



Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey

GUESSSS 23/24 SOCIAL

DESCUBRIENDO EL POTENCIAL DE LA
ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA EN LAS
UNIVERSIDADES

AUTORÍA: JOSÉ M. SÁNCHEZ, JUAN PABLO DIÁNEZ, JAIME GUERRERO, MARIA DEL MAR BORNAY y JULIO SEGUNDO



Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey

GUESSS 23/24 SOCIAL

DESCUBRIENDO EL POTENCIAL DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA EN LAS UNIVERSIDADES

AUTORÍA

JOSE MANUEL SÁNCHEZ VÁZQUEZ
JUAN PABLO DIÁNEZ GONZÁLEZ
JAIME GUERRERO VILLEGAS
MARIA DEL MAR BORNAY BARRACHINA
JULIO SEGUNDO GALLARDO

CITACIÓN DEL INFORME

Por favor, cite esta publicación como: SÁNCHEZ, J.M; DIÁNEZ, J.P.; GUERRERO, J., BORNAY, M., SEGUNDO, J. INFORME GUESSS SOCIAL 2023/24.

ARTES GRÁFICAS

ANA MARÍA RUIZ MORANTES



Índice de contenidos

1	EL PROYECTO GUESS SOCIAL	04
2	INTRODUCCIÓN	06
3	DESCUBRIENDO EL POTENCIAL DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA EN LAS UNIVERSIDADES	08
4	HALLAZGOS PRINCIPALES	10

5	RECOMENDACIONES	29
6	RECOMENDACIONES	32
7	ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO	40
	CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA DE 2023	40
	GLOSARIO DE TÉRMINOS	41
	JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	43



La economía social es, ante todo, un espacio de transformación. Un espacio donde se construyen, desde la cooperación y la solidaridad, alternativas económicas que ofrecen soluciones ante la emergencia ecológica, el recrudescimiento de las desigualdades y la crisis de nuestras democracias. Un espacio, además, innovador, diferente, emprendedor. El informe GUESSSS España 2023/2024 aborda, precisamente, el momento que viven estos valores, y nos ofrece una radiografía imprescindible del espíritu emprendedor entre el estudiantado universitario, invitándonos a reflexionar sobre cómo nuestras jóvenes generaciones aspiran a desempeñar un papel protagonista en el futuro económico y social del país. Pero no se trata solo de datos: este informe, desde sus páginas, interpela, orienta y, sobre todo, nos llama a actuar.

El emprendimiento, en su esencia, es una declaración de intención: un deseo de cambiar lo establecido, de imaginar nuevas realidades y de construirlas con determinación. Esta vocación por hacer las cosas de manera distinta conecta directamente con los principios de la economía social. Tanto el emprendimiento, en sus distintas acepciones, como la economía social surgen como respuestas innovadoras,

creativas y comprometidas frente a las necesidades del presente. Desde sus orígenes, la economía social ha sido un modelo que desafía las lógicas puramente extractivas y pone en el centro el bien común, la cooperación, el feminismo y la justicia social.

Uno de los hallazgos más llamativos del estudio es el desfase evidente entre la intención de emprender y la consolidación de proyectos empresariales. Mientras que un 17,5% de las y los estudiantes manifiesta estar involucrado en la creación de una empresa, apenas un 7,7% logra mantener su negocio activo. Esta brecha no solo refleja los retos inherentes al emprendimiento colectivo, sino también la necesidad de acompañar, con formación y recursos, las primeras etapas de estos proyectos. Debemos ser conscientes de que emprender no es solo un acto de iniciativa individual, sino un proceso que requiere redes de apoyo, ecosistemas inclusivos y políticas públicas ambiciosas.

Resulta igualmente significativo constatar que el 68,4% del estudiantado universitario en España no ha recibido formación específica en emprendimiento. Es una cifra que nos obliga a cuestionarnos el papel de la universidad como agente transformador.

La formación en emprendimiento no debe ser una asignatura residual, sino un eje transversal que impulse competencias como la innovación, la creatividad y el liderazgo. Además, debe integrar la perspectiva de la economía social, mostrando a las nuevas generaciones que existe otra manera de emprender: una que priorice el bien común, la sostenibilidad y la democracia económica.

