

DICIEMBRE 2022

ESTUDIO Y DIAGNÓSTICO SOBRE
**EMPRENDIMIENTO
UNIVERSITARIO
CON PERSPECTIVA
DE GÉNERO**



Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada
CC BY-NC-ND

ESTUDIO Y DIAGNÓSTICO SOBRE EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Autoría

María Márquez Gómez
Alexandra Lucas del Rosal
Lorena Pedrós Cayo

Edición

Universitat Politècnica de València
Vicerrectorado de Arte, Ciencia, Tecnología y Sociedad
Unidad de Igualdad
Abril 2023



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

**VICERRECTORADO DE ARTE, CIENCIA,
TECNOLOGÍA Y SOCIEDAD**



**GENERALITAT
VALENCIANA**

Vicepresidència i Conselleria
d'Igualtat i Polítiques Inclusives



Pacte d' Estat

contra la violència de gènere

016 ATENCIÓN A VÍCTIMAS DE
MALOS TRATOS POR VIOLENCIA DE GÉNERO



AGRADECIMIENTOS

Queremos transmitir nuestro más sincero agradecimiento a la Vicepresidencia i Conselleria d'Igualtat i Polítiques Inclusives y a la Dirección General de l'Institut de les Dones que, a través de convenio de colaboración con la UPV, ha posibilitado la realización de este informe bajo el impulso del Vicerrectorado de Arte, Ciencia, Tecnología y Sociedad. Agradecimiento que hacemos extensivo también a las universidades públicas valencianas y agentes del ecosistema emprendedor valenciano que han colaborado en la difusión para la obtención de una masa representativa que ha respondido a las encuestas y entrevistas, así como a todos los perfiles entrevistados y con especial hincapié a todas las emprendedoras que han aportado la información necesaria para la elaboración del apartado de casos de éxito, sección que consideramos de especial interés ya que queremos visibilizar a estas mujeres emprendedoras de éxito que actualmente son referente en la Comunitat Valenciana en sectores tan variados como innovadores. Gracias a esta colaboración hemos conseguido dar forma a este estudio y diagnóstico sobre emprendimiento universitario con perspectiva de género, que consideramos no es un informe estático sino un documento vivo en constante evolución y susceptible de mejora. Nuestra intención es plantear un punto de partida sobre el que seguir trabajando en el futuro entre todos los agentes del ecosistema emprendedor valenciano, con el fin de generar un análisis crítico, adaptado a la realidad y enriquecido con conclusiones, propuestas de mejora y posibles soluciones que nos ayuden a vencer los obstáculos detectados y a aprovechar al máximo las oportunidades detectadas. Nuestro deseo es generar un lugar de debate y reflexión donde podamos dar respuesta de forma relativamente rápida y eficiente a las necesidades y circunstancias que hemos podido detectar durante este año de trabajo de campo y recogida de datos.

AUTORAS

María Márquez Gómez. Directora del Área de Emprendimiento IDEAS UPV. Licenciada en Derecho, con especialización en derecho mercantil. Diplomada en Ciencias Empresariales y Máster en Gestión y Dirección de Recursos Humanos por la Universidad de Valencia.

Alexandra Lucas del Rosal. Técnica Superior del Área de Emprendimiento IDEAS UPV. Licenciada en ADE por la UPV. Desde el 2014 coordina el Proyecto "Campus del Emprendimiento Innovador", en el que la UPV lidera una iniciativa orientada al empoderamiento de la mujer emprendedora y el fomento del liderazgo femenino en las empresas.

Lorena Pedrós Cayo. Técnica Superior del Área de Emprendimiento IDEAS UPV. Licenciada en ADE por la UPV. Especializada en emprendimiento de impacto, es coach de ideas de negocio en Climate Launchpad. Actualmente su actividad se centra en al área de difusión y comunicación de IDEAS UPV, desde donde diseña y coordina la estrategia de fomento del emprendimiento femenino en el ámbito universitario.

ÍNDICE

1. Resumen ejecutivo	9
2. Introducción	12
2.1. Objetivos del estudio	13
2.2. Metodología utilizada en el estudio	14
3. Antecedentes y contexto del sector del emprendimiento universitario	16
3.1. Contexto Internacional	17
3.2. Contexto Nacional	23
3.3. Contexto Autonómico	30
3.4. Implicaciones de la Covid-19 en el emprendimiento	34
4. Análisis y resultados de la actividad emprendedora de mujeres universitarias en la Comunitat Valenciana	39
4.1. Análisis de los resultados del cuestionario 'Estudio de Emprendimiento Femenino'	39
4.2. Análisis de los resultados de la jornada 'Fomento del Liderazgo Femenino en la Empresa'	47
5. Iniciativas emprendedoras lideradas por mujeres universitarias	52
5.1. Margarita Albors Social Nest Foundation	53
5.2. Anna Ferrer CU4WELL	56
5.3. Silvia del Val D-Vallet	59
5.4. Adriana Salomé Elsel Buleo Tradcrea	62
5.5. Estefanía Hurtado Gómez Mamanecó	65
5.6. Mercedes Castelló Henko Snacks	68
5.7. Yaiza Panizo Silocomo	71
5.8. Raquel Calles - Kaltu Payments SL	74
6. Conclusiones	78
7. Recomendaciones	81
Bibliografía	85
ANEXO	86

ÍNDICE DE TABLAS, GRÁFICOS E ILUSTRACIONES

Tabla 1. Población mundial en el proceso emprendedor, dividido por género.	18
Ilustración 1. Tasas medias totales de actividad emprendedora incipiente por género y país, agrupadas por nivel de renta nacional.	19
Ilustración 2. Sectores de las iniciativas emprendedoras en fase inicial distribuidos por género y nivel de renta nacional.	20
Ilustración 3. Tamaño de empresas de fase inicial distribuidos por género y nivel de renta nacional.	20
Ilustración 4. Nivel educativo por género y nivel de renta nacional de los emprendedores en fase inicial.	21
Ilustración 5. Proporción entre mujeres y hombres de las tasas de TEA por género y país en Europa.	22
Ilustración 6. Tasas de startups sin personal empleado, distribuidas por género y país europeo.	23
Gráfico 1. Emprendimiento potencial, TEA y empresas consolidada en países de altos ingresos en 2021.	24
Tabla 2. Emprendimiento Potencial, TEA y Empresas Consolidadas, en función del sexo.	25
Tabla 3. Distribución de los perfiles emprendedores por sector de actividad en función del sexo en 2021.	25
Tabla 4. Tamaño de las iniciativas emprendedoras con personal empleado en función del sexo del perfil emprendedor en 2021.	26
Tabla 5. Capital semilla requerido entre mujeres y hombres en 2021.	26
Gráfico 2. Principal fuente de financiación de las empresas digitales lideradas por mujeres.	27
Tabla 6. Distribución por edad de los perfiles en etapa inicial (TEA) en función del sexo 2020, 2021.	28
Tabla 7. Distribución del índice TEA en función de la educación y el sexo de las personas emprendedoras en 2021.	28
Tabla 8. Emprendimiento universitario dividido por fases en función del sexo.	29
Tabla 9. Nivel de formación específica para emprender en función del sexo en 2021.	29
Gráfico 3. Intenciones emprendedoras por Comunidad Autónoma en 2021.	30
Gráfico 4: Distribución por sexo de la actividad emprendedora (según la fase del proceso) en la Comunitat Valenciana en 2020 y 2021.	31

Gráfico 5: Proceso emprendedor de las mujeres por CCAA en 2020	32
Tabla 10. Perfil medio de las personas involucradas (según la fase del proceso emprendedor) en la Comunitat Valenciana en 2021.	33
Gráfico 6: Evolución de la actividad emprendedora según el nivel educativo en la Comunitat Valenciana.	33
Gráfico 7: Distribución de las iniciativas en fase emprendedora por sector de actividad en la Comunitat Valenciana.	34
Gráfico 8. Personas emprendedoras nacientes que se plantean crear una empresa debido a las implicaciones de la COVID-19, por CCAA.	35
Gráfico 9. Perfiles emprendedores activos que indican que han creado su empresa debido a las implicaciones de la COVID-19, por CCAA.	36
Gráfico 10: Proceso emprendedor pre-COVID-19.	37
Gráfico 11: Proceso emprendedor post-COVID-19.	37
Gráfico 12. Titulación máxima alcanzada por las personas encuestadas.	40
Gráfico 13. Sectores de las iniciativas emprendedoras de las personas encuestadas.	41
Gráfico 14. Sectores de las iniciativas emprendedoras de las mujeres encuestadas.	42

1. RESUMEN EJECUTIVO

El perfil de las mujeres emprendedoras a nivel europeo, así como en el caso nacional, es de una mujer joven con estudios superiores y con formación específica en emprendimiento, superando a la media de los hombres emprendedores tanto en el nivel de estudios universitarios como en la formación específica en emprendimiento.

Ahondando más a fondo en el caso concreto de las mujeres emprendedoras en la Comunitat Valenciana, se trata de una mujer con una edad promedio de 42 años, con estudios universitarios en el 35,9% de los casos y que dispone de algún tipo de formación específica en emprendimiento (79,2%).

Respecto a la muestra encuestada para realizar este estudio, los resultados indican que hay dos tipos de perfiles de mujeres emprendedoras universitarias. El primer caso, se trataría de una mujer entre 21 y 25 años (28%), soltera y sin descendencia (100%), que estudia actualmente (85,7%). El segundo caso estaría representado por una mujer de entre 41 y 45 años (28%), casada (85,7%) y con descendencia (100%), con titulación superior de grado, máster o doctorado (85,7%) que no emprendió durante sus estudios (83,3%).

Analizando el tipo de iniciativas desarrolladas por las mujeres emprendedoras, a nivel global, se observa una clara tendencia a emprender solas (en un 62% de los casos) y en los sectores de sanidad, educación y servicios sociales en la mayoría de los casos, seguidos de sectores como retail, textil, bellas artes. En cambio, en sectores TIC y científico-tecnológicos se detecta una escasa presencia femenina, liderando un 50% menos de proyectos que los hombres. Esto puede ser consecuencia del bajo porcentaje de mujeres en los niveles de estudios relacionados con la rama STEAM.

Otro aspecto relevante a tener en cuenta es que las mujeres emprendedoras se enfrentan a la dificultad del acceso a la financiación, ya que tan solo el 2% de los fondos de capital riesgo están invirtiendo en emprendimiento femenino.

Por lo que respecta al análisis según la perspectiva de género, se observa que, aunque cada vez se está reduciendo más, actualmente sigue existiendo brecha de género. Según los datos recogidos en el estudio realizado puede deberse principalmente a la dificultad de conciliar, especialmente cuando se tiene descendencia. Otros de los posibles motivos sería la falta de referentes femeninos y la falta de experiencia en puestos directivos, lo cual influye en el hecho de que la mujer no se sienta suficientemente capacitada para llevar una empresa adelante. Por ese motivo las mujeres tienden a utilizar en mayor medida los servicios de emprendimiento de sus universidades, para reafirmarse en sus proyectos y pretensiones, y obtener feedback externo que las haga percibirse como personas capaces con las habilidades necesarias como para llevar un proyecto emprendedor adelante. Sin embargo, esta participación desciende a medida que avanza el itinerario emprendedor, con la consecuente necesidad de mayor involucración y compromiso en el proyecto, y muchas veces no llega a traducirse en posteriores carreras profesionales y creación de empresas.

En cuanto al liderazgo femenino, a pesar de que el 33,3% de las mujeres encuestadas y el 36,4% de los hombres consideran que no existen frenos para que las mujeres ejerzan un cargo o rol clave dentro de una empresa, se observa que en las empresas lideradas

por hombres hay menos mujeres ocupando puestos de dirección. Esta condición se da en el 25% de los casos en las empresas lideradas por hombres, y en el 4% de las empresas lideradas por mujeres.

Por último, debido a la persistencia de la brecha de género observada, se ve necesario seguir trabajando en promover e incentivar el emprendimiento femenino mediante acciones formativas específicas, jornadas motivacionales con casos de éxito de mujeres emprendedoras, ayudas a la financiación y acceso a la inversión, etc. En consecuencia, se plantean una serie de recomendaciones y sugerencias de mejora a desarrollar por las universidades, la administración y los agentes del ecosistema emprendedor.

2. INTRODUCCIÓN

El mundo del emprendimiento analizado con perspectiva de género mantiene diferencias en cuanto a la segregación de la presencia de mujeres y hombres en su estructura, roles y desarrollo.

Por lo que se refiere al emprendimiento femenino en general, a nivel nacional y autonómico, existe una brecha de género evidente, aunque se detecta un incremento paulatino del número de mujeres dentro de equipos promotores de startups. No obstante, no siempre son startups impulsadas por un porcentaje mayoritario femenino. Además, este desequilibrio se acentúa si analizamos el número de mujeres desempeñando los roles clave en la puesta en marcha de una startup. Esta situación se hace más evidente en ciertos sectores tecnológicos como la industria, la construcción, tecnologías de la información, etc.

Por otra parte, en lo que se refiere al emprendimiento universitario y a la creación de empresas basadas en conocimiento y tecnología, tomando en consideración la brecha que ya existe en la elección de determinados estudios o grados donde la presencia femenina es muy reducida, especialmente en el ámbito STEAM, es importante destacar que esta diferencia aún se acentúa más cuando analizamos el porcentaje de estas estudiantes que optan por emprender, ya que se reduce significativamente el porcentaje de mujeres que se deciden por el emprendimiento en relación a los hombres emprendedores. Esta desproporción es aún mayor si analizamos el colectivo investigador de la universidad (catedráticas, titulares de universidad, doctoras...) donde observamos un simbólico número de spin-off o empresas basadas en resultados de investigación de la universidad, lideradas por mujeres y un número muy bajo de spin-off donde en el equipo fundador existan mujeres promotoras con roles clave.

Se observa una tendencia al alza en el número de mujeres con interés por el mundo del emprendimiento a nivel formativo e incluso con iniciativa y ánimo de emprender en fases tempranas de la creación de la empresa (fase ideación, diseño del modelo de negocio o incluso en fases de elaboración de planes de negocio), aunque esto no se traduce finalmente en la creación efectiva de empresas lideradas por mujeres.

Detectar los elementos que favorecen la pervivencia de la brecha de género existente en el emprendimiento y conocer la situación actual en la Comunitat Valenciana, permitirá obtener conclusiones y en base a ellas, proponer una serie de recomendaciones y oportunidades de mejora del sector para su fortalecimiento en la Comunitat, como importante factor de desarrollo económico y nicho de empleabilidad.

2.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

El **objetivo general** de este trabajo es analizar el emprendimiento universitario con perspectiva de género y comprender los factores clave que condicionan la brecha de género, para proponer una serie de acciones que ayuden a reducirla, promoviendo y facilitando el emprendimiento femenino en el entorno universitario.

Para conseguir ese objetivo general, abordaremos un conjunto de **objetivos específicos**:

- Analizar la situación del emprendimiento universitario femenino en la Comunitat Valenciana desde la perspectiva de género.
- Diagnosticar la situación real de las mujeres emprendedoras en la Comunitat Valenciana y los roles y cargos asociados.
- Diagnosticar la situación real de las mujeres emprendedoras en la Comunitat Valenciana en relación a su trayectoria académica y profesional.
- Presentar un perfil general de la emprendedora universitaria de la Comunitat Valenciana a partir de fuentes secundarias de información.
- Contextualizar el ecosistema emprendedor universitario en la Comunitat Valenciana con perspectiva de género.
- Recopilar casos de emprendimiento femenino de las 5 universidades públicas valencianas para conocer la situación real y las dificultades que hayan encontrado en el camino.
- Realizar propuestas de mejora para la reducción de la brecha de género y el impulso del emprendimiento femenino a nivel universitario, gubernamental y agentes del ecosistema emprendedor valenciano.

2.2. METODOLOGÍA UTILIZADA EN EL ESTUDIO

Para la elaboración del estudio y diagnóstico sobre emprendimiento universitario con perspectiva de género, se han seguido los siguientes procedimientos de cara a completar los diferentes apartados objeto de estudio en dicho informe.

Por un lado, para analizar los contextos internacional, nacional y autonómico en relación al emprendimiento, y más concretamente al emprendimiento femenino, se han revisado los informes existentes en dicha materia, así como se ha accedido a otros estudios, bases de datos y todo tipo de recursos encontrados, para poder ofrecer una visión objetiva y detallada, realizando un análisis cuantitativo y cualitativo que facilite el diagnóstico sobre la situación.

Por otra parte, para proceder a analizar datos sobre emprendimiento con perspectiva de género, con todas las variables que pueden influir en el emprendimiento universitario femenino, se ha elaborado un cuestionario que se ha distribuido entre las universidades valencianas y los agentes del ecosistema emprendedor valenciano, para conseguir una muestra representativa.

La preparación de dicho cuestionario tuvo lugar en el mes de septiembre, para aprovechar la Jornada de Fomento del Liderazgo Femenino (organizada también dentro del marco de actividades de este estudio) y difundir la encuesta entre aquellos asistentes que tenían iniciativas emprendedoras en marcha o startups y empresas ya constituidas. Con el feedback obtenido, se realizaron una serie de modificaciones sobre las preguntas del cuestionario durante el mes de noviembre y ya se hizo extensivo a las universidades y agentes del ecosistema para que lo difundiesen a sus bases de datos. El cuestionario ha estado operativo hasta mediados del mes de diciembre. Tras la depuración de las respuestas recibidas y una vez agrupada la información, se elaboraron gráficos, el informe, se extraen conclusiones y se realizan las recomendaciones.

Para extraer resultados concluyentes se han definido los siguientes perfiles según el grado de madurez de las iniciativas emprendedoras:

- Emprendimiento Potencial: Personas que han manifestado su intención de fundar un negocio en los próximos tres años.
- Emprendimiento Naciente: Iniciativas empresariales que se hallan en fase de despegue (no han pagado salarios por más de 3 meses).
- Emprendimiento Nuevo: Iniciativas empresariales que se hallan en fase de consolidación (entre 3 y 42 meses de actividad económica).
- Emprendimiento Consolidado: Empresas que han superado las fases anteriores y llevan más de 42 meses operando en el mercado.

Por último, para la elaboración de los casos de éxito, se estableció contacto con las universidades públicas valencianas, para que todas ellas estuviesen representadas en el informe, con aquellos casos de emprendedoras referentes para su universidad.

3. ANTECEDENTES Y CONTEXTO DEL SECTOR DEL EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO

En los últimos años el emprendimiento femenino ha ido cobrando mayor importancia, convirtiéndose en un fenómeno cada vez más impulsado y reconocido por poner en relieve la aportación de las mujeres al desarrollo económico y social. Poco a poco el colectivo femenino ha ido adquiriendo mayor relevancia en el proceso emprendedor, convirtiéndose en una pieza clave para la igualdad de oportunidades y el progreso en determinados territorios y economías.

También cabe destacar el hecho de que cada vez se potencia más que las mujeres adopten nuevos roles en la sociedad y en el ámbito empresarial que, hasta no hace mucho, estaban reservados para los hombres.

Todo lo citado anteriormente se ha visto favorecido por la inclusión de la igualdad de género en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, hecho que ha impulsado el interés por el emprendimiento desarrollado por mujeres.

Por todo ello, para disponer de una visión global del emprendimiento femenino universitario y para conocer cuál es la situación actual, se van a analizar los contextos internacional, nacional y autonómico del mismo, para conocer las características, la casuística y el perfil de las mujeres involucradas en actividades emprendedoras, y a la par, para detectar las principales diferencias de sus perfiles y sus iniciativas empresariales con las impulsadas por hombres.

3.1. CONTEXTO INTERNACIONAL

El emprendimiento es uno de los propulsores de cualquier economía, contribuyendo a la capacidad de innovación de un país, a la transferencia del conocimiento, la difusión de los avances científicos y la creación de riqueza. Para alcanzar el máximo nivel de desarrollo de un país es imprescindible que las mujeres se incorporen al mercado laboral en condiciones de igualdad. Según datos del Pacto Mundial, esto repercutiría en un aumento del PIB global de hasta 12 billones de dólares. Por el mismo motivo, es necesario potenciar el emprendimiento femenino para aumentar la competitividad de las naciones.

Si analizamos el emprendimiento a nivel global con perspectiva de género, vemos que la brecha de género es un tema patente en prácticamente todos los países. No obstante, los estudios realizados por el *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, el observatorio internacional que analiza el fenómeno emprendedor, muestran evidencias de que esta brecha se está acortando, debido a la predisposición de los gobiernos a incorporar políticas favorables para el desarrollo de las mujeres en todos los ámbitos, incluido el empleo y emprendimiento.

Pese a ello, estos mismos estudios indican que las mujeres tienden a ser menos activas que los hombres en cuanto a creación de empresas, representando una media del 10,4% de mujeres frente al 13,6% de los hombres, según datos del Informe sobre Emprendimiento Femenino GEM 2021/22.

Si nos remontamos a datos del año 2020, más de la mitad de la población mundial masculina era emprendedora, mientras que el porcentaje de mujeres era del 40% de media global, tal y como se aprecia en la siguiente tabla.

Tabla 1. Población mundial en el proceso emprendedor, dividido por género.

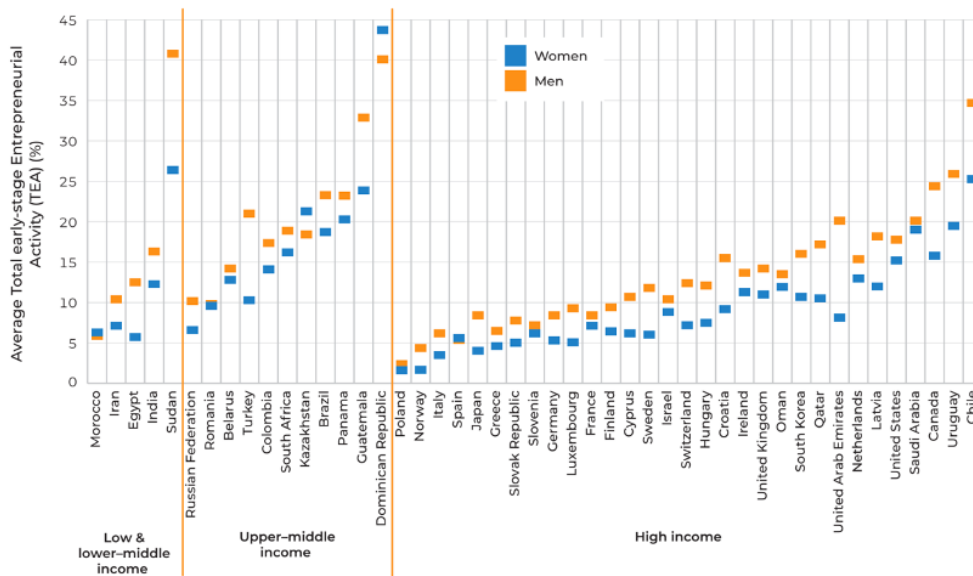
	MUJERES	HOMBRES
POBLACIÓN MUNDIAL	40 %	52 %
Asia oriental y Central	44 %	55 %
Europa y América del Norte	20 %	30 %
Latinoamérica y Caribe	81 %	97 %
Oriente Medio y África	69 %	81 %

Fuente: OEE (2021): Emprendimiento de mujeres en España. Análisis con datos GEM 2020. Ed. Observatorio del Emprendimiento de España.

