

## Estudio y diagnóstico sobre emprendimiento universitario con perspectiva de género en la Comunitat Valenciana

### *Study and diagnosis on university entrepreneurship with a gender perspective in Valencian Community*

**Márquez Gómez, María<sup>a</sup>; Lucas del Rosal, Alexandra<sup>b</sup> y Pedrós Cayo, Lorena<sup>c</sup>**

<sup>a</sup> Universitat Politècnica de València. Directora del Área de Emprendimiento y del Programa IDEAS.

<sup>b</sup> Universitat Politècnica de València. Técnica Superior del Área de Emprendimiento y del Programa IDEAS.

<sup>c</sup> Universitat Politècnica de València. Técnica Superior del Área de Emprendimiento y del Programa IDEAS.

#### Resumen

En el ámbito del emprendimiento femenino en general, y del emprendimiento universitario en particular, 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, las tecnologías de la información, etc.

La universidad desempeña un rol clave en la actualidad no solo por su papel en la investigación, estudio y formación de profesionales, sino por su labor de promover la motivación por el emprendimiento y el impulso del liderazgo. Por ello, en el desarrollo de sus actividades e iniciativas, asume el compromiso de velar por la diversidad e igualdad de oportunidades para toda su comunidad universitaria.

En base a lo anteriormente citado y al presente estudio realizado, se plantean una serie de acciones, recomendaciones y sugerencias de mejora a llevar a cabo por las universidades, la administración y los agentes del ecosistema emprendedor valenciano.

Recibido: 01-03-2023

Aceptado: 31-03-2023

#### Palabras clave

Brecha de género, emprendimiento universitario, liderazgo femenino, startups.

Este artículo es resultado del informe

[Estudio y diagnóstico sobre emprendimiento universitario con perspectiva de género](#)

## 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, las 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.

## 1. Antecedentes

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, a nivel global, 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 centramos en el estudio del perfil de la mujer emprendedora, tanto a nivel europeo como nacional, nos encontramos con 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%). Por último a destacar, el hecho de que las iniciativas emprendedoras con mayor presencia femenina se engloban en mayor medida en el emprendimiento potencial y en las fases de emprendimiento nuevo y naciente.

## 2. Análisis y resultados de la actividad emprendedora de mujeres universitarias en la Comunitat Valenciana

### 3.1 Análisis de los resultados del cuestionario “Estudio de Emprendimiento Femenino”

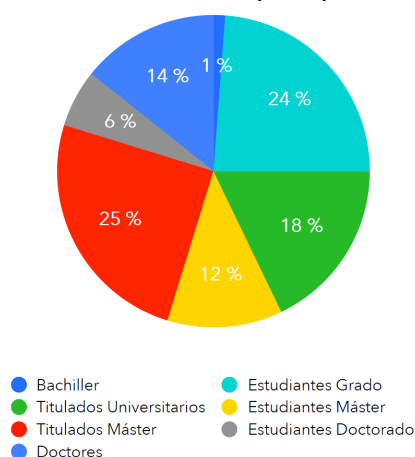
Para proceder a analizar la actividad emprendedora de las mujeres universitarias en la Comunitat Valenciana, se elaboró un cuestionario que se distribuyó entre las universidades valencianas y los agentes del ecosistema emprendedor valenciano, para conseguir alcanzar una muestra representativa.

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 1. Titulación máxima alcanzada por las personas encuestadas.

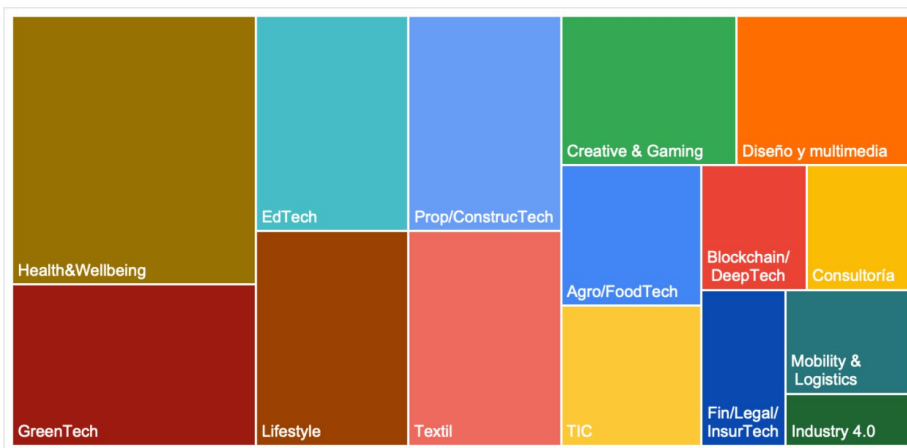


Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos del cuestionario

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 la presencia del emprendimiento femenino en los sectores de salud y cuidado de manera significativa.

Gráfico 2. Sectores de las iniciativas emprendedoras de las personas encuestadas.



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

### 3.1.1 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:

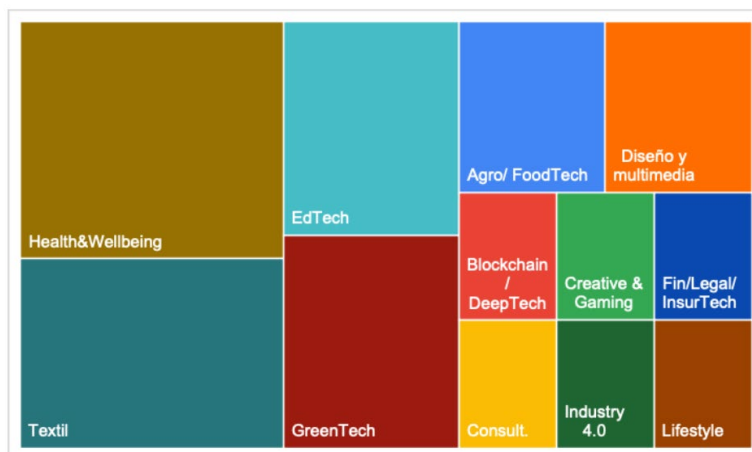
- El primer caso se trataría de una mujer de entre 21 y 25 años (28%), soltera y sin descendencia (100%), que estudia actualmente (85,7%).
- El segundo caso estaría representado por una mujer de entre 41 y 45 años (28%), casada (85,7%) y con descendencia (100%), con titulación superior de grado, máster 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 3. Sectores de las iniciativas emprendedoras de las mujeres encuestadas.



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

### 3.1.2 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.

### 3.1.3 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 implica 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 influyen 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 lo 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 (empendedoras 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 quieren 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.

### 3.2. 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 de 2022, 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.

### 3.2.1 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 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 específicos 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.



Fig. 1 Mesa redonda de las representantes de los servicios de emprendimiento universitarios. Fuente: IDEAS UPV

### 3.2.2 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 resultan 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.

### 3. 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 esta región, como factor imprescindible para su desarrollo y posicionamiento.

- **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 cómo 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 financian 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, 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 conciencia 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, como 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.

#### 4. 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 en emprendimiento, creando programas específicos para mujeres, en los 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 que puedan contar su experiencia 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 al emprendimiento 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. Esta acción repercutiría positivamente para el emprendimiento en general, sea liderado o no por mujeres.

- **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 se potencie que 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 amplian 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.

## 5. 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 Comunitat 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 Comunitat 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.; CameloOrdaz, C. (2021). Informe GUESSS España 2021. El espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios. ISBN: 978-84-09-37178-5.