Pero entre los datos también se asoma la esperanza. El informe revela que existe una relación positiva entre emprendimiento y bienestar personal. Aquellas personas jóvenes que se atreven a emprender reportan niveles más altos de satisfacción con sus vidas. El emprendimiento colectivo no solo crea empleo o genera riqueza económica; también teje sentido, pertenencia y propósito, y abre caminos hacia una sociedad más cohesionada.

En este sentido, la economía social como ecosistema y las familias que acoge emergen como modelos inspiradores. De hecho, el informe GUESSSS nos recuerda que el emprendimiento y la economía social comparten un mismo espíritu, una misma razón de ser: la apuesta por hacer las cosas de manera diferente, por innovar, por desafiar las convenciones, los lugares comunes, los clichés.



Porque emprender desde la economía social significa apostar por proyectos que no solo buscan la rentabilidad, sino también la redistribución de la riqueza, el arraigo territorial y la democratización de nuestras vidas.

Porque, como afirmaba Fernando Garrido en su breve ensayo sobre la cooperación tras visitar Rochdale, el germen del cooperativismo, «[las cooperativas] llevan en su seno el germen de profundas transformaciones económicas y políticas». Porque los pioneros y pioneras del cooperativismo fueron, en realidad, los precursores y precursoras del emprendimiento colectivo. Desde entonces hasta hoy, desde el siglo XIX hasta nuestros días, la economía social ha sido una utopía real, afianzada, creíble: una posibilidad concreta de construir un mundo mejor.

Por eso, la universidad debe convertirse en el semillero donde germinen estas ideas. Necesitamos que sus aulas no solo inspiren a las nuevas generaciones a emprender, sino que también las orienten hacia modelos económicos más justos y democráticos. La economía social y con ella el cooperativismo no son solo una alternativa económica; son una respuesta al mundo que queremos llegar.

Desde la Secretaría de Estado de Economía Social, reiteramos nuestro compromiso con esta realidad, magníficamente señalada por el informe GUESS 2023/2024: apoyar a quienes emprenden, cerrar las brechas existentes —las de género, especialmente— y acompañar a las nuevas generaciones en la construcción de un futuro más feminista, sostenible y solidario. Porque sin datos no hay ciencia, sin ciencia no hay progreso, y sin progreso no hay justicia social.

*—“Sigamos **trabajando**.
Sigamos **construyendo**.
Sigamos **avanzando**.”*



Amparo Merino Segovia
Secretaria de Estado de Economía Social
del Ministerio de Trabajo y Economía
Social del Gobierno de España



La teoría de las capacidades, que entre otros autores desarrollan Amartya Sen y Martha Nussbaum, sostiene que en nuestra sociedad las capacidades emocionales y cognitivas se desarrollan de un modo errático; que los seres humanos son capaces de mayores realizaciones que las que le son permitidas por las escuelas, los lugares de trabajo y las organizaciones civiles y políticas (Nussbaum, M. y Sen, A., 1993).

Curiosamente, fue la Constitución promulgada en Cádiz el 19 de marzo de 1812 la que entre sus innovaciones introdujo en su artículo 13, que: *El objeto del gobierno es la felicidad de la Nación, puesto que el fin de toda sociedad política no es otro que el bienestar de los individuos que la componen.*

Ese loable propósito choca con la incertidumbre que aqueja a nuestra sociedad ante la complejidad, la injusticia y la desigualdad social. El equipo de la Universidad de Cádiz que ha elaborado este informe no es neutral en esa dialéctica entre el miedo a la incertidumbre y la esperanza de la cooperación para crear un futuro mejor, pretende inclinar la balanza hacia las oportunidades que surgen de las capacidades humanas y la cooperación, del espíritu emprendedor que nace en las universidades.

En esa dialéctica, las argumentaciones de “nosotros-contra ellos” combinada con el que “cada-uno-se-apañe”, a favor de superar las injusticias y contradicciones del capitalismo, han construido barreras a la práctica de la cooperación. La dramatización de los demonios del capitalismo no ha favorecido sacar a la gente de la pasividad y movilizarla hacia experiencias transformadoras inmediatas, hacia el compromiso de “hacer algo juntos”.