Destaca el bajo porcentaje de personas emprendedoras en los países de rentas altas, como son Europa y América del Norte, donde las mujeres representan apenas un 20% y, por el contrario, en Latinoamérica y el Caribe estos porcentajes aumentan hasta el 81% en mujeres y 97% de hombres. Pese a las buenas cifras de emprendimiento femenino en regiones como Latinoamérica y Caribe y Oriente Medio y África, en todas las regiones el porcentaje de hombres es superior al de mujeres.

Si entramos más en profundidad en la brecha de género de la actividad emprendedora en fases iniciales, observamos en la siguiente figura cómo se comporta en todos los países del mundo. Esta brecha es clara en todos ellos a excepción de algunos países como República Dominicana y Kazajistán, donde la actividad emprendedora es superior en mujeres que en hombres; y Marruecos y España, donde la actividad entre ambos géneros es similar, siendo ligeramente superior en mujeres. Se detecta también mayor actividad en general en países con rentas bajas y medias. Según este estudio, el país con mayor tasa de emprendimiento femenino es la República Dominicana, donde las tasas de emprendimiento son del 43,7% de las mujeres y el 40,1% de los hombres. Por contra, Polonia y Noruega son los países con menor tasa de emprendimiento femenino, con tasas del 1,6% y 1,7%, respectivamente.

Ilustración 1. Tasas medias totales de actividad emprendedora incipiente por género y país, agrupadas por nivel de renta nacional.



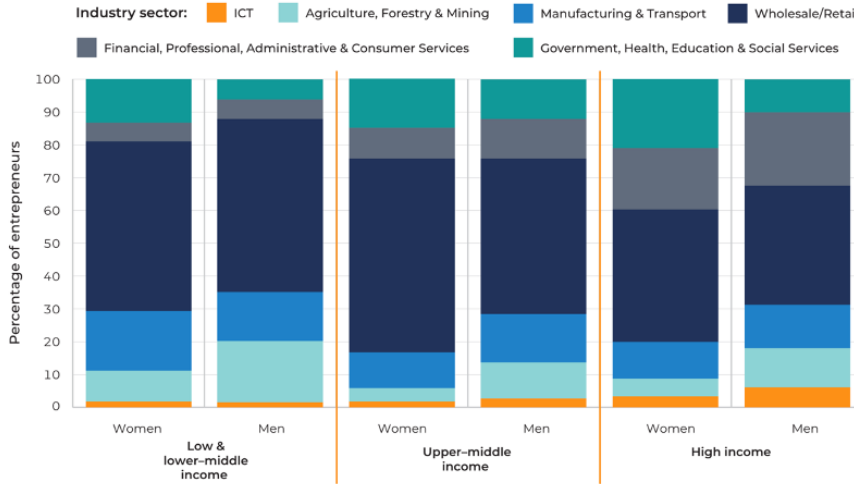
Fuente. GEM 2021/22 Women's Entrepreneurship Report

Sin embargo, el desequilibrio de género es mayor cuando hablamos de emprendimiento de alto valor añadido, es decir, el tipo de emprendimiento que va ligado a proyectos más tecnológicos. Este dato es muy significativo, ya que la mayoría de startups que reciben inversión son del sector tecnológico. Por tanto, este dato contribuye a ampliar otra brecha: la falta de financiación de proyectos impulsados por mujeres.

Los estudios llevados a cabo por GEM demuestran que, en un entorno global, existen grandes diferencias de género en cuanto al sector en el que se emprende y el tamaño de la empresa.

En el siguiente gráfico podemos ver cómo en los países de rentas altas existe una brecha de género significativa entre hombres y mujeres en el sector TIC. En términos globales, únicamente el 2,7% de las mujeres emprenden en este sector, frente al 4,7% de los hombres. En cambio, la tasa de mujeres que emprenden en el sector de servicios sociales, salud y educación duplica al porcentaje de hombres dedicados a ello. A grandes rasgos, prácticamente la mitad de las mujeres emprendedoras alrededor del mundo emprenden en el sector minorista o *retail*, dato que se puede observar igual para el emprendimiento masculino. Por último, se observa cómo el sector en el que las mujeres superan a los hombres en todo tipo de países es el de los servicios sociales, salud y educación (18,5% de mujeres frente al 10,1% de los hombres).

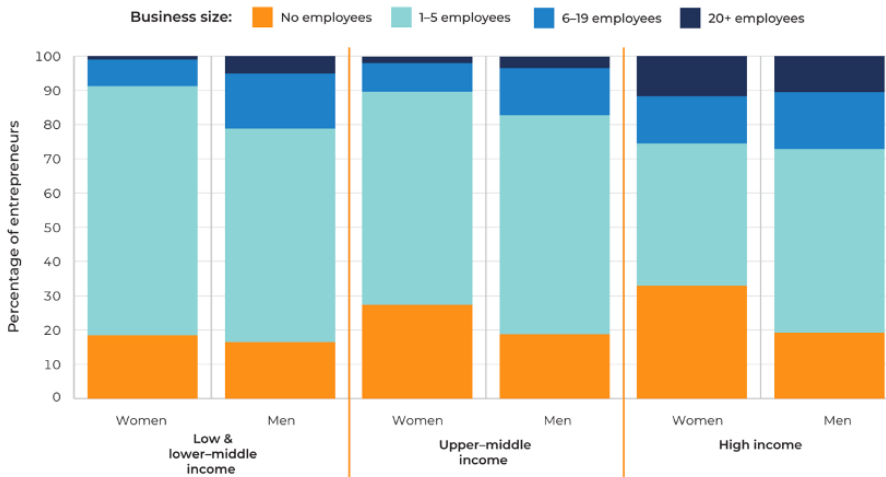
Ilustración 2. Sectores de las iniciativas emprendedoras en fase inicial distribuidos por género y nivel de renta nacional.



Fuente. GEM 2021/22 Women's Entrepreneurship Report

Respecto al tamaño de la empresa, se observa un mayor porcentaje de mujeres que emprenden solas, sin generar empleo, dato especialmente relevante en países de rentas altas. En cambio, en países de rentas bajas la creación de empleo es similar tanto en empresas lideradas por mujeres como en empresas lideradas por hombres. Por último, según estos datos, los hombres tienden a crear empresas con mayores tasas de empleo (más de 20 personas empleadas), a excepción de los países con rentas elevadas, donde el porcentaje es ligeramente superior para las mujeres.

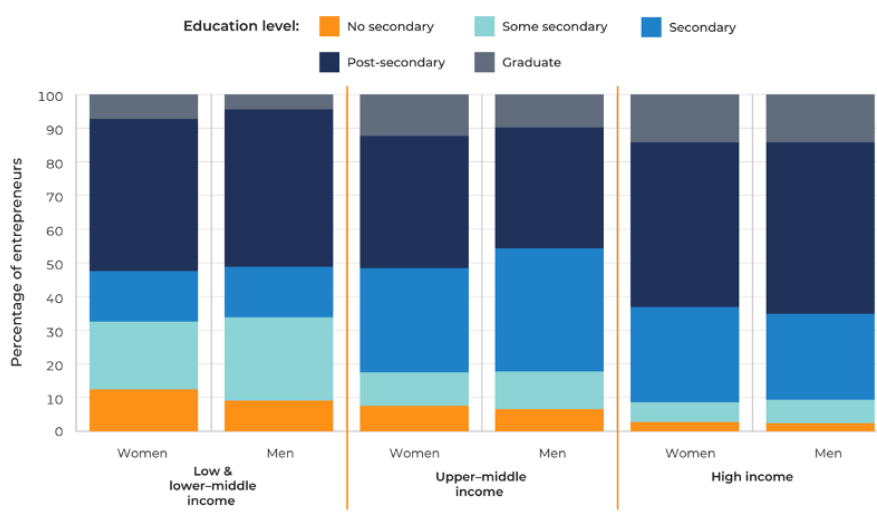
Ilustración 3. Tamaño de empresas de fase inicial distribuidos por género y nivel de renta nacional.



Fuente. GEM 2021/22 Women's Entrepreneurship Report

En cuanto al emprendimiento universitario alrededor del mundo se observa que, independientemente del nivel de ingresos de un país, la mayor parte de personas emprendedoras tienen estudios superiores, en porcentajes cercanos a la paridad de género, pero siendo ligeramente superior en el caso de las mujeres. La mayor diferencia se aprecia en los países de rentas medias, donde el porcentaje de empresas lideradas por mujeres universitarias es superior al porcentaje de proyectos liderados por hombres universitarios. Por otro lado, en los países de rentas altas existe paridad en materia de emprendimiento universitario, siendo ligeramente superior el porcentaje de hombres.

Ilustración 4. Nivel educativo por género y nivel de renta nacional de los emprendedores en fase inicial.

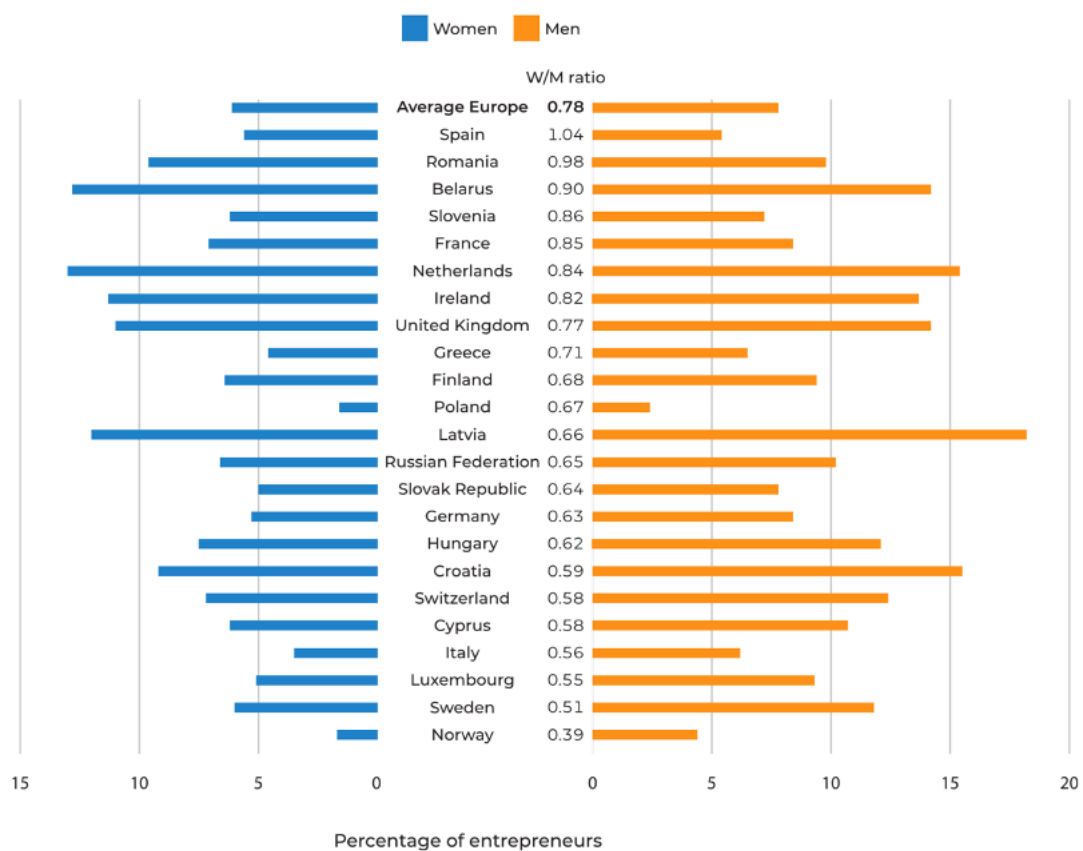


Fuente. GEM 2021/22 Women's Entrepreneurship Report

Si tuviésemos que definir un perfil de la mujer emprendedora a nivel global, los estudios llevan a la conclusión de que las mujeres emprendedoras tienden a ser ligeramente más jóvenes que los hombres emprendedores, con menor nivel de estudios y provenientes de familias más pobres.

Si bajamos a un contexto regional, los estudios indican que Europa es la región que presenta menores tasas de actividad emprendedora, pero a su vez, muestra un alto nivel de paridad de género. La región europea muestra grandes diferencias entre países en cuanto a emprendimiento femenino, que fluctúa entre el 1,6% de Polonia y el 13% de Países Bajos. En cuanto al ratio de género, Europa presenta una media de 0.78, destacando Rumanía por tener un ratio cerca de la paridad (0,98), y España donde el porcentaje de mujeres emprendedoras supera al de hombres, con un 5,6% y un 5,4%, respectivamente.

Ilustración 5. Proporción entre mujeres y hombres de las tasas de TEA por género y país en Europa.



Fuente. GEM 2021/22 Women's Entrepreneurship Report

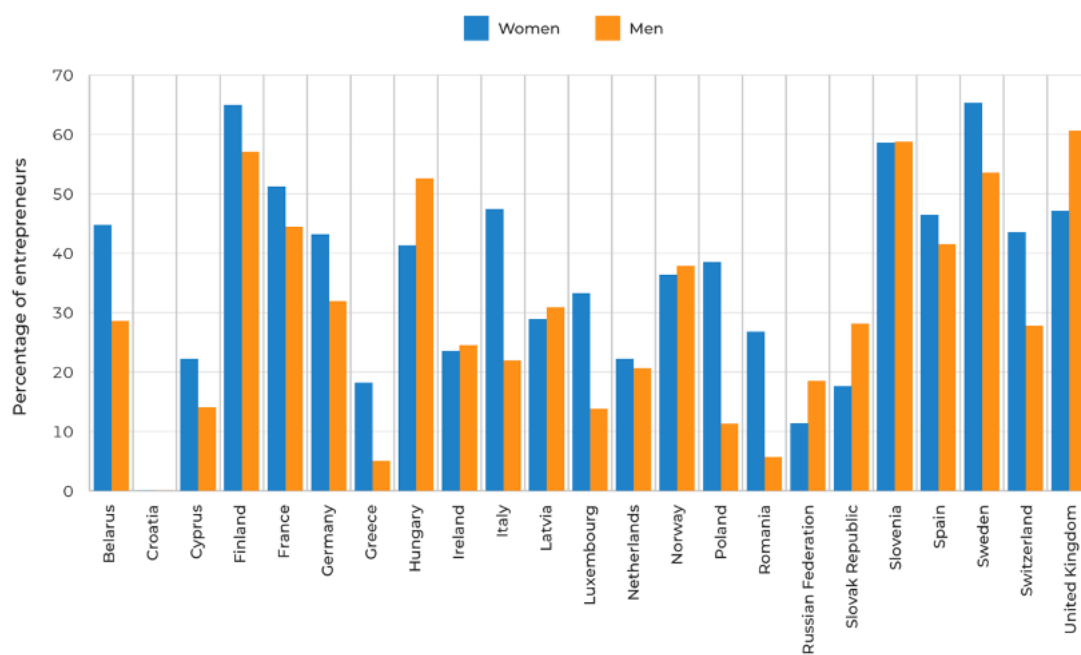
Con los datos obtenidos en el Informe sobre Emprendimiento Femenino GEM 2021/11, podemos crear un perfil de mujer emprendedora europea, partiendo de la base de que hay grandes diferencias entre los países que componen la región. Al igual que en el contexto internacional, las mujeres emprendedoras en Europa tienden a ser ligeramente más jóvenes que los hombres emprendedores y provienen de familias más pobres. Por el contrario, los niveles de educación de las emprendedoras europeas son superiores a los de sus homólogos, superando en un 24% a los hombres en cuanto a la obtención de un grado universitario.

En cuanto a los sectores de actividad, la tasa de creación de empresas en Europa por parte de mujeres es la mitad que la de los hombres en el sector TIC y sector primario (agricultura, silvicultura y minería), y aproximadamente tres cuartas partes en el sector de la industria manufacturera y el transporte. En cambio, la tasa es mayor en los sectores

retail, financieros, profesionales, administrativos y de consumo, y en la administración pública, la sanidad, la educación y los servicios sociales.

Por último, en cuanto al tamaño de empresa, Europa presenta el mayor número de *solopreneurs*, es decir, personas que emprenden en solitario. Dato que, a excepción de unos pocos países, es mayor en el caso de las mujeres.

Ilustración 6. Tasas de startups sin personal empleado, distribuidas por género y país europeo.

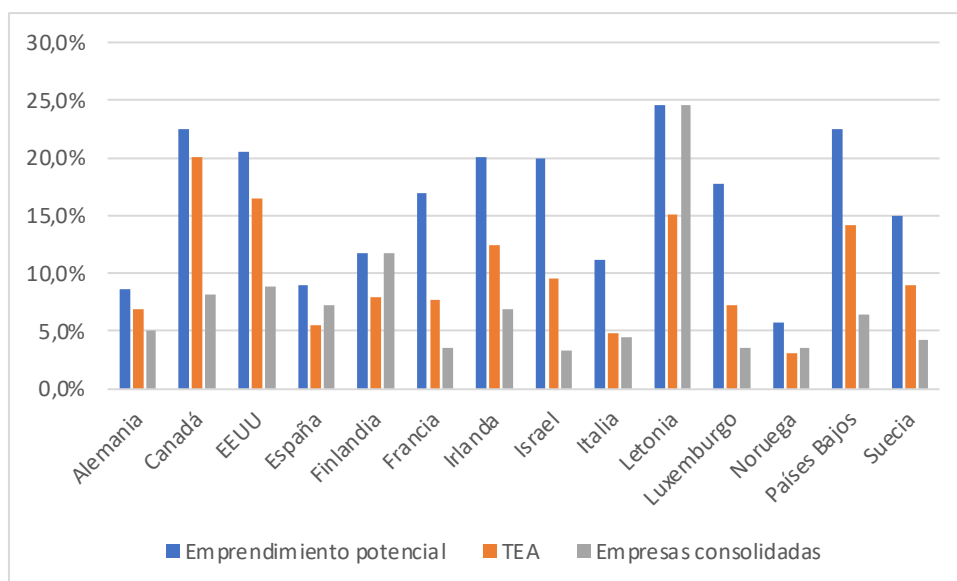


Fuente. GEM 2021/22 Women's Entrepreneurship Report

3.2. CONTEXTO NACIONAL

Según el Informe GEM España 2021/22, en el año 2021 España se sitúa por debajo de la media de países de altos ingresos en tasas de emprendimiento. El porcentaje de población con intención de emprender (emprendimiento potencial) se sitúa en el 9%, superando ligeramente a Alemania (8,6%) y a Noruega (5,7%). El porcentaje de iniciativas emprendedoras recientes (TEA) se sitúa en el 5,5%, superando únicamente a Italia (4,8%) y Noruega (3,1%). Finalmente, el porcentaje de empresas consolidadas, con más de tres años y medio de vida, se sitúa en el 7,2%, superado únicamente por Canadá (8,2%), EEUU (8,9%), Finlandia (11,8%) y Letonia (24,6%).

Gráfico 1. Emprendimiento potencial, TEA y empresas consolidada en países de altos ingresos en 2021.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de GEM-España y GEM Global 2021

Pero, pese a los bajos porcentajes en comparación a nuestros vecinos europeos, el porcentaje de población emprendedora de nuestro país ha aumentado en todas las fases del proceso emprendedor durante el año 2021 respecto al año anterior. La población con intención de emprender en los próximos tres años (emprendimiento potencial) ha aumentado notablemente hasta alcanzar cifras cercanas al 10% de la población masculina, y ha experimentado un notable crecimiento en la población femenina.

Por otro lado, el porcentaje de mujeres involucradas en iniciativas emprendedoras recientes, de menos de tres años y medio de vida (TEA) ha aumentado y supera al porcentaje de hombres, cuya actividad se ha visto ligeramente disminuida en este tipo de iniciativas.

Por último, se observa como el porcentaje de empresas consolidadas aumenta en ambos géneros.

Tabla 2. Emprendimiento Potencial, TEA y Empresas Consolidadas, en función del sexo.

	Emprendimiento potencial		TEA		Empresas consolidadas	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
2020	5,9 %	8,0 %	4,8 %	5,6 %	5,8 %	7,6 %
2021	8,1 %	9,9 %	5,6 %	5,4 %	6,0 %	8,3 %

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en el Informe GEM-España 2021-2022

Pero, tal y como vimos en el entorno internacional, estas buenas cifras relacionadas con el aumento del emprendimiento femenino no van de la mano de una mayor presencia femenina en proyectos de alto valor añadido. Según datos de WStartup Community, las startups lideradas o colideradas por mujeres representan únicamente el 17% del total en nuestro país.

Los sectores de actividad en los que se enfocan las iniciativas emprendedoras españolas nos demuestran que las mujeres tienden a desarrollar iniciativas orientadas a servicios al consumidor en mayor porcentaje que los hombres, siendo el sector con mayor actividad en ambos géneros y el que representa una mayor brecha (14 puntos de diferencia). Además, el porcentaje de mujeres dedicadas al sector extractivo es ligeramente superior al de los hombres, aunque se trata del sector con menos iniciativas emprendedoras. Por otro lado, los hombres superan a las mujeres en iniciativas dedicadas a servicios a las empresas y en el sector transformador.

Tabla 3. Distribución de los perfiles emprendedores por sector de actividad en función del sexo en 2021.

