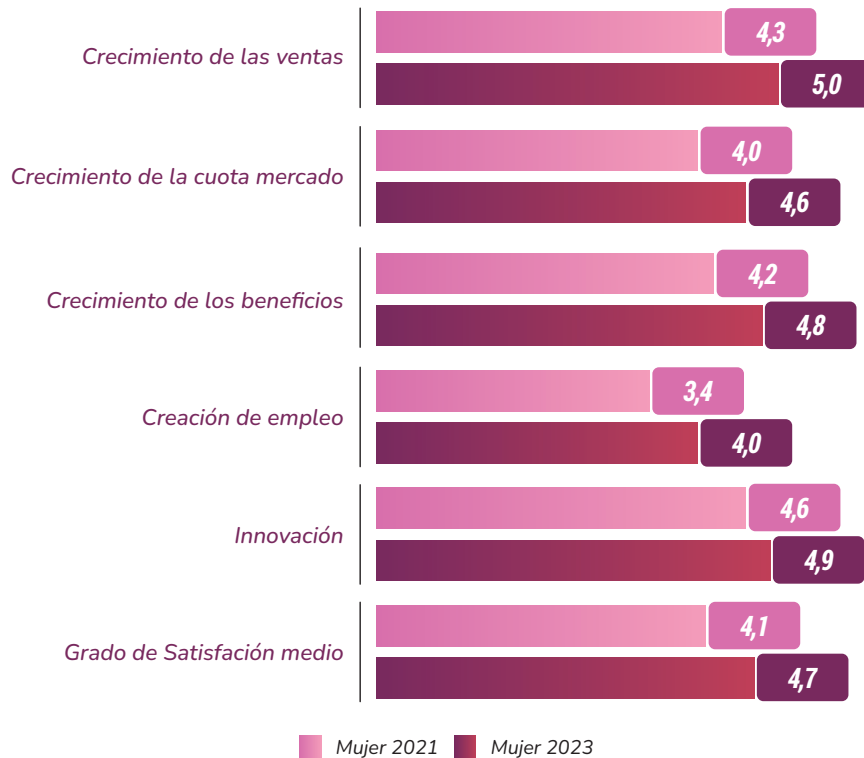


Tal y como se desprende de la información facilitada por la figura 19, en cuanto al grado de satisfacción de los y las emprendedoras activas con sus negocios en comparación con la compe-



tencia, se observa que, para todos los indicadores, las mujeres presentan un grado de satisfacción ligeramente inferior al de los hombres (4,61 sobre 7 de satisfacción media en ellas, frente a 4,71 en ellos). El único ítem en el que las mujeres están más satisfechas que los hombres es con el crecimiento de las ventas (5 sobre 7 de ellas, frente a 4,90 de ellos).

Figura 20. Autoevaluación del rendimiento de las empresas activas en comparación con la competencia. Comparativa mujeres 2021-2023



Si comparamos estos datos con los de la edición de 2021 (Figura 20), observamos que el grado de satisfacción de las emprendedoras universitarias con el rendimiento de su negocio ha mejorado para todos los ítems de la escala. Tiene sentido teniendo en cuenta que la edición anterior se desarrolló estando aún inmersos en la crisis post-Covid.



MUJERES EMPRENDEDORAS

EONSEA

[HTTPS://EON-SEA.COM](https://eon-sea.com)

INSPECCIÓN SUBACUÁTICA
INTELIGENTE



EONsea tiene como objetivo reducir el impacto económico, social y medioambiental que tiene el mantenimiento de las embarcaciones e infraestructuras marinas. Utiliza vehículos operados por control remoto e Inteligencia Artificial, lo que permite reducir el coste y los riesgos de la inspección y facilitar la detección temprana de averías. Simplifican las operaciones de inspección, son recurrentes y reduce a cero los riesgos de las inmersiones de los buzos. Sus actividades se enmarcan en el sector de la economía azul aportando innovación, eficiencia y sostenibilidad mediante soluciones tecnológicas escalables.

La empresa se crea en junio de 2024 por Camila Rodríguez y David Pinto, procedentes de la EAE Business School. Camila Rodríguez es Ingeniería Eléctrica (UFES Brazil, 2017), Máster en Ingeniería Biomédica (UPM, 2018), Doctorado en Ingeniería Eléctrica, Electrónica y de Automatización (UC3M, 2024). David Pinto es Máster en Robótica (UC3M, 2018), MBA (EAE, 2021), actualmente está finalizando su Doctorado en Ingeniería Robótica (UPM).

¿Cuál fue el motivo principal que os llevó a emprender?

En nuestro caso, emprender no fue una idea repentina, sino más bien una consecuencia natural de nuestras trayectorias. Tanto David como yo veníamos del mundo de la investigación en robótica e inteligencia artificial, y siempre tuvimos la inquietud de que ese conocimiento técnico pudiera transformarse en algo aplicado y con impacto. Además, compartimos una conexión muy personal con el mar: ambos somos amantes del entorno marítimo. Nos dimos cuenta de que el sector seguía confiando en inspecciones manuales, costosas y de alto riesgo humano. Ahí decidimos lanzarnos a crear EONSEA, una empresa que no solo resuelve un problema técnico, sino que también contribuye a cuidar el océano. Como suelo decir, fue una mezcla de pasión, experiencia y propósito.

¿Qué dificultades os encontrasteis?

El camino emprendedor está lleno de retos, principalmente si hablamos de empresas tecnológicas como es nuestro caso. El desarrollo técnico lleva tiempo, y la



validación es lenta, considerando que nos enfrentamos a un sector como el marítimo, que es muy especializado y poco digitalizado. Otro reto es la financiación. Buscar el equilibrio entre la utilización de recursos propios (*bootstrapping*), subvenciones e inversión externa es esencial para el funcionamiento y crecimiento saludable de la empresa.

¿Quién o quiénes te/os ayudaron en los momentos de arrancar?

Desde el principio hemos tenido la suerte de estar rodeados de multitud de profesionales y de haber sido arrojados por diferentes instituciones. Entre otras cosas, trabajamos en aceleradoras de Telefónica (el Cubo, con Andalucía Open Future en Sevilla y La Lonja de la Innovación con la Autoridad portuaria de Huelva), la EOI (programa The Break), la UPM (programa ActúaUPM) y tenemos el apoyo de la Junta de Andalucía a través de la red de CADES y el programa Andalucía Emprende. Este enorme apoyo nos ha permitido conectar con multitud de expertos del ecosistema startup, la innovación tecnológica y el sector de la economía azul, así como generar alianzas clave con puertos y empresas relevantes en el sector.

¿Qué consejos le/s darías/daríais a las personas de vuestra universidad relacionados con la aventura de emprender?

El primero sería: no esperes a tenerlo todo bajo control. Emprender es empezar con lo que tienes, aprender en el camino y rodearte de personas que te complementen. Desde fuera, puede parecer que necesitas saber de todo o tener una idea brillante, pero muchas veces basta con detectar un problema real y tener ganas de resolverlo. También creo que es importante perderle el miedo al fracaso. La universidad nos entrena para buscar la perfección, pero en el emprendimiento lo que más vale es la capacidad de adaptarse, iterar y seguir adelante. Y por último, el momento para empezar puede ser hoy.

3

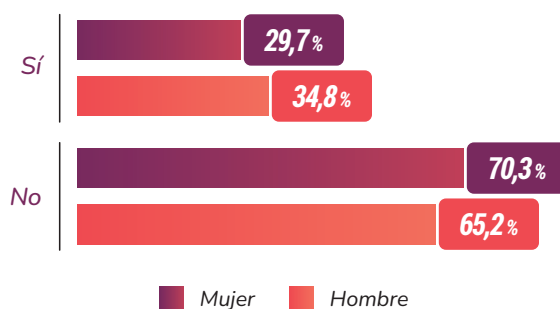
FACTORES CONTINGENTES: FORMACIÓN, CLIMA EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO, RAMAS DE CONOCIMIENTO, Y FAMILIA



3.1. La formación específica en emprendimiento

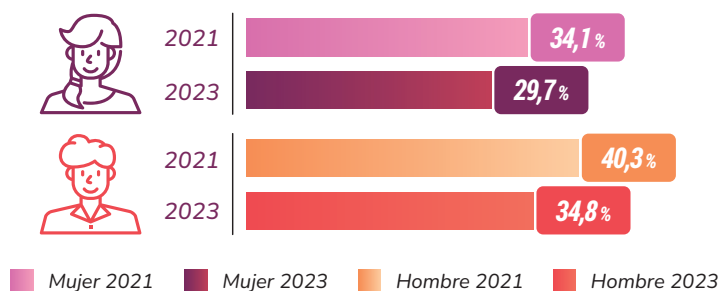
Dentro de los factores contingentes, la formación específica en emprendimiento recibida por los/las estudiantes es considerada un determinante clave de la actividad emprendedora (Souitaris et al., 2007; Ahmed et al., 2020). Como se puede observar en la figura 21, alrededor de dos terceras partes de los/las estudiantes no ha recibido formación específica en emprendimiento, siendo el déficit mayor en el caso de las mujeres (70,29% frente al 65,2%).

Figura 21. Formación emprendedora



Resulta preocupante el bajo porcentaje de estudiantes que ha recibido formación específica en emprendimiento, ya sea voluntaria u obligatoria. Sin embargo, los datos resultan aún más preocupantes, si cabe, cuando se comparan con los datos de la edición de 2021. Como se puede observar en la Figura 22, el porcentaje de estudiantes que ha recibido formación específica en emprendimiento ha descendido alrededor de 5 puntos porcentuales, tanto en el caso de las estudiantes (de 34,10% a 29,71%), como para sus compañeros (de 40,30% a 34,80%). Sería, por lo tanto, necesario investigar a qué se debe esta reducción.

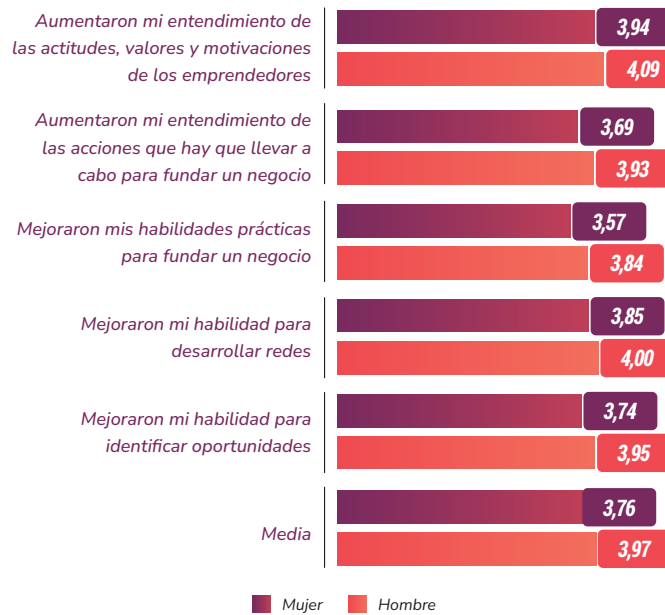
Figura 22. Porcentaje de estudiantes que han recibido formación emprendedora.
Comparativa mujeres 2021-2023



Otro aspecto relevante en cuanto a la formación es la medida en que los cursos recibidos han contribuido a mejorar las habilidades emprendedoras de los/las estudiantes. Para medir este aspecto, se pidió al estudiantado que valorase, en una escala de 1 a 7, el grado en que los cursos a los que habían asistido aumentaron su entendimiento del fenómeno emprendedor y contribuyeron a mejorar las habilidades necesarias para emprender (Souitaris et al., 2007; Ahmed et al., 2020).



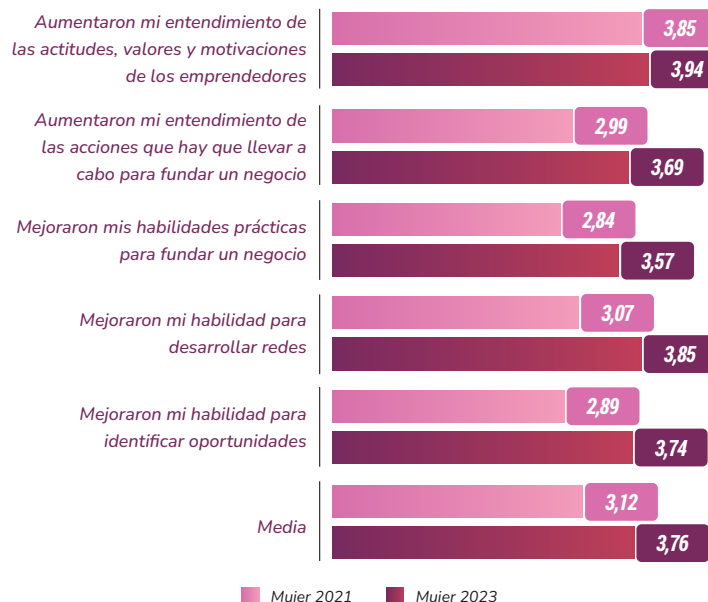
Figura 23. Impacto percibido de la formación en el desarrollo de competencias emprendedoras



Como se puede observar en la figura 23, tanto mujeres como hombres hacen una valoración de la formación recibida ligeramente por encima del aprobado, siendo dicha valoración menor en el caso de las mujeres en todos los ítems, así como en la media global (3,76 de las mujeres frente al 3,97 de los hombres). El ítem mejor valorado fue la medida en que los estudios “aumentaron mi entendimiento de las actitudes, valores y motivaciones de los emprendedores”, con una puntuación de 3,94 en el caso de ellas, y de 4,09 para ellos. Asimismo, el ítem peor valorado por ambos fue la medida en que los estudios “mejoraron mis habilidades prácticas para fundar un negocio” (3,57 para ellas frente a 3,84 para ellos).

Aunque los resultados no son muy positivos, si los comparamos con los datos de la anterior edición, la figura 24 muestra que la valoración que las mujeres hacen de la formación recibida ha mejorado para todos los ítems incluidos en la escala, dando lugar a una valoración media 0,64 puntos superior a la de 2021 (3,76 en 2023 frente a 3,12 en 2021).

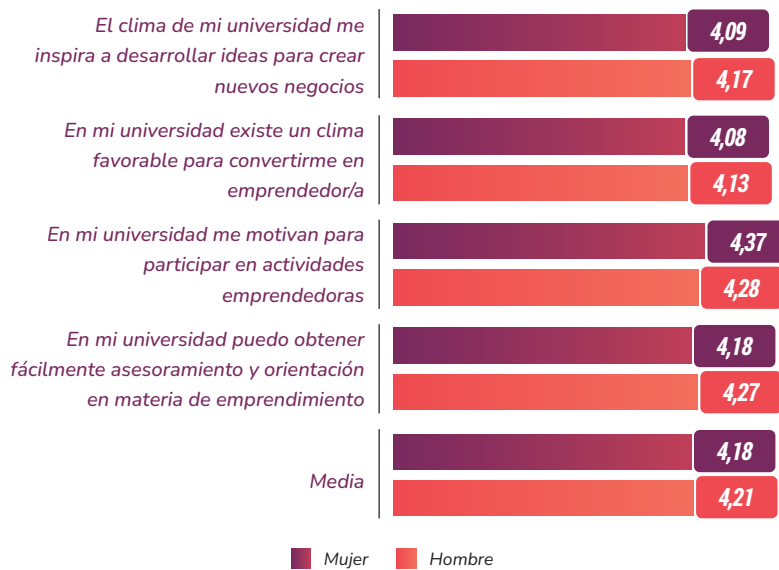
Figura 24. Impacto percibido de la formación en el desarrollo de competencias emprendedoras Comparativa mujeres 2021-2023.





3.2. Percepción del clima emprendedor universitario

Figura 25. Percepción del Clima emprendedor de la Universidad

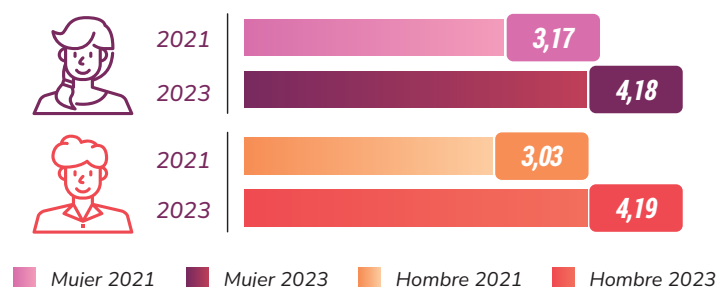


Un segundo factor relevante dentro del contexto universitario es la percepción que tienen los estudiantes del clima emprendedor o, lo que es lo mismo, los aspectos institucionales y organizativos de su universidad relacionados con el impulso a la cultura emprendedora. Para conocer la percepción del clima emprendedor, se pidió que valoraran de 1 a 7 (1: nada; 7: mucho) la conformidad con las siguientes afirmaciones: 1) El clima de mi universidad me inspira para desarrollar ideas para nuevos negocios; 2) En mi universidad existe un clima favorable para convertirme en emprendedor/a; y 3) En mi universidad me motivan para participar en actividades emprendedoras (Franke y Lüthje, 2004).