Esa es la principal tesis que sostiene Richard Sennett (2012) sobre la cooperación donde apunta que el individualismo que nos corroe es un nuevo tipo de servidumbre en la que el individuo se hace esclavo de sus ansiedades. Sostiene que las capacidades humanas pueden ser palancas transformadoras que nos dirijan hacia el exterior de nosotros, que nos abra a la curiosidad, que rompan la terrible simplificación de la realidad que una forma de entender la modernidad nos ha impuesto. Que, como animales sociales, nos permita cooperar con mayor profundidad que lo imaginado por el orden social existente.

Todo esto atañe con urgencia al mundo universitario, crisol de capacidades humanas, en donde la curiosidad, el conocimiento y el inconformismo abren las puertas a generar oportunidades de cooperación para transitar en la niebla de la incertidumbre.

El proyecto de investigación colaborativa *Global University Entrepreneurial Spirit Student’s Survey (GUESSS)* aporta su esfuerzo para gestionar este reto. Su propósito es movilizar el espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios, medirlo, conocer sus comportamientos y sus condicionantes. Su naturaleza cooperativa se manifiesta en la red de más de 1.300 universidades que participan y que en la última edición de 2023 movilizó a más de 220.000 personas de 57 países.

El informe que se presenta, utilizando la base de datos GUESSS y recogiendo cuatro historias inspiradoras, permite profundizar en el conocimiento de cómo piensan y actúan los universitarios, de cuáles son sus intenciones y acciones en relación al emprendimiento social.



Este trabajo, facilitará el diseño de estrategias que impulsen el carácter social y transformador del reto de emprender, de no conformarse y continuar trabajando juntos para facilitar los sueños de las personas más jóvenes y preparadas de nuestras sociedades.

El proceso de cambio económico y social, en contraste con la teoría evolucionista de Darwin, surge de la intencionalidad de los agentes que intervienen (North, D. 2005). Al contrario de la evolución darwinista, las intencionalidades de los agentes están informadas por sus creencias y guiadas por sus percepciones. Por ello es importante comprender, y guiar por la senda de la racionalidad y la cooperación, los constructos mentales de las personas que conformarán el porvenir de la sociedad.

En eso reside, en gran medida, la importancia del trabajo de los autores del informe, abre las puertas a iniciativas y diseños más racionales y esperanzadores de políticas públicas que, apoyándose en el conocimiento, desplieguen el potencial de las capacidades humanas de nuestros universitarios. Mi enhorabuena a todos por la excelente labor que han desarrollado.



José Ruiz Navarro

Director del proyecto GUESSSS en España



North, D. (2005). Understanding the Process of Economic Change. Princeton University Press.
Nussbaum, M. y Sen, A. (1993). The Quality of Life. Oxford, Clarendon Press.
Sennett, R. (2012). Juntos. Rituales, placeres y política de cooperación. Anagrama.

La economía social y solidaria (ESS) se posiciona como un modelo económico transformador en un contexto marcado por desafíos como la emergencia ecológica, el aumento de las desigualdades y la erosión de la confianza en las instituciones tradicionales. La ESS, con su enfoque en la cooperación, la solidaridad y la primacía de las personas sobre el capital, ofrece un camino para construir una sociedad más justa, equitativa y sostenible. En este escenario, las universidades, como centros de conocimiento e innovación, deben desempeñar un papel crucial en la promoción y el desarrollo de la ESS.

Las cooperativas construyen un mejor mundo “*Cooperatives Build a Better World*”, es el lema del Año Internacional de las Cooperativas de las Naciones Unidas ([AIC2025](#)), que en el año 2025, pondrá de relieve el impacto mundial que tienen las cooperativas. La ESS, con sus valores de cooperación, solidaridad y democracia, ofrece un camino alternativo hacia un futuro más justo, sostenible e inclusivo. En el siglo XXI, la importancia de este modelo económico se ve reflejada en su capacidad para abordar los desafíos actuales y construir una sociedad más resiliente.

El auge del emprendimiento social, especialmente entre las jóvenes generaciones, es un indicador claro del interés por modelos que pongan a las personas y al planeta en el centro. Este espíritu emprendedor, se traduce en un número creciente de estudiantes universitarios que buscan crear empresas, y las universidades pueden ayudarles a crear un impacto social positivo. Estos emprendedores y emprendedoras no solo deben aspirar a generar beneficios económicos, sino que también buscan soluciones a los problemas sociales y ambientales.