	Mujeres	Hombres
Servicios al consumidor	51 %	37 %
Servicios a empresas	31 %	37 %
Transformador	13 %	23 %
Extractivo	4 %	3 %

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en el Informe GEM-España 2021-2022

Respecto al tamaño de la empresa no se aprecian diferencias significativas entre sexos. Partiendo de la base en que la mayoría de iniciativas emprendedoras en España son microempresas, tanto en fases iniciales como de consolidación, vemos en la siguiente tabla que para empresas consolidadas la creación de empleo no difiere entre géneros. En cambio, los hombres generan más empleo que las mujeres en iniciativas de reciente creación.

Tabla 4. Tamaño de las iniciativas emprendedoras con personal empleado en función del sexo del perfil emprendedor en 2021.

	TEA		Empresas consolidadas	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
1 - 5 empleados	47 %	41 %	42 %	40 %
6 - 19 empleados	5 %	12 %	9 %	9 %
+20 empleados	1 %	6 %	3 %	3 %

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en el Informe GEM-España 2021-2022

Esto puede ir ligado a la falta de financiación inicial que sufren las mujeres. Según datos del GEM, el capital semilla requerido por empresas lideradas por mujeres es inferior al requerido por las iniciativas lideradas por hombres, tal y como se aprecia en la siguiente tabla.

Tabla 5. Capital semilla requerido entre mujeres y hombres en 2021.

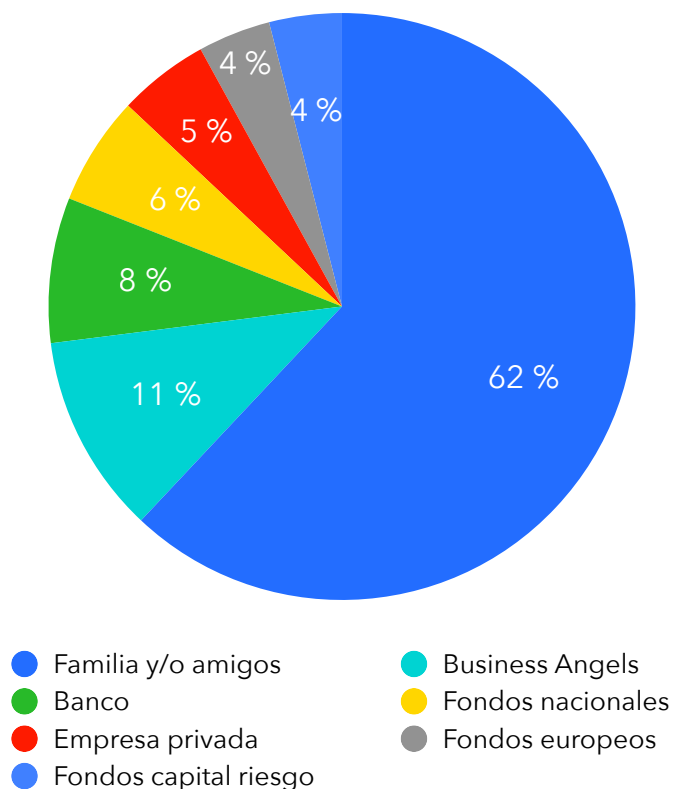
	Mujeres	Hombres
< 3.000	22,9 %	13,8 %
3.001 - 9.000	17,2 %	10,7 %
9.001 - 30.000	36,0 %	41,2 %
30.001 - 100.000	17,2 %	16,0 %
100.001 - 300.000	2,8 %	12,9 %
> 300.000	3,9 %	5,3 %

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en el Informe GEM-España 2021-2022

En cuanto al emprendimiento digital femenino de nuestro país, según se desprende del estudio elaborado por el Instituto de las Mujeres y WStartup Community, el 73,9% de las empresas digitales lideradas por mujeres obtuvieron menos de 200.000 euros de inversión, el 13,7% entre 200.000 y 800.000 euros, y solo un 12,4% obtuvo más de 800.000 euros.

Además, la fuente de financiación principal de estos proyectos fue la conocida como FFF (Family, Friends & Fools), es decir, familiares y amistades. Esta fuente de financiación representa un 62,1% y, en el otro lado del espectro, se sitúa la financiación aportada por fondos de capital riesgo, que representa un escaso 3,7%.

Gráfico 2. Principal fuente de financiación de las empresas digitales lideradas por mujeres.



Fuente: El emprendimiento digital femenino en España: Situación y prospección. Instituto de las Mujeres y WStartup Community

Profundizando en el perfil de la persona emprendedora de nuestro país, vemos que las mujeres emprenden cada vez más jóvenes (18-44) y, por el contrario, los hombres emprenden cada vez en edades más tardías (35-65).

Tabla 6. Distribución por edad de los perfiles en etapa inicial (TEA) en función del sexo 2020, 2021.

	18 - 34		35 - 44		45 - 65	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
2020	27 %	28 %	25 %	25 %	48 %	47 %
2021	32 %	24 %	31 %	29 %	37 %	46 %

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en el Informe GEM-España 2021-2022

Respecto al nivel educativo, se observa como las mujeres con estudios universitarios tienden a emprender más que sus compañeras con niveles inferiores de estudios, excepto en el caso de empresas consolidadas donde el porcentaje se invierte. En el caso de los hombres emprendedores, varía su nivel de estudios respecto a la fase de emprendimiento: los emprendedores consolidados tienen, en su mayoría, estudios de primaria; en fases iniciales (TEA) predominan los emprendedores con estudios universitarios; y, por último, los emprendedores potenciales tienen estudios de secundaria, lo que puede ser debido a que la inquietud emprendedora en los hombres empieza en el instituto y se acaba consolidando en la universidad.

Estos datos, en los que se observa que cada vez hay más población emprendedora con estudios universitarios, podrían indicar una tendencia a crear en un futuro empresas de alto valor añadido.

Tabla 7. Distribución del índice TEA en función de la educación y el sexo de las personas emprendedoras en 2021.

	Emprendimiento potencial		TEA		Empresas consolidadas	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Primaria	27 %	29 %	20 %	25 %	34 %	37 %
Secundaria	34 %	39 %	36 %	33 %	35 %	34 %
Universidad	38 %	32 %	44 %	43 %	30 %	29 %

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en el Informe GEM-España 2021-2022

Si ampliamos con detalle el caso del emprendimiento universitario, los datos indican que las mujeres emprendedoras con estudios universitarios son más activas que los hombres emprendedores con estudios universitarios en todas las fases del proceso emprendedor,

exceptuando una mayor tasa de personas con doctorado e intención de emprender, donde los hombres superan a las mujeres.

Tabla 8. Emprendimiento universitario dividido por fases en función del sexo.

	Emprendimiento potencial		TEA		Empresas consolidadas	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Grado	19 %	17 %	23 %	23 %	21 %	19 %
Master	17 %	13 %	17 %	17 %	8 %	8 %
Doctorado	1 %	2 %	3 %	2 %	2 %	2 %

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en el Informe GEM-España 2021-2022

Pero más allá del nivel educativo, tanto hombres como mujeres recurren a formación específica para emprender. Este dato se da especialmente en las iniciativas recientes (TEA), donde los porcentajes de educación específica de alto nivel superan al de las empresas consolidadas. Prácticamente existe paridad respecto al porcentaje de emprendedores y emprendedoras que deciden formarse para poder llevar adelante sus proyectos.

Tabla 9. Nivel de formación específica para emprender en función del sexo en 2021.

	TEA		Empresas consolidadas	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Nivel Alto	37 %	38 %	30 %	33 %
Nivel Medio	27 %	29 %	23 %	23 %
Nivel Bajo	34 %	32 %	46 %	42 %

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en el Informe GEM-España 2021-2022

En conclusión, podemos afirmar que el perfil de mujer emprendedora en nuestro país es de una mujer joven, de entre 18 y 44 años, con estudios universitarios de grado y formación específica en emprendimiento. El sector de la actividad en la que emprende es el terciario y el tamaño de empresa es pequeño, con menos de 6 personas empleadas. Ha recibido menos de 30.000 euros de inversión, y esta inversión viene de la mano de familiares y amistades.

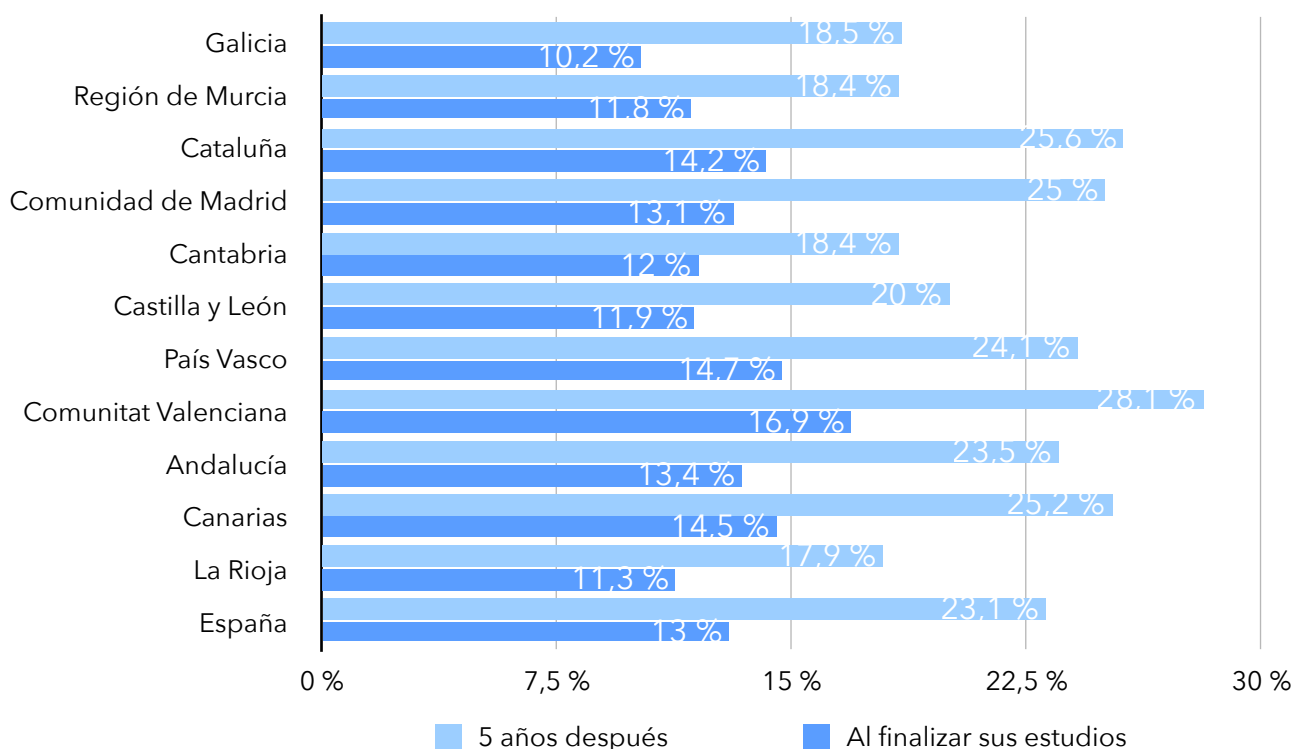
Por otro lado, los datos de la caracterización del emprendimiento digital femenino en España realizada por el Instituto de Mujeres y WStartup Community nos indican que la

mujer que emprende en el ámbito digital en España es una mujer de entre 35 y 45 años, con grado universitario y máster o doctorado. No emprende en ningún sector concreto, ya que hay variedad de sectores, y el tamaño de la empresa es pequeño, con entre 0 y 4 personas empleadas en el 70% de los casos.

3.3. CONTEXTO AUTONÓMICO

A nivel autonómico, analizando el perfil del alumnado universitario y de sus perspectivas de futuro al finalizar sus estudios, se observa que, en el caso del estudiantado de la Comunitat Valenciana que están finalizando su formación universitaria, un 16,9% de los mismos se plantea la opción de emprender como modelo a seguir para su futura empleabilidad, dato que se encuentra muy por encima de la media nacional. Por lo que respecta a personas tituladas que muestran intenciones de emprender cinco años después de finalizar sus estudios universitarios, la Comunitat Valenciana destaca por ser la Comunidad Autónoma con mayor índice en dicho indicador, con un 28,1%, 5 puntos por encima de la media española.

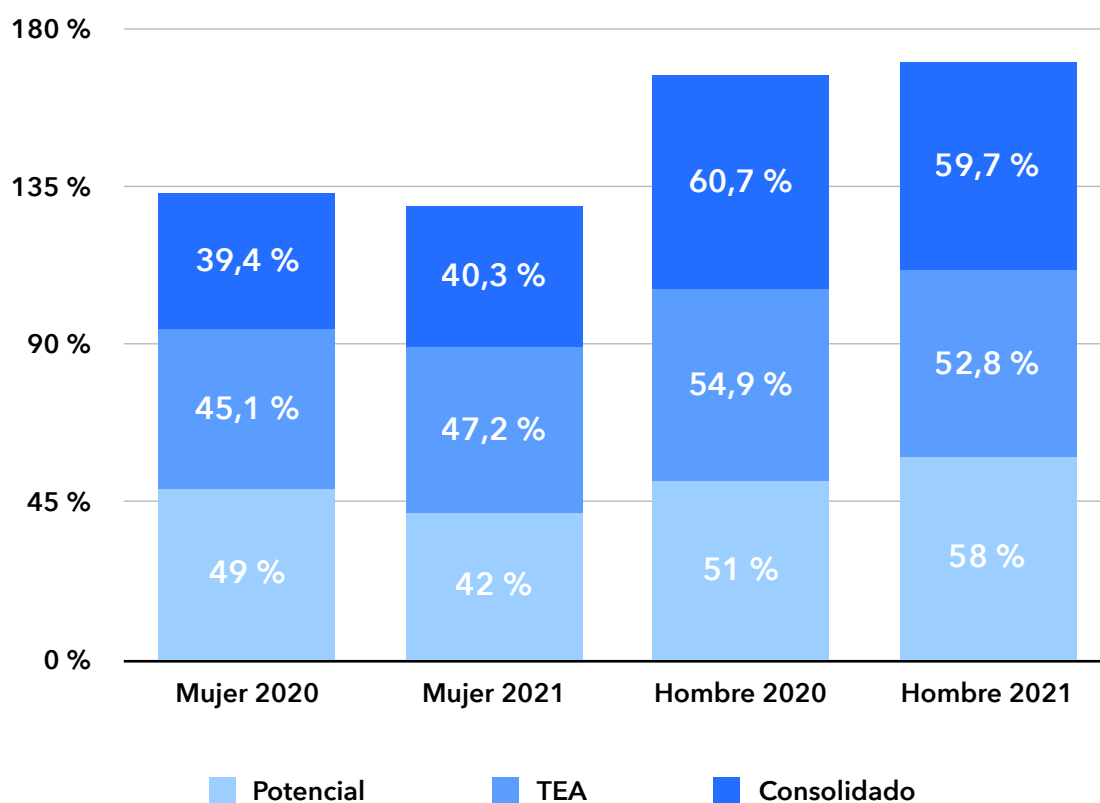
Gráfico 3. Intenciones emprendedoras por Comunidad Autónoma en 2021.



Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos del Informe GUESSS 2021.

Profundizando en la perspectiva de género de las iniciativas emprendedoras surgidas en la Comunitat Valenciana se observa que en todas las etapas del proceso emprendedor (emprendimiento potencial, TEA y consolidado) existe brecha de género, siendo esta mucho más significativa en el emprendimiento consolidado y menor en el TEA (emprendimientos nuevos y nacientes).

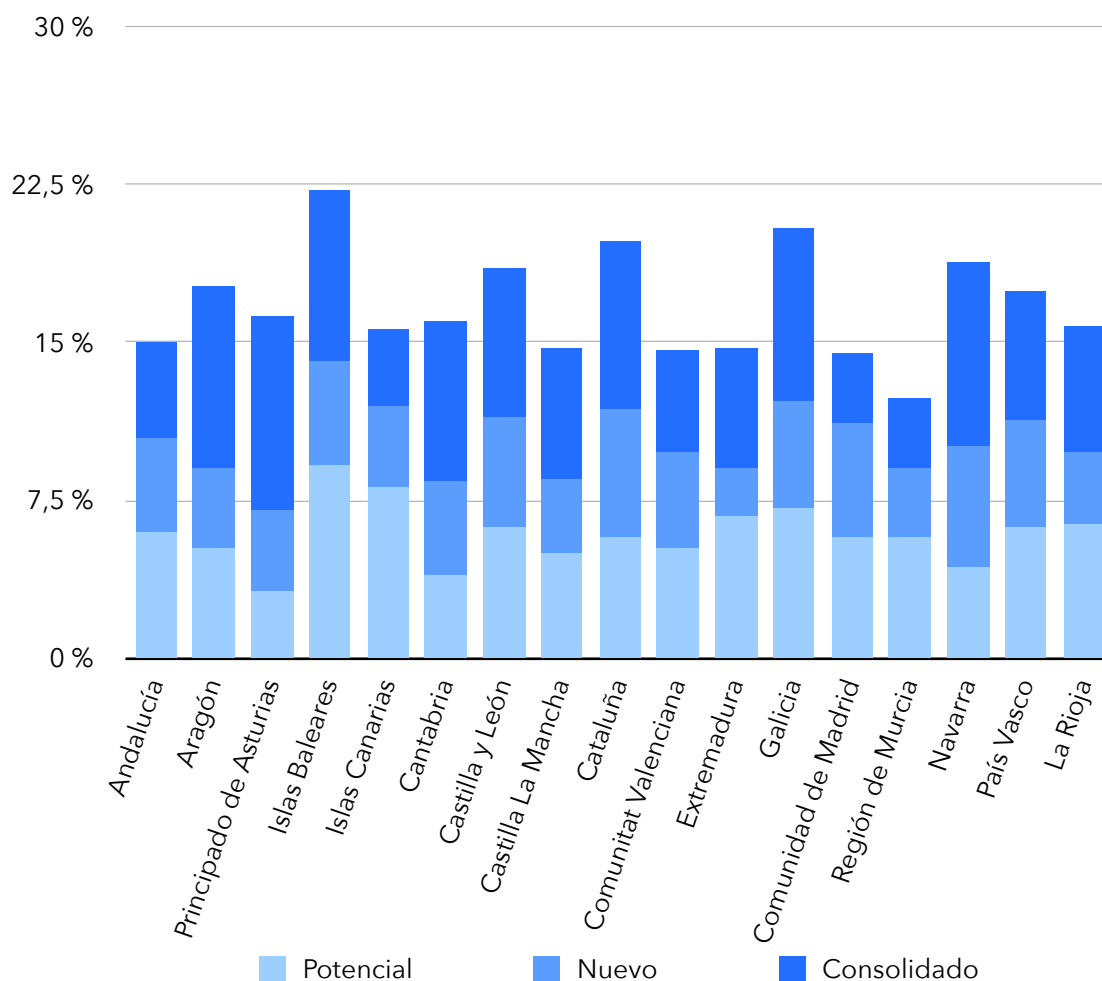
Gráfico 4: Distribución por sexo de la actividad emprendedora (según la fase del proceso) en la Comunitat Valenciana en 2020 y 2021.



Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos del Informe GEM Comunitat Valenciana 2020 y 2021.

Lo comentado anteriormente se pone en relieve en el siguiente gráfico, en el que se muestra la participación de las mujeres en cada Comunidad Autónoma en relación a la etapa del proceso emprendedor. En la Comunitat Valenciana se hace visible que la mayor participación de las mujeres se produjo en el emprendimiento potencial en 2020. En 2021, sin embargo, en la etapa que más presencialidad tuvieron las emprendedoras en la Comunitat Valenciana fue en el TEA (emprendimientos nuevos y nacientes).

Gráfico 5: Proceso emprendedor de las mujeres por CCAA en 2020



Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos del Informe GEM 2020.

Atendiendo a las características del perfil medio de las emprendedoras involucradas en actividades con menos de 42 meses en el mercado (TEA), que es en la etapa que muestra valores más significativos, los datos de 2021 de la Comunitat Valenciana indican que se trata de una mujer en el 47,2% de los casos, con una edad promedio de unos 42 años, estudios secundarios en un 39,6% de los casos y universitarios en el 35,9%, y que dispone de algún tipo de formación específica para emprender (79,2%). Es en estos emprendimientos nuevos y nacientes (TEA) donde mayor presencia de formación específica en emprendimiento se refleja.

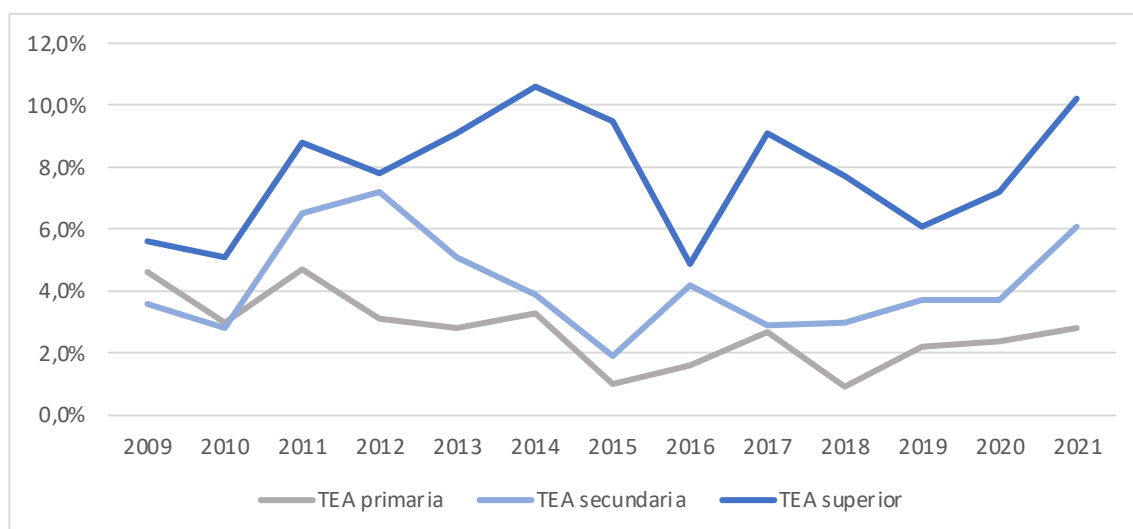
Tabla 10. Perfil medio de las personas involucradas (según la fase del proceso emprendedor) en la Comunitat Valenciana en 2021.