Como se observa en la figura 25, tanto mujeres como hombres otorgan una puntuación ligeramente superior al aprobado al clima emprendedor de la universidad (4,18 y 4,19 respectivamente), siendo la valoración de las mujeres inferior a la de los hombres para todos los ítems, excepto para el que se refiere a la medida en la que “en mi universidad me motivan para participar en actividades emprendedoras” (4,37 de las mujeres frente a 4,28 de los hombres).

Comparando la valoración media de mujeres y hombres con los datos de 2021, podemos observar en la Figura 26 que, si bien las diferencias entre géneros son mínimas, en 2021 las mujeres valoraban el clima emprendedor más positivamente que los hombres, mientras que en 2023 ambos géneros coinciden prácticamente en su valoración media. Un dato destacable, es que tanto en el caso de las mujeres como en el de los hombres, las valoraciones han aumentado más de un punto, pasando del suspenso al aprobado. Por lo tanto, aunque aún queda mucho camino por andar, los datos muestran una tendencia positiva.

Figura 26. Percepción del Clima emprendedor de la Universidad. Comparativa mujeres 2021-2023





3.3. Especialización por ramas de conocimiento

La literatura existente relaciona el comportamiento e intenciones de emprendimiento con la especialización por ramas de conocimientos (Teixeira et al., 2017; Bello et al., 2018; Meoli et al. 2020; Ruiz-Navarro, et al., 2022). Tal y como se desprende de la información sintetizada en la figura 27, mujeres y hombres se reparten de forma desigual en las distintas ramas de conocimiento consideradas en la encuesta. Cabe destacar que el 50,6% de las estudiantes se inclinan por las ciencias sociales, frente al 41,2% de sus compañeros masculinos. La segunda rama de conocimiento más frecuente en el caso de las mujeres es ciencias de la salud, siendo el porcentaje de mujeres que lo estudian (15,7%) muy superior al de los hombres (8,5%). Finalmente, las ramas STEM siguen siendo carreras preferidas por los estudiantes masculinos (39,2% de ellos frente a 18,3 de ellas sumando Ingeniería y Arquitectura y Ciencias). Estos datos ponen de manifiesto que sigue existiendo una importante brecha de género en las carreras STEM.

Si comparamos la distribución de mujeres entre campos de estudio con los datos de 2021 (figura 28), observamos que ha disminuido ligeramente el porcentaje de mujeres que estudian Arte y Humanidades, Ingeniería y Arquitectura, y Ciencias de la salud. En cambio, ha aumentado el porcentaje de mujeres que eligen Ciencias Sociales y Ciencias.

Figura 27. Campo de estudio por género

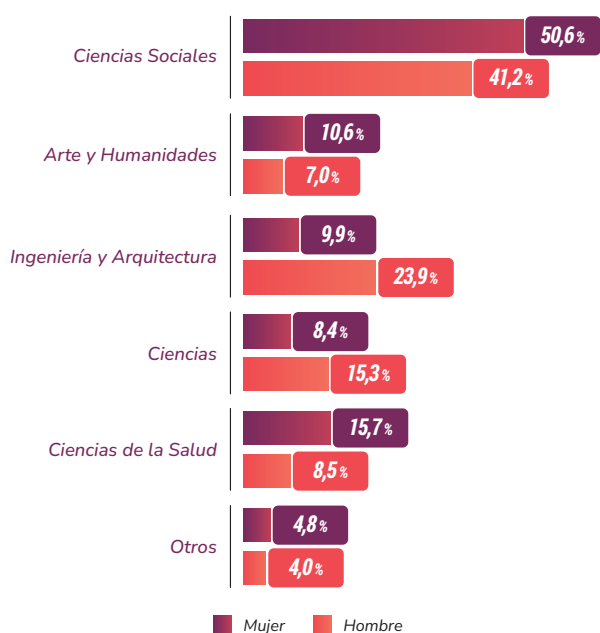


Figura 28. Campo de estudio. Comparativa mujeres 2021-2023

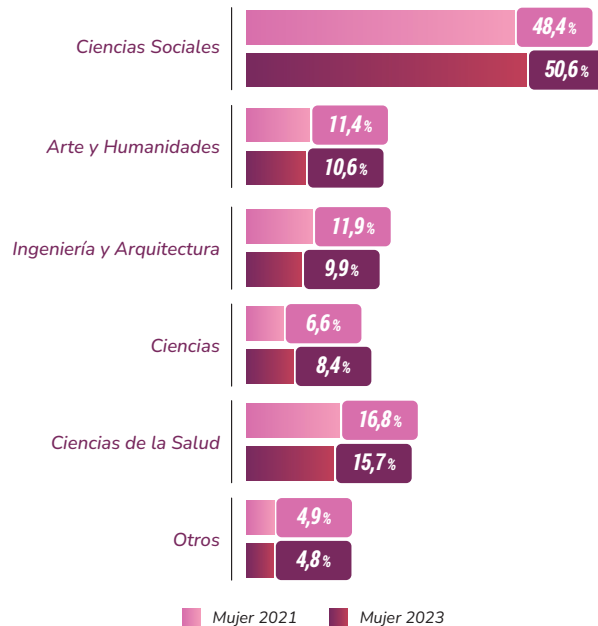
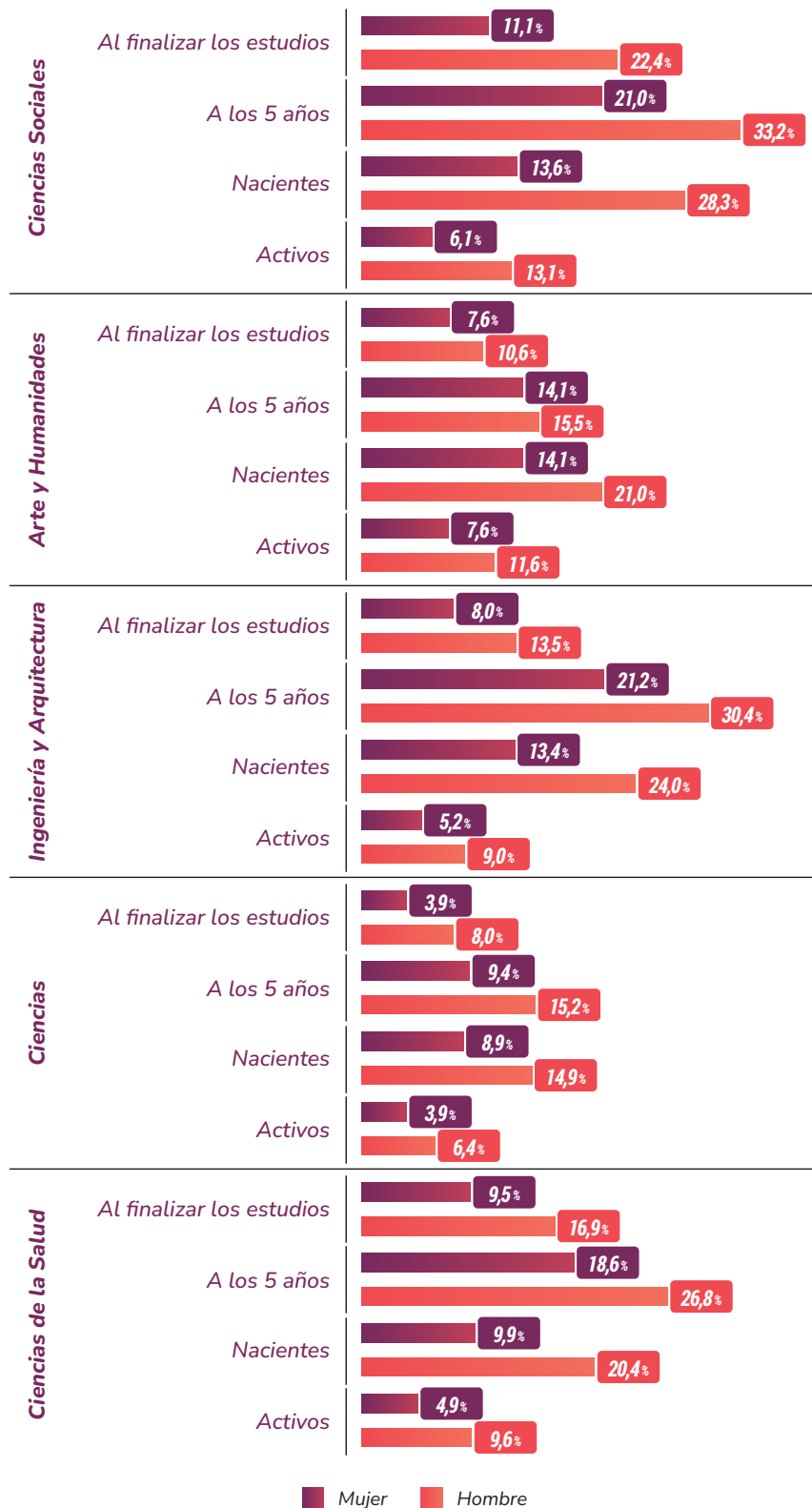




Figura 29. Intenciones y actividades emprendedoras por género y campo de estudio



Al relacionar el campo de estudio con las intenciones y actividades emprendedoras, se observan algunas diferencias entre mujeres y hombres. Así, la figura 29 pone de manifiesto que, tanto en el caso de las mujeres como de los hombres, el campo de estudio en el que existe un mayor porcentaje de estudiantes con intención de emprender es el de las Ciencias Sociales, aunque dicho porcentaje



es significativamente mayor para los hombres que para las mujeres. El 11,1% de las estudiantes de Ciencias Sociales pretende emprender al finalizar los estudios, frente al 22,4% de sus compañeros masculinos. A los cinco años de finalizar los estudios, las diferencias entre mujeres y hombres aumentan, acentuando la brecha de género (21% de ellas, frente al 33,2% de ellos). En lo que se refiere a las actividades emprendedoras, la rama de estudio con un mayor porcentaje de emprendedoras nacientes y activas es Arte y Humanidades con un 14% y un 7,6% respectivamente. Sin embargo, en el caso de los hombres, el mayor porcentaje de emprendedores nacientes y activos se corresponde, de nuevo, con el campo de las Ciencias Sociales (28,3% y 13,1%, respectivamente).

3.4. Contexto familiar

La figura 30 muestra que la mayor parte del estudiantado con intención de emprender al finalizar sus estudios carece de antecedentes familiares directos en el ámbito del emprendimiento. Así, los datos obtenidos señalan que solo el 41,7% de ellas y el 42,7% de ellos desciende de uno o de ambos progenitores autoempleados.

Figura 30. Intencionalidad de emprender al finalizar los estudios: Antecedentes de autoempleo

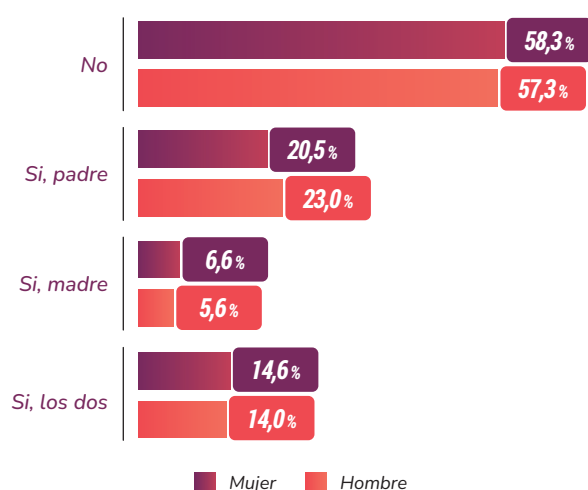
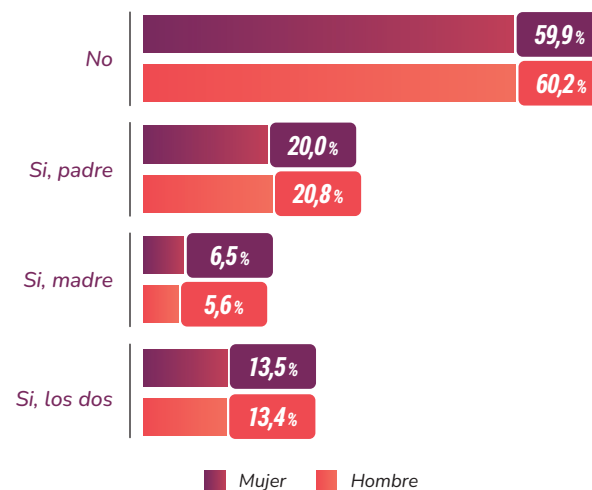


Figura 31. Intencionalidad de emprender a los cinco años de finalizar los estudios: Antecedentes de autoempleo



Asimismo, la figura 31 muestra que el porcentaje de estudiantes femeninas sin antecedentes familiares de emprendimiento y con intención de emprender cinco años después de finalizar sus estudios aumenta ligeramente hasta igualarse al porcentaje de estudiantes masculinos (59,9% de ellas, frente al 60,2% de ellos).

Cabe destacar que, en el caso de las estudiantes con intención de emprender, ya sea al finalizar los estudios o a los cinco años, el porcentaje de casos en los que la madre es autoempleada (6,6% y 6,5% respectivamente) es ligeramente superior que en el caso de los hombres (5,6% y 5,6% respectivamente).



MUJERES EMPRENDEDORAS

VISUALNACERT

[HTTPS://VISUALNACERT.COM/](https://visualnacert.com/)

TECNOLOGÍA PARA UNA
AGRICULTURA SOSTENIBLE



Premios Emprendedor XXI y los #WomenStartUpAwards.

VISUALNACERT es una empresa tecnológica (Agrotech) que integra las mejores tecnologías disponibles para una agricultura sostenible y rentable, reduciendo impacto ambiental y fomentando el relevo generacional con innovación de triple impacto (social, ambiental y económico). La empresa se ubica en Rafelbunyol, Valencia.

La empresa se creó y comenzó su actividad en 2014 promovida por Mercedes Iborra, que estudió ingeniero agrónomo (1997), y estuvo acompañada por su hermana Lucía, administración de empresas (1995). Ambas con una sólida formación y experiencia en el sector, son tercera generación de agricultores. Mercedes completó sus estudios en la Universidad Politécnica de Valencia, Universidad Miguel Hernández, Universidad Columbia NY y Universidad de Cambridge. Lucía Iborra, lo hizo en la Escuela de la empresa, Universidad Columbia NY.

Ofrecen soluciones tecnológicas en una plataforma digital que integra sensores, imágenes satelitales y drones para el monitoreo de cultivos. Han digitalizado más de 4 millones de hectáreas, mejorando la eficiencia y sostenibilidad de las explotaciones. Sus resultados producen ahorro de fitosanitarios (hasta un 30%), reducción de agua (hasta un 35%), y aumento de productividad (hasta un 20%).

Comprometidas con la sostenibilidad. Su centro de experiencias y laboratorio VisualLAB ensaya soluciones agrícolas sostenibles, implementan prácticas de agricultura ecológica y control biológico de plagas en una finca de 5 hectáreas en el Puig, Valencia.

Están comprometidas con acercar la agricultura a la sociedad a través de la cultura y talleres intergeneracionales con su Fundación MILU que promueve la inclusión, el relevo generacional en el sector agrícola y ofrecen actividades para mejorar la calidad de vida de personas mayores y en situación de vulnerabilidad.



¿Cuál fue el motivo principal que os llevó a emprender?

Emprendimos para romper un mito, que la agricultura debe elegir entre ser sostenible o rentable. Con tres generaciones de campo en la sangre y tecnología de última generación, unimos lo que otros ven como opuestos.

Lucía y yo no somos solo hermanas, somos cómplices con arraigo a la tierra y obsesión por innovar. Juntas, demostramos que el agro no tiene que ser un sector del pasado, sino un motor de futuro y que desde España podemos liderar el agrotech.

No hay magia, es trabajo duro, datos precisos y creer que el campo puede alimentar al mundo. Porque la verdadera revolución agrícola requiere esfuerzo e innovación.

¿Qué dificultades os encontrasteis?

Resistencia al cambio en el sector agrícola. En ocasiones las personas desconfían de tecnologías, prefiriendo métodos tradicionales o desconocen el retorno de la inversión que supone. Demostramos resultados en campo, reducción de costes y mejora de rendimientos con datos concretos.

Conseguir inversión para una AgTech es un reto. El sector, percibido como poco atractivo, requiere paciencia y valor tangible. Apostamos por soluciones innovadoras que resuelven necesidades reales y ganamos la confianza de clientes que nos ayudaron a escalar. Tuvimos que ganarnos credibilidad paso a paso, con competencia técnica y métricas que hablaran por nosotras.

¿Quién o quienes os ayudaron en los momentos de arrancar?

Los primeros en creer fueron agricultores innovadores que apostaron por una agricultura tecnológica, basada en datos procedentes del cultivo, de satélites y sensores. Su confianza nos dio el impulso, la primera prueba de que la tecnología mejora los retornos en la agricultura. Entendieron que tecnología y sostenibilidad no eran gasto, sino inversión.

Colaboramos con universidades, corporates y expertos, y sobre todo, estuvo nuestro equipo, con su capacidad para conectar con la esencia del campo.