La ESS, como destaca el [Proyecto de Ley Integral de Economía Social en España](#), juega un papel fundamental en la creación de empleo estable e inclusivo, prestando especial atención a los colectivos en situación de vulnerabilidad. El modelo cooperativo promueve la participación democrática y la distribución equitativa de los beneficios, fortaleciendo la cohesión social y el desarrollo local. Además, la ESS está estrechamente alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Proyectos como el **GUESSSS Social 2024**, que inician el análisis del emprendimiento social universitario, contribuyen a avanzar.

En un contexto empresarial donde la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) cobra cada vez mayor relevancia, la economía social se posiciona como un modelo a seguir. [Expertos en RSC coinciden en que la integración de valores sociales en las empresas es crucial para construir un futuro más humano y sostenible](#). La ESS, por su propia naturaleza, ya incorpora estos valores en su ADN, demostrando que es posible un modelo empresarial que combine la rentabilidad económica con el impacto social positivo.

En el siglo XXI, la ESS no es solo una alternativa económica viable, sino una necesidad imperante. Para hacer frente a los desafíos de nuestro tiempo y construir un futuro más justo y sostenible, es fundamental impulsar el crecimiento y el desarrollo de este modelo económico. Las universidades, como centros de conocimiento e innovación, tienen la responsabilidad de formar a las futuras generaciones en los principios de la ESS, apoyar la creación de empresas sociales y conectar el mundo académico con las necesidades reales de la sociedad. Solo a través de un esfuerzo conjunto, podremos construir un futuro donde la economía social sea la norma, y no la excepción.

El primer informe, **GUESSSS Social 2024**, se enmarca en el estudio GUESSSS España 2023/2024, un proyecto de investigación colaborativa a gran escala que analiza el espíritu emprendedor entre el estudiantado universitario español. **GUESSSS Social 2024** es un primer paso que inicia un aspecto específico: la potencialidad de la ESS en el ámbito universitario.

A través del análisis de las bases de datos GUESSSS, este primer informe aproxima a una radiografía del perfil del estudiantado con mayor potencial para desarrollar proyectos de ESS, sus motivaciones, y posicionamientos ante las oportunidades y desafíos que enfrentan. El informe GUESSSS España no se centra en el emprendimiento social como una categoría independiente. Su análisis se dedica a las intenciones profesionales y actividades emprendedoras de los estudiantes universitarios en general, sin distinguir entre emprendimientos. Pero las bases de datos GUESSSS permiten extraer una serie de variables relacionadas con el emprendimiento social y sus condicionantes, concretamente, la intención de elección de carreras, las actividades emprendedoras y ciertos factores condicionantes como la formación específica sobre emprendimiento.

La realización de este primer estudio se justifica por la necesidad de comenzar a comprender y aprovechar el potencial de la ESS en el contexto universitario:

- El emprendimiento social universitario es un fenómeno en auge, impulsado por una generación de jóvenes con una mayor conciencia social y ambiental, y con un deseo de generar un impacto positivo en el mundo.
- Las universidades son espacios ideales para la incubación y el desarrollo de proyectos de ESS, ya que cuentan con una comunidad diversa de estudiantes, profesores e investigadores con diferentes habilidades y conocimientos, y con recursos que pueden ser utilizados para apoyar la creación de empresas sociales. Es más, muchas universidades apoyan el emprendimiento en su comunidad universitaria, y disponen de personal técnico especializado, incubadoras, co-workings, etc.
- La ESS ofrece una oportunidad para conectar el mundo académico con las necesidades reales de la sociedad. Los proyectos de ESS pueden abordar problemas sociales y ambientales, y generar soluciones innovadoras que benefician a las comunidades.

- Formular recomendaciones para fortalecer la ESS en el ámbito universitario, pues tenemos la oportunidad de desarrollar políticas, programas y acciones concretas para promover la formación en ESS, apoyando la creación de empresas sociales y conectar el mundo académico con las necesidades reales de la sociedad.