	% sexo femenino/masculino	Edad	Formación Emprendedora
Potencial	42,0 % / 58,0 %	38,3	65,4 %
TEA	47,2 % / 52,8 %	42,1	79,2 %
Consolidado	40,3 % / 59,7 %	51,6	52,2 %

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en el Informe GEM Comunitat Valenciana 2021

Si se analiza el nivel de estudios de los perfiles emprendedores de la Comunitat Valenciana en la etapa TEA del proceso, puede verse que en 2021 el nivel de enseñanza superior, donde se englobaría el emprendimiento universitario, es el nivel de estudios con mayor presencia dentro de las iniciativas emprendedoras que están desarrollándose en este periodo.

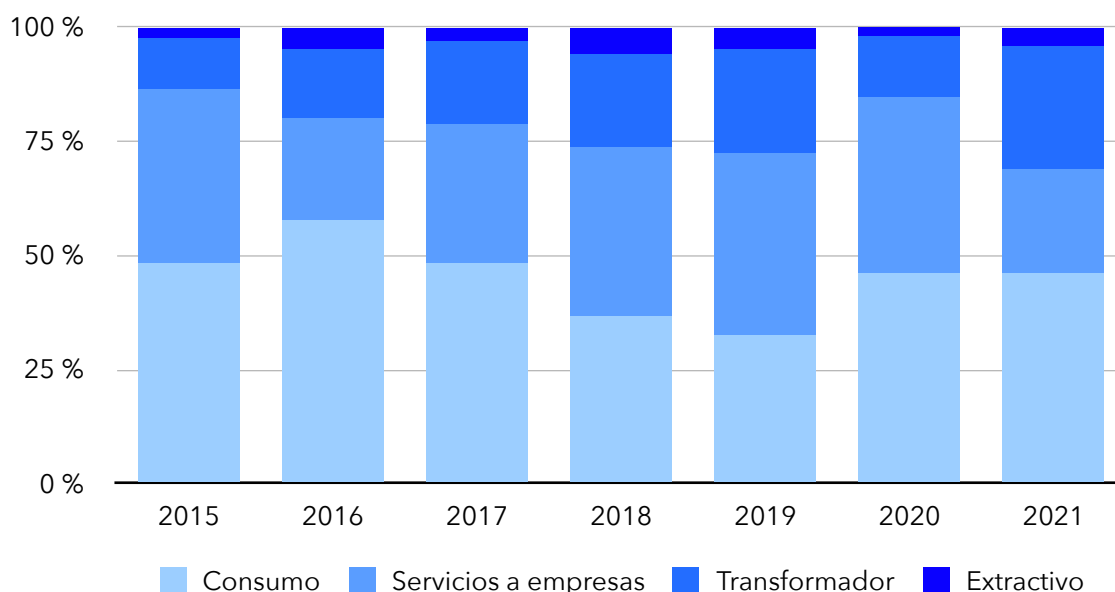
Gráfico 6: Evolución de la actividad emprendedora según el nivel educativo en la Comunitat Valenciana.



Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos del Informe GEM Comunitat Valenciana 2021 - 2022

Por último, analizando los sectores en los que tienen mayor presencia las iniciativas emprendedoras en la Comunitat Valenciana en 2021, los datos reflejan la terciarización de la economía, tal como se viene detectando en los últimos años, ya que en un 69% de los casos las iniciativas emprendedoras se corresponden con el sector servicios.

Gráfico 7: Distribución de las iniciativas en fase emprendedora por sector de actividad en la Comunitat Valenciana.



Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos del Informe GEM Comunitat Valenciana 2021 - 2022

Por tanto, según los datos analizados para la Comunitat Valenciana se observa que en las fases del proceso emprendedor en las que se da mayor presencia femenina es en el emprendimiento potencial y en las fases de emprendimiento nuevo y naciente, y se podría definir el perfil de la emprendedora como una mujer de una media de 42 años de edad, con estudios secundarios en el 39,6% de los casos y estudios universitarios en el 35,9%, que dispone de formación específica en emprendimiento y que está desarrollando sus iniciativas emprendedoras principalmente en el sector terciario.

3.4. IMPLICACIONES DE LA COVID-19 EN EL EMPRENDIMIENTO

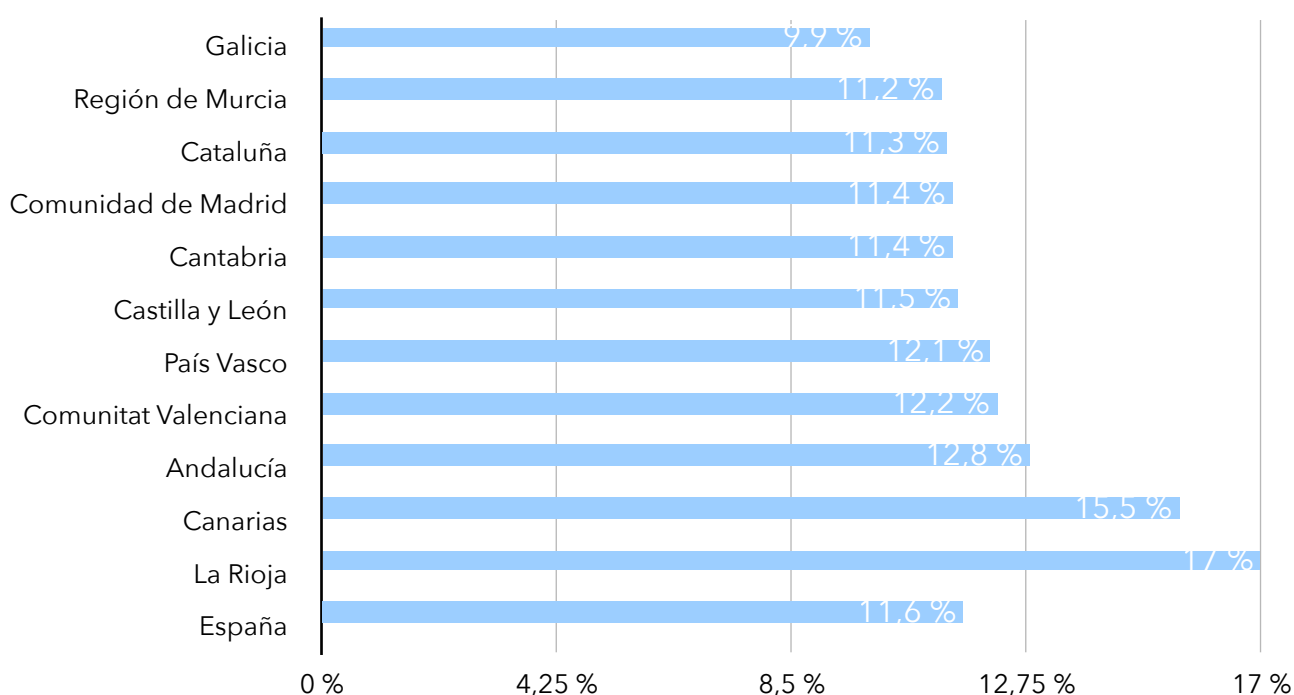
Dadas las implicaciones sociales y económicas que ha supuesto la pandemia COVID-19, se considera necesario dedicar un apartado de este estudio a analizar el impacto de la misma en el emprendimiento universitario.

Realizando un análisis del contexto internacional, nacional y autonómico en relación a las restricciones y a las situaciones sociales y económicas acontecidas a consecuencia de la pandemia, se observa que todo ello propició una transformación tecnológica y digital

acelerada y prácticamente forzada en multitud de sectores, lo que impulsó la aparición y el desarrollo de nuevas iniciativas emprendedoras, lanzando nuevos productos y servicios al mercado.

Según datos del Informe GUESSS de 2021, se observa que en España el 11,6% del colectivo emprendedor en fase naciente manifiesta que la pandemia COVID-19 ha influido de manera notable en sus intenciones emprendedoras.

Gráfico 8. Personas emprendedoras nacientes que se plantean crear una empresa debido a las implicaciones de la COVID-19, por CCAA.

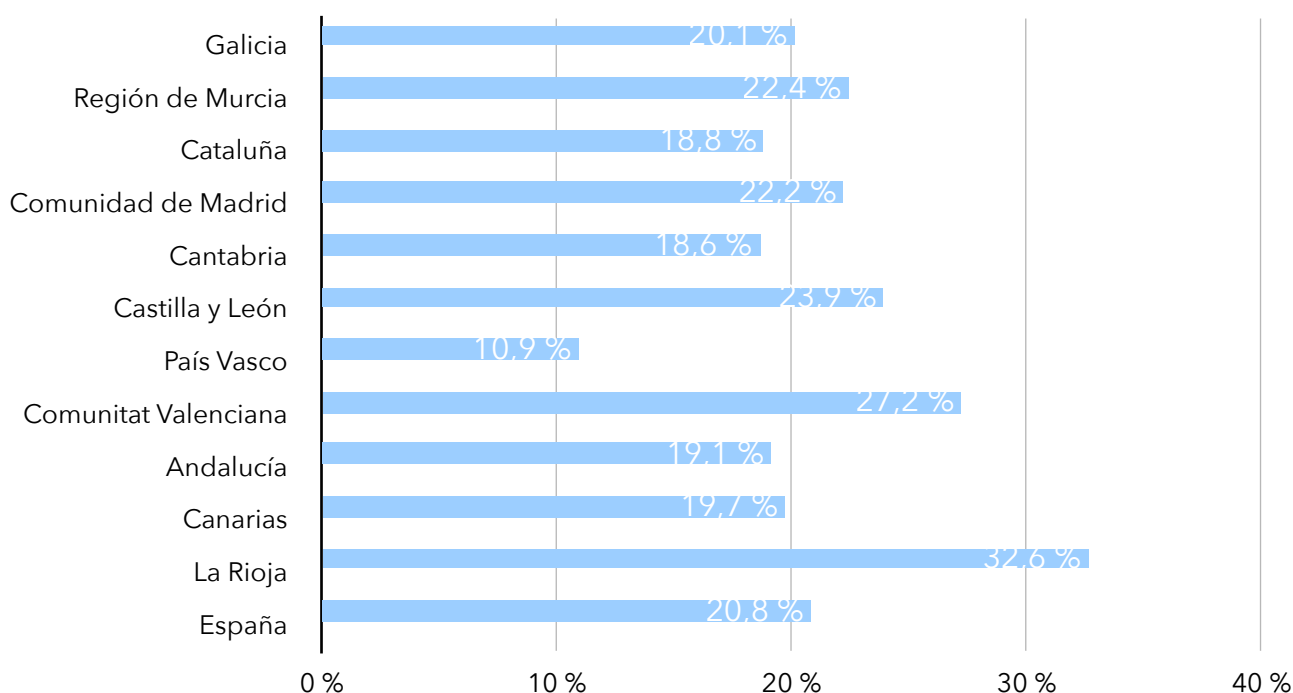


Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos del Informe GUESSS 2021.

Por otra parte, el 20,8% de las iniciativas emprendedoras activas indica que la pandemia ha influido directamente en su decisión de crear un nuevo negocio.

Si se realiza dicho análisis observando los datos de las Comunidades Autónomas, se observa que La Rioja y la Comunitat Valenciana son las comunidades en las que la pandemia ha influido más significativamente en la creación de nuevos negocios por parte de los emprendedores activos.

Gráfico 9. Perfiles emprendedores activos que indican que han creado su empresa debido a las implicaciones de la COVID-19, por CCAA.

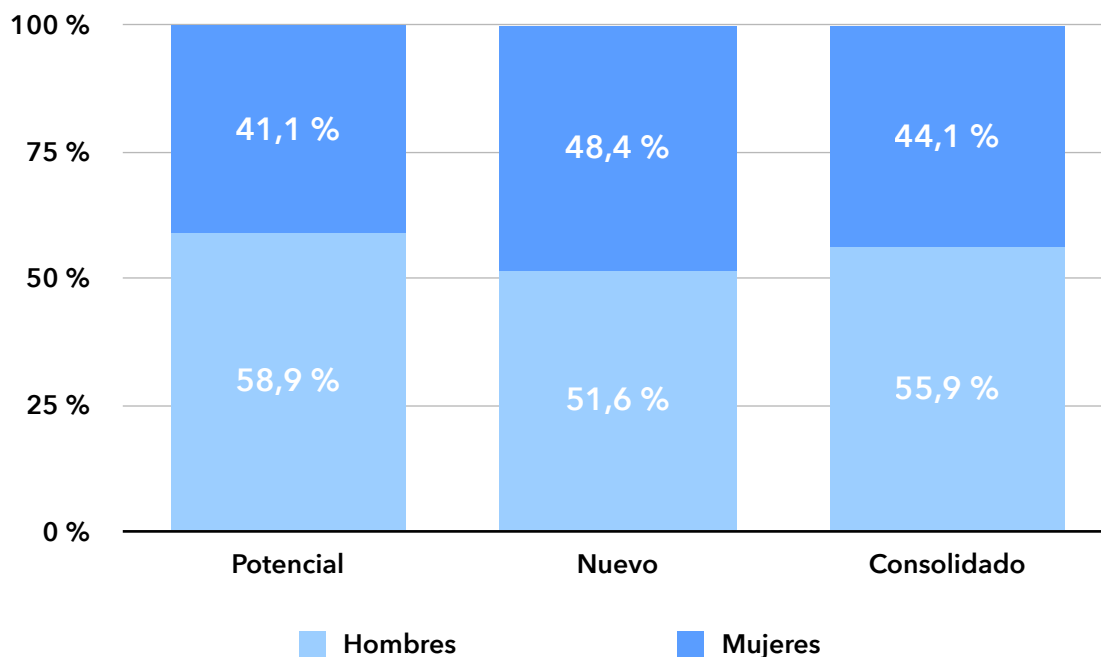


Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos del Informe GUESSS 2021.

A continuación, para seguir analizando cómo ha afectado la pandemia en el emprendimiento, se analiza más en detalle la participación relativa de mujeres y hombres pre y post COVID-19, observando que el efecto ha sido leve en este aspecto.

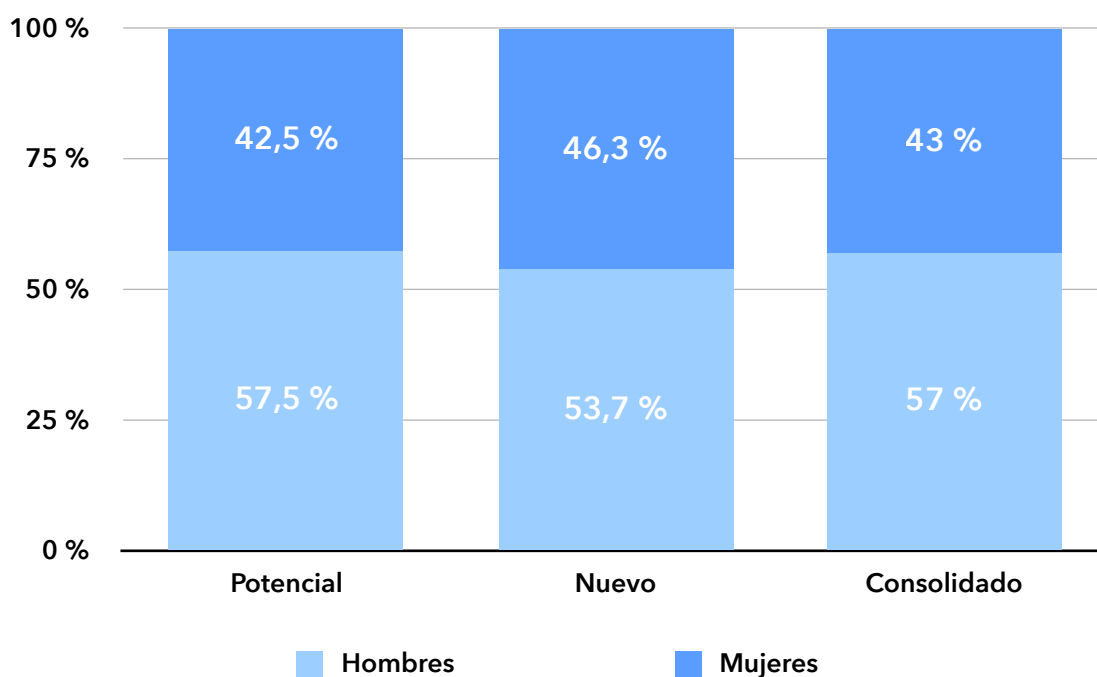
Se pone de manifiesto que se ha producido un incremento de la brecha de género en el emprendimiento nuevo y en el consolidado. Sin embargo, en el caso del emprendimiento potencial, se observa un incremento leve en la intención femenina de crear una empresa, reduciendo así la diferencia existente entre ambos sexos.

Gráfico 10: Proceso emprendedor pre-COVID-19.



Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos del Informe GEM 2020 - 2021

Gráfico 11: Proceso emprendedor post-COVID-19.



Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos del Informe GEM 2020 - 2021

Por otra parte, se observa también una significativa digitalización de las empresas a consecuencia de la pandemia, sobre todo en las iniciativas de reciente creación, para adaptarse a la situación que acontecía. Cabe señalar que, aunque se denota que la adopción de tecnologías digitales como consecuencia de la COVID-19 ha sido mayor entre las iniciativas recientes que en las empresas consolidadas, no se aprecia la existencia de excesivas diferencias en cuanto a los criterios de sexo, educación o sector de actividad de dichas iniciativas.

En conclusión, se deriva de este análisis de las implicaciones de la pandemia en el emprendimiento universitario que, si bien la COVID-19 ha incidido notablemente en la generación de nuevas iniciativas emprendedoras y la creación de nuevas empresas, así como en la adopción de nuevas tecnologías por parte de las iniciativas empresariales, principalmente de las de reciente creación, no ha tenido un impacto tan significativo en la brecha de género existente en la participación de mujeres y hombres en el proceso emprendedor, ya que el impacto observado es muy leve.

4. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE MUJERES UNIVERSITARIAS EN LA COMUNITAT VALENCIANA

4.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DEL CUESTIONARIO 'ESTUDIO DE EMPRENDIMIENTO FEMENINO'

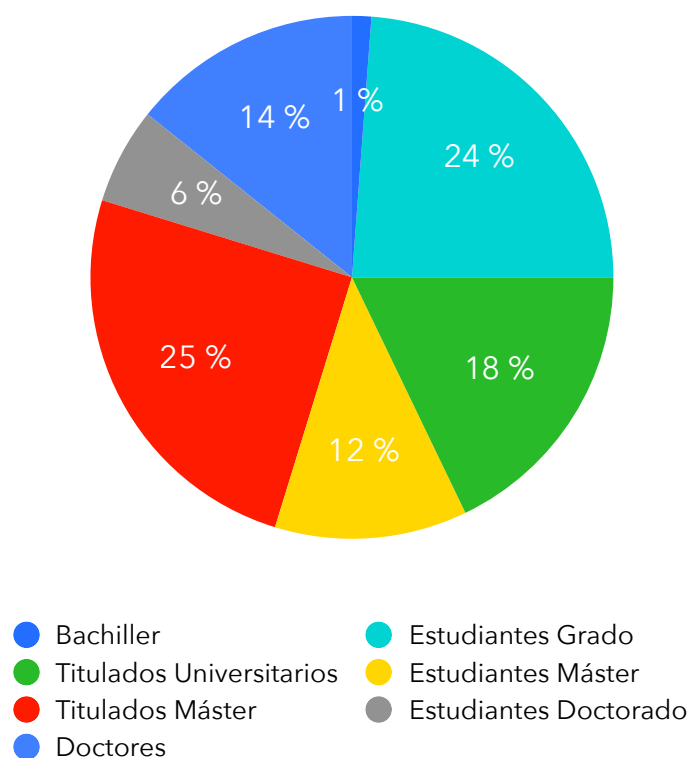
Para proceder a analizar la actividad emprendedora de las mujeres universitarias en la Comunitat Valenciana, se elaboró un cuestionario que se distribuyó entre las universidades valencianas y los agentes del ecosistema emprendedor valenciano, para conseguir alcanzar una muestra representativa.

La preparación de dicho cuestionario tuvo lugar en el mes de septiembre de 2022, para poder difundirlo entre los emprendedores y las emprendedoras asistentes a la Jornada de Fomento del Liderazgo Femenino, organizada también dentro del marco de actividades de este estudio. Con el feedback obtenido, se realizaron una serie de modificaciones sobre las preguntas del cuestionario durante el mes de noviembre y ya se hizo extensivo a las universidades y agentes del ecosistema. El cuestionario ha estado operativo hasta mediados del mes de diciembre de 2022.

La muestra total alcanzada es de 84 personas, de las cuales el 47,6% son mujeres. La edad media de la muestra encuestada se encuentra en el intervalo de 21-35 años, con una representación significativamente mayor en el rango de los 21 a 26 años. En relación al estado civil, casi la mitad de la muestra (49,2%) indican que están casados/as o se encuentran viviendo con sus parejas, seguidos de un 45,7% que están solteros/as. En el 69% de los casos las personas encuestadas no tienen descendencia, hecho que influirá en su percepción de la afección del emprendimiento a la conciliación familiar.

Analizando el nivel de estudios superiores de la muestra encuestada, se observa que principalmente son personas con la titulación de máster (25%) y estudiantes de grado (23,80%), como puede verse en el gráfico siguiente.

Gráfico 12. Titulación máxima alcanzada por las personas encuestadas.