¿Qué consejos les daríais a las personas de vuestra universidad relacionados con la aventura de emprender?

Ten un propósito claro y definido. Rodéate de personas que compartan tus valores, que te complementen y mejoren, que crean en tu visión y que aporten habilidades distintas a las tuyas.

No asumas que sabes lo que los clientes necesitan. Habla con ellos, identifica sus problemas reales y construye soluciones que demuestren valor real. Gestiona muy bien los recursos.

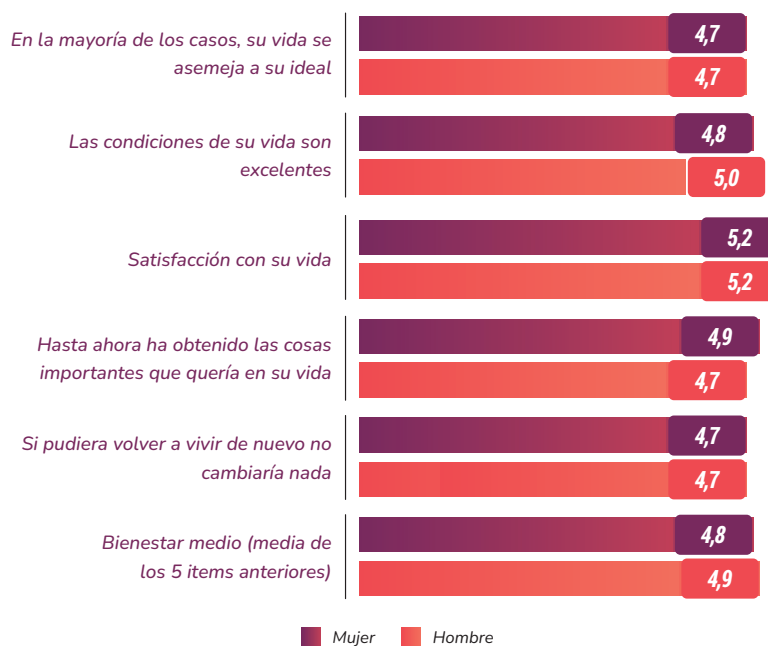
4

BIENESTAR DE LAS ESTUDIANTES UNIVERSITARIAS



En los últimos años, el bienestar subjetivo ha cobrado una relevancia creciente en el ámbito universitario, especialmente en un contexto social y laboral marcado por la incertidumbre, la presión por el rendimiento y la toma de decisiones tempranas sobre el futuro profesional. Analizar la percepción de bienestar entre el estudiantado no solo permite tomar el pulso a su salud emocional, sino también comprender mejor cómo diferentes trayectorias y factores personales influyen en su bienestar. Dado este creciente interés por el bienestar o por su percepción subjetiva, el proyecto GUESSS comenzó a analizarlo en 2021, incluyendo una escala que la mide mediante cinco ítems puntuados de 1 a 7, siendo 1 “muy en desacuerdo” y 7 “muy de acuerdo” (Diener et al., 1985). La Figura 32 muestra que el bienestar medio de nuestros y nuestras estudiantes se acerca al 5 y que, salvo para el ítem “Hasta ahora ha obtenido las cosas importantes que quería en su vida”, los hombres se encuentran más satisfechos que las mujeres en todos los indicadores.

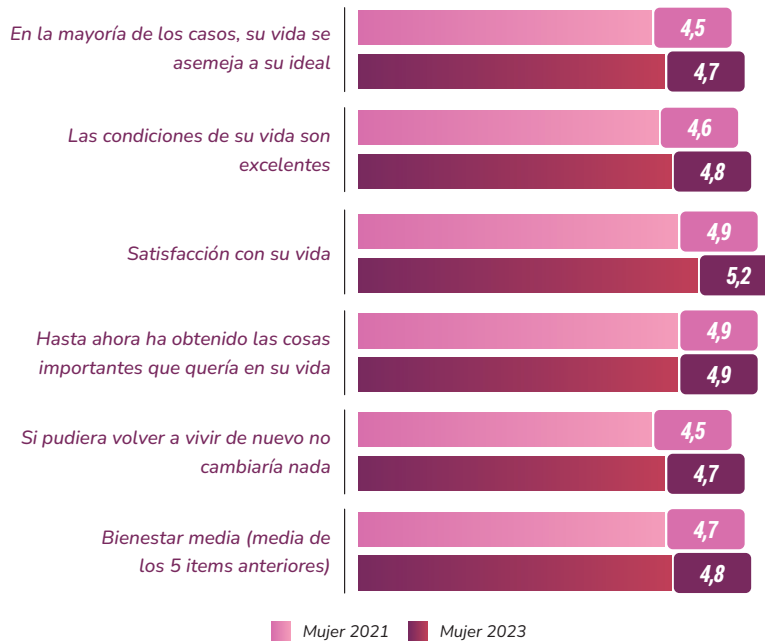
Figura 32. Indicadores de bienestar ¹



¹ Las escalas de bienestar, autoeficacia y resiliencia están medidas usando una escala de 1 (mínimo) a 7 (máximo).



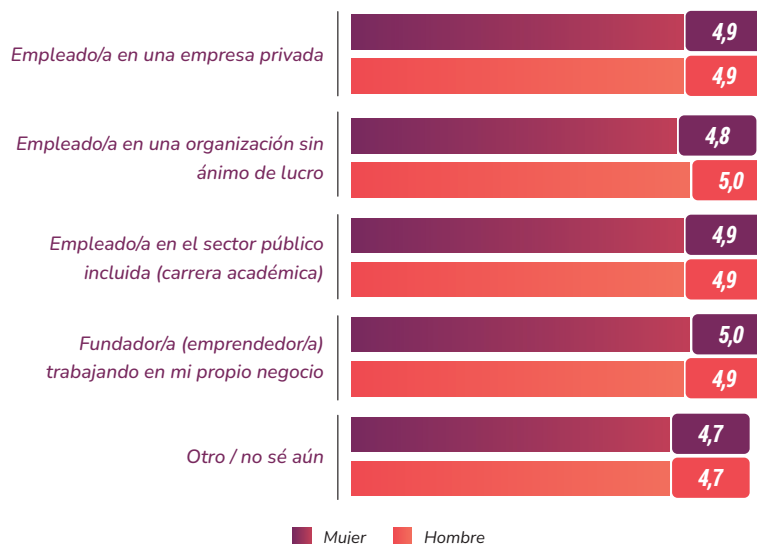
Figura 33. Indicadores de bienestar: comparativa mujeres 2021-2023



Según los datos reflejados en la Figura 33, se ha producido una mejora generalizada en los niveles de bienestar percibido por parte de las mujeres universitarias entre 2021 y 2023. Se observa un incremento en los cinco ítems que componen la escala. Destaca especialmente el aumento en el ítem “Satisfacción con su vida”, que pasa de 4,86 en 2021 a 5,15 en 2023, consolidándose como el aspecto mejor valorado. También se observan avances en la percepción de que “su vida se asemeja a su ideal” (de 4,54 a 4,70) y en que “no cambiaría nada si pudiera volver a vivir de nuevo” (de 4,54 a 4,72). La única excepción a esta tendencia positiva es el ítem “Hasta ahora ha obtenido las cosas importantes que quería en su vida”, que sufre una ligera caída de 4,93 a 4,90, aunque sigue siendo una de las puntuaciones más altas. En conjunto, bienestar medio ha aumentado de 4,70 en 2021 a 4,84 en 2023, lo que refleja una mejora sostenida entre las estudiantes universitarias.

4.1 Intenciones de elección de carrera y bienestar

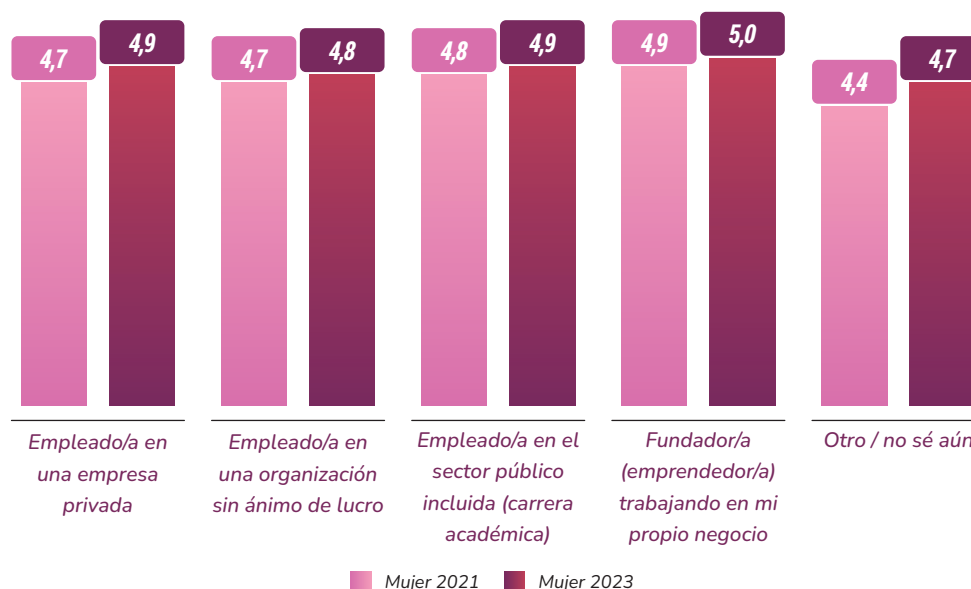
Figura 34. Bienestar e intenciones de elección de carrera al finalizar los estudios





La Figura 34 muestra que las mujeres que desean fundar su propio negocio son el grupo que reporta el mayor nivel de bienestar (5,01), seguidos muy de cerca por los hombres que aspiran a crear una organización sin ánimo de lucro (4,97). Resulta llamativo que, mientras que los hombres con intención emprendedora en general también presentan niveles elevados de bienestar, las mujeres que desean crear una organización sin ánimo de lucro —junto con estudiantes de ambos géneros que no tienen clara su opción profesional— se sitúan entre los grupos menos satisfechos. Estos datos refuerzan la idea de que el emprendimiento y la filantropía (en el caso de los hombres) actúan como un potente motor de bienestar subjetivo. El resto de las trayectorias profesionales presenta niveles de bienestar más bajos y con escasas diferencias de género. Por ejemplo, entre quienes desean trabajar en una empresa privada, ambos sexos reportan una puntuación idéntica (4,86), mientras que, en el trabajo en el sector público, incluida la carrera académica las diferencias son mínimas (4,90 en hombres frente a 4,87 en mujeres).

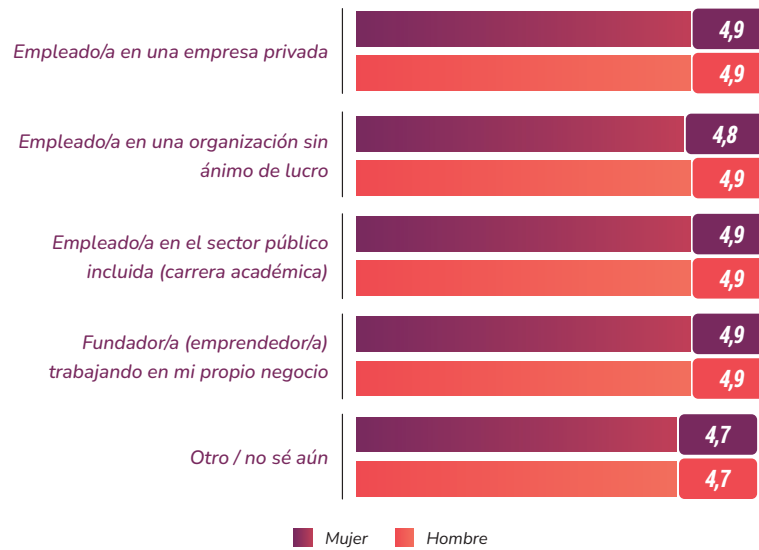
Figura 35. Bienestar e intenciones de elección de carrera al finalizar los estudios. Comparativa mujeres 2021-2023



La Figura 35 revela una mejora generalizada en los niveles de bienestar de las mujeres universitarias en 2023 en comparación con 2021, independientemente de la trayectoria profesional deseada al finalizar sus estudios. Las mujeres que aspiran a fundar su propio negocio destacan como el grupo más satisfecho, con una puntuación de 5,01 en 2023, un aumento notable frente al 4,86 de 2021. Este dato sugiere que el emprendimiento no solo se percibe como una vía profesional atractiva, sino también como una fuente relevante de bienestar. También se aprecian incrementos en el bienestar de quienes desean trabajar en empresas privadas (de 4,74 a 4,86) y en el sector público (de 4,76 a 4,87). Aunque los aumentos son más modestos, consolidan la tendencia positiva. El menor nivel de bienestar se observa entre las estudiantes que aún no tienen definida su carrera futura (de 4,42 en 2021 a 4,67 en 2023), aunque esta mejora también sugiere una mayor confianza en el futuro.

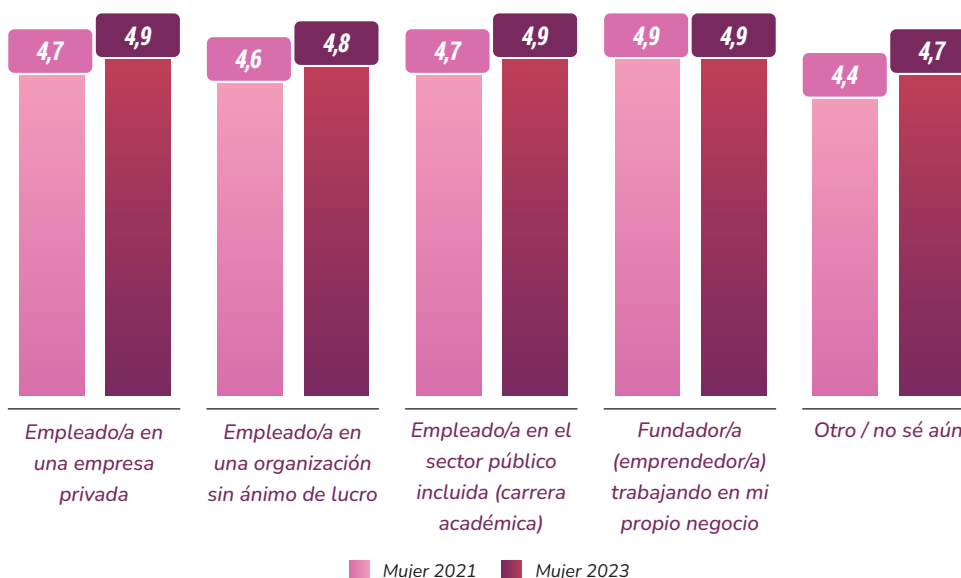


Figura 36: Bienestar e intenciones de elección de carrera 5 años después de finalizar los estudios



La figura 36 muestra el nivel medio de bienestar según las intenciones de elección de carrera 5 años después de finalizar los estudios, desglosado por género. Similar al caso de elección de carrera al finalizar los estudios, las mujeres que desean emprender reportan los niveles más altos (4,93 frente al 4,88 de los hombres), consolidando el patrón observado en ediciones anteriores: el emprendimiento se asocia a mayores niveles de bienestar subjetivo. En el caso de los hombres, los niveles más altos se dan entre aquellos que quieren ser empleados de organizaciones sin ánimo de lucro (con una media de 4,93, frente a 4,81 en el caso de las mujeres). En contraste, los niveles más bajos de bienestar se observan en quienes aún no tienen clara su trayectoria profesional (4,74 en hombres y 4,70 en mujeres).