El Informe **GUESSSS Social 2024** representa una primera oportunidad para visibilizar el potencial de la ESS en el ámbito universitario español, y para generar un debate constructivo sobre cómo las universidades deben contribuir a la construcción de una sociedad más justa, equitativa y sostenible. Por supuesto, el informe tiene limitaciones que a su vez abren nuevas posibilidades de análisis. Pero consigue exponer cómo la ESS, con su enfoque en la cooperación, la solidaridad y la primacía de las personas sobre el capital, ofrece un camino para el desarrollo económico y social, y que las universidades, como centros de conocimiento e innovación, tienen un papel fundamental que desempeñar en este proceso.

4 Hallazgos principales

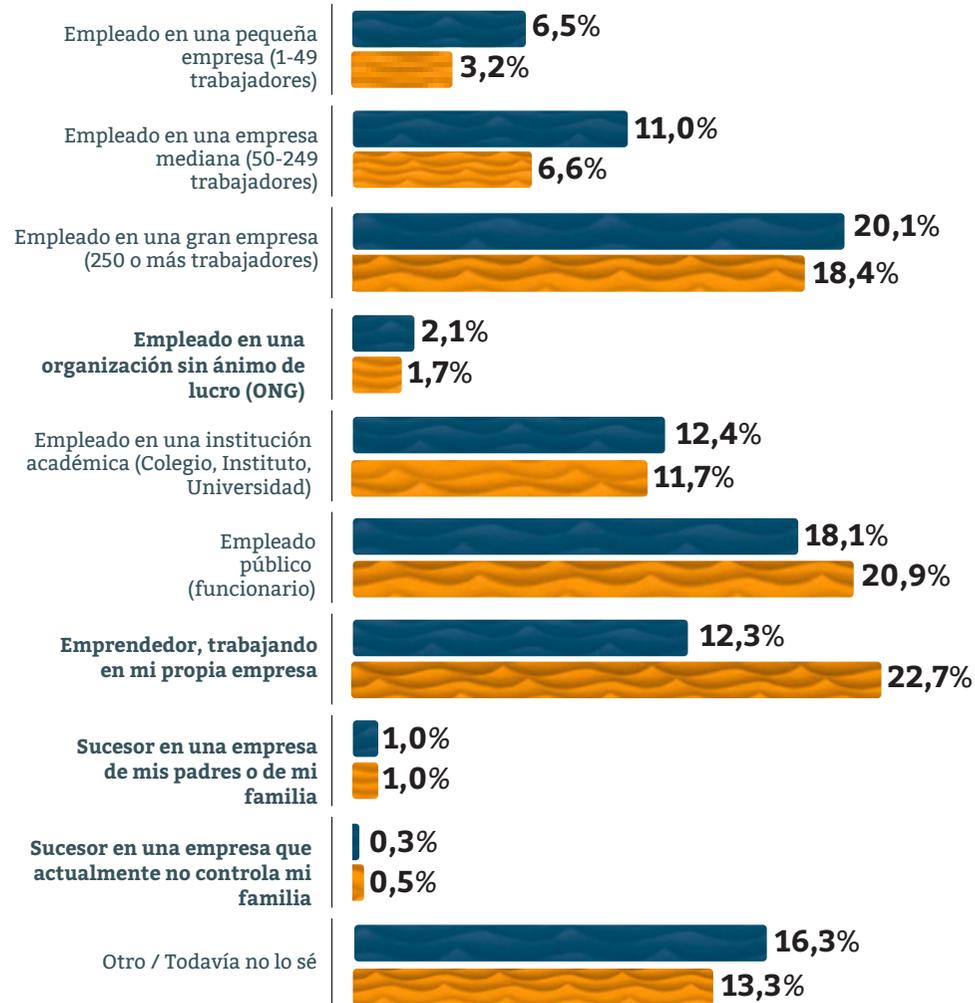
FIGURA 1.

INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS ESPAÑOLES AL FINALIZAR SUS ESTUDIOS Y CINCO AÑOS DESPUÉS. (N ESPAÑA=76.889).

Para la realización de este estudio, partimos del estudio GUESSSS España que ha conseguido una muestra válida de 76.889 estudiantes. En la Figura 1, que muestra las intenciones de carrera al finalizar sus estudios y tras 5 años, destacan las intenciones por estar empleada/o por una gran empresa, por una institución pública, y por desarrollar su propia empresa. Esta intención emprendedora es la mayor 5 años después.