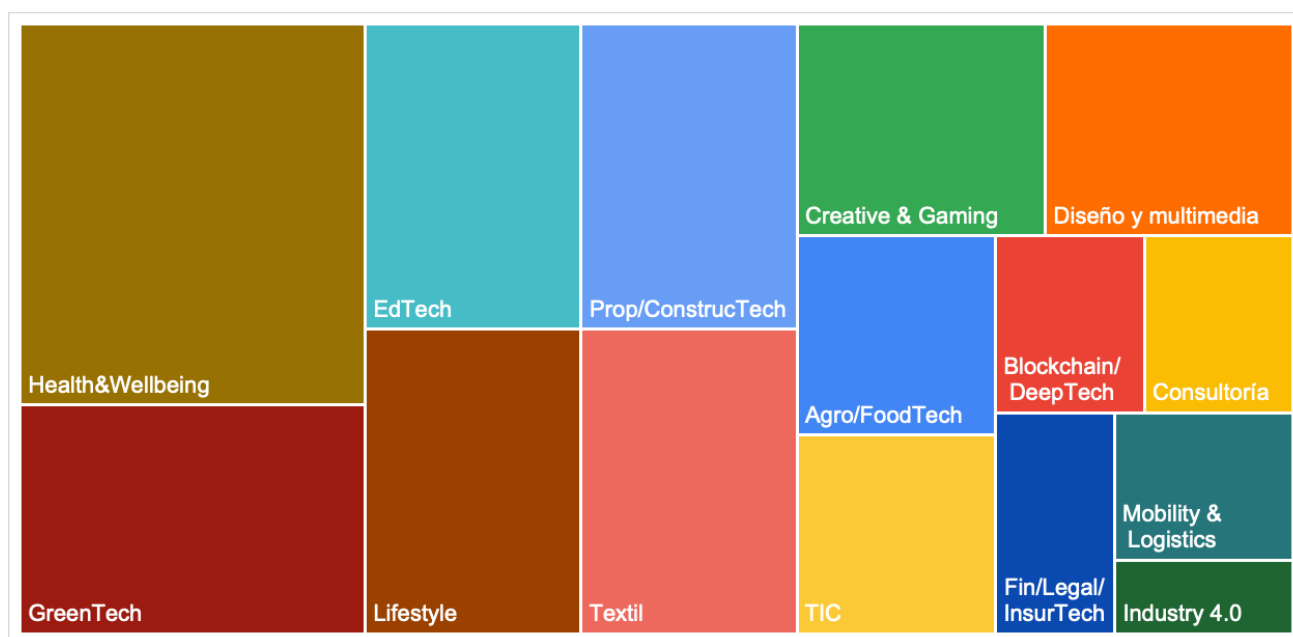


Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos del cuestionario

Del total de la muestra encuestada, el 63,1% de las personas indican haberse formado en emprendimiento, y el 64,3% de ellas se encuentran actualmente emprendiendo (el 31% iniciando un proyecto empresarial y el 26,4% con su startup ya creada), con dedicación exclusiva al emprendimiento en el 27,8% de los casos.

Por último, analizando los sectores en los que están emprendiendo las personas de la muestra encuestada, vemos que los sectores más representativos son el de Health & Wellbeing (16,95%) y el sector GreenTech (10,17%). Cabe destacar que en el 70% de los casos del sector Health & Wellbeing, son iniciativas promovidas o lideradas por mujeres, lo que resalta de nuevo la presencia del emprendimiento femenino en los sectores de salud y cuidado de manera significativa, como se ha ido observando en apartados anteriores de este estudio.

Gráfico 13. Sectores de las iniciativas emprendedoras de las personas encuestadas.



Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos del cuestionario

PERFIL MUJER EMPRENDEDORA UNIVERSITARIA

Con los datos de la encuesta se puede crear una aproximación al perfil de la mujer emprendedora universitaria. Para ello se han desestimado las respuestas aportadas por hombres y por aquellas mujeres que no han liderado o coliderado un proyecto emprendedor.

El estudio indica que hay dos tipos de mujeres emprendedoras universitarias:

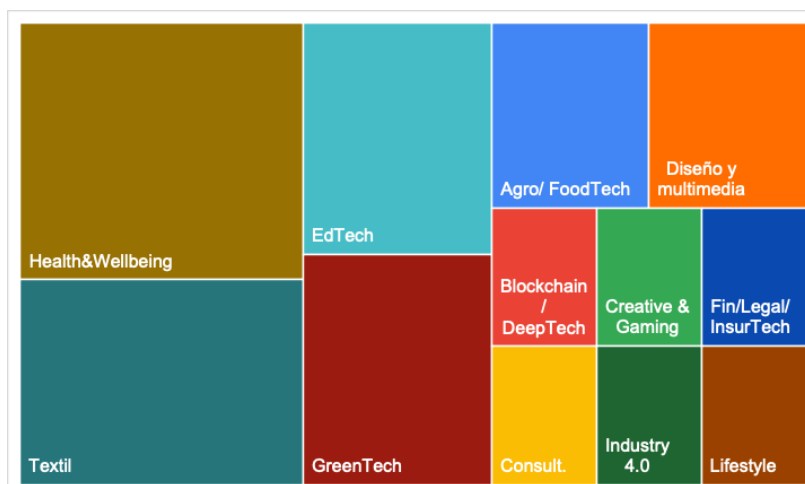
- El primer caso se trataría de una mujer de entre **21 y 25 años** (28%), **soltera** y **sin descendencia** (100%), que **estudia actualmente** (85,7%).
- El segundo caso estaría representado por una mujer de entre **41 y 45 años** (28%), **casada** (85,7%) y **con descendencia** (100%), con **titulación superior** de grado, master o doctorado (85,7%), que no emprendió durante sus estudios (83,3%).

Del total de mujeres emprendedoras encuestadas, el 60% indican haberse formado en temas específicos de emprendimiento, más allá de sus estudios universitarios. Además, el 56% asegura haber participado en alguna iniciativa, programa, concurso o similar relacionado con emprendimiento desarrollado en su universidad. De estas, el 64,3% ha participado en iniciativas generalistas y el resto en iniciativas específicas de emprendimiento femenino. Por último, únicamente el 32% de las emprendedoras entrevistadas han recibido alguna ayuda en materia de emprendimiento por parte de instituciones públicas de la Comunitat Valenciana.

En cuanto a la dedicación al proyecto, se observa que el 20% de mujeres emprendedoras encuestadas lo hacen en exclusiva, mientras que el 32% lo compagina con sus estudios y cerca de la mitad de las encuestadas (48%) asegura compaginar su proyecto emprendedor con trabajos, tanto a tiempo completo, como parcial o puntuales.

Por último, los sectores en los que emprenden las universitarias encuestadas son variados, destacando el sector Salud, con un 20% de representación, seguido de cerca por el sector Textil (16%).

Gráfico 14. Sectores de las iniciativas emprendedoras de las mujeres encuestadas.



LIDERAZGO FEMENINO EN LA EMPRESA

El estudio llevado a cabo ha tenido un apartado dedicado a valorar el liderazgo femenino dentro de las organizaciones. Para ello, se ha preguntado a todos los perfiles encuestados acerca del papel de la mujer en las empresas en las que trabajan.

Los resultados indican que, de las **mujeres emprendedoras** encuestadas, el 88% ocupa un cargo importante, siendo la mayoría de ellas CEO (77,27%). Además, el 76% no siente que el hecho de ser mujer le haya frenado para ejercer un cargo o rol clave en la empresa.

Preguntadas sobre el porcentaje de mujeres en puestos de dirección o cargos importantes en la empresa en la que trabajan, el 48% de las emprendedoras indicó que, en sus empresas, la totalidad del equipo directivo está formado por mujeres, en el 28% de los casos hay paridad de género, en el 20% de las empresas hay mayoría de hombres y, por último, en un 4% de los casos no hay mujeres en los puestos clave.

En el caso de **hombres emprendedores** encuestados, el 93,1% ejerce un rol clave en la empresa. Al igual que ocurre con las mujeres emprendedoras, la mayoría de los hombres emprendedores encuestados tienen el cargo de CEO (77,8%).

En cuanto a los puestos de dirección de las empresas donde trabajan los hombres emprendedores encuestados, los datos reflejan que en el 35% de los casos hay paridad, en el 31% de los casos las mujeres ocupan menos de la mitad de los puestos de dirección, en el 9% de los casos estos puestos los ocupan una mayoría de mujeres y, finalmente, en el 25% de los casos no hay mujeres ocupando puestos clave.

PERCEPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO Y LIDERAZGO FEMENINO

Una parte de la encuesta ha ido enfocada a estudiar cómo se percibe el emprendimiento femenino en la población encuestada. Para ello, se hicieron preguntas abiertas relacionadas con el tipo de problemas o frenos que pueden encontrar las mujeres, y cómo se percibe la conciliación en el entorno emprendedor.

En cuanto a las **dificultades detectadas a la hora de emprender**, el 56% de las emprendedoras encuestadas consideran que el hecho de ser mujer no le ha supuesto dificultades, incluso en algunos casos se percibe una posición ventajosa al tener beneficios y ayudas exclusivas para ellas. Las dificultades detectadas por el 44% restante van relacionadas principalmente con problemas de conciliación de la vida laboral y

familiar, especialmente cuando se tiene descendencia. Otros problemas manifestados por las entrevistadas son las dificultades de negociación a nivel comercial, al no ser tomadas en serio por ser mujeres jóvenes, o situaciones incómodas de paternalismo, machismo o explicaciones innecesarias en las que el interlocutor da por hecho que la mujer no entiende el contexto del que se habla.

Por lo que respecta a los hombres, el 71,4% de los encuestados afirma que no ha detectado dificultades para las mujeres a la hora de emprender, o no se ve capaz de responder. Al igual que ocurre en el caso anterior, algunos de los encuestados perciben posiciones ventajosas para las mujeres, ya que reciben incentivos. Las dificultades que detectan los hombres en este ámbito son: problemas de conciliación, especialmente si no se ejerce una paternidad responsable; la falta de referentes, ya que los ejemplos que suelen emplearse como emprendedores de éxito son masculinos (Elon Musk, Steve Jobs, etc.); falta de confianza y miedo al fracaso, lo que lleva a las mujeres a pensar en exceso las cosas y no actuar; problemas de educación, cultura empresarial y estereotipos de género; barreras de acceso a algunos sectores; y, por último, algunos encuestados detectan que se trata de un problema cultural, ya que en otros ecosistemas emprendedores hay paridad de género en términos de emprendimiento.

En la encuesta se preguntó sobre los **motivos que influyen en la brecha de género en el ámbito del emprendimiento**. En este caso, el 20% de mujeres encuestadas desconocen los motivos. Del 80% restante, la mitad (50%) considera que la conciliación es el principal problema, ya que las mujeres siguen asumiendo las cargas familiares y del cuidado y, aunque se elija emprender para poder conciliar mejor, esto impide una menor dedicación al emprendimiento. El 15,6% de las encuestadas coincidieron que emprender requiere mucha dedicación, y la falta de tiempo de las mujeres influye en esta brecha. Esta falta de tiempo se podría vincular con la conciliación, pero las encuestadas no especifican el motivo de la falta de tiempo. Otros motivos que incluyen en la brecha de género según las encuestadas son: el desconocimiento sobre cómo emprender, la falta de experiencia en puestos directivos (que influye en que la mujer no se sienta capaz de emprender), la falta de referentes, las creencias sociales de que la mujer no puede, las dificultades añadidas de acceso a la financiación, las imposiciones culturales por las que la mujer debe hacerse cargo de las tareas del hogar y el cuidado, el miedo al fracaso, la búsqueda de seguridad económica para la familia, etc.

Respecto a los hombres encuestados, el 39,5% indica que no existe brecha de género. Del 60,5% restante, atribuyen esta brecha a diversos motivos, sin destacar ninguno en concreto. Estos motivos van relacionados con la educación, la cultura o la percepción de

la mujer en la sociedad. Por ejemplo, los hombres consideran que las mujeres tienen inquietudes diferentes no cultivadas durante su niñez y adolescencia por el tipo de educación recibida por sus familias y en la escuela, son menos ambiciosas y tienen otros intereses personales. Por su carácter reflexivo y poco impulsivo necesitan tener clara la idea y su posible viabilidad antes de lanzarse a emprender. Buscan seguridad. Generalmente la carga del hogar y cuidado recae sobre ellas en mayor proporción. Algunos emprendedores son conscientes que las mujeres son menos emprendedoras, pero desconocen si se debe a diferencias biológicas, adoctrinamiento o una dificultad real del entorno. También consideran que las barreras son autoimpuestas como consecuencia del diálogo constante de que las mujeres lo tienen más difícil. Se insiste en que hay estereotipos machistas y culturas empresariales anticuadas fruto de una tradición empresarial masculina, por los que algunos hombres no se toman en serio a las mujeres, o donde la cara visible siempre es el hombre aunque la decisión la haya tomado una mujer. Se percibe también que la falta de paridad en carrera STEAM influye en que haya menos mujeres emprendedoras, y que las pocas mujeres que hay necesitan sentirse más válidas.

En el panorama emprendedor general hay numerosas mujeres que deciden emprender para facilitar la **conciliación familiar**. Para saber si esta circunstancia se da también en un entorno de emprendimiento universitario, se dedicó un apartado específico en la encuesta para saber la percepción, tanto de mujeres (emprendedoras o no) como de hombres, sobre si el emprendimiento influye en la conciliación familiar, y si ésta influye en la brecha de género en el ámbito del emprendimiento.

Un porcentaje muy similar entre géneros (el 60% de las mujeres y el 58% de los hombres) consideran que el emprendimiento dificulta la conciliación; el 28% de mujeres y 19% de los hombres consideran que el emprendimiento facilita la conciliación y, por último, son más los hombres (23%) que las mujeres (12%) que consideran que el emprendimiento no influye en la conciliación familiar o, en caso de hacerlo, influye poco.

Respecto a la influencia de la conciliación familiar en la brecha de género existente en el entorno emprendedor, la mayoría de las mujeres (65%) y un porcentaje elevado (37%) de los hombres considera que la dificultad de conciliar al emprender impide que más mujeres emprendan; el 10% de mujeres y 26% de hombres no ven que el género influya en la conciliación; y una pequeña proporción de respuestas (el 7% de las mujeres y 2% de los hombres) consideran que emprender facilita la conciliación. Por último, un gran porcentaje de personas encuestadas (el 18% de mujeres y el 35% de hombres) no tienen actualmente una opinión formada sobre el tema.

En cuanto al liderazgo femenino, el 33,3% de las mujeres encuestadas y el 36,4% de los hombres consideran que **no existen frenos para que las mujeres ejerzan un cargo o rol clave dentro de una empresa**. Los frenos detectados por parte de las mujeres son los problemas de conciliación (27%), debida a la alta dedicación que se exige en estos puestos; la percepción de la mujer como incapaz en algunos sectores de fuerte presencia masculina, que hace que tenga que hacer mayores esfuerzos en demostrar su valía; la falta de confianza en una misma; la presión por querer ser excelente y no fallar a otras profesionales del sector, etc. También se detecta en las respuestas que la percepción cambia entre empresas maduras (más machistas) y empresas jóvenes (más igualitarias). Otros puntos importantes son la necesidad de buscar la igualdad real de género, para que las mujeres no tengan que ser respetadas para evitar represalias, y para que los hombres puedan disfrutar de licencias por cargas familiares sin ser mal vistos.

Los hombres, por su parte, coinciden en que la conciliación es un problema para las mujeres a la hora de acceder a puestos de liderazgo, y también lo son el miedo al fracaso y la falta de ambición. No obstante, en las respuestas se hace hincapié que los frenos reales solo se dan en pocas empresas veteranas, con consejos más anticuados y culturas más machistas. En estas empresas, según los encuestados, hay una jerarquización consolidada de hombres que no asocian a las mujeres con roles de autoridad y, en ocasiones, invalidan sus opiniones, teniendo que demostrar ellas más que los hombres que son válidas para acceder a un cargo. Los encuestados asumen que las empresas que quieran tener éxito no deben poner frenos en materia de género y consideran que los frenos son, en muchos casos, a nivel psicológico. Por último, uno de los motivos por los que consideran que no hay suficientes mujeres asumiendo cargos importantes en las empresas es por el bajo porcentaje de mujeres en el sector, algo muy habitual en sectores STEAM.

4.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA JORNADA 'FOMENTO DEL LIDERAZGO FEMENINO EN LA EMPRESA'

Dentro del presente estudio e investigación, se organizó una Jornada de Emprendimiento Femenino en el mes de octubre, conformada por dos mesas redondas en las que participaron, por una parte, las representantes de los servicios de emprendimiento de las universidades públicas valencianas y, por otra parte, emprendedoras de dichas universidades.

MESA REDONDA DE LAS REPRESENTANTES DE LOS SERVICIOS DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIOS: "FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO DESDE LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS VALENCIANAS".

Se detecta que en todas las universidades públicas valencianas, a excepción de la UPV por ser una universidad politécnica cuyas titulaciones no son generalistas, el porcentaje de mujeres matriculadas en los diferentes grados es superior al de los hombres. Sin embargo, al desagregar estos datos por ámbitos, se observa que las mujeres lideran los rankings de grados dedicados a la salud, la educación, las humanidades y las artes. Siendo las ingenierías, la geografía, los deportes y el ámbito TIC unos sectores donde el porcentaje de hombres es predominante. Este hecho pone en relieve que la brecha de género que posteriormente se refleja en el ámbito del emprendimiento, tiene su problema de base en que la escasa presencia de mujeres en las **carreras STEAM**, lo que dificulta el emprendimiento femenino en estos sectores más tecnológicos. O lo que es lo mismo, existe una brecha cultural que marca la sociedad a la hora de elegir los estudios, que afecta y condiciona posteriormente en la creación de empresas por parte de las mujeres en ciertos sectores o ámbitos.

Se presenta el dato de que las mujeres lideran un 50% menos de proyectos que los hombres en los sectores tecnológicos (del total de la actividad emprendedora, tan sólo en el 16,9% de los casos son mujeres desarrollando iniciativas emprendedoras en el ámbito tecnológico o científico). Además, las mujeres inician sus proyectos con un 50% menos de financiación que los hombres, en general, lo que también afecta en que les resulte más complejo que sus proyectos perduren en el tiempo en este ámbito/sector. Tras estos datos, se pone de manifiesto por parte de las representantes de las cinco universidades la necesidad de fomentar las vocaciones científico-tecnológicas en las niñas desde la etapa escolar, en los cursos de primaria y secundaria.

Poniendo el foco sobre **los grupos de investigación y las cátedras** de las universidades, los datos de las cinco universidades muestran que en su mayoría los grupos de investigación y las cátedras de sus universidades están liderados por hombres, a pesar de que todas ellas coinciden en que el número de mujeres que desarrollan actividad investigadora es superior al de los hombres. Además, si se analizan las empresas y spin-off surgidas de estos proyectos de investigación, todavía son pocas las que cuentan con mujeres dentro del equipo de promotores, y muy escasas las que están lideradas por mujeres.

Analizando el **uso que se realiza de los servicios de emprendimiento** que las universidades ponen a disposición de su alumnado, se replica en todas ellas que son las mujeres las que tienden a utilizar en mayor medida los servicios de apoyo al emprendimiento y a la búsqueda de empleo. Sin embargo, este porcentaje desciende a medida que avanza el itinerario emprendedor, y no llega a traducirse en posteriores carreras profesionales y creación de empresas de las mismas.



En relación a la **creación de startups**, en el ámbito general de la Comunitat Valenciana, en 2021 el 42% de las startups creadas estaban fundadas o co-fundadas por mujeres, cifra que para el año 2022 se ha visto reducida al 36%. Analizando el caso de las startups creadas en el seno de las universidades públicas valencianas, el dato de startups fundadas y lideradas por mujeres ronda el 20%. Además, se visualiza poco

emprendimiento femenino en sectores TIC o tecnológico-científicos, hecho que está correlacionado con el porcentaje de estudiantes femeninas en dichos grados o carreras STEAM, como se comentaba anteriormente.

Tras todas las aportaciones de las representantes de los servicios de emprendimiento de las universidades públicas valencianas se pone de manifiesto la necesidad de acercar a las estudiantes universitarias referentes y casos de éxito femeninos del ámbito del emprendimiento, para motivarlas e incentivarlas a emprender. De igual modo, aumentar la presencia femenina en todos los eventos de emprendimiento y actos que se organicen, así como en los jurados de las convocatorias de premios y concursos, etc.

Por otra parte, se ve necesario seguir lanzando convocatorias de premios y concursos específicas para mujeres y, a la par, seguir incentivando el emprendimiento femenino desde la Administración y las políticas públicas, principalmente mediante ayudas para la primera inversión necesaria a la hora de poner en marcha un negocio.

MESA REDONDA DE LAS EMPRENDEDORAS UNIVERSITARIAS: “VISIÓN DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO DESDE LA PERSPECTIVA DE EMPRENDEDORAS UNIVERSITARIAS”.

En dicha mesa participaron emprendedoras de las cinco universidades públicas valencianas, una de ellas Doctora, tres que compaginan el emprendimiento en sus startups con su tesis doctoral, y la última compagina el emprender con sus estudios de grado y máster.

En cuanto al **uso realizado de los servicios de emprendimiento de sus universidades**, todas ellas coinciden en la importancia de este tipo de ayuda cuando estás comenzando con tu iniciativa emprendedora y en las primeras etapas de tu startup. Consideran muy necesaria la existencia de este tipo de servicios, y les aportó muchísimo tanto la formación en emprendimiento, como el asesoramiento y la mentoría recibidos, a la par que les resulta de gran ayuda los premios y concursos que se promueven desde los servicios de emprendimiento de las universidades. Además, resaltan de vital importancia los servicios específicos ofertados para mujeres emprendedoras, las categorías de premios específicas para iniciativas emprendedoras promovidas por mujeres, y la posibilidad de conocer a otras mujeres emprendedoras y sus casos de éxito. Destacan también las formaciones y concursos tipo maratón en la que se les ofrece formación en distintas áreas intercalada con mentoría personalizada y culminan con un premio final.

Se analiza en dicha mesa que tan sólo el 19% de las mujeres en España son fundadoras de una startup, el 30% son empresarias y **el 39% de las mujeres españolas forman parte de la iniciativa de crear una startup**. Este último dato está por encima de la media europea (36%) pero se encuentra lejos del dato del 50% que se da en América Latina.

Se observa que **generalmente las mujeres emprenden solas**, ya que esta tendencia se da en un 62% de los casos. De hecho, analizando la situación de las emprendedoras participantes en la mesa, la mayoría de ellas se lanzaron al emprendimiento solas, y algunas de ellas han incorporado a posteriori a un socio a su equipo.