Figura 37. Bienestar e intenciones de elección de carrera 5 años después de finalizar los estudios. Comparativa mujeres 2021-2023



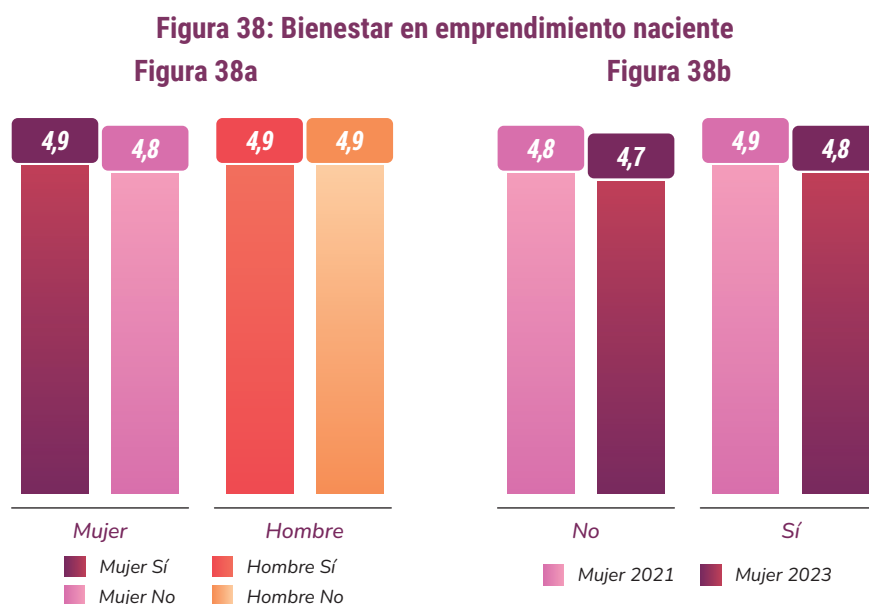


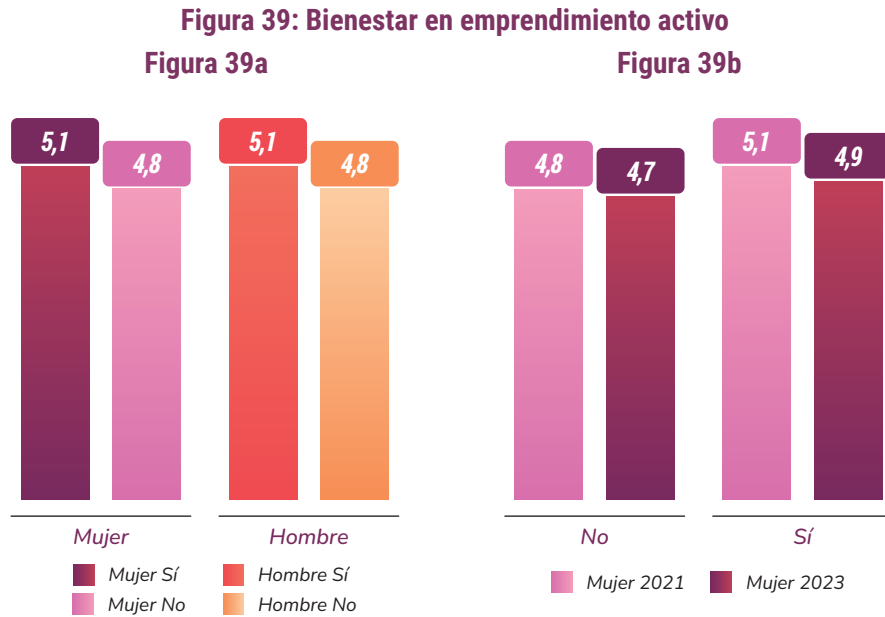
La figura 37 muestra un crecimiento general en los niveles de bienestar de las mujeres universitarias en 2023 respecto a 2021, en función de su proyección profesional a cinco años vista. Destacan, una vez más, las mujeres que desean fundar su propio negocio, quienes alcanzan un nivel de 4,93, frente al 4,86 registrado en 2021. Este grupo sigue siendo el más satisfecho, lo que subraya el potencial del emprendimiento como vía de autorrealización y bienestar. Las mujeres que aspiran a trabajar en el sector público también experimentan una mejora relevante (de 4,74 a 4,86), lo que podría estar relacionado con una percepción de mayor estabilidad o propósito social. Por su parte, las estudiantes que planean trabajar en empresas privadas o en organizaciones sin ánimo de lucro también mejoran ligeramente sus niveles. En contraste, las estudiantes sin un plan profesional definido siguen siendo el grupo menos satisfecho (de 4,42 a 4,70), aunque su mejora respecto a 2021 es notable. En conjunto, esta figura sugiere que tener claridad sobre la carrera futura —especialmente si se orienta al emprendimiento— está asociado con un mayor bienestar percibido entre las mujeres jóvenes.

4.2. Emprendedoras nacientes y activas y bienestar

La figura 38 muestra el nivel medio de bienestar de mujeres y hombres universitarios según estén o no involucrados en iniciativas emprendedoras nacientes (38a), y una comparativa entre los años 2021 y 2023 (38b).

En 2023, tanto mujeres como hombres que están planeando crear un nuevo negocio presentan niveles más altos que quienes no lo hacen. Las mujeres nacientes emprendedoras alcanzan una puntuación media de 4,90, mientras que aquellas que no están emprendiendo registran 4,84. Aunque las diferencias son pequeñas, se mantiene la tendencia de que el emprendimiento se asocia a mayores niveles de bienestar subjetivo, y que esta relación es especialmente consistente en las mujeres. Entre 2021 y 2023 se observa una mejora notable. Las mujeres emprendedoras nacientes han pasado de una media de 4,77 en 2021 a 4,90 en 2023, mientras que las que no emprenden suben de 4,69 a 4,84. La mejora generalizada podría interpretarse como un signo de recuperación post-pandemia, pero también de una percepción más positiva del emprendimiento como vía profesional. Aunque los valores son más cercanos entre grupos que en figuras anteriores, el patrón es claro: estar involucrado en un proyecto emprendedor parece reforzar el bienestar, particularmente entre mujeres.





La Figura 39 compara el nivel medio de bienestar de mujeres y hombres universitarios según estén o no involucrados en emprendimiento activo, es decir que sean propietarios de un negocio en funcionamiento mientras estudian (39a), y los mismos datos de los años 2021 y 2023 (39b). En 2023, tanto mujeres como hombres que tienen una empresa muestran niveles significativamente más altos que quienes no la tienen. Estos emprendedores activos —tanto hombres como mujeres— alcanzan la misma media: 5,06, lo que representa el valor más alto de todas las figuras analizadas hasta ahora. En cambio, quienes no son empresarias o empresarios consolidados registran 4,83 en ambos casos. Esta alta igualdad de resultados entre hombres y mujeres sugiere que el emprendimiento consolidado tiene un efecto muy positivo sobre el bienestar subjetivo en ambos géneros.

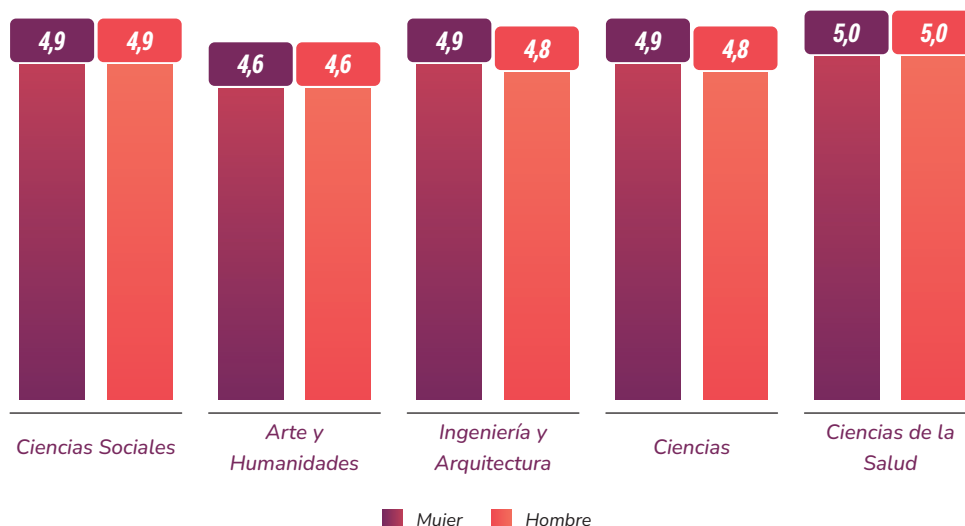
La mejora entre 2021 y 2023 es notable. Las mujeres activas con empresas en funcionamiento pasan de 4,89 en 2021 a 5,06 en 2023, y las no activas de 4,69 a 4,83.

Estos datos refuerzan la tendencia vista en figuras anteriores: a mayor cercanía o consolidación del proyecto emprendedor, mayor es el nivel de bienestar percibido. Además, el hecho de que tanto mujeres como hombres emprendedores activos muestren exactamente el mismo nivel de bienestar en 2023 es un hallazgo llamativo, que podría interpretarse como un punto de equilibrio en términos de satisfacción personal asociada al emprendimiento.



4.3. Campo de estudio y bienestar

Figura 40: Bienestar por campo de estudio



La Figura 40 muestra el nivel medio de bienestar de estudiantes universitarios según su campo de estudio, desglosado por género. En general, las diferencias entre disciplinas son mayores que las diferencias entre hombres y mujeres dentro de cada área. El campo con mayor nivel es Ciencias de la Salud, tanto para mujeres (4,99) como para hombres (5,01), siendo este último el valor más alto registrado en toda la figura. También destacan Ciencias Sociales, con valores igualmente elevados: 4,87 en mujeres y 4,90 en hombres. En el extremo opuesto, Arte y Humanidades presenta los niveles más bajos, con puntuaciones idénticas para ambos géneros (4,61), lo que sugiere que esta área puede estar asociada a una menor satisfacción subjetiva, posiblemente por factores relacionados con la incertidumbre profesional o la percepción de oportunidades laborales. La figura confirma que el bienestar percibido varía más en función del campo de estudio que del género. Sin embargo, también muestra que en todas las disciplinas menos en Ciencias e Ingeniería y Arquitectura, los hombres reportan niveles ligeramente superiores. Destaca la alta satisfacción de los estudiantes de Ciencias de la Salud y Ciencias Sociales, así como la menor de quienes estudian Arte y Humanidades.



MUJERES EMPRENDEDORAS

WIVI VISION

[HTTPS://WIVIVISION.COM](https://wivivision.com)

SALUD VISUAL Y CALIDAD DE VIDA



WIVI Vision revoluciona la terapia visual con IA, Big Data, 3D inmersivo y gamificación para medir 100 parámetros visuales en 10 minutos, logrando un diagnóstico y tratamiento personalizado, ofreciendo mejoras 100% efectivas en 3 meses.

La empresa se crea en 2016. Eva García Ramos, es su CEO y co-fundadora. Eva es ingeniera de telecomunicaciones por la Universidad Pública de Navarra (1997) y realizó un Programa de Dirección General (PDG) en la IESE Business School. Tiene experiencia en la gestión y desarrollo de negocios y creación de nuevos conceptos y soluciones para la salud visual. Ha sido CEO, CIO y miembro de la junta directiva de importantes empresas como Gamesa, TI Automotive, Berlys, Accenture, entre otras. Ha definido e implementado todos los procesos organizativos, entre los que se incluyen aspectos operativos y financieros, en más de 100 proyectos estratégicos y organizativos de desarrollo de negocio. Juan Carlos Ondategui Parra, Co-fundador, es optometrista. Diplomado en Óptica por la Universidad Politécnica de Cataluña [1990], Máster en Optometría Avanzada y Ciencias de la Visión por la Universidad de Valencia [2001], Máster en Salud Pública por la Universitat Pompeu Fabra [2008] y Doctor en Ingeniería Óptica por Universidad Politécnica de Cataluña [2016].

¿Eva, cuál fue el motivo principal que te llevó a emprender?

El principal punto de inflexión que me llevó a emprender fue la enfermedad de mi madre, diagnosticada a los 52 años con una grave patología neurológica cuyos primeros signos se manifestaron a través de sus ojos. Esta experiencia personal me hizo comprender que la visión va mucho más allá de ver nítidamente: es esencial para tareas cotidianas como leer, conducir o hacer deporte, y también puede ser clave para detectar otros problemas de salud o enfermedades más graves. Ante la falta de soluciones objetivas, accesibles y eficaces, decidí emprender junto a Juan Carlos Ondategui, optometrista y doctor, experto en visión, para crear WIVI Vision. Nuestra motivación fue clara: desarrollar una solución basada en tecnologías avanzadas como la IA, el Big Data y la gamificación, que permitiera detectar y tratar disfunciones visuales de forma rápida, personalizada y asequible, mejorando así la calidad de vida de las personas y, sobre todo, poder ayudar en un mundo muy desconocido por la población.



¿Qué dificultades os encontrasteis?

Uno de los mayores desafíos fue introducir una solución tan innovadora en un sector tradicional como el de la salud visual y además apostar por hacerle una certificación médica para no ser invasivo a los usuarios. A pesar del claro valor que aporta nuestra tecnología, también en la parte clínica al profesional y al usuario, no ha sido fácil convencer a profesionales acostumbrados a métodos convencionales de que existe una forma más rápida, precisa y accesible de detectar y tratar disfunciones visuales. Ganar su confianza ha requerido tiempo, mucha divulgación y colaboración con actores clave del sector. Apostamos por alianzas estratégicas con los principales grupos ópticos, colaboraciones con empresas tecnológicas de referencia e instituciones académicas, lo que nos ha permitido dejar de ser solo una propuesta innovadora a consolidarnos como el “personal trainer de la visión”.

Por otro lado, y como mujer emprendedora y CEO de WIVI Vision, liderar este proyecto también ha supuesto desafíos a la hora de romper barreras en un ecosistema tradicionalmente masculino como lo fue la carrera también. Ha sido necesario demostrar que la innovación y la capacidad de transformar sectores no dependen del género, y que la diversidad en los equipos impulsa mejores soluciones y una visión más completa para afrontar los retos y construir soluciones más completas y transformadoras. Nos queda mucho por difundir para que el usuario vea que la visión es más que enfocar, como me pasó a mí, y mostrar que se pueden recuperar todos los síntomas de un modo fácil, objetivo y divertido.

¿Quién o quiénes os ayudaron en los momentos de arrancar?

Desde el principio, tanto Juan Carlos como yo compartíamos una motivación clara: transformar la forma en la que se entiende y se trata la visión para ayudar a la gente y hacerla más accesible a la sociedad. Él aportó su experiencia directa con pacientes y su profundo conocimiento del sector y del sistema visual, y yo enfoqué mi energía en convertir esa visión en una solución tecnológica accesible con un sistema capaz de medir la visión de forma objetiva y ofrecer una experiencia inmersiva con un modelo de negocio que fuera rentable y escalable.

En los primeros pasos, nos apoyamos en nuestros propios recursos y en la colaboración de un equipo externo que creyó en el proyecto desde el minuto uno. Fue una etapa intensa, llena de aprendizajes, donde cada decisión contaba. También contratamos a dos personas que fueron fundamentales para diseñar el modelo de negocio: desde el desarrollo de la tecnología hasta la estrategia de mercado.

Más adelante, logramos el respaldo de un fondo alemán, que, junto con nuestros propios recursos, nos permitió dar un salto importante: expandir el equipo, establecer nuevas alianzas estratégicas y consolidar nuestra tecnología en el mercado. A partir de ahí, WIVI Vision comenzó a evolucionar hasta convertirse en un referente en la mejora de la salud visual. Creemos que toda difusión nos ayuda a que la gente sepa que se pueden solucionar los problemas de ver doble, borroso, temas de lectura....



¿Qué consejos les darías a las personas de vuestra universidad relacionados con la aventura de emprender?

Lo primero que les diría es que emprender es un camino muy enriquecedor que permite crecer y generar un impacto real en el mundo, y donde cada uno de los retos representa una oportunidad para mejorar y fortalecer el proyecto en cuestión. En este sentido, es fundamental rodearse de personas que compartan tu visión y energía, buscar mentores y apoyarse en plataformas que te ayuden a crecer para marcar la diferencia. Hay muchas iniciativas hoy en día que ofrecen formación, asesoramiento y conexiones con diferentes redes de contactos, pero es importante saber elegir las que realmente se alinean con tu proyecto.

El emprendimiento requiere de mucha perseverancia, y más si estás innovando en sectores donde los cambios no se suelen producir de manera rápida. La diferencia la marca la capacidad de comunicar el valor del proyecto que se está construyendo y el compromiso, a largo plazo, con generar un impacto real. Emprender no es solo crear una empresa; es construir algo con propósito, con estrategia y rodeado de personas y redes que crean en esa misión.

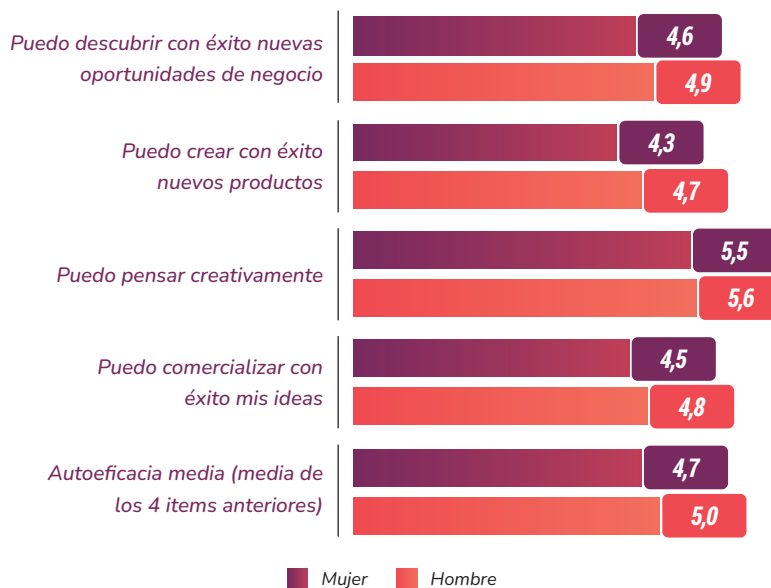
5

AUTOEFICACIA DE LAS ESTUDIANTES UNIVERSITARIAS



La Figura 41 muestra las percepciones de autoeficacia emprendedora (Zhao et al., 2005) de mujeres y hombres universitarios a partir de cuatro afirmaciones clave relacionadas con la capacidad para emprender, además de una media general de dichos ítems. En términos globales, se observa que los hombres reportan sistemáticamente mayores niveles de autoeficacia que las mujeres en todos los indicadores analizados. La autoeficacia media es de 4,99 para los hombres y 4,73 para las mujeres. La mayor brecha se encuentra en la afirmación “Puedo crear con éxito nuevos productos”, donde los hombres puntúan 4,65 frente a 4,30 en mujeres. También hay diferencias notables en la capacidad percibida para detectar oportunidades de negocio (4,93 hombres vs. 4,64 mujeres) y comercializar ideas (4,84 hombres vs. 4,53 mujeres). En cambio, la diferencia más baja se da en el ítem “Puedo pensar creativamente”, con puntuaciones altas en ambos géneros (5,56 en hombres y 5,47 en mujeres), lo que indica que la creatividad se percibe como una fortaleza transversal, aunque nuevamente con ligera ventaja masculina. En conjunto, los datos apuntan a una desigualdad persistente en la autopercepción de capacidades emprendedoras, particularmente en aspectos vinculados al desarrollo y la implementación de ideas de negocio. Esta brecha podría estar influenciada tanto por factores estructurales como por sesgos de confianza o socialización, y sugiere la necesidad de seguir promoviendo intervenciones que refuercen la autoeficacia emprendedora entre mujeres universitarias.