Tras una consulta a varios expertos, se han seleccionado aquellos estudiantes con mayor potencial para su desarrollo profesional en el ámbito de la economía social, aquellos que consideran trabajar en organizaciones sin ánimo de lucro, los que desean desarrollar su propia empresa y los sucesores. La lógica de esta decisión es que son los considerados más cercanos y sensibles a ser potenciales emprendedores sociales, pudiendo captarse y orientarse.

De esta forma se establece la submuestra para el estudio GUESSSS social, donde los potenciales emprendedores sociales representan un total del 15,7% al finalizar sus estudios, y un 25,9%, 5 años después.

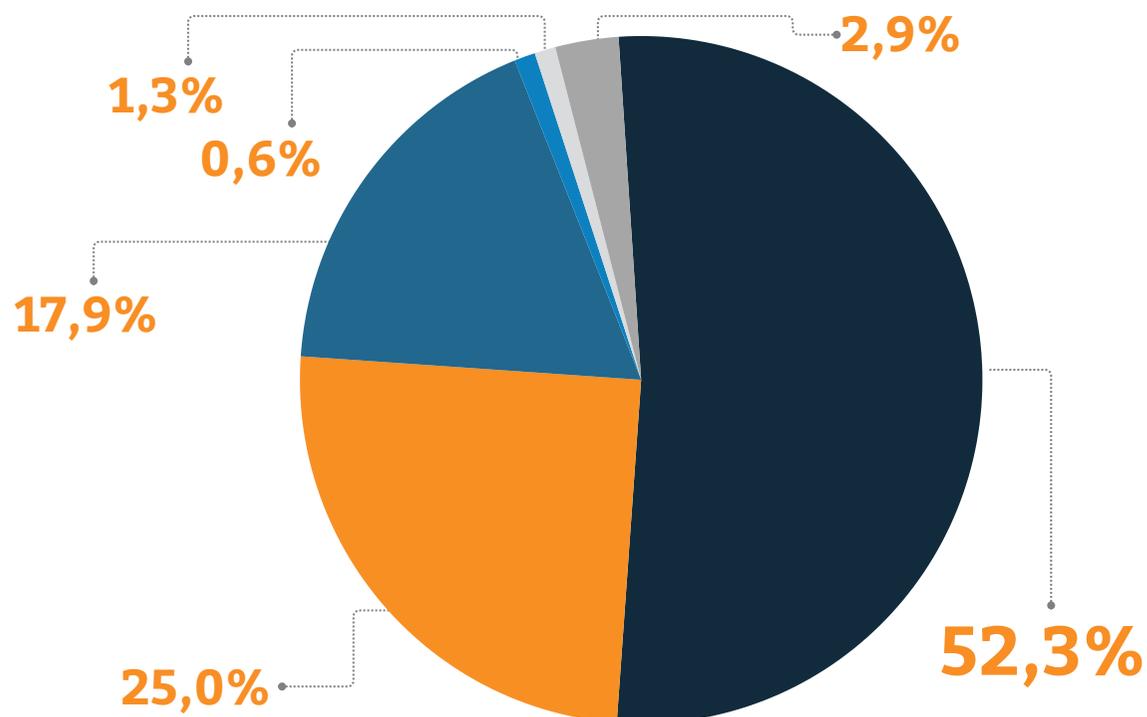


■ Al finalizar sus estudios ■ 5 años después



FIGURA 2.

INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS ESPAÑOLES SIN CONTEMPLAR EL MOMENTO.
(N España = 76.889).



Empleado por cuenta ajeno

Emprendedor, trabajando en mi propia empresa

Otro / Todavía no lo sé

Empleado en una organización sin ánimo de lucro (ONG)

Sucesor en una empresa que actualmente no controla mi familia

Sucesor en una empresa de mis padres o de mi familia

Profundizando en la figura anterior, la Figura 2 presenta las intenciones de carrera, sin contemplar el momento del tiempo en el que desean emprender o ser empleados/as.