Haciendo un análisis retrospectivo de su andadura emprendedora y de las diferentes etapas que han ido aconteciendo, todas ellas coinciden en que **las mayores dificultades** que se han ido encontrando como mujeres emprendedoras son las siguientes:

- La necesidad de tener que estar **demostrando continuamente que son válidas para que las tomen en serio** como responsables de la startup por el hecho de ser mujeres. Todas ellas coinciden en que, a la hora de negociar con proveedores, clientes... (que en la mayoría de los casos son hombres) se han sentido infravaloradas, ya que en lugar de dirigirse a ellas les hablan a sus socios masculinos, aunque sean ellas quienes tienen la capacidad de decisión, e intentan negociar con ellos.
- **El acceso a la financiación e inversión privada**. Es más complicado para las mujeres emprendedoras acceder a dicha financiación, ya que tan solo el 2% del capital riesgo invierte en mujeres. La mayoría de las emprendedoras de la mesa coinciden en que es el techo más grande que se están encontrando, ya que los inversores invierten más en empresas fundadas por hombres y también tienen más facilidades a la hora de acceder a financiación bancaria. Se comenta la necesidad de que la administración pública haga mayores esfuerzos en las ayudas para las mujeres emprendedoras, ya que existen fondos europeos y otro tipo de ayudas que demandan una serie de requisitos muy difíciles de alcanzar para ellas si no han obtenido una financiación previa con la que poder arrancar y así dar cumplimiento a dichos requisitos.
- **La conciliación familiar**. Para aquellas mujeres emprendedoras que tienen descendencia se considera que es más difícil compaginar el emprendimiento con

la vida familiar, a pesar de que desde tu familia te apoyen, comentan que hay momentos que son bastante duros. A colación de esto se comenta que también puede existir cierta relación entre las mujeres que emprenden solas y la tipología de negocios en los que emprenden, ya que en numerosas ocasiones se observa que son negocios que les permiten tener cierta flexibilidad de horarios, lo que ayuda bastante en la conciliación familiar.

Por último, analizando cuáles son las **necesidades que detectan** como más importantes para seguir adelante y crecer con sus iniciativas emprendedoras, destacan la necesidad de ayuda para poder acceder a financiación, la necesidad de apoyo en la planificación de una estrategia empresarial para saber cómo hacer crecer la empresa y la necesidad de ayuda para la internacionalización de sus startups.



5. INICIATIVAS EMPRENDEDORAS LIDERADAS POR MUJERES UNIVERSITARIAS

Para completar el estudio se incluyen seis casos de iniciativas emprendedoras lideradas por mujeres estudiantes o tituladas de las cinco universidades públicas de la Comunitat Valenciana. Este apartado pretende poner cara a algunas de las protagonistas de este estudio, para que sirvan de referente a otras mujeres con potencial para llevar adelante sus ideas de negocio, y también para dar a conocer los programas universitarios que ayudan a impulsar las iniciativas emprendedoras.

5.1. MARGARITA ALBORS || SOCIAL NEST FOUNDATION

Ingeniera Industrial por la Universitat Politècnica de València, Máster en Administración de la Universidad de Harvard, Programa de Gestión Estratégica y Liderazgo Social de IESE Business School.



Es presidenta de Social Nest Foundation, entidad pionera en el campo del impacto en España que fundó en 2010, a través de la que está construyendo una red global de líderes en inversión de impacto e inversión sostenible, a través de la iniciativa Fi Impact Investing. Desde la fundación también apoyan a fundadores y startups que utilizan sus empresas para crear impacto social y ambiental.

Margarita está involucrada en numerosas organizaciones como SpainNAB, Consejo Asesor Nacional para la Inversión de Impacto (representante de España ante el Global Steering Group for Impact Investment-GSG), formando parte de su junta directiva, o la Fundación Cañada Blanch para la educación y la cultura, como miembro de su patronato. También pertenece a la red Responsible Leaders de la fundación BMW Foundation Herbert Quandt y The ImPact, la red global de familias comprometidas en alinear sus activos con sus valores.

Margarita es inversora y asesora en Zubi Capital (fondo de 40 millones de euros y primer fondo venture debt de impacto en Europa), con el objetivo de invertir en el crecimiento de empresas alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Como ponente internacional participa con frecuencia en diferentes foros y eventos hablando sobre economía de impacto como ChangeNow, 4YFN, South Summit, o Techstars Startup Week.

SOCIAL NEST FOUNDATION

Social Nest Foundation es una plataforma global que proporciona los recursos, las oportunidades y la orientación personalizada que las personas emprendedoras, las personas inversoras, las empresas y los gobiernos necesitan para crear soluciones a los desafíos más urgentes que enfrenta la humanidad.

Fundada en 2010 como entidad pionera en el campo del impacto en España, la Fundación lidera programas, actividades, eventos y comunidades innovadoras con enfoque global que allanan el camino a aquellos y aquellas que buscan generar un impacto social y ambiental positivo a través de su startup o capital.

¿De qué manera contribuyó tu universidad al nacimiento y/o crecimiento de tu empresa?

Cuando estuve estudiando en la universidad, a principios de los 2000, no pensaba en emprender. Fue unos años más tarde, cuando, detectando la necesidad de impulsar el emprendimiento de impacto, decidí dar el salto y crear Social Nest Foundation. Entré en contacto entonces con las áreas de apoyo al emprendimiento de la universidad para buscar puntos de colaboración y descubrí todos los recursos que aportaban a los miembros de la comunidad universitaria que quisieran impulsar una iniciativa, y me pareció muy interesante.

¿Es más difícil emprender siendo mujer?

Yo emprendí siendo mujer y joven, combinación que inicialmente no pensé que pudiera ser una desventaja, pero que en algún momento sentí que no jugó a mi favor. También se añadió el hecho de que empecé haciendo algo muy innovador e inexistente en nuestro país. En ocasiones he tenido la sensación de que tenía que hacer un esfuerzo extra para demostrar mi capacidad y profesionalidad, pero, afortunadamente, he encontrado también muchas personas en el camino que desde el principio sí confiaban en mí y en mi visión, y desde el inicio me apoyaron.

¿Consideras importante para tu empresa formar parte de un ecosistema emprendedor?

Los ecosistemas son fundamentales en el ámbito del emprendimiento y por eso desde la fundación Social Nest impulsamos y conectamos ecosistemas. En mi caso, cuando emprendí no había ecosistemas tan desarrollados como actualmente, y sin duda lo considero muy importante porque ello aporta motivación, red y oportunidades de colaboración, algo clave en el camino emprendedor.

¿Crees que el emprendimiento femenino recibe el apoyo y recursos necesarios?

Creo que, en los últimos años, y motivado por la brecha existente en el emprendimiento (principalmente tecnológico), se han creado, afortunadamente, muchas iniciativas que apoyan, visibilizan e impulsan el emprendimiento femenino. Aun así, queda mucho por recorrer porque la brecha aún existe y los factores que la generan son muy diversos y sobre todo complejos, porque implican aspectos culturales y de sesgos que tanto hombres como mujeres tenemos y que lleva tiempo tomar conciencia y cambiar. Hay que seguir trabajando en ello porque los problemas que tenemos por delante en el mundo que vivimos requieren diversidad de perspectiva para encontrar las mejores soluciones.

¿Cuál ha sido tu mayor éxito como emprendedora?

Creo que el hecho de poner sobre la mesa algo innovador con capacidad de tener un efecto multiplicador, facilitando que personas emprendedoras, startups, empresas, inversores e inversoras puedan hacer crecer su impacto positivo. Y conseguir, perseverando mucho, que personas de gran talento y voluntad de impactar positivamente se involucren y formen parte de ello para juntos poner nuestro granito de arena para cambiar las cosas.



5.2. ANNA FERRER || CU4WELL



Arquitecta técnica por la Universitat Politècnica de València, Máster en Arquitectura Avanzada, Urbanismo y Paisaje por la Universitat Politècnica de València. Titulada como profesional acreditado WELL por el International Well Building Institute.

Con su amplia formación en arquitectura y después de unos años colaborando en proyectos de gran escala, funda en 2007 el estudio de arquitectura CU4.

Los valores fundamentales que definen su trabajo son el trabajo a medida para las personas que van a habitar el espacio, con un fuerte arraigo a las características naturales del lugar, así como un acompañamiento, organizado, transparente y cercano durante todo el proceso. Destacando la importancia del bienestar como piedra angular del diseño debido al gran impacto que los lugares que habitamos tienen sobre nosotros.

Esta sensibilidad por el bienestar de las personas se ha materializado a través de un nuevo proyecto, liderado por Anna Ferrer, que toma el nombre de CU4WELL.

CU4 Y CU4WELL

CU4 se constituye en 2007, de la mano de los arquitectos Anna Ferrer y Manuel Martín en València. El estudio ha desarrollado proyectos de diversa tipología (residencial, docente, sanitario, industrial, comercial) en el ámbito público y privado, siendo seleccionado y premiado en concursos de ámbito nacional.

En los últimos años, CU4 destaca en el ámbito de la arquitectura saludable, como respuesta a la necesidad de diseñar los espacios construidos donde habitan y trabajan las personas a través de los parámetros de la salud y el bienestar. De aquí nace CU4WELL, un servicio de consultoría estratégica de espacios para organizaciones, estudios de ingeniería, arquitectura y diseño, como respuesta a la necesidad de diseñar los espacios construidos donde habitan y trabajan las personas a través de los parámetros de la salud y el bienestar. De esta forma, se mejora la productividad y la atracción de talento, y se consigue una mayor rentabilidad.

¿De qué manera contribuyó tu universidad al nacimiento/crecimiento de tu empresa?

La Universitat Politècnica de València, nos ha formado como profesionales para el desarrollo de nuestra empresa. Además, durante los años de nuestra formación también, pudimos desarrollar otro tipo de competencias como el trabajo en equipo, que sin duda han complementado nuestra trayectoria laboral.

Además, CU4 Arquitectura surge de nuestro grupo universitario, tras hacer numerosos trabajos de diferentes asignaturas, pudimos darnos cuenta de la

¿Cuál ha sido tu mayor éxito como emprendedora?

He podido formar parte del desarrollo de diferentes proyectos muy importantes, hemos conseguido diferentes reconocimientos, pero, sin duda, mi mayor éxito ha sido trasladar mi pasión a mi trabajo.

Desarrollar una arquitectura saludable que transmita los valores que para mí son fundamentales y, además, que nuestros clientes estén felices con el resultado es sinónimo de que nuestro trabajo está enfocado en una buena dirección y para mí, es el mayor éxito como emprendedora.

complicidad de equipo, por lo que decidimos dar el paso a unirnos como empresas. Es allí, donde nuestro equipo fundador nace.

Después de varios años y con una trayectoria muy completa, decidimos complementar nuestro estudio y constituir CU4WELL. En este momento, la Universitat Politècnica de València, desde IDEAS UPV nos han orientado y ayudado para consolidar y mejorar este nuevo servicio.

¿Consideras importante para tu empresa formar parte de un ecosistema emprendedor?

Poder formar parte de un ecosistema emprendedor, nos da la oportunidad de valorizar, visibilizar y transmitir nuestro modo de trabajo. Conocer a otros emprendedores con una trayectoria más amplia que forman parte del sistema, nos ayuda a tomarlos como referencia y mejorar en nuestro proceso.



¿Crees que el emprendimiento femenino recibe el apoyo y recursos necesarios?

Nos encontramos en un momento, en el que la mujer como emprendedora tiene mucho más reconocimiento que en otros momentos. Actualmente, muchas iniciativas y ayudas dedicadas al emprendimiento femenino ayudan y animan a impulsar que muchas mujeres decidan emprender. Pero realmente, aún el número de mujeres que se deciden a emprender es mucho menor que el de los hombres.

Todo el apoyo y recursos que se ponen a disposición son necesarios para ayudar a visibilizarlo. El objetivo es, que en algún momento, este tipo de recursos no sean necesarios porque exista un equilibrio entre mujeres y hombres emprendedores.

Quizás se debería reflexionar más sobre qué cosas ayudan en el camino de la igualdad de derechos y oportunidades y qué cosas no.

¿Es más difícil emprender siendo mujer?

Existe una clara diferenciación entre mujeres y hombres empresarios, aunque cada vez es menor. Por lo que sí creo que es más difícil emprender siendo mujer, sobre todo en empresas más técnicas, tradicionalmente lideradas por hombres.

Puede que para que se dé un emprendimiento femenino vivido con mayor naturalidad, haga falta que los puestos directivos de las grandes empresas también estén liberados en mayor número por mujeres.

La mal llamada 'conciliación familiar', sigue siendo la gran brecha del progreso de la mujer en el ámbito empresarial.

Emprender, liderar grandes corporaciones, exige energía y tiempo. Y el tiempo es limitado. Si no se encuentran nuevas soluciones de eficiencia al trabajo de todas las personas, difícilmente llegaremos a cuotas de paridad en los puestos de mayor peso.

Además, creo que las mujeres aportamos ciertas cualidades de liderazgo muy positivas en las organizaciones. Mientras que el patrón sea masculino, y no se vea con la misma naturalidad que el patrón femenino también sirve para los hombres, estaremos lejos de la igualdad de derechos y oportunidades.

5.3. SILVIA DEL VAL || D-VALLET

Ingeniera Técnica de Diseño Industrial con la adaptación al grado por la Universitat Politècnica de València. Máster en Ingeniería del Diseño, especialidad en Juguetes y Productos Infantiles del CEU Cardenal Herrera. Máster de Profesorado de Educación Secundaria y Bachillerato por la Universidad Alfonso X el Sabio. Actualmente, doctoranda en Diseño en la Universitat Politècnica de València.



Más de 6 años de experiencia profesional como Ingeniera en Diseño en distintas empresas: Splash Módulos Multijuegos, Joma y Amusement Logic.

Co-fundadora de la empresa DVT Innovation SL (D-Vallet) junto a su socio Miguel Ángel Moratilla.

D-VALLET

DVT Innovation SL se constituyó en 2020, y su marca D-Vallet es una marca valenciana de zapatillas de danza que combina las nuevas tecnologías con la artesanía local, abogando por la fusión de la tradición y la innovación para crear una simbiosis artística.

El objetivo principal de D-Vallet es diseñar calzado de danza fabricado en la Comunitat Valenciana de la mano de los mejores artesanos, con materiales de máxima calidad, que realmente cubra las necesidades de las/os bailarinas/es, ofreciéndoles ergonomía, comodidad y durabilidad.

Actualmente están introduciendo la marca en EEUU y Alemania.

¿De qué manera contribuyó tu universidad al nacimiento/crecimiento de tu empresa?

Pues fue gracias al Concurso Emprendedor Universitario 2K en su edición del año 2018, en la que desde IDEAS UPV me animaron a seguir con la idea y convertir una idea en un proyecto real. Luego con el programa Santander Explorer en 2019 aprendí el método lean y a finales de 2019 me lancé a emprender dedicándome a ello full time. También me han ayudado económicamente a través

de otros premios y concursos que hemos ganado, como por ejemplo el premio del Consejo Social de la UPV o el premio obtenido en los Premios IDEAS UPV. Además también formamos parte del ecosistema emprendedor de la Universitat Politècnica de València, StartUPV, donde estamos compartiendo espacio con otras startups en la zona de coworking.

¿Consideras importante para tu empresa formar parte de un ecosistema emprendedor?

Sí, sobre todo cuando empiezas es super importante. Especialmente el hecho de estar en StartUPV, ecosistema emprendedor de la Universitat Politècnica de València, y la ayuda recibida por parte de IDEAS UPV, ha supuesto un gran apoyo para la empresa, una opción para estar en contacto diario con otros emprendedores potenciando las sinergias, la posibilidad de estar al día de convocatorias de ayudas, concursos, premios, etc.

¿Crees que el emprendimiento femenino recibe el apoyo y recursos necesarios?

Yo personalmente creo que sí, cada vez hay más premios y categorías para mujeres. También hay muchos eventos dedicados al emprendimiento femenino, fondos de mujeres para invertir en mujeres, etc. Por parte de las universidades y las organizaciones del ecosistema emprendedor valenciano considero que también se está haciendo una gran labor. Creo que se ha avanzado mucho y se está potenciando mucho.

En mi opinión sí hay apoyo, pero el emprendimiento en general debería tener más, empezando por la administración pública y la forma en que trata a las empresas pequeñas o los autónomos.

¿Es más difícil emprender siendo mujer?

Pues según como se mire. Desventajas: depende del sector, por ser mujer a veces notas que te toman menos en serio.

Hay algunas ventajas, como el apoyo desde las universidades, con programas dirigidos a mujeres, mentorización, categorías de concursos específicas para mujeres... y todas estas iniciativas están muy bien porque las mujeres emprendedoras están en minoría. IDEAS UPV y la UPV en general, por ejemplo, nos ha dado muchísimo apoyo.

Por otra parte, yo no he sentido desventajas como tal por el hecho de ser mujer, pero a veces te tratan diferente. Muchas veces, en conversaciones con proveedores, negociaciones con empresarios o similar, se dirigen a la parte masculina de mi equipo, cuando soy yo la que tiene el conocimiento sobre nuestro producto. Estos detalles chocan, sobre todo cuando trabajamos en un sector como es el de la danza, en el que hay muchas mujeres.



¿Cuál ha sido tu mayor éxito como emprendedora?

Para mí ha sido hacer realidad un concepto innovador dentro del sector de la danza. Tenemos dos productos artesanales e innovadores - puntas y medias puntas - que conseguimos producir en un taller profesional. Lo rediseñamos para hacerlo más asequible, optimizando los tiempos de producción y abaratando costes. Es algo único en el mercado, con unas mejoras en comodidad, prevención de lesiones y estética muy grandes.

Muchas personas del sector de la danza nos han confirmado que vamos por muy buen camino.

5.4. ADRIANA SALOMÉ ELSEL BULEO || TRADCREA



Traductora y mediadora interlingüística por la Universitat de València, Máster en Traducción y Tecnologías por la Universitat Oberta de Catalunya y curso de experto en Traducción y Marketing: Transcreación y Publicidad Multilingüe (ISTRAD).

Complementa su formación de manera continua con cursos profesionales de copywriting y transcreación.

Su carrera profesional se ha centrado principalmente en la redacción de contenidos optimizados para SEO y en el ejercicio como traductora de inglés y francés.

TRADCREA

TRADCREA es una agencia de traducción y creación discursiva que nació en marzo de 2022. Está formada por dos socios, Manuel José Zafra Doménech y Adriana Salomé Elsel Buleo, ambos graduados en Traducción y Mediación Interlingüística en la Universitat de València.

En TRADCREA ofrecen los servicios propios de su formación académica y externalizan aquellos servicios para los cuales no tienen la formación específica necesaria (por ejemplo, encargos de traducción a lenguas en las que no están especializados). Su negocio se abre a la colaboración con todo tipo de empresas, particulares e instituciones; sin embargo, centran su interés particular en la colaboración con universidades. En la actualidad colaboran con algunos departamentos de administración y equipos docentes de la Universitat de València.

Los principales servicios de TRADCREA se engloban en la traducción y la creación discursiva. En concreto ofrecen servicios de: traducción especializada, posesición, transcreación, copywriting multilingüe, redacción de contenido optimizado para SEO, y publicaciones.

¿De qué manera contribuyó la universidad al nacimiento/crecimiento de tu empresa?

En primer lugar, los conocimientos adquirimos durante el grado han sido imprescindibles para poder llevar a cabo este proyecto de manera exitosa.

Asimismo, la ayuda recibida por parte de UVemprén, ya que nos han cedido un espacio en el Campus de Tarongers desde el que podemos trabajar, nos ofrecen formaciones continuas, nos invitan a eventos relacionados con el mundo del emprendimiento, nos ponen en contacto con otros emprendedores

para que podamos compartir experiencias y nos han permitido recibir asesoramiento empresarial del SECOT. Además, el hecho de haber ganado varios premios convocados por UVemprén nos ha supuesto un apoyo económico. Por último, actualmente estoy realizando el curso de experto en Startup Management de la UV y también me está siendo muy útil para aprender sobre el mundo de las startups y gestionar mejor mi empresa.

¿Consideras importante para tu empresa formar parte de un ecosistema emprendedor?

Sí. Sin duda, está siendo muy enriquecedor el contacto con otras personas jóvenes que están en la misma situación que nosotros, ya que hemos descubierto que no solo podemos compartir ideas, sino también establecer colaboraciones. Además, formar parte del ecosistema emprendedor de la UV nos está dando una mayor visibilidad (sobre todo porque nuestro público objetivo son especialmente las universidades) y nos está proporcionando conocimientos necesarios para poder hacer crecer nuestro negocio.



¿Es más difícil emprender siendo mujer?

Creo que la mayoría de las mujeres no están tan dispuestas a emprender como los hombres, puesto que el emprendimiento, sin duda, supone un riesgo considerable que no todas se pueden permitir por circunstancias personales como, por ejemplo, tener que hacerse cargo de algún familiar o cuidar de los hijos (tareas de las que, incluso en la actualidad, se siguen ocupando en mayor medida las mujeres).

Asimismo, muchas veces resulta desalentador observar que la mayoría de los puestos de dirección de este país (y de muchos otros) están ocupados por hombres. Además, aunque mi empresa no necesite de financiación externa y, por lo tanto, este sea un hecho que a mí no me afecta de manera particular, se ha demostrado que los inversores suelen dar preferencia a las empresas lideradas por hombres. Por suerte, parece que este es un problema del que la sociedad es cada vez más consciente.



The image shows a website header with a red logo 'TRAD CREA' and navigation links: INICIO, TRADUCCIÓN, CREACIÓN DISCURSIVA, CONÓCENOS, BLOG, and social media icons for LinkedIn and WhatsApp. Below the header, the main heading is 'Traducción y Creación discursiva'. The text below reads: 'Somos expertos en asesoramiento lingüístico para universidades, empresas y particulares. Analizamos las necesidades de tu proyecto y te ofrecemos un servicio de calidad personalizado que garantizará los mejores resultados. Pídenos un presupuesto gratuito y sin ningún tipo de compromiso.' There is a 'SOLICITA PRESUPUESTO' button and an illustration of a person standing next to a laptop displaying a globe.

¿Cuál ha sido tu mayor éxito como emprendedora?

Mi mayor éxito ha sido ver que realmente la idea que tenía en la cabeza antes de lanzarme a emprender funciona. Es cierto que todavía llevamos poco tiempo en el mercado, sin embargo, en estos meses hemos podido dar los primeros pasos en la dirección correcta y ya trabajamos de manera activa tanto con la Universitat de València como con algunas empresas privadas.

¿Crees que el emprendimiento femenino recibe el apoyo y los recursos necesarios?