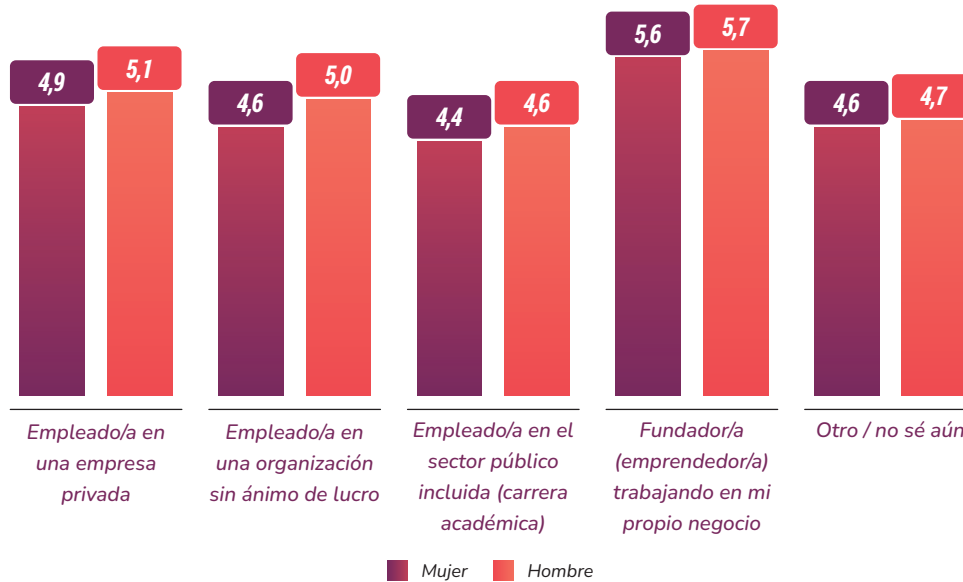
Figura 41. Indicadores de autoeficacia





5.1 Intenciones de elección de carrera y autoeficacia

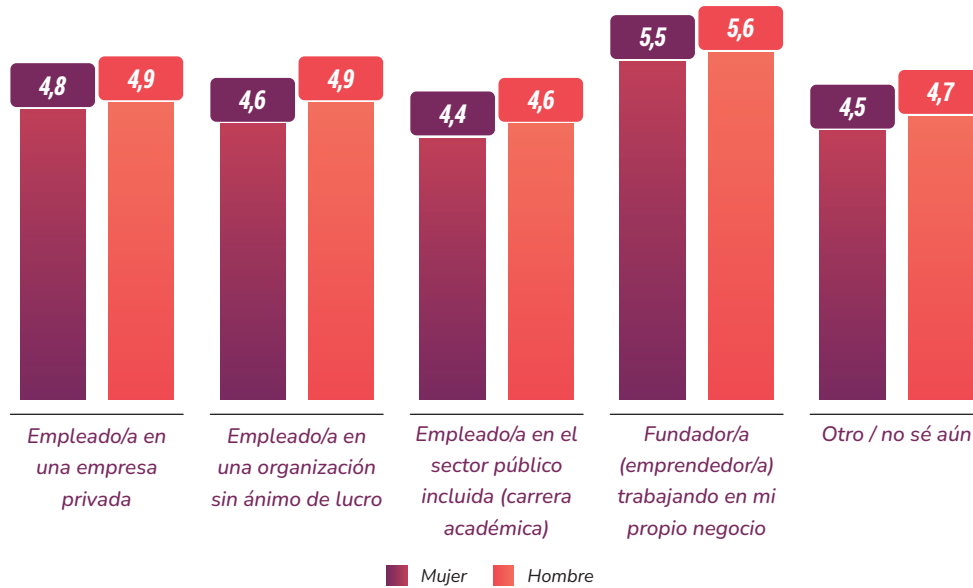
Figura 42. Autoeficacia e intenciones de elección de carrera al finalizar los estudios



La Figura 42 analiza el nivel medio de autoeficacia emprendedora en función de la intención de carrera profesional al finalizar los estudios, diferenciando entre mujeres y hombres. En todos los casos, los hombres reportan una autoeficacia superior a la de las mujeres, aunque las diferencias varían según el tipo de trayectoria. El grupo con mayor autoeficacia en ambos géneros es el de quienes desean ser fundadores de su propio negocio, alcanzando puntuaciones de 5,57 en mujeres y 5,66 en hombres. Esto indica una fuerte asociación entre la intención emprendedora y la percepción de capacidad personal para emprender, independientemente del género. Le siguen, en orden de puntuación, quienes desean trabajar en una empresa privada (4,90 mujeres / 5,05 hombres) o en una organización sin ánimo de lucro (4,59 mujeres / 5,01 hombres), donde las diferencias de género son más marcadas, especialmente en el segundo caso (+0,42 puntos). En el caso de quienes se orientan hacia el sector público o una carrera académica, las puntuaciones de autoeficacia son las más bajas (4,44 mujeres / 4,60 hombres), lo cual podría reflejar una percepción de menor necesidad de autoeficacia emprendedora en estos entornos más institucionales. Finalmente, el grupo de estudiantes que aún no sabe cuál será su trayectoria profesional también muestra, como en el caso del bienestar, niveles de autoeficacia bajos (4,55 mujeres / 4,74 hombres), lo que refuerza la idea de que la claridad vocacional y el compromiso con una carrera concreta se asocian a una mayor percepción de capacidad.



Figura 43. Autoeficacia e intenciones de elección de carrera 5 años después de finalizar los estudios



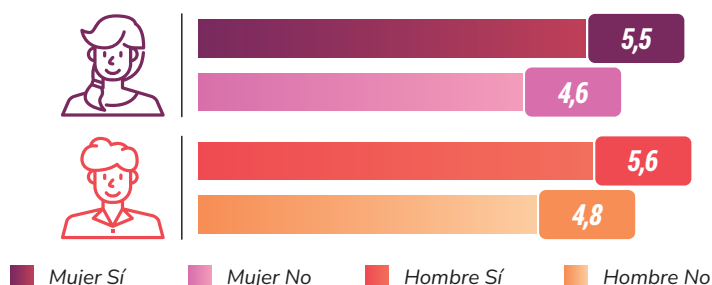
La Figura 43 analiza el nivel medio de autoeficacia emprendedora según la intención de carrera a cinco años vista, diferenciando entre hombres y mujeres. Al igual que en la elección inmediata al finalizar los estudios (Figura 42), quienes aspiran a fundar su propio negocio presentan los niveles más altos de autoeficacia: 5,45 en mujeres y 5,57 en hombres, lo que refuerza la asociación entre intención emprendedora y confianza en las propias capacidades. Las diferencias de género en este grupo son mínimas, lo que indica que la percepción de autoeficacia se mantiene alta y relativamente equilibrada cuando se proyecta hacia una carrera emprendedora consolidada. En otras trayectorias profesionales, sin embargo, los hombres siguen puntuando por encima. Esto se observa en quienes desean trabajar en el sector privado (4,94 hombres / 4,79 mujeres) o en el sector sin ánimo de lucro (4,91 hombres / 4,60 mujeres). Las diferencias son algo menores que en la elección inmediata, pero aún presentes. El sector público o académico vuelve a presentar los niveles más bajos de autoeficacia, con 4,42 en mujeres y 4,55 en hombres, lo que podría reflejar una menor percepción de necesidad de habilidades emprendedoras en estos contextos más estructurados.

Finalmente, el grupo de personas indecisas o con intenciones no definidas obtiene puntuaciones intermedias (4,52 mujeres / 4,72 hombres), lo que sugiere que la claridad vocacional sigue desempeñando un papel importante en la percepción de autoeficacia personal. En conjunto, los datos indican que las intenciones emprendedoras a medio plazo están fuertemente vinculadas a mayores niveles de autoeficacia, especialmente en mujeres, donde el diferencial frente a otras trayectorias es más acusado.



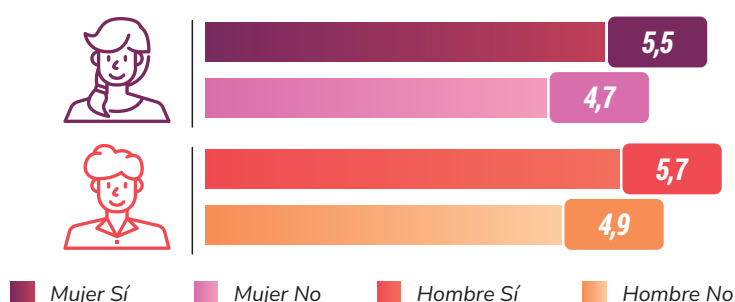
5.2. Emprendedoras nacientes y activas y autoeficacia

Figura 44: Autoeficacia en emprendimiento naciente



La Figura 44 presenta el nivel medio de autoeficacia emprendedora según si los estudiantes están o no involucrados en emprendimiento naciente —es decir, si están actualmente en proceso de lanzar un nuevo negocio—, desglosado por género. Los datos muestran que las personas que están emprendiendo reportan una autoeficacia sustancialmente más alta que quienes no lo están haciendo. Entre las mujeres, la puntuación media asciende a 5,51 en las nacientes emprendedoras, frente a 4,62 en las que no lo son. Este patrón refuerza la asociación entre la acción emprendedora y la percepción de autoeficacia, es decir, quienes están planeando emprender se sienten más capaces de detectar oportunidades, desarrollar productos, y transformar ideas en proyectos sostenibles. La diferencia también podría indicar un efecto de retroalimentación: al avanzar en su emprendimiento, se refuerza su confianza. Es importante destacar que la brecha de género entre emprendedores nacientes es muy reducida (solo 0,12 puntos), lo que sugiere que, una vez que las mujeres dan el paso hacia el emprendimiento, su nivel de autoeficacia se equipara prácticamente al de los hombres. En cambio, en el grupo que no está planeando emprender, la diferencia de género es más marcada: las mujeres puntúan 0,17 puntos por debajo de los hombres, lo que refuerza la hipótesis de que el emprendimiento puede ser un factor activador del empoderamiento, especialmente en mujeres.

Figura 45: Autoeficacia en emprendimiento activo



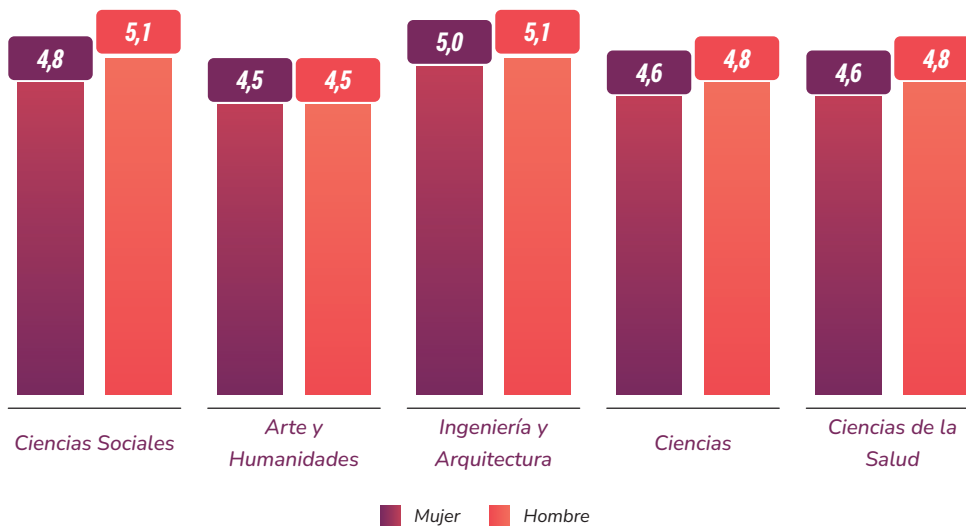
La Figura 45 muestra el nivel medio de autoeficacia emprendedora de hombres y mujeres universitarios en función de si están o no involucrados actualmente en un emprendimiento activo, es decir, si ya están gestionando un negocio propio operativo. Los resultados indican que, como en las fases previas del proceso emprendedor, quienes ya están emprendiendo activamente reportan niveles significativamente más altos de autoeficacia que quienes no lo están haciendo. En el caso de las mujeres, la autoeficacia asciende a 5,46 en emprendedoras activas frente a 4,69 en las no activas. El patrón de resultados es coherente con los hallazgos previos: la autoeficacia aumenta de forma consistente a medida que se avanza en el proceso emprendedor, desde la in-



tención hasta la actividad naciente y finalmente la gestión consolidada del negocio. Además, los niveles absolutos alcanzados son los más altos de toda la serie, lo que sugiere que el emprendimiento real —más allá de la intención o el inicio— está fuertemente vinculado con una sólida confianza en las propias capacidades. También se confirma que, si bien los hombres presentan niveles ligeramente superiores en ambos grupos, la brecha de género se reduce considerablemente entre los emprendedores activos (5,65 de los hombres vs. 5,46 de las mujeres), situando a las mujeres prácticamente al mismo nivel de percepción de autoeficacia.

5.3. Campo de estudio y autoeficacia

Figura 46: Autoeficacia por campo de estudio



La Figura 46 muestra los niveles medios de autoeficacia emprendedora de estudiantes universitarios en función de su campo de estudio y género. En todas las áreas analizadas, los hombres presentan una mayor autoeficacia que las mujeres, lo que refleja una brecha de género persistente y transversal en la autopercepción de competencias emprendedoras. Los valores más altos de autoeficacia se observan en el campo de Ingeniería y Arquitectura, tanto en mujeres (4,97) como en hombres (5,11). Este resultado resulta llamativo, ya que rompe con la percepción generalizada de que las mujeres en ámbitos STEM presentan menor confianza. En este caso, las mujeres del área técnica igualan —e incluso superan en algunos ítems concretos— a las de otros campos tradicionalmente más feminizados. Otro pico alto aparece en Ciencias Sociales, donde los hombres también alcanzan 5,11, mientras que las mujeres se quedan en 4,80. Esta diferencia sugiere que, incluso en disciplinas donde la sensibilidad hacia el emprendimiento social o la innovación es mayor, los hombres mantienen una ventaja en términos de autoeficacia. En contraste, los niveles más bajos se encuentran en Arte y Humanidades, con puntuaciones muy similares: 4,53 para mujeres y 4,54 para hombres. Este dato sugiere una autopercepción más baja de competencias emprendedoras en este colectivo, sin diferencias significativas de género. En Ciencias y Ciencias de la Salud, los valores se sitúan en niveles intermedios, aunque nuevamente con ventaja masculina (Ciencias: 4,78 hombres vs. 4,61 mujeres; Salud: 4,79 hombres vs. 4,56 mujeres).



MUJERES EMPRENDEDORAS

TERRAMOR

[HTTPS://FINCATERRAMOR.COM](https://fincaterramor.com)

FINCA ECOLÓGICA



En TerrAmor tenemos una visión que reivindica que otro tipo de agricultura es viable: digna, respetuosa con la naturaleza, con las personas y que nos permite obtener alimentos nutritivos. Ese es el camino por el que estamos haciendo nuestra historia. Somos especialistas en minikiwis de diferentes variedades y manzana de mesa asturiana. Una fruta encantadora con alto valor nutricional, cultivada con los mejores criterios agroecológicos y de sostenibilidad, junto con otros productos de la tierra para que puedas disfrutar de la mejor experiencia cuidándote.

La empresa se crea en 2022 por Cristina Secades Sicero, graduada en ingeniería forestal (2010) por la Universidad de Oviedo y máster en técnicas experimentales para la conservación de recursos biológicos (2011). Se crea con una fuerte vocación por el campo y con la convicción y principios de que eso tenía que hacerse de la manera más respetuosa posible con el medio natural. A esa preocupación por nuestro medio ambiente se fue añadiendo un interés creciente por saber de dónde procede lo que consumimos y cómo se produce.

¿Cuál fue el motivo principal que te llevó a emprender?