De esta forma, volvemos a calcular la submuestra para el estudio GUESS social, donde los potenciales emprendedores sociales representan casi un 30% del total de la muestra de estudiantes universitarios españoles que han participado en el estudio. Este resultado proviene de la suma del 2,9% que elegiría ser empleado en una organización sin ánimo de lucro, del 25% que desea emprender, más el 1,3% y el 0,6% que fundarán una empresa.

Aunque no formará parte de la submuestra del GUESS social, es importante destacar que casi el 18% del alumnado indica no saber cuál será su futuro profesional.

Estos resultados son muy interesantes, ya que indican la potencialidad que tendría una adecuada formación y desarrollo de estudiantes para orientarlos hacia el emprendimiento colectivo, llegando a casi 23.000 estudiantes.

Centrándonos en la submuestra para la realización del presente estudio, los casi 23.000 estudiantes seleccionados, la Figura 3 detalla los porcentajes de intención de carrera profesional.

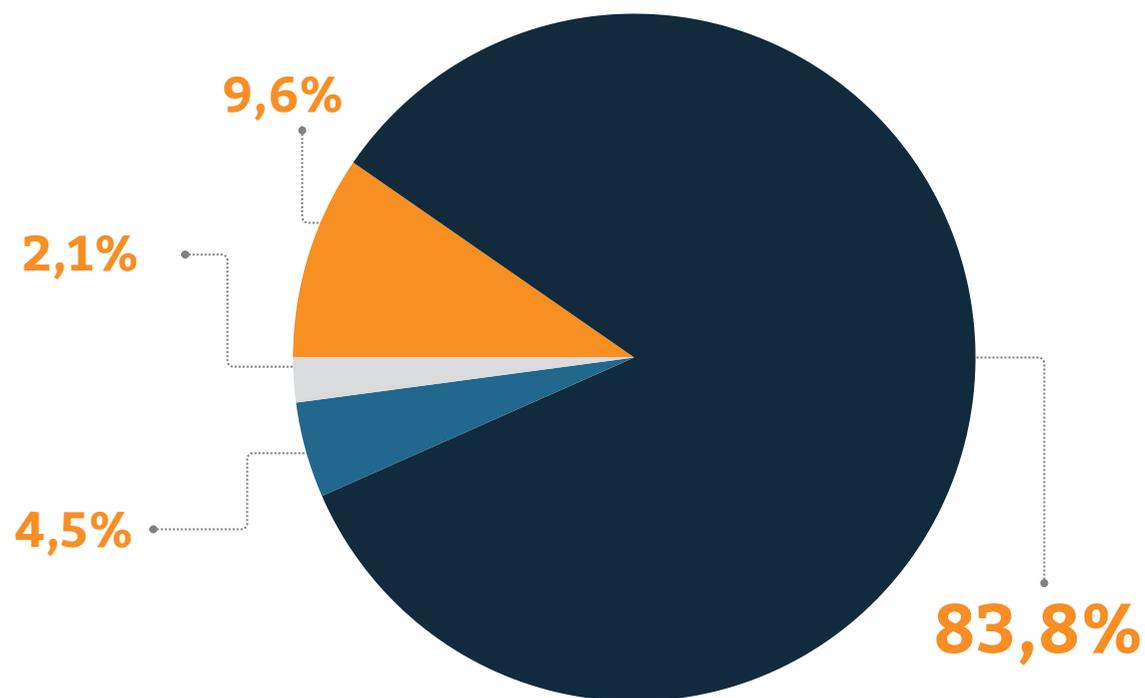
En primer lugar, el 83,8% (19.200 estudiantes) indica su opción por emprender y trabajar en su propio proyecto o empresa. Le sigue el 9,6% (2.200 estudiantes) con la opción de trabajar en una organización sin ánimo de lucro. En tercer lugar, se encuentran unos 1.600 estudiantes, como suma de los porcentajes del 4,5% y 2,1%.

El conocimiento del detalle de la distribución de estos potenciales emprendedores sociales es significativo y útil para su formación y desarrollo. Conocer los puntos de interés del alumnado es crucial para un acercamiento eficaz y eficiente. Estos resultados son muy interesantes en la línea del desarrollo de ideas para empresas sociales y solidarias.

FIGURA 3.