Considero que actualmente el emprendimiento femenino sí está recibiendo el apoyo y los recursos necesarios. En mi opinión, hoy en día existen muchos incentivos para que las mujeres nos lancemos a emprender: premios, charlas de empresarias de éxito, eventos para conocer a otras emprendedoras, visibilización de las dificultades de emprender siendo mujer...

5.5. ESTEFANÍA HURTADO GÓMEZ || MAMANECÓ

Doctora en Bioquímica y Biología Molecular por la Universidad Miguel Hernández de Elche (UMH), Máster de Dermofarmacia y Cosmética por la UMH, Máster MBA por la UMH, Máster Internacional en Nutrición y Dietética, post-grado en ensayos clínicos y especialista en Fertilidad.

Es autora de varios artículos científicos en revistas internacionales, entre los que destaca la "Guía para Padres del Cuidado de la Piel del Bebé" en colaboración con la facultad de Farmacia de la UMH.

Realizó su post-doctoral en el *Center for Genomic Regulation* (CRG) y tras él trabajó durante 9 años en el departamento médico de la industria farmacéutica. Es cofundadora de la Asociación Española en Apoyo a la Fertilidad Natural, profesora del Máster de Dermofarmacia y Cosmética de la UMH y CEO de la start-up Mamanecó.



MAMANECÓ

Mamanecó es una línea de cosméticos destinada a la maternidad para paliar las afectaciones de la piel que se producen en esta etapa, tales como estrías en el embarazo, flacidez abdominal tras el parto y grietas en el pezón. Nos caracterizamos por ser una cosmética consciente y respetuosa con la piel de la mamá, y el embarazo y los 1000 primeros días de vida del bebé; estos últimos vienen marcados por la genética, pero también por los factores ambientales, como las sustancias que ponemos en la piel, las cuales pueden ser nocivas y alterar el proceso de embarazo, llegar al feto y dar lugar así a enfermedades futuras no deseadas. Por ello nuestra cosmética es natural, ecológica, vegana, sostenible, con ingredientes innovadores y de tecnología avanzada, sin tóxicos, sin disruptores endocrinos, sin alérgenos; y con fórmulas testadas en pieles sensibles. Y todo ello para dar belleza y cuidado, a la vez que seguridad y protección a las mamás en esta etapa tan delicada de la vida.

La empresa se constituyó a finales del 2020. La creación de estas fórmulas lleva mucho tiempo y dedicación, por ello seguimos todavía en desarrollo a las puertas de salir al mercado en el primer trimestre del 2023. Los fundadores de la empresa son Emilio Santiago, director comercial y Estefanía Hurtado, directora ejecutiva.

¿De qué manera contribuyó tu universidad al nacimiento y/o crecimiento de tu empresa?

La UMH, fue clave para el nacimiento de la idea, ya que surgió al cursar el Máster de Dermofarmacia y Cosmética, y colaborar con el departamento de Farmacia. El proyecto surgió tras escribir la guía de Padres para el Cuidado de la Piel del Bebé y plantear escribir la Guía del Cuidado de la Piel en el Embarazo. Esto me llevó a desarrollar una línea de cosmética especializada en ese cuidado tan delicado.

Además, está siendo fundamental también para su crecimiento, ya que fuimos seleccionados para el programa de Incubación Acelera UMH del Parque Científico y contamos con los mejores mentores para acompañarnos en el camino de desarrollo y crecimiento de Mamanecó.

MAMANECÓ

¿Consideras importante para tu empresa formar parte de un ecosistema emprendedor?

Absolutamente. El hecho de formar parte de un ambiente de emprendedores, mentes inquietas como la nuestra y gente brillante, hace que en el día a día surjan sinergias a veces muy poderosas que hagan enriquecer tu proyecto y también a mí como persona y emprendedora. Siento que estoy donde quiero estar y ese bienestar resuena, a la vez, en mi proyecto.

¿Crees que el emprendimiento femenino recibe el apoyo y recursos necesarios?

Siempre puede hacerse más. Contamos con algunas ayudas específicas destinadas a la mujer emprendedora, pero seguimos necesitando más ayuda, más apoyo, más formación, más *networking* y, sobre todo, más financiación y ayudas económicas a todo tipo de proyectos. Y, no sólo la mujer, sino todas las personas por igual. Esperemos que algún día no tengamos que hablar de emprendimiento femenino o masculino, sino, simplemente emprendimiento.

¿Es más difícil emprender siendo mujer?

No. Yo no he encontrado dificultad como mujer, de hecho, hay ayudas destinadas a la mujer emprendedora, como ya he comentado.

Sí he encontrado dificultad como mamá, ya que mi emprendimiento surgió justo al tener mi segundo bebé y eso hizo que no le pudiese dedicar todo el tiempo que yo hubiera querido.

¿Cuál ha sido tu mayor éxito como emprendedora?

El ser emprendedora es prácticamente un estilo de vida y, para mí, el mayor éxito es poder llevar este estilo y disfrutar así de cada día que dedico a mi proyecto.



5.6. MERCEDES CASTELLÓ || HENKO SNACKS

Graduada en Derecho en la Universitat de València. Doble Máster de Abogacía e International Business Law en ESADE en Barcelona. Experiencia profesional en Broseta y Cuatrecasas.

Co-fundadora de Henko Snacks junto a Alicia Navarro, Graduada en Derecho en la Universitat de València. Máster de Acceso a la Abogacía en el ICAV Máster de Asesoría Jurídica en la Universitat de València. Experiencia profesional en Garrigues y Pvasal.



Su formación y experiencia profesional les ayudó enormemente a la hora de emprender, ya que les ha proporcionado una base muy sólida sin la que no hubieran podido poner en marcha un proyecto como Henko.

HENKO SNACKS

Empresa dedicada al desarrollo, fabricación y comercialización de snacks realmente saludables y sabrosos, para que la gente pueda disfrutar sabiendo que lo que toman es bueno y está bueno.

Sus snacks se caracterizan por ser veganos, artesanos, ecológicos y elaborados con ingredientes 100% naturales.

Asimismo, una de sus máximas es que sus snacks también sean aptos para aquellos colectivos con necesidades alimenticias específicas. Por ello, usan ingredientes libres de gluten y evitan el uso de azúcares refinados, siropes, mieles o edulcorantes.

¿Cuál ha sido tu mayor éxito como emprendedora?

Como para cualquier emprendedor, mi mayor éxito es haber creado desde cero Henko Snacks. El sentimiento de satisfacción que se recibe cuando creas tu propio proyecto, tomas responsabilidad por cada una de las decisiones tomadas o marcas la estrategia a seguir no puede igualarse a trabajar por cuenta ajena. Ver que el proyecto por el que has apostado al 100% comienza a funcionar y cada vez va a mejor, es todo un éxito.

¿De qué manera contribuyó tu universidad al nacimiento/crecimiento de tu empresa?

Aunque ambas estudiamos en la Universidad de Valencia, yo estaba viviendo en Alicante en el momento de comenzar con el proyecto de Henko. Estando allí, buscamos validar nuestra idea con gente externa a nuestro círculo de confianza, por lo que, tras participar en una jornada de la Universidad Miguel Hernández, vimos que era un proyecto viable y nos metimos en el programa de incubación de empresas del Parque Científico de la UMH.

Formar parte de este programa, y resultar uno de los proyectos ganadores, resultó ser el empujón que necesitábamos. Fue una experiencia que nos permitió construir la base de nuestra empresa, dar los primeros pasos y, sobre todo, sentirnos acompañadas. Empezar puede ser un viaje muy solitario, pero, gracias a los programas de incubación o aceleración te sientes más acompañado durante el trayecto.

¿Crees que el emprendimiento femenino recibe el apoyo y recursos necesarios?

Considero que el emprendimiento en general no recibe el apoyo ni recursos necesarios. Si a este hecho, le sumamos ser mujer, las cosas se complican.

De primeras, no se fomenta el emprendimiento femenino desde edades tempranas ni se plantea como una salida laboral más al terminar la carrera. Esto se ve acrecentado por la falta de mujeres en los puestos de liderazgo de las compañías (falta todavía más acrecentada en aquellos casos de empresas fundadas únicamente por mujeres), lo que hace que encontrar referentes femeninos se dificulte. Los hay, por supuesto, pero no podemos olvidar que la gran mayoría de emprendedores son de género masculino y que la brecha de género en el trabajo autónomo es muy superior al del empleo

por cuenta ajena (en 2021 había de alta como autónomos un 64,4% de hombres frente al 35,6% de mujeres).

Asimismo, la gran parte de las inversiones en emprendimiento acaban siendo destinadas a proyectos liderados por hombres. De conformidad con el IDC European Women in VC, las startups fundadas por mujeres recaudaron solo el 1,8% de la inversión en Europa, el 9,3% se destinó a equipos fundadores mixtos, mientras que los equipos fundadores formados por hombres recaudaron el 89% de las inversiones realizadas en 2021. Estos datos son un claro reflejo de la dificultad en obtener recursos en el mundo emprendedor para el desarrollo de proyectos fundados únicamente por mujeres.

¿Consideras importante para tu empresa formar parte de un ecosistema emprendedor?

Por supuesto, es importante darse a conocer y realizar conexiones con otros emprendedores, empresas o profesionales. Igualmente, formar parte del sistema emprendedor permite formar sinergias con otros emprendedores, compartir experiencias e incluso soluciones a los problemas que pueden surgir.

El mundo emprendedor es un ecosistema muy amigable, en el que muchas veces, cuando te encuentras con un problema, puedes contar con la ayuda de otra startup que haya pasado por tu misma situación.

¿Es más difícil emprender siendo mujer?

Por desgracia, que te tomen en serio cuando eres mujer, joven y estás emprendiendo es una tarea difícil. La falta de mujeres en el mundo emprendedor y, sobre todo, de empresas fundadas únicamente por mujeres, crea esa falsa creencia de que el mundo empresarial no está hecho para las mujeres y que exista bastante paternalismo dentro del ecosistema. Desde mi punto de vista, esa sería la mayor desventaja.

Sin embargo, esta gran desventaja provoca que estés acostumbrada a tener que luchar más y a ser más creativa para conseguir que las cosas terminen funcionando. Por ello, una de las grandes ventajas de ser mujer y emprendedora es la fuerza de voluntad y creatividad que desarrollas para seguir luchando por tu sueño. ¡No te desanimas con el primer (y primeros) no que recibes!



5.7. YAIZA PANIZO || SILOCOMO



Yaiza Panizo, Ingeniera Multimedia graduada en la Universidad de Alicante y Animadora 3D.

Desde pequeña le gustó el tema emprendedor, en el instituto participó junto a 5 compañeros en el programa Junior Achievement España y los seleccionaron a nivel nacional, finalmente obteniendo el galardón a la internacionalización. Ya en la carrera, participó en el

programa Vodafone Campus Lab, como parte del equipo que representaba a la Universidad de Alicante, obteniendo el primer premio nacional con el proyecto Citytrav. También tuvo la oportunidad, junto a su compañera Claudia, de participar en programas de emprendimiento, concursos y premios, que fueron encadenando con el proyecto Silocomo, tales como Doeactua, Premios 5U CV Startup, Premios Impulso de la Universidad de Alicante, Premios Fundeun, Explorer Santander X... en todos ellos con repercusión muy positiva, obteniendo premios y muchos contactos. Co-fundadora de la empresa Silocomo junto a sus socios Claudia Cambra (Ingeniera Multimedia por la Universidad de Alicante) y José Luis Sáez.

SILOCOMO

Silocomo es una app que facilita la búsqueda de restaurantes a personas con alergias, intolerancias y/o que siguen dietas veggie. Los 3 co-fundadores sufren de primera mano este problema diariamente, y saben que hay muchos establecimientos adaptados a esta situación, sin embargo, dar con ellos no es fácil. Ahí es donde Silocomo entra en juego, personaliza las cartas de los restaurantes a tus necesidades alimentarias, ya seas celíaca, intolerante a la lactosa o alérgica a frutos secos (o las 3 a la vez), mostrándote únicamente aquellos platos que podrás comer con seguridad. Además, te indica cuántos platos podrás comer en cada restaurante, así como las opiniones de personas con tus mismas alergias/intolerancias/dietas en cada restaurante. Después de años de trabajo validando la idea y los prototipos, este año 2022 fundaron la empresa y publicaron la app, así que ha sido un año fantástico para ellos.

¿De qué manera contribuyó tu universidad al nacimiento y/o crecimiento de tu empresa?

Realmente la idea surgió precisamente gracias a la Universidad, concretamente en el programa Doeactua. Les estamos muy agradecidas a la UA por ofrecer la cantidad de programas de emprendimiento de los que pudimos formar parte para ir moldeando la idea, convirtiéndola en prototipo, validándola, etc. En todos los programas tuvimos mentores que nos ayudaban a darle forma, apoyarnos y enseñarnos lo que podía ir bien y lo que nos aseguraban que no funcionaría.

¿Consideras importante para tu empresa formar parte de un ecosistema emprendedor?

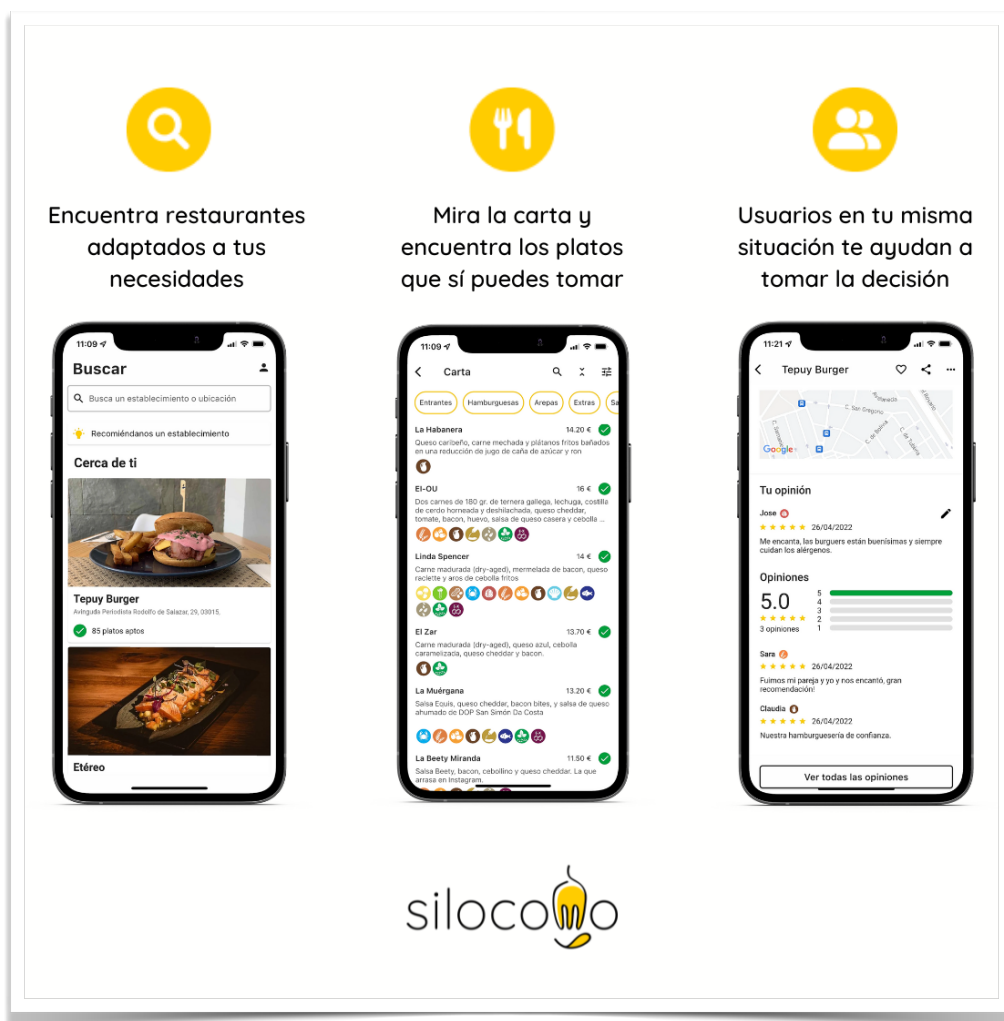
Por supuesto. La empresa surgió gracias a eso, al ecosistema emprendedor de la UA. Desde luego tenemos una cosa clara, sin estos programas que organiza y con los que colabora la UA, actualmente Silocomo no existiría. Además, el ecosistema emprendedor te permite tener muchísimos contactos y de ámbitos muy diferentes, y como emprendedores siempre están dispuestos a ayudar, ese ecosistema emprendedor es esencial para nuestra empresa.

¿Crees que el emprendimiento femenino recibe el apoyo y recursos necesarios?

En nuestro caso, la respuesta es sí. En ningún momento se ha diferenciado entre femenino-masculino, los programas están orientados a todos por igual.

¿Es más difícil emprender siendo mujer?

En nuestro caso no hemos notado diferencia por ser hombre o mujer. Hasta ahora nos hemos sentido "personas", no "mujeres", y consideramos que eso es muy positivo dadas las circunstancias, los casos que a veces se escuchan y los referentes que hay. No obstante, no descartamos que más adelante lleguemos a notar alguna diferencia, sobre todo ahora que estamos buscando inversión, somos conscientes de que son cosas que pueden llegar a suceder, pero también somos conscientes de que se está trabajando para que el hecho de ser mujer no dificulte emprender.



¿Cuál ha sido tu mayor éxito como emprendedora?

Sin duda alguna: fundar la empresa y lanzar la app. Después de años de trabajo, el día en que firmas un papel que indica que Silocomo S.L. está registrado a nuestros nombres, y ese día en el que la app en la que llevas años trabajando, mejorando y probando entre familiares y amigos es publicada en Google Play y App Store, esos dos días los consideramos los de mayor éxito. Sobre todo, sabiendo que muchos emprendedores nunca llegan tan lejos y la idea se queda en el camino.

5.8. RAQUEL CALLES - KALTU PAYMENTS SL

Ingeniera Industrial, especialidad Organización Industrial (2008-2015), por la Universitat Politècnica de València. MBA, especialidad industria de la moda (2020), por el IMF. Experiencia profesional en consultoría estratégica y tecnológica, ingeniería sector de la automoción (B2B calidad y mejora continua) y emprendimiento en sectores fintech y software B2B.



Co-fundadora de Kaltu Payments SL junto a su socia Carla Alejandra Lima.

KALTU PAYMENTS SL

Kaltu Payments SL se fundó en 2021 y desde entonces ha evolucionado y cambiado según las necesidades de mercado, siempre con el objetivo de detectar problemas B2B a los que dar soluciones mediante el uso de software. Comenzó en 2021 en el sector fintech - marketplaces, enfocada en resolver la problemática con la gestión legal y justa de los pagos a vendedores de marketplaces, así como la accesibilidad a su dinero.

En 2022, cambió el enfoque a otro sector más tradicional tras detectar lo importante y crítico que podía llegar a ser para la supervivencia de un restaurante la optimización de sus costes y gastos de proveedores. Han lanzado su nuevo producto-software en noviembre de 2022, se llama Karlota, y con una foto los restaurantes tienen mucho más control de sus gastos mensuales por proveedor.

¿Consideras importante para tu empresa formar parte de un ecosistema emprendedor?

Sí, definitivamente. Creo que formar parte de un ecosistema emprendedor que se apoye y que dé lugar a sinergias es clave para poder crear una startup y fracasar rápido (y pivotar) o tener éxito. Un ecosistema emprendedor nos permite a las startups conocer potenciales clientes (early adopters) y testear antes de salir a mercado, así como construir una red de contactos que nos ayude a levantar rondas, tener partners y compartir experiencias.

¿De qué manera contribuyó tu universidad al nacimiento/crecimiento de tu empresa?

La vinculación de Kaltu con la Universitat Politècnica de València comenzó muy pronto, en los inicios de la empresa. En marzo de 2021, la UPV contribuyó con la validación de la idea de negocio al seleccionarnos a ambas socias como candidatas becadas en el Master in Startup Administration (MSA) de la universidad. Con esta experiencia, Kaltu entró a formar parte del ecosistema emprendedor de la UPV. Hemos podido disfrutar de las oficinas de coworking y de las formaciones de StartUPV, de la formación de los emprendedores y mentores del MSA, del apoyo, formación

y consejos del personal de IDEAS UPV, así que la Universitat Politècnica de València ha contribuido mucho en el nacimiento y evolución de nuestra empresa. Además, hemos tenido el apoyo de la universidad y de sus partners (Banco Santander) al ganar la ayuda para estudiantes del MSA para suplir gastos de matrícula y pequeños gastos del Startup Semester de la University of California, Berkeley. Por lo que ha contribuido a lo que es hoy en día la empresa y seguro que seguirá contribuyendo en lo que se convertirá en un futuro.

¿Es más difícil emprender siendo mujer?

Es difícil romper con los cánones en cualquier sector y en el mundo startup, antes en fintech y ahora en el sector de la restauración, las mujeres ingenieras y fundadoras somos minoría, por lo que es un reto extra ganar la confianza de los clientes y stakeholders del sector. Pero es por todos conocido que hay un movimiento para potenciar a la mujer en el liderazgo de empresas y en muchos otros ámbitos, y eso está generando ventajas para las mujeres, como: ayudas más cuantiosas, espacios especiales en charlas y en eventos y premios especiales (como el que ganamos nosotras el año pasado en IDEAS UPV mujer emprendedora, además del 1er premio a Startup categoría LEAN).

Sin embargo, en mi opinión, sigue habiendo inconvenientes añadidos en ser mujer en este mundo (tech y startup) a las propias dificultades que tiene todo emprendedor.

Dos de ellos son:

1. Seguir siendo una minoría en el ecosistema y no tener todavía suficientes referentes de mujeres en el C-level (CEO, COO, CTO...) y dirección de empresas, ejemplifica el sesgo que sigue habiendo en el juicio sobre un buen o mal emprendedor o empresario. En mi experiencia, creo que no juega a nuestro favor el ser mujer y

además tener una forma de liderar diferente a la más habitual, en ocasiones menos agresiva o con otros drivers o motivaciones.

2. Cuando destaca una mujer entre muchos hombres sigue quedando un halo o sentimiento de desconfianza en el que se piensa que ese reconocimiento no es merecido y que ha estado influenciado por el hecho de ser mujer y el boom del que hablábamos antes. Lo cual hace más difícil emprender y destacar en general como mujer.