Las ganas de hacer algo por mí misma, con libertad de gestionar mi tiempo, hacerlo a mi manera y con creatividad, cuidar mi salud y aportar beneficios a mi entorno y a la sociedad, recuperando las fincas familiares.

¿Qué dificultades te encontraste?

Dificultades técnicas en cuanto al cultivo por ser novedoso, lo que me obligó a investigar tanto a nivel local, como fuera de España y a experimentar y mucho ensayo/error. En los primeros años tuve que compatibilizarlo con trabajo por cuenta ajena y no pude acceder a ciertas ayudas porque estoy en una ubicación que se considera zona periurbana por la legislación. Por desgracia aún queda fuera de ciertas subvenciones y reconocimientos como los del Ministerio de Agricultura de Excelencia a la innovación.



¿Quién o quienes te ayudaron en los momentos de arrancar?

Tuve mucho apoyo de mi entorno, tanto familiar como de la zona y me formé en diferentes ámbitos, incluido el emprendimiento. Así que tengo que dar gracias especialmente a la Asociación de Mujeres Campesinas y Acción contra el hambre, programas formativos específicos a través del Servicio público de empleo y también a programas formativos como EWA de EIT Food y Cultiva del Ministerio de Agricultura.

¿Qué consejos le darías a las personas de tu universidad relacionados con la aventura de emprender?

Mis principales consejos van enfocados en la formación específica en cuanto a emprendimiento, ya que al principio lo más frecuente es que tengamos que saber un poco de todo, aunque luego vayamos delegando. Así que es básico formarnos en todas las materias relativas al emprendimiento. Buscar asesoramiento, mentorías y formas de financiación y ser muy conscientes de la cuestión económica y la viabilidad de nuestro emprendimiento.

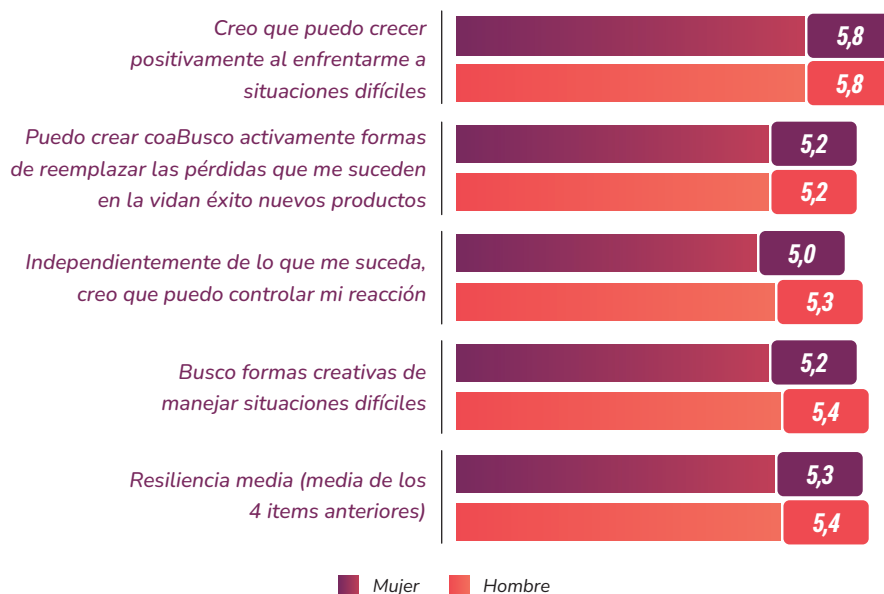


RESILIENCIA DE LAS ESTUDIANTES UNIVERSITARIAS

6

La Figura 47 analiza la resiliencia percibida de mujeres y hombres universitarios a partir de cuatro afirmaciones clave que reflejan su capacidad para afrontar y adaptarse a situaciones adversas (Sinclair & Wallston 2004). Los resultados muestran niveles elevados de resiliencia en ambos géneros, aunque con una ligera ventaja general a favor de los hombres. El ítem con mayor puntuación en ambos grupos es “Creo que puedo crecer positivamente al enfrentarme a situaciones difíciles”, donde los hombres alcanzan un promedio de 5,83 y las mujeres 5,79. Esta similitud refleja una actitud compartida de aprendizaje y crecimiento frente a la adversidad. También se observan niveles elevados en la afirmación “Busco formas creativas de manejar situaciones difíciles”, con puntuaciones de 5,36 en hombres y 5,24 en mujeres. Este resultado sugiere que la creatividad se percibe como una herramienta eficaz de afrontamiento, especialmente en contextos de incertidumbre. En el ítem “Busco activamente formas de reemplazar las pérdidas que me suceden en la vida”, ambos géneros puntúan exactamente igual (5,15), lo que indica una estrategia común orientada a la recuperación ante eventos negativos. Sin embargo, la mayor diferencia aparece en la afirmación “Independientemente de lo que me suceda, creo que puedo controlar mi reacción”, donde los hombres puntúan 5,34 y las mujeres 5,04. Esta brecha sugiere una menor percepción de autocontrol emocional entre las mujeres, lo que podría estar vinculado a una mayor vulnerabilidad ante el estrés o a un menor entrenamiento en habilidades de regulación emocional.

Figura 47. Indicadores resiliencia

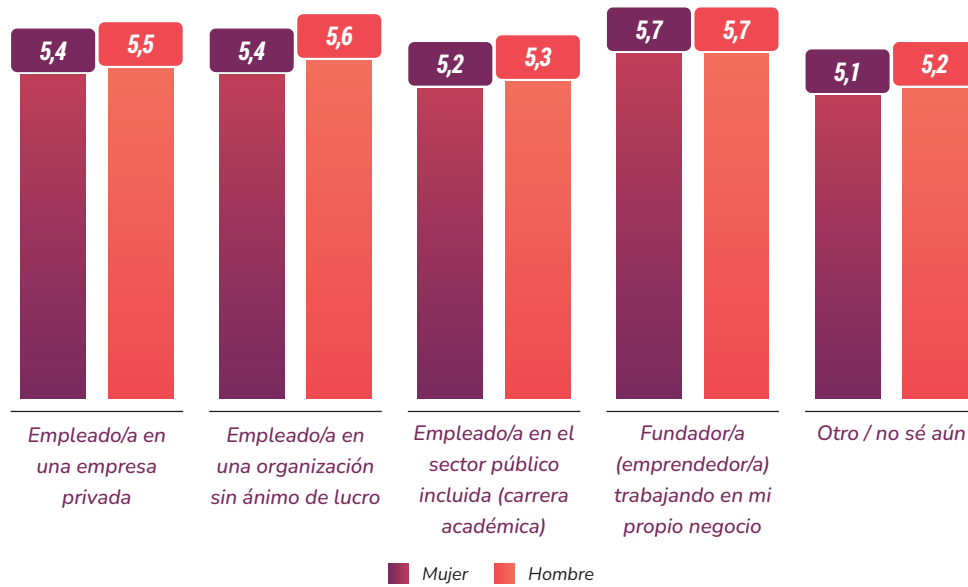




En conjunto, la resiliencia media es de 5,42 en hombres y 5,30 en mujeres, lo que confirma una ventaja leve pero constante en favor de los varones. Estos resultados ponen de manifiesto que, si bien mujeres y hombres universitarios presentan altos niveles de resiliencia general, persisten diferencias de género en aspectos clave como el control emocional. Este hallazgo sugiere la necesidad de seguir promoviendo programas de bienestar subjetivo y formación emprendedora que refuercen específicamente estas competencias en mujeres.

6.1 Intenciones de elección de carrera y resiliencia

Figura 48. Resiliencia e intenciones de elección de carrera al finalizar los estudios



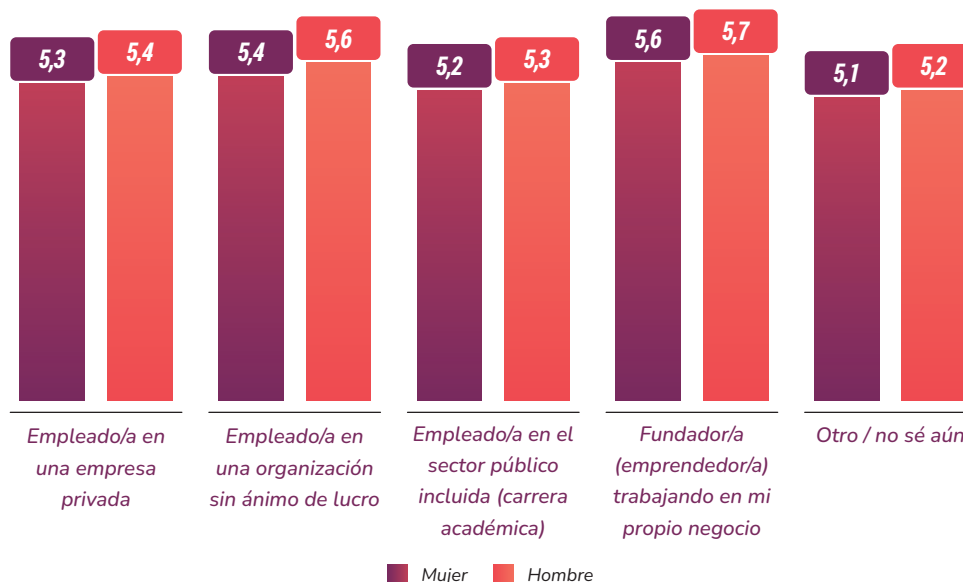
La Figura 48 examina el nivel medio de resiliencia de los estudiantes universitarios en función de su intención de carrera profesional al finalizar sus estudios, diferenciando por género. El grupo con mayor puntuación corresponde a quienes desean ser fundadores/as de su propio negocio, tanto en hombres como en mujeres. En ambos casos, la puntuación media es de 5,70, lo que indica un perfil altamente resiliente y optimista. Este dato sugiere que quienes eligen el emprendimiento como vía profesional se perciben como más capaces de adaptarse y superar la adversidad, una cualidad especialmente relevante en contextos de alta incertidumbre como el empresarial. Les siguen los y las estudiantes que desean trabajar en organizaciones sin ánimo de lucro, donde los hombres reportan una media de 5,57 y las mujeres 5,40. Aunque el nivel de resiliencia es algo inferior al del grupo emprendedor, sigue siendo elevado, posiblemente debido a la fuerte vinculación vocacional y al sentido de propósito asociado a este tipo de organizaciones. En el caso de quienes se proyectan como empleados/as en una empresa privada, las puntuaciones son ligeramente más bajas, con 5,45 para hombres y 5,35 para mujeres, y se reducen aún más entre quienes desean trabajar en el sector público o carrera académica (5,31 hombres / 5,22 mujeres). Finalmente, el grupo de personas indecisas presenta los niveles más bajos, aunque no despreciables: 5,22 en hombres y 5,14 en mujeres.

En términos de género, aunque los hombres presentan niveles ligeramente más altos en todas las trayectorias excepto en el emprendimiento, las diferencias son pequeñas. Esto sugiere que



la resiliencia se distribuye de forma relativamente homogénea entre géneros cuando se asocia a metas profesionales claras y motivadoras.

Figura 49. Resiliencia e intenciones de elección de carrera 5 años después de finalizar los estudios



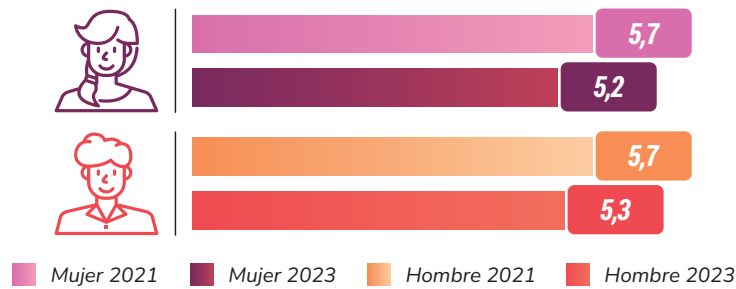
La Figura 49 muestra la resiliencia media percibida en función de las trayectorias profesionales previstas a medio plazo, es decir, cinco años después de finalizar los estudios, diferenciando nuevamente por género. Los resultados confirman el patrón observado previamente: los niveles más altos de resiliencia se asocian con quienes planean emprender su propio negocio, mientras que los más bajos se encuentran entre los estudiantes indecisos o con aspiraciones al sector público. Concretamente, los hombres que se proyectan como fundadores de su propio negocio alcanzan la puntuación más alta (5,69), seguidos muy de cerca por las mujeres con la misma intención (5,63). Esta paridad en los niveles de resiliencia sugiere que el compromiso con el emprendimiento, cuando se visualiza como una opción futura real, se relaciona con una elevada confianza en la capacidad personal para afrontar la adversidad, sin diferencias de género significativas. En el caso de quienes desean trabajar en organizaciones sin ánimo de lucro, también se registran niveles altos de resiliencia: 5,55 hombres y 5,39 mujeres. Esto puede explicarse por el componente vocacional y de propósito social que caracteriza este tipo de empleos, factores que refuerzan la percepción de control y adaptación. En cambio, quienes planean una carrera en el sector público, incluyendo la académica, presentan niveles más bajos (5,28 hombres y 5,21 mujeres), similares a los observados entre quienes aún no han definido su rumbo profesional (5,21 hombres y 5,14 mujeres). En estos dos últimos grupos, además, las mujeres puntúan por debajo de los hombres. Por último, en el caso de quienes aspiran a trabajar en empresas privadas, los niveles se sitúan en la media general, con una diferencia moderada de género a favor de los varones (5,38 hombres y 5,29 mujeres).

En conjunto, esta figura refuerza la idea de que la resiliencia está estrechamente vinculada al compromiso con un proyecto profesional autónomo o con impacto social, y que dicho compromiso parece igualar, e incluso reducir, las brechas de género en términos de bienestar subjetivo.



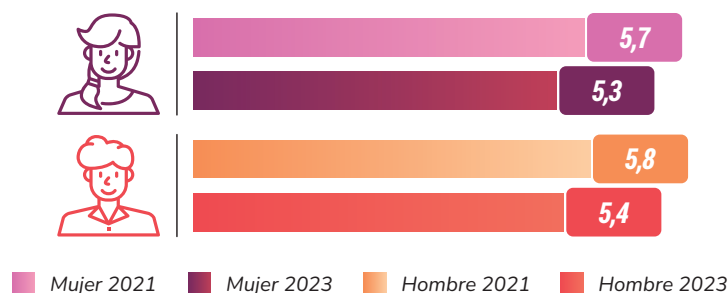
6.2. Emprendedoras nacientes y activas y resiliencia

Figura 50: Resiliencia en emprendimiento naciente



La Figura 50 analiza los niveles de resiliencia de mujeres y hombres universitarios en función de si están o no involucrados en emprendimiento naciente, es decir, si están planeando crear un nuevo negocio. Los resultados son claros y consistentes con los hallazgos anteriores: tanto hombres como mujeres que planean emprender reportan niveles de resiliencia significativamente más altos que aquellos que no lo están haciendo. En concreto, la puntuación media de resiliencia en el grupo de emprendedores nacientes es de 5,72 para mujeres, frente a 5,73 para hombres. Estos datos lo representan el valor más alto observado en todas las figuras analizadas hasta el momento. Por el contrario, entre quienes no están involucrados en actividades emprendedoras, los niveles de resiliencia bajan de forma notable: 5,24 en mujeres y 5,32 en hombres. Este patrón refuerza la hipótesis de que el emprendimiento, incluso en sus etapas iniciales, se asocia con una fuerte percepción de capacidad adaptativa y afrontamiento positivo ante situaciones complejas. Es posible que el hecho de tomar la iniciativa de emprender actúe como un catalizador de la resiliencia o, alternativamente, que quienes ya poseen una mayor resiliencia sean precisamente quienes se atreven a emprender. En cualquier caso, la casi convergencia de puntuaciones entre hombres y mujeres emprendedores nacientes es especialmente relevante, ya que indica que el proceso emprendedor parece igualar las diferencias de género en términos de resiliencia psicológica, al menos en esta fase inicial.

Figura 51: Resiliencia en emprendimiento activo



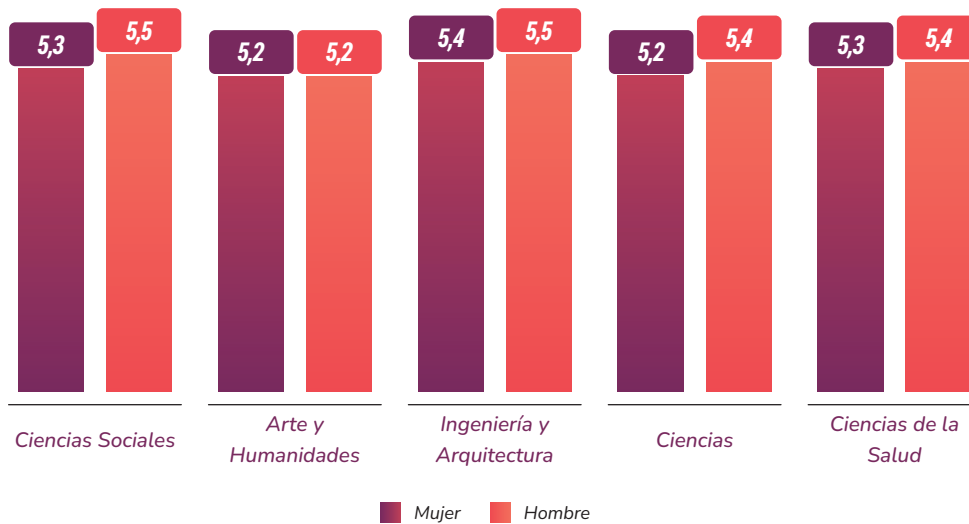
La figura 51 muestra los niveles medios de resiliencia en función de si las personas están emprendiendo activamente o no, desagregados por género. Los resultados indican que tanto mujeres como hombres emprendedores activos presentan una resiliencia significativamente más elevada (5,72 y 5,75 respectivamente) que quienes no están emprendiendo (5,28 en mujeres y 5,38 en hombres). Estas diferencias sugieren que estar inmerso en un proyecto emprendedor activo puede fortalecer los recursos psicológicos, o bien que quienes poseen mayor resiliencia tienden



a emprender. Además, el emprendimiento parece reducir la brecha de género en resiliencia, ya que mujeres y hombres emprendedores alcanzan niveles casi idénticos. En cambio, entre quienes no emprenden, los hombres presentan una ligera ventaja. Estos hallazgos refuerzan la idea de que el emprendimiento no solo es una vía profesional, sino también un espacio de crecimiento personal y emocional.

6.3. Campo de estudio y Resiliencia

Figura 52: Resiliencia por campo de estudio



La Figura 52 analiza los niveles medios de resiliencia percibida entre mujeres y hombres universitarios según su campo de estudio, lo que permite observar posibles patrones asociados a la formación académica. En términos generales, los estudiantes de Ingeniería y Arquitectura reportan los valores más altos, con una puntuación media de 5,47 en hombres y 5,39 en mujeres, seguidos de cerca por los de Ciencias Sociales (5,46 hombres / 5,33 mujeres). En ambos casos, las diferencias de género son pequeñas pero consistentes, con los hombres reportando niveles ligeramente superiores. Por su parte, quienes estudian Ciencias de la Salud presentan también niveles relativamente elevados de resiliencia (5,39 hombres / 5,29 mujeres), lo cual puede relacionarse con la naturaleza exigente y vocacional de esta disciplina. En contraste, los valores más bajos se observan en el grupo de estudiantes de Ciencias y de Arte y Humanidades, especialmente entre las mujeres: 5,18 en Ciencias, y 5,19 en Arte y Humanidades, frente a 5,35 y 5,21 en los hombres, respectivamente. Esta diferencia, aunque moderada, resulta relevante al considerar que la resiliencia es un recurso clave para afrontar con éxito entornos laborales inciertos o emocionalmente demandantes. El patrón general muestra que, si bien la resiliencia se distribuye de forma relativamente homogénea en la muestra, existen variaciones asociadas al campo de estudio. Las titulaciones más técnicas (Ingeniería, Arquitectura y Ciencias de la Salud) tienden a estar asociadas a niveles más altos de resiliencia, especialmente en los hombres, mientras que en las ramas más humanísticas y científicas las puntuaciones son algo más bajas, sobre todo entre las mujeres.



MUJERES EMPRENDEDORAS MIWENDO SOLUTIONS

[HTTPS://MIWENDO.COM/](https://miwendo.com/)

HACIENDO LAS COLONOSCOPIAS
MÁS FIABLES



MiWEndo Solutions es una spin-off de la Universitat Pompeu Fabra, Universitat Politècnica de Catalunya, Hospital Clínic de Barcelona e Institució Catalana de Recerca i Estudis Avançats (ICREA).

La empresa se creó en 2019 por Marta Guardiola García, ingeniera de Telecomunicaciones (2008) y doctora en Teoría de Señales y Comunicaciones (2013), y Glòria Fernández Esparrach, licenciada en Medicina (1988) y doctora en Medicina y Cirugía (1997).”

¿Cuál fue el motivo principal que os llevó a emprender?

Decidimos emprender tras más de diez años investigando en una nueva modalidad de imagen médica basada en microondas. Marta desde la universidad, como investigadora en el ámbito de la ingeniería biomédica, y Glòria desde el Hospital Clínic de Barcelona, como endoscopista, compartimos la visión de que esta tecnología podía tener un gran impacto en la detección precoz del cáncer colorrectal. Durante este tiempo, nos dimos cuenta de que, desde el entorno académico y clínico, era prácticamente imposible completar el recorrido necesario para llevar una tecnología prometedora hasta un dispositivo médico real, listo para ser utilizado en pacientes. Faltaban recursos para afrontar etapas clave como los procesos regulatorios, la industrialización o los ensayos clínicos. Nuestra gran motivación para emprender fue precisamente cerrar ese ciclo: transformar una prueba de concepto en un producto útil en la práctica clínica. Nuestro objetivo siempre ha sido generar un impacto positivo en la salud de las personas, contribuyendo a prevenir el cáncer colorrectal, una de las principales causas de mortalidad en los países desarrollados. Emprender nos permitió convertir años de investigación en una solución práctica que actualmente está en fase de ensayos clínicos y que entrará al mercado Europeo a finales de año.



¿Qué dificultades os encontrasteis?

A lo largo del camino nos hemos encontrado con muchas dificultades, propias del desarrollo de un dispositivo médico innovador. Una de las principales fue entender que la investigación académica, por sí sola, no es suficiente para llevar una tecnología hasta el paciente. A pesar de contar con buenos resultados científicos y prototipos funcionales, no disponíamos de los recursos necesarios para afrontar etapas clave como la industrialización, la regulación o la validación clínica. El ámbito de los dispositivos médicos está altamente regulado. Para poder llegar al paciente, es necesario generar una gran cantidad de evidencia sobre seguridad y eficacia clínica, lo que requiere mucho tiempo y financiación, difícil de conseguir debido al elevado nivel de riesgo. Además, tuvimos que aprender a integrar disciplinas muy distintas: tecnología, clínica, negocio, aspectos legales y regulación. Esto nos obligó a formarnos y a construir un equipo multidisciplinar y altamente cualificado, algo especialmente complejo en una startup con recursos limitados, donde retener talento es todo un reto. Tampoco resulta sencillo fabricar con los estándares de calidad exigidos en estas fases tempranas, ya que una startup pequeña tiene poco poder de negociación y retención de los proveedores.

¿Quién o quienes os ayudaron en los momentos de arrancar?

En los inicios, contamos con la ayuda de muchas personas e instituciones que fueron clave para poder arrancar. Por un lado, las oficinas de transferencia de tecnología de las instituciones a las que pertenecíamos jugaron un papel fundamental. Nos apoyaron en todo el proceso de protección de la propiedad intelectual, en la preparación del plan de negocio y en los primeros pasos para constituir la spin-off. También fue decisivo el acceso a programas de financiación pública y privada orientados a la transferencia de tecnología, muchos de los cuales iban acompañados de formación específica en emprendimiento y desarrollo de negocio. Gracias a estos programas, pudimos empezar a construir una base sólida, adquirir conocimientos que no teníamos y validar aspectos clave del proyecto. Asimismo, participar en programas de aceleración nos ayudó a conectar con otros emprendedores, mentores e inversores, y a profesionalizar nuestra propuesta de valor. Todo este ecosistema de apoyo fue imprescindible para transformar una iniciativa científica en un proyecto empresarial con potencial de impacto real en la salud de las personas.

¿Qué consejos les daríais a las personas de vuestras universidades relacionados con la aventura de emprender?

A quienes estén en la universidad y se planteen emprender, les diríamos que es fundamental salir del laboratorio cuanto antes. Es muy común centrarse únicamente en la tecnología o en los resultados científicos, pero si se quiere transformar un proyecto en una solución real, es imprescindible validarlo con los stakeholders: profesionales clínicos, pacientes, usuarios, e incluso expertos en negocio y regulación. Antes de avanzar demasiado en el desarrollo tecnológico, es clave asegurarse de que existe una necesidad clínica o social no cubierta, y que hay un



mercado dispuesto a adoptarla. Emprender desde la universidad implica ampliar la mirada: no basta con tener una buena tecnología, también hay que entender su aplicabilidad, explorar el modelo de negocio y familiarizarse con los requisitos regulatorios. La universidad y el ecosistema que la rodea ofrece un entorno ideal para iniciar este camino, con oficinas de transferencia, programas de apoyo y redes de mentores.



CONCLUSIONES Y POSIBLES INTERVENCIONES PARA REDUCIR LA BRECHA DE GÉNERO

7

Los resultados del presente informe muestran que persisten importantes brechas de género en casi todos los indicadores relacionados con el emprendimiento universitario, tanto en lo que respecta a la intención como a la acción emprendedora. Aunque las mujeres universitarias han incrementado su nivel medio de bienestar respecto a 2021 y muestran niveles elevados de resiliencia y autoeficacia cuando desean emprender, siguen existiendo diferencias significativas respecto a sus compañeros varones en múltiples dimensiones clave: formación recibida, percepción de capacidades emprendedoras, participación en emprendimiento activo, y confianza para afrontar la incertidumbre.

Especialmente preocupante resulta la baja participación femenina en programas de formación emprendedora y la percepción de su limitada efectividad, lo que sugiere la necesidad de revisar en profundidad tanto el acceso como el diseño de estas iniciativas. Las mujeres que desean emprender muestran niveles similares de autoeficacia y resiliencia a los hombres, lo cual indica que el emprendimiento actúa como un potente mecanismo de empoderamiento. Sin embargo, esto no está siendo suficientemente comunicado, incentivado ni canalizado desde las estrategias que persiguen mayor igualdad de la mujer, ni desde los programas universitarios actuales.

En este sentido, se destacan varias líneas prioritarias de intervención:

- » **Divulgar el efecto benéfico del espíritu emprendedor:** Mostrar y divulgar los indicadores que relacionan la acción de emprender con los beneficios que reportan en múltiples facetas del futuro profesional y personal de las estudiantes universitarias debería ser una prioridad y un potente incentivo de las políticas de igualdad en el ámbito universitario.
- » **Aumentar el alcance de la formación emprendedora:** Es fundamental ampliar el porcentaje de estudiantes que accede a formación específica en emprendimiento, incorporando materias obligatorias en todos los niveles educativos y disciplinas. La universalización de esta formación permitiría reducir desigualdades y generar un ecosistema más inclusivo.
- » **Evaluar y adaptar los programas formativos:** Es necesario someter a evaluación la calidad y efectividad de los programas actuales de formación específica en emprendimiento, midiendo el grado de satisfacción del alumnado y la mejora real de competencias emprendedoras. Esta evaluación debe considerar también el impacto diferencial por género.
- » **Revisar el enfoque pedagógico desde una perspectiva de género:** Muchos programas se basan en un modelo de emprendedor arquetípico masculino, dejando fuera experiencias, motivaciones y estilos de liderazgo más habituales entre mujeres. Adaptar los contenidos y metodologías a estas realidades permitiría aumentar la intención emprendedora femenina y reducir brechas persistentes. Tal y como sugieren los datos recogidos, es fundamental que los programas de formación contemplen explícitamente las diferencias de género para ser verdaderamente inclusivos y eficaces.



En relación con el bienestar subjetivo, el campo de estudio y las intenciones de carrera, resulta reseñable el hecho de que los hombres puntúan más que las mujeres en Ciencias de la Salud, y lo mismo ocurre con los hombres que quieren trabajar en una ONG. Estos son campos que se han considerado tradicionalmente más femeninos. En cambio, las mujeres están más satisfechas que los hombres en Ciencias y en Ingeniería y Arquitectura, campos tradicionalmente considerados como más masculinos. Estos datos sugieren que superar los estereotipos de género conduce a niveles más altos de bienestar.

Esta apreciación puede estar relacionada con la existencia de compartimentos estancos entre las ramas de conocimiento y con la definición de programas académicos poco flexibles para introducir una mayor diversidad y libertad de elección de materias en el proceso de formación. A mayor rigidez en los programas es más probable que el estudiantado, al no tener que elegir, ejercite menos la curiosidad y la necesidad de identificar las oportunidades que podría ofrecerle optar por materias de estudio complementarias, acciones ambas imprescindibles en el proceso de emprender. Flexibilizar los programas, motivar a explorar materias que mejoren o complementen el curriculum formativo de las mujeres y entrenarlas a identificar las oportunidades que le pueden reportar serán acciones beneficiosas para su empoderamiento.

En definitiva, promover el emprendimiento entre las estudiantes universitarias requiere de mucho más que incentivar la participación. Exige transformar los marcos de referencia, ampliar los modelos de éxito, diseñar itinerarios formativos sensibles a la diversidad de trayectorias, motivaciones y capacidades y medir y evaluar los resultados de las políticas y acciones. Solo así será posible avanzar hacia un ecosistema universitario más justo, equitativo e innovador.



MUJERES EMPRENDEDORAS

AGROLINERA

[HTTPS://AGROLINERA.COM](https://agrolinera.com)

TECNOLOGÍA PARA LA RECOGIDA,
LOGÍSTICA Y VALORIZACIÓN DE
RESIDUOS GANADEROS Y LÁCTEOS



Agrolinera desarrolla tecnología para digitalizar y optimizar la valorización de residuos ganaderos, ofreciendo a las plantas de biogás y biometano materia prima trazable, eficiente y controlada, reduciendo emisiones y mejorando la rentabilidad del proceso.

Sus actividades se enmarcan en las actividades relacionadas con Climatech, energía y medio ambiente, economía circular y sostenibilidad.

La empresa se crea en 2022 por Verónica Menéndez Rodríguez y Juan Gutiérrez Canseco.

Verónica es la actual CEO, es licenciada en Administración y Dirección de Empresa por la Universidad de Oviedo (1998), Máster en gestión medioambiental por la EOI y Máster en Ingeniería de Sistemas por Universidad de Pennsylvania (EE. UU.). Ha administrado diversas sociedades dedicadas a la generación de energía y servicios corporativos. Su experiencia previa ha sido en consultoría de sistemas de gestión ambiental, control de cadena de suministro industrial y logística internacional.

Juan (CTO), se encarga de la dirección técnica, comercial y estratégica de Agrolinera. Es licenciado en Economía por la Universidad de Oviedo (1997) y MBA en finanzas y emprendimiento por Wharton School (Universidad de Pennsylvania, EE. UU.). Es cofundador y director de Agrolinera Astur. Juan es el autor de las patentes desarrolladas por Agrolinera. Su experiencia previa ha sido como consultor y empresario. Ha sido promotor de proyectos de energías renovables, cadena de suministro industrial y comercial internacional. Tiene experiencia en promoción de proyectos de digitalización (control, trazabilidad y logística) de operaciones de suministro industrial.

¿Cuál fue el motivo principal que os llevó a emprender?

Llevamos más de 20 años emprendiendo juntos, pero Agrolinera es el proyecto que mejor sintetiza nuestra vocación y experiencia. Nuestro propósito es ayudar a mantener la ganadería tradicional y la población rural resolviendo un problema



real, urgente y cercano, que es la gestión de residuos ganaderos. Lo hacemos a través de la digitalización y la economía circular. Esta vez sentimos que es el momento y el lugar adecuados para crear algo con verdadero impacto.

¿Qué dificultades os encontrasteis?

Emprender en el entorno rural no es fácil. Conseguir buena conectividad, infraestructura básica e incluso visibilidad ya supone un reto. Además, tuvimos que romper muchas barreras mentales dentro del propio sector ganadero para demostrar que lo digital también puede ser rural, útil y económicamente viable. Sacar adelante un piloto en el Parque Nacional de los Picos de Europa fue un desafío logístico, normativo y humano... pero lo logramos.

¿Quién o quiénes os ayudaron al arrancar?

Personas e instituciones que apostaron por nosotros cuando solo teníamos una idea. El Principado de Asturias, el Ayuntamiento de Cabrales, la DOP Queso Cabrales, La Granja Lab, Fundación Caja Rural y EDP nos dieron impulso. Premios como el Radar EBT o el Rural Startup Award nos ayudaron a ganar visibilidad, confianza y credibilidad.

¿Qué consejos daríais a estudiantes de vuestra universidad que quieran emprender?

Encuentra un propósito que te mueva y compártelo con quienes te rodean. Rodeáte de buenos compañeros de viaje y deja claras las reglas con un pacto de socios desde el principio. Sé ágil: si algo no funciona, mejor fallar rápido. Habla con mucha gente, escucha, aprende, y no tengas miedo a decir que no. Y sobre todo: prioriza, planifica, controla... y cuida el flujo de caja. Sin dinero, no hay proyecto.



BIBLIOGRAFÍA

- » Ahmed, T., Chandran, V. G. R., Klobas, J. E., Liñán, F., & Kokkalis, P. (2020). Entrepreneurship education programmes: How learning, inspiration and resources affect intentions for new venture creation in a developing economy. *The International Journal of Management Education*, 18(1), 100327.
- » Bello, B., Mattana, V., & Loi, M. (2018). The power of peers: A new look at the impact of creativity, social context and self-efficacy on entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(1), 214-233.
- » Camelo-Ordaz, C., Diáñez-González, J. P., Franco-Leal, N., & Sousa-Ginel, E. (2024). Opportunity recognition in academic spin-offs: a contingency approach. *R&D Management*, 54(1), 76-94.
- » Dess, G. G., & Robinson, R. B. (1984). Measuring Organizational Performance in the Absence of Objective Measures: The Case of the Privately-held Firm and Conglomerate Business Unit. *Strategic Management Journal*, 5(4), 265-273
- » Diener, E., Emmons, R., Larsen, R., & Griffin, S. (1985). The Satisfaction With Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 71-75.
- » Eddleston, K. A., Kellermanns, F. W., & Sarathy, R. (2008). Resource Configuration in Family Firms: Linking Resources, Strategic Planning and Technological Opportunities to Performance. *Journal of Management Studies*, 45(1), 26-50.
- » Franke, N., & Lüthje, C. (2004). Entrepreneurial intentions of business students—A benchmarking study. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 1(3), 269-288.
- » GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2023). *Global Entrepreneurship Monitor 2023/24 Women's Entrepreneurship Report*.
- » Meoli, A., Fini, R., Sobrero, M., & Wiklund, J. (2020). How entrepreneurial intentions influence entrepreneurial career choices: The moderating influence of social context. *Journal of Business Venturing*, 35(3), 105982.
- » Pérez-Luño, A.; Ruiz-Navarro, J.; Sousa-Ginel E. (2023). *Informe GUESSS Mujer Universitaria. Elecciones de carrera, espíritu emprendedor y felicidad*. Universidad de Cantabria.
- » Ruiz-Navarro, J.; Diáñez-González, J.P.; Franco-Leal, N.; Infante-Cagale, L. (2024). *Informe GUESSS España 2023/24. Intenciones de carreras, espíritu emprendedor e iniciativas empresariales de los estudiantes universitarios*. ISBN: 978-84-09-64120-8.
- » Sieger, P., Raemy, L., Zellweger, T., Fueglistaller, U. & Hatak, I. (2024). *Student Entrepreneurship 2023: Insights From 57 Countries*. St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU-U.
- » Sinclair, V. G., & Wallston, K. A. (2004). The development and psychometric evaluation of the Brief Resilient Coping Scale. *Assessment*, 11(1), 94-101.



- » Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566-591.
- » Teixeira, A. A., & Forte, R. P. (2017). Prior education and entrepreneurial intentions: the differential impact of a wide range of fields of study. *Review of Managerial Science*, 11(2), 353-394.
- » Wiklund, J., Nikolaev, B., Shir, N., Foo, M.-D., & Bradley, S. (2019). Entrepreneurship and well-being: Past, present, and future. *Journal of Business Venturing*, 34(4), 579–588.
- » Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265.



ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO Y METODOLOGÍA

ANEXO

1

El proyecto internacional GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey) constituye el observatorio de análisis y promoción del espíritu emprendedor universitario más importante del mundo, en el que participan más de cincuenta países y una extensa red de más de 1.300 universidades. En la décima edición de 2023 han participado más de 226.000 estudiantes universitarios/as pertenecientes a 57 países (Sieger et al., 2024).

En España el proyecto GUESSS está organizado por el Observatorio del Emprendimiento de España y dirigido por el profesor José Ruiz Navarro, catedrático emérito por la Universidad de Cádiz. La edición de 2023 ha contado con la colaboración de ENISA, Santander Financial Institute (SANFI), Fundación COTEC, Fundación Colegio Decroly, y del programa Acelera Startups de la EOI, y se han obtenido respuesta válida de 78.889 estudiantes pertenecientes a 71 universidades españolas (Ruíz-Navarro et al., 2024).

En los informes elaborados por las universidades participantes, así como en los informes nacional y global de 2023, se analizan cuatro bloques de factores:

- » Las intenciones de carrera de los/las estudiantes universitarios/as.
- » Las actividades emprendedoras de los/las estudiantes universitarios/as (emprendedores/as activos y nacientes).
- » Los factores determinantes, que incluyen el contexto universitario, el campo de estudio, y el género.

Puede consultarse las webs nacional e internacional del proyecto GUESSS para obtener más información (<https://observatoriodeemprendimiento.es/guesss/> y <https://www.guesssurvey.org/>). Las principales publicaciones académicas que han utilizado datos GUESSS y fundamentan la metodología del proyecto se encuentran en <https://www.guesssurvey.org/publications/publications/academic-journals.html>

El informe complementa la información cuantitativa con el ejemplo de siete casos de mujeres emprendedoras que sirven de referentes para la población universitaria objeto de este estudio. El informe GUESSS Mujer Universitaria se publicó por primera vez con los datos de la edición de 2021. En el mismo, además de los aspectos analizados en los informes global y nacional, se incluyó un apartado dedicado a la felicidad o bienestar subjetivo de las estudiantes universitarias españolas (Pérez-Luño et al., 2023). En esta nueva edición, se ha añadido como novedad el análisis de la autoeficacia emprendedora y la resiliencia que, junto con el bienestar subjetivo, constituyen el motor para el emprendimiento femenino, y se ha aumentado el número de ejemplos de mujeres emprendedoras.



Para la realización del presente informe, se tomó como punto de partida la muestra utilizada en el informe nacional, compuesta por las respuestas proporcionadas por 76.889 estudiantes universitarios/as, resultado de la encuestación en línea realizada entre septiembre y diciembre de 2023. En la tabla 1 se muestran los principales datos descriptivos de la muestra.

Tabla 1: Descripción de la muestra

Género	Mujer	62.3%	
	Hombre	37.7%	
Edad	Hasta 24 años	73.5%	
	Entre 25 y 30 años	13.2%	
	31 o más	13.3%	
Nivel de estudios	Grado	78.2%	
	Máster	16.4%	
	Doctorado	4.2%	
Campo de estudio	Ciencias Sociales y jurídicas	46.9%	
	Arte y Humanidades	9.4%	
	Ingeniería y Arquitectura	18.7%	
	Ciencias	7.5%	
	Ciencias de la Salud	12.9%	
Intenciones emprendedoras	Al finalizar los estudios	Mujer	9.6%
		Hombre	16,9%
	5 años después	Mujer	19.2%
		Hombre	28.8
Actividades Emprendedoras	Nacientes	Mujer	13.2%
		Hombre	24.5%
	Activas	Mujer	5.9%
			10.8%

El 62,3% de los respondientes son mujeres, y el 37,7%, hombres. El 78,2% de dichos estudiantes cursan estudios de Grado, mientras que el 16,4% son alumnos de Máster, y el 4,2% se encuentra matriculado en a un programa de Doctorado. Con respecto al campo de estudio, destaca que el 46,9% de los estudiantes están cursando una titulación dentro de la rama de conocimien-



to de “Ciencias Sociales y Jurídicas”, siendo las siguientes categorías predominantes: “Ingeniería y Arquitectura” (18,7%) y “Ciencias de la Salud” (12,9%). La edad media de la muestra es de 26,38 años, siendo el rango de edad que predomina en la muestra de 18 a 24 años (73,5%). Por su parte, la tabla 2 recoge la relación de universidades participantes en la encuesta, junto con el número de cuestionarios contestados en cada una de ellas, y el porcentaje que representan sobre la muestra.

Tabla 2. Distribución de cuestionarios completos por Universidades.

Universidad	Nº de Cuestionarios	Porcentaje
CUNEF	262	0,3
EOI Escuela de Organización Industrial	18	0,0
ESIC University	1171	1,5
UDIMA (Universidad a Distancia de Madrid)	973	1,3
Universidad Autónoma de Barcelona	3279	4,3
Universidad Autónoma de Madrid	1813	2,4
Universidad Carlos III de Madrid	863	1,1
Universidad Católica San Antonio de Murcia	924	1,2
Universidad Católica Santa Teresa Jesús de Ávila	255	0,3
Universidad CEU San Pablo	210	0,3
Universidad Complutense de Madrid	412	0,5
Universidad de Alcalá	50	0,1
Universidad de Alicante	3537	4,6
Universidad de Almería	478	0,6
Universidad de Barcelona	3857	5,0
Universidad de Burgos	204	0,3
Universidad de Cádiz	1801	2,3
Universidad de Cantabria	1728	2,2
Universidad de Castilla-La Mancha	591	0,8



Universidad	Nº de Cuestionarios	Porcentaje
Universidad de Córdoba	727	0,9
Universidad de Deusto	670	0,9
Universidad de Extremadura	914	1,2
Universidad de Girona	1002	1,3
Universidad de Granada	1728	2,2
Universidad de Huelva	123	0,2
Universidad de Jaén	1184	1,5
Universidad de La Coruña	990	1,3
Universidad de La Laguna	839	1,1
Universidad de La Rioja	1077	1,4
Universidad de las Islas Baleares	293	0,4
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	2400	3,1
Universidad de León	630	0,8
Universidad de Lleida	239	0,3
Universidad de Málaga	1180	1,5
Universidad de Mondragón	369	0,5
Universidad de Murcia	2467	3,2
Universidad de Oviedo	1867	2,4
Universidad de Salamanca	323	0,4
Universidad de Santiago de Compostela	1676	2,2
Universidad de Sevilla	862	1,1
Universidad de Valencia	1879	2,4
Universidad de Valladolid	632	0,8
Universidad de Vic Universidad Central de Catalunya	175	0,2



Universidad	Nº de Cuestionarios	Porcentaje
Universidad de Vigo	3192	4,2
Universidad de Zaragoza	1749	2,3
Universidad del País Vasco	330	0,4
Universidad Europea de Canarias	305	0,4
Universidad Europea de Madrid	1811	2,4
Universidad Europea de Valencia	513	0,7
Universidad Europea del Atlántico	239	0,3
Universidad Francisco de Vitoria	1355	1,8
Universidad Internacional de Andalucía (UNIA)	151	0,2
Universidad Internacional de Cataluña	213	0,3
Universidad Internacional de la Rioja	31	0,0
Universidad Internacional de Valencia (VIU)	1257	1,6
Universidad Loyola de Andalucía	2212	2,9
Universidad Miguel Hernández de Elche	349	0,5
Universidad Pablo de Olavide	507	0,7
Universidad Politécnica de Cartagena	158	0,2
Universidad Politécnica de Cataluña	80	0,1
Universidad Politécnica de Madrid	3182	4,1
Universidad Politécnica de Valencia	1328	1,7
Universidad Pontificia Comillas	612	0,8
Universidad Pública de Navarra	1167	1,5
Universidad Rey Juan Carlos	1602	2,1
Universitat Abat Oliba CEU	312	0,4
Universitat Jaume I	670	0,9



Universidad	Nº de Cuestionarios	Porcentaje
Universitat La Salle (Ramon Llull)	488	0,6
Universitat Oberta Catalunya	335	0,4
Universitat Pompeu Fabra	11	0,0
Universitat Rovira i Virgili	783	1,0
UNED Toda España	4606	6,0
Other	669	0,9
Total	76889	100,0



Intenciones emprendedoras

Descripción	Pregunta(s)
<p>Porcentaje de estudiantes universitarios que muestra la intención de convertirse en emprendedores una vez que terminan sus estudios.</p> <p>Para ello, se les pregunta sobre sus opciones de carrera futuras, tanto al término de sus estudios universitarios, como cinco años después de dicho momento.</p>	<p>¿Qué camino intentarás seguir una vez que termines tus estudios?</p> <p>¿Qué camino intentarás seguir 5 años después de terminar tus estudios?</p> <ul style="list-style-type: none">» Empleado en una pequeña empresa.» Empleado en una mediana empresa.» Empleado en una gran empresa.» Empleado en una ONG.» Empleado en una institución académica.» Empleado público (funcionario).» Emprendedor, con empresa propia.» Sucesor en una empresa familiar.» Sucesor en una empresa no controlada actualmente por mi familia.» Otro / Todavía no lo sé.

Emprendedor/a naciente

Descripción	Pregunta(s)
<p>Porcentaje de estudiantes universitarios que se encuentran inmersos en el proceso de creación de sus propias empresas o intentando trabajar por cuenta propia.</p>	<p>¿Estás actualmente tratando de montar tu propio negocio o intentando trabajar por cuenta propia?</p>

Emprendedor/a activo/a

Descripción	Pregunta(s)
<p>Porcentaje de estudiantes universitarios que manifiestan que son propietarios de una empresa o trabajan por cuenta propia.</p>	<p>¿Estás ya gestionando tu propio negocio o trabajando por cuenta propia?</p>



Autoevaluación del Rendimiento

(Dess y Robertson, 1984; Eddleston et al., 2008)

Descripción	Pregunta(s)
Autoevaluación del rendimiento de las empresas de los emprendedores activas en comparación con sus competidores.	<p>¿Cómo califica el desempeño de su empresa en comparación con el de sus competidores (1=mucho peor, 7=mucho mejor)? En:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Crecimiento de las ventas » Crecimiento de la cuota de mercado » Crecimiento de los beneficios » Creación de empleo » Capacidad innovadora

Formación en emprendimiento

Descripción	Pregunta(s)
Uso que los estudiantes universitarios hacen de la oferta de actividades de formación en emprendimiento que se organizan en su Universidad.	<p>Indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones (respuesta dicotómica: Sí/No, con la posibilidad de marcar varias de ellas):</p> <ul style="list-style-type: none"> » Nunca he asistido a un curso sobre emprendimiento hasta ahora. » He asistido al menos a un curso optativo de emprendimiento. » He asistido al menos a un curso de emprendimiento como parte obligatoria de mis estudios » Estoy estudiando un programa específico en emprendimiento.

Aprendizaje para el emprendimiento (Souitaris et al., 2007)

Descripción	Pregunta(s)
Percepción de las/los estudiantes universitarios sobre el grado en que los cursos recibidos han contribuido a mejorar sus habilidades emprendedores.	<p>Indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones, a través de una escala Likert de 7 puntos (1: en absoluto, 7: en un grado muy alto). Los cursos y ofertas de formación a los que he asistido:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Incrementaron mi entendimiento sobre las actitudes, valores y motivaciones de los emprendedores » Incrementaron mi entendimiento sobre las acciones que una persona debe llevar a cabo para iniciar un negocio » Mejoraron mis habilidades prácticas de gestión para iniciar un negocio » Mejoraron mis habilidades para desarrollar redes » Mejoraron mis habilidades para identificar una oportunidad



Clima emprendedor *(Frank y Lüthje, 2004)*

Descripción	Pregunta(s)
Percepción de las/los estudiantes universitarios sobre el clima emprendedor de las Universidades donde cursan sus estudios.	Indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones, a través de una escala Likert de 7 puntos (1: en absoluto, 7: en un grado muy alto): <ul style="list-style-type: none">» El clima de mi universidad me inspira a desarrollar ideas para crear nuevos negocios.» En mi universidad existe un clima favorable para convertirme en emprendedor/a.» En mi universidad me motivan para participar en actividades emprendedoras.

Bienestar Subjetivo *(Diener et al., 1985)*

Descripción	Pregunta(s)
Percepción del estudiantado sobre cinco indicadores de bienestar subjetivo o hedónico.	Indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones, a través de una escala Likert de 7 puntos (1: en absoluto, 7: en un grado muy alto). <ul style="list-style-type: none">» En muchos sentidos, mi vida se acerca a mi ideal.» Las condiciones de mi vida son excelentes» Estoy satisfecho con mi vida» Hasta ahora, he conseguido todo aquello que considero importante en mi vida.» Si pudiera vivir de nuevo, no cambiaría casi nada de mi vida.

Autoeficacia Emprendedora *(Zhao et al., 2005)*

Descripción	Pregunta(s)
Percepción del estudiantado sobre la medida en que posee las capacidades necesarias para emprender.	Indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones, a través de una escala Likert de 7 puntos (1: en absoluto, 7: en un grado muy alto). Estoy convencido/a que... <ul style="list-style-type: none">» Puedo descubrir con éxito nuevas oportunidades de negocio.» Puedo crear con éxito nuevos productos.» Puedo pensar creativamente.» Puedo comercializar con éxito mis ideas.



Resiliencia *(Sinclair & Wallston 2004)*

Descripción	Pregunta(s)
Percepción del estudiantado sobre capacidad para enfrentarse y adaptarse a situaciones adversas.	<p>Indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones, a través de una escala Likert de 7 puntos (1: en absoluto, 7: en un grado muy alto).</p> <ul style="list-style-type: none">» Creo que puedo crecer positivamente al enfrentarme a situaciones difíciles.» Busco activamente formas de reemplazar las pérdidas que me suceden en la vida.» Independientemente de lo que me suceda, creo que puedo controlar mi reacción.» Busco formas creativas de manejar situaciones difíciles.



OBSERVATORIO DEL
EMPRENDIMIENTO
DE ESPAÑA

+25 años de datos

GUESSSS 2023

MUJERES QUE EMPRENDEN, MUJERES QUE CRECEN:

EL EMPRENDIMIENTO COMO MOTOR DE BIENESTAR,
AUTOEFICACIA Y RESILIENCIA EN LAS MUJERES

COLABORAN