DISTRIBUCIÓN DE EMPRENDEDORES POTENCIALES SOCIALES AL FINALIZAR LOS ESTUDIOS O CINCO AÑOS DESPUÉS.

(N Social = 22.905).



- Empleado en una organización sin ánimo de lucro (ONG)
- Emprendedor, trabajando en mi propia empresa
- Sucesor en una empresa de mis padres o de mi familia
- Sucesor en una empresa que actualmente no controla mi familia

FIGURA 4.

GÉNERO DE LA SUB-MUESTRA DEL ESTUDIO GUESS SOCIAL, COMPARADA CON LA MUESTRA TOTAL DE ESTUDIANTES ESPAÑOLES.
(N España = 76.889; N Social = 22.905).

La Figura 4 continúa profundizando en el conocimiento de las características que definen la submuestra seleccionada para conocer la potencialidad que la economía social y solidaria puede tener en el ámbito de los estudiantes universitarios españoles.

En esta ocasión se muestra el detalle por género de la submuestra y se compara con la muestra total del estudiantado universitario español que ha participado en la encuesta realizada.

En ambos casos, destaca la participación mayoritaria de mujeres estudiantes, alcanzando un 54,2% y un 61,7% respectivamente.

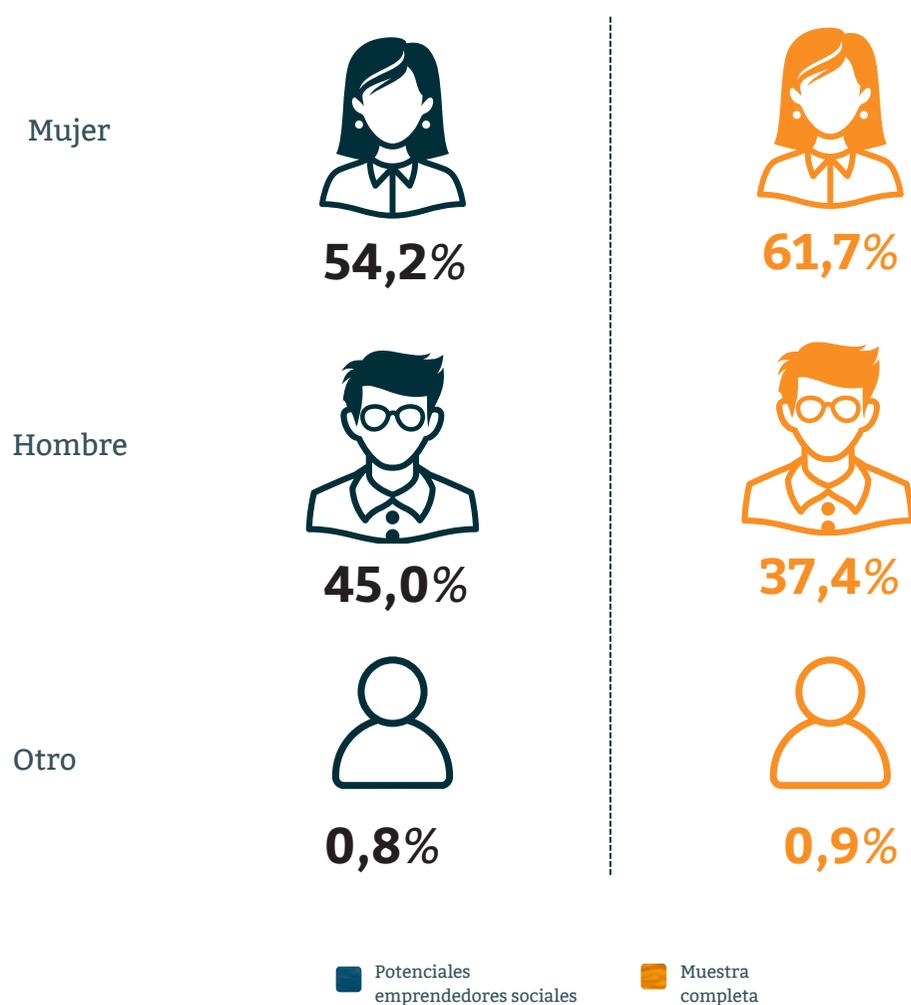