¿Crees que el emprendimiento femenino recibe el apoyo y recursos necesarios?

Creo que el emprendimiento en general necesita mucho más apoyo y recursos. Y por tanto, también el emprendimiento femenino.

Cuando yo estudiaba en el instituto y en la universidad, no se enseñaba que emprender era una opción profesional muy válida, aunque difícil. Ahora esto se ha normalizado más y es un gran paso, pero se necesitan referentes, casos de

éxito y ayudas público-privadas para potenciar la creación de startups tecnológicas. Lo bueno es que estamos en el camino para conseguirlo, con cambios en las leyes y en la educación y espero que se siga haciendo y potenciando para que haya un cambio de mentalidad ya que se necesita para poder ser emprendedor y tener un buen ecosistema (mentores, inversores, emprendedores) una visión con mucha menos aversión al riesgo.

¿Cuál ha sido tu mayor éxito como emprendedora?

Qué pregunta más difícil. Es difícil definir qué es un éxito como emprendedora, porque cada pequeño paso (o éxito) que hemos tenido en nuestra aventura en Kaltu ha sido el mayor en su momento y nos ha llevado a los siguientes (fracasos, éxitos y aprendizajes). Sin embargo, creo que mi mayor éxito fue decidir ser emprendedora y ponerlo en práctica. Ya que no empecé de una manera "tradicional", identificando un gran problema que sufría yo y que sabía cómo resolver. Yo solamente sabía que quería emprender porque era una intraemprendedora nata y quería crear algo nuevo y de cero; pero no tenía equipo ni tenía en el radar un super problema que quisiera (y supiera) resolver, por lo que no las tenía todas conmigo para decidirme. Empecé dejando mi trabajo estable y prometedor de ingeniera de calidad por la *nada* o por el *todo*; una hoja en blanco con la que empezar una nueva aventura profesional y personal. Es lo que quería y hasta ahora he conseguido tener un equipo, inversión privada, vivir en Silicon Valley, rodearme de gente con mucho talento y ¡aprender cada día!



6. CONCLUSIONES

Tras analizar los resultados obtenidos del estudio y diagnóstico del emprendimiento universitario con perspectiva de género en la Comunitat Valenciana, se han detectado una serie de áreas de vital importancia en cualquier ecosistema emprendedor y que resultan muy relevantes a la hora de poner en marcha medidas y acciones dirigidas a la atracción e impulso del talento femenino para la creación de startups en la Comunitat Valenciana, como factor imprescindible para su desarrollo y posicionamiento.

A continuación, se detallan estas áreas y se explica la importancia de cada una de ellas dentro del fomento e impulso del emprendimiento femenino universitario en el ecosistema emprendedor valenciano, para más adelante realizar propuestas de mejora y recomendaciones para cada una de estas áreas.

- **Dinamización y sensibilización:** Es clave para motivar y fomentar el emprendimiento en general, y el emprendimiento femenino en particular, el hecho de conocer casos de éxito de personas de su entorno que hayan emprendido con éxito, que puedan convertirse en su referente y puedan tomarlo como modelo a seguir.

- **Asesoramiento y mentorización:** Se extrae del estudio que tanto el hecho de recibir formación específica en emprendimiento como el hecho de recibir asesoramiento y sentirse acompañado en el proceso es estratégico para las personas que se encuentran en las etapas iniciales del proceso de emprender. Además, todos estos factores se acentúan cuando se trata de emprendimiento femenino, donde las emprendedoras intentan encontrar referentes de su género que tomar como modelos a seguir.

- **Formación:** Se observa una relación notable entre la formación y el emprendimiento. Como se ha ido comentando en el informe, el nivel de estudios, así como la formación específica en emprendimiento, influyen en las personas a la hora de poner en marcha una iniciativa empresarial. Es más, este hecho no sólo se hace presente en el caso de los estudios de nivel superior, sino que se detecta la necesidad de fomentar el emprendimiento en las formaciones recibidas por el alumnado en las etapas de primaria y secundaria, ya que ello influirá y se verá reflejado posteriormente, tanto a la hora de elegir titulación como a la hora de ver el emprendimiento como una opción de futuro.

- **Acceso a la financiación pública:** Resultado del informe se observa que la percepción general es que en la Comunitat Valenciana se está fomentando bien el emprendimiento a través de las ayudas y subvenciones públicas y que, además, también se está trabajando en este ámbito en la reducción de la brecha de género puesto que cada vez hay más ayudas y subvenciones específicas para mujeres emprendedoras. No obstante, en algunos casos se detecta cierta complejidad y excesiva burocracia en los trámites y documentación a presentar.

- **Acceso a la inversión privada:** Durante la investigación realizada para la realización de este estudio, se ha detectado que este es uno de los puntos clave que requieren acciones concretas para reducir la brecha de género, puesto que se observa claramente como resulta mucho más complejo para las mujeres emprendedoras el acceso a obtener

inversión privada. Se observa que la mayor parte de proyectos liderados por mujeres se financia a través de ahorros propios y de familiares y amigos, seguido por financiación obtenida de entidades bancarias y similares.

- **Premios y concursos:** Resultado del informe y del análisis de los casos de éxito estudiados, se observa que desde la perspectiva del emprendimiento femenino se percibe que desde las universidades y entes del ecosistema emprendedor valenciano se están haciendo esfuerzos y avances en dicha materia, puesto que cada vez hay más premios y concursos con categorías específicas para mujeres emprendedoras. Si bien, en el caso de algunas mujeres encuestadas, se indica que echan en falta competiciones de mayor duración, en las que se intercale formación y asesoramiento durante las etapas de la competición, para que tomen consciencia de sus avances por etapas y todo ello acompañado de una actividad de networking con otras personas emprendedoras o coaches participantes.

- **Ecosistema Emprendedor Universitario:** El hecho de poder conocer a otras personas emprendedoras, especialmente a aquellas que han puesto en marcha sus iniciativas recientemente, se reconoce como un elemento clave que contribuye al desarrollo de nuevas iniciativas, al facilitar el hecho de tener referentes o ejemplos a seguir, además de proporcionar la posibilidad de generar sinergias entre las iniciativas emprendedoras que surgen. Por otra parte, resultado del estudio se observa como para las mujeres emprendedoras resulta fundamental el hecho de sentirse parte de un ecosistema de emprendimiento. Además, para las personas emprendedoras en todas las etapas del proceso emprendedor, especialmente en las etapas incipientes, se manifiesta la necesidad de poder disponer de espacios de trabajo, coworkings... en los que poder iniciar su andadura emprendedora y compartir experiencias.

- **Desarrollo de negocio:** Se detecta que a la hora de poner en marcha una iniciativa emprendedora, hay ciertos aspectos clave en los que una gran parte de las personas emprendedoras requieren ayuda, como lo son: conformación de un equipo promotor multidisciplinar, consolidación de la empresa, internacionalización, etc.

7. RECOMENDACIONES

Una vez finalizado el estudio y diagnóstico del emprendimiento universitario con perspectiva de género y extraídas las conclusiones en base a la investigación, trabajo de campo y encuestas y entrevistas realizadas, se plantean, atendiendo a las áreas y materias definidas en el apartado de las conclusiones, las siguientes recomendaciones o sugerencias de mejora a llevar a cabo por los diferentes agentes relevantes (universidades, profesorado, estudiantado, unidades de emprendimiento universitarias, gobierno, agentes del ecosistema emprendedor, etc.) en la potenciación del emprendimiento femenino.

- **Dinamización y sensibilización:** Se propone que desde las universidades se ponga el foco en la organización de charlas inspiracionales y de dinamización y motivación del emprendimiento, llegando a las aulas donde están las estudiantes y llevándoles allí casos de éxito para que puedan conocer casos reales. Así mismo, orientar dichas charlas y sesiones a motivar el emprendimiento femenino, llevando a las jornadas casos de éxito de mujeres emprendedoras y de mujeres que ocupen puestos de mando en las startups y empresas, de modo que las asistentes a estas charlas puedan tomar a estas emprendedoras como referentes o modelos a seguir, y vean que mujeres que hace unos años estaban en su misma situación, hoy en día se encuentran dirigiendo su propia empresa.

En estas dinámicas y charlas, además de las universidades, se requiere la colaboración del profesorado, dado que su papel es clave, ya que son el mayor altavoz que existe entre cualquier iniciativa de la universidad y el estudiantado, y su ayuda para acercar a estas emprendedoras y sus empresas a las aulas es vital.

- **Asesoramiento y mentorización:** Resulta de vital importancia que las universidades y los agentes del ecosistema emprendedor valenciano les brinden a las mujeres emprendedoras servicios de asesoramiento y mentoría. Por lo que respecta a las universidades, es estratégico y fundamental que cuenten con un servicio específico de apoyo al emprendimiento, en el cual las personas estudiantes y egresadas de la universidad puedan encontrar el apoyo que precisen para poner en marcha sus iniciativas emprendedoras.

Por otra parte, para que las mujeres emprendedoras encuentren referentes en emprendimiento femenino que puedan servirles de modelo y ayudarles en su andadura empresarial, se plantea la creación de una red de mentoras, conformada no solo por emprendedoras de éxito, sino también por directivas y mujeres que estén desempeñando puestos estratégicos dentro de grandes corporaciones. La creación de esta red podría resultar clave para motivar a las mujeres emprendedoras a continuar y sacar adelante sus iniciativas, teniendo referentes femeninos en los que poder verse reflejadas.

- **Formación:** Se plantea que las universidades organicen formaciones específicas en emprendimiento, creando programas formativos específicos para mujeres, en el que gran parte de las formadoras sean mujeres, de manera que las estudiantes puedan tomar en ellas un referente en el que verse reflejadas y puedan barajar el emprendimiento como una opción de futuro. Además, se recomienda que estas

formadoras sean emprendedoras con algún caso que contar durante las sesiones, para acercar de este modo las empresas a las aulas, poniendo en valor sus ejemplos como modelos de rol visibles.

Por otra parte, a nivel del gobierno valenciano, también se recomienda que se implanten programas de orientación y formación en emprendimiento y empresas en la totalidad de los niveles educativos, especialmente en primaria y secundaria.

- **Acceso a la financiación pública:** Se propone facilitar los trámites y la documentación a presentar para la adjudicación de las ayudas por parte de la administración. Por otra parte, desde las universidades y sus servicios específicos de emprendimiento, se sugiere ofrecer un servicio más especializado para asesorar en la cumplimentación y preparación de todo el material necesario para la solicitud y posterior justificación de cada convocatoria.

- **Acceso a la inversión privada:** Dado que este es uno de los puntos en los que se observa una brecha de género más clara, se plantean una serie de sugerencias a implantar por parte de las universidades, sus servicios de emprendimiento y determinados agentes del ecosistema emprendedor valenciano. En primer lugar, se podría valorar la creación de un "club" de inversores e inversoras que tengan como objetivo prioritario el potenciar y apoyar empresas promovidas y lideradas por mujeres, especialmente empresas tecnológicas. Por otra parte, esto se complementa con la realización de Investor's Day en los que únicamente se presenten frente a los inversores iniciativas y empresas desarrolladas y dirigidas por mujeres emprendedoras.

- **Premios y concursos:** Desde las universidades y agentes del ecosistema se debe seguir trabajando en ampliar la oferta de convocatorias específicas para mujeres. Se propone lanzar también alguna convocatoria de concurso de mayor duración que combine la parte formativa con la mentorización, en la que vayan superándose etapas dentro de un itinerario, para que las mujeres emprendedoras vayan reafirmando y ganando seguridad y confianza durante el proceso, mientras se genera networking y ampliar su red de contactos.

- **Ecosistema Emprendedor Universitario:** Se plantea que desde el gobierno y las universidades se propicie la creación de ecosistemas emprendedores dentro de las universidades valencianas, con la presencia de programas propios de apoyo y de infraestructuras, programas de aceleración, y múltiples conexiones al resto de los

agentes locales del ecosistema emprendedor, potenciando de este modo el intercambio de experiencias entre emprendedores y el networking entre empresas.

- **Desarrollo de negocio:** Se plantea que, desde las universidades, sus servicios de emprendimiento y los agentes del ecosistema se pongan en marcha servicios que les ayuden en materias específicas demandadas por las emprendedoras. Por ejemplo, servicios a los que acudir cuando quieren expandir sus empresas e internacionalizarse, para que sepan qué trámites y aspectos deben tener en cuenta, cómo plantear su estrategia, etc. Otro ejemplo, este relacionado con la conformación de los equipos emprendedores multidisciplinares, sería la plataforma para creación de equipos de la UPV teamerUP, orientada a favorecer la creación de los equipos promotores. Se considera interesante que cada universidad replicase este modelo para ayudar a sus estudiantes a conseguir el equipo emprendedor con los perfiles idóneos para sacar adelante su iniciativa empresarial.

BIBLIOGRAFÍA

Alarcos, Tamayo, T.M. (2021). *El emprendimiento digital femenino en España: Situación y prospección. Mujeres, tecnología y sociedad digital*. Instituto de la Mujer, Ministerio de Igualdad, Gobierno de España. NIPO: 050-21-016-X. DL: M-7860-2021

Fernández Laviada, A. Y Fuentes Fuentes, M.M. (2021). *Emprendimiento de mujeres en España. Análisis con datos GEM 2020*. Ed. Observatorio del Emprendimiento de España. ISBN 978-84-09-34936-4

Fernández Laviada, A.; Calvo, N.; Samsami, M.; Neira, I.; Atrio, Y. Y Barros, E. (2022). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2021 - 2022*. Ed. Universidad de Cantabria. ISSN: 1695 - 9302. DL: SA 265-2022

GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2022). *Global Entrepreneurship Monitor 2021/22 Women's Entrepreneurship Report: From Crisis to Opportunity*. London: GEM.

Gómez, J.M.; Mira, I.; Martínez, J. y Estrada, M.(2021). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe ejecutivo 2020-2021. Actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana*. Ed. Universidad Miguel Hernández de Elche. ISSN: 1988-4885

Gómez Gras, J.M.; Mira Solves, I.; Martínez Mateo, J. y Estrada de la Cruz, M. (2022). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe ejecutivo 2021-2022. Actividad emprendedora de la Comunidad Valenciana*. Ed. Universidad Miguel Hernández de Elche. ISSN: 1988-4885

Krauss Delorme, C.; Bonomo Odizzio, A.;Volfovicz León, R. (2020). *Empoderar el Emprendimiento Femenino Universitario*.Journal of Technology Management & Innovation © Universidad Alberto Hurtado, Facultad de Economía y Negocios. ISSN: 0718-2724.

Ruiz-Navarro, J.; Diáñez-González, J.P.; Franco-Leal, N.; Sánchez-Vázquez, J.M.; Camelo-Ordaz, C. (2021). *Informe GUESSS España 2021. El espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios*. ISBN: 978-84-09-37178-5.

ANEXO

Estudio Emprendimiento Femenino

El presente cuestionario pretende recabar datos relacionados con el emprendimiento femenino para la elaboración de un estudio y diagnóstico sobre emprendimiento universitario con perspectiva de género.

Los datos obtenidos del mismo serán totalmente anónimos, únicamente se utilizarán los datos para poder realizar estadísticas y sacar conclusiones de cara al citado estudio.

Si quieres seguir colaborando con nosotras en la confección de dicho estudio y te gustaría que pudiésemos realizarte una entrevista para recabar datos más concretos, puedes dejarnos tus datos al final del formulario.

Agradecemos tu participación.

***Obligatorio**

1. ¿Cuál es tu edad? *

Marca solo un óvalo.

- Menor de 18 años
- 18-20
- 21-25
- 26-30
- 31-35
- 36-40
- 41-45
- 46-50
- 51-55
- 56-60
- 61-65
- Mayor de 65

2. ¿Con qué género te identificas más? *

Marca solo un óvalo.

- Femenino
 Masculino
 Preferiría no contestar

3. ¿Cuál es tu estado civil? *

Marca solo un óvalo.

- Soltera/o
 Vivo con mi pareja
 Casada/o - Pareja de hecho
 Divorciada/o
 Viuda/o
 Otro: _____

4. ¿Tienes hijos/as? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

5. ¿Estudias actualmente? *

Marca solo un óvalo.

- Sí *Salta a la pregunta 6*
 No *Salta a la pregunta 7*

6. ¿Qué estás estudiando actualmente? *

Titulación y curso

Salta a la pregunta 9

7. Nivel superior de estudios alcanzados. Por favor, especifica la titulación o titulaciones. *

8. ¿Has emprendido mientras eras estudiante? *

Puede ser un proyecto actual o uno pasado.

Marca solo un óvalo.

Sí

No

Sección sin título

9. Universidad de procedencia *

Marca solo un óvalo.

UA

UJI

UMH

UPV

UV

Otro: _____

10. Más allá de la formación ofrecida en tus estudios universitarios reglados, ¿te has formado en emprendimiento? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

11. En caso afirmativo, ¿qué formación has recibido?

12. ¿Emprendes actualmente? *

Consideramos **proyecto empresarial** cuando todavía no se ha constituido la empresa.
Consideramos **startup/empresa** cuando ya se tiene capacidad de facturación (autónomo, SL, etc.)
Consideramos **spin-off universitaria** aquellas empresas que se crean en base al resultado investigador de la universidad.

Marca solo un óvalo.

- Sí, estoy iniciando un proyecto empresarial.
 Sí, en una startup / Empresa
 Sí, en una spin-off universitaria
 No, pero trabajo en una startup o spin-off *Salta a la pregunta 19*
 No emprendo ni trabajo en una startup o spin-off *Salta a la pregunta 24*

Sección sin título

13. Dedicación al proyecto *

Marca solo un óvalo.

- Lo compagino con mis estudios.
- Lo compagino con trabajos puntuales.
- Lo compagino con trabajo a tiempo parcial.
- Lo compagino con trabajo a tiempo completo.
- Dedicación exclusiva.

14. ¿Cuántas horas semanales dedicas aproximadamente a tu proyecto empresarial? *

15. ¿Consideras que el hecho de ser mujer te ha supuesto dificultades a la hora de emprender? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- No soy mujer

16. ¿Qué dificultades has detectado o crees que pueden existir para las mujeres a la hora de emprender? *

17. ¿Es la primera vez que emprendes? *

Marca solo un óvalo.

- Sí *Salta a la pregunta 19*
- No
- Nunca he emprendido *Salta a la pregunta 19*

Sección sin título

18. Háblanos de tu/s proyecto/s anterior/es *

Breve descripción, sector, motivo por el que no estás vinculada actualmente al proyecto, motivo de fracaso (si procede), etc.

19. ¿Cuál es tu rol dentro de la empresa en la que trabajas actualmente? *

Marca solo un óvalo.

- CEO
- CMO
- CTO
- CFO
- COO
- Otro: _____

20. ¿Cuál es el sector de la empresa en la que trabajas actualmente? *

Marca solo un óvalo.

- Agro/FoodTech
- Blockchain/DeepTech
- Creative & Gaming
- EdTech
- Fin/Legal/InsurTech
- GreenTech
- Health&Wellbeing
- Industry 4.0.
- LifeStyle
- MadTech
- Mobility&Logistics
- Prop/ConstrucTech
- RetailTech
- Textil
- TIC
- Otro: _____

21. ¿Cuál es el % de mujeres en puestos de dirección o cargos importantes dentro * de la empresa en la que trabajas?

Marca solo un óvalo.

- No hay mujeres en puestos clave
- Menos del 50%
- El 50%
- Más del 50%, pero también hay hombres
- 100% El equipo directivo está formado por mujeres en su totalidad

22. ¿Consideras que el hecho de ser mujer te frena o ha frenado a la hora de ejercer un cargo o rol clave en la empresa? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No
- Tal vez
- No soy mujer

23. ¿Qué frenos has detectado o crees que pueden existir para las mujeres a la hora de ejercer un cargo o rol clave dentro de una empresa? *

Sección sin título

24. ¿Consideras que el emprendimiento influye en la conciliación familiar? *

Marca solo un óvalo.

- Sí, influye positivamente, facilitando la conciliación.
- Sí, influye negativamente, dificultando la conciliación.
- No influye o influye poco.

25. ¿Crees que la conciliación familiar influye en la brecha de género en el ámbito del emprendimiento? *

Marca solo un óvalo.

- Sí, creo que la dificultad de conciliar al emprender impide que más mujeres emprendan.
- No, emprender facilita la conciliación.
- No, el género no influye en la conciliación.
- NS/NC - No tengo opinión sobre el tema.

26. ¿Qué motivo/s crees que influyen en la brecha de género en el ámbito del emprendimiento? *

27. ¿Has participado en alguna iniciativa, programa, concurso o similar relacionado con el emprendimiento desarrollado en tu universidad? *

Marca solo un óvalo.

- Sí, en una categoría específica de emprendimiento femenino
- Sí, en una categoría general
- Sí, tanto en categoría específica como general
- No *Salta a la pregunta 29*

Sección sin título

28. ¿De qué iniciativa/s se trata, y qué te han aportado? *

Sección sin título

29. ¿Has recibido alguna ayuda en materia de emprendimiento por parte de las instituciones públicas de la Comunitat Valenciana? *

Marca solo un óvalo.

- Sí, una ayuda específica de emprendimiento femenino
- Sí, una ayuda de ámbito general para emprendimiento
- Sí, tanto específica para emprendimiento femenino como general
- No *Salta a la pregunta 31*

Sección sin título

30. ¿Qué tipo de ayuda? *

Sección sin título

¡Muchas gracias por tu colaboración!

Toda la información que nos has facilitado nos será de gran ayuda para confeccionar el estudio y diagnóstico sobre emprendimiento universitario con perspectiva de género.

Si te gustaría seguir colaborando con nosotras en la confección de dicho estudio y estarías interesada en que pudiésemos realizarte una entrevista para recabar datos más concretos, puedes dejarnos tus datos para que podamos contactar contigo.

31. Nombre

32. E-mail

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

**VICERRECTORADO DE ARTE, CIENCIA,
TECNOLOGÍA Y SOCIEDAD**



**GENERALITAT
VALENCIANA**

Vicepresidència i Conselleria
d'Igualtat i Polítiques Inclusives

**ESTUDIO Y DIAGNÓSTICO SOBRE
EMPREDIMIENTO UNIVERSITARIO
CON PERSPECTIVA DE GÉNERO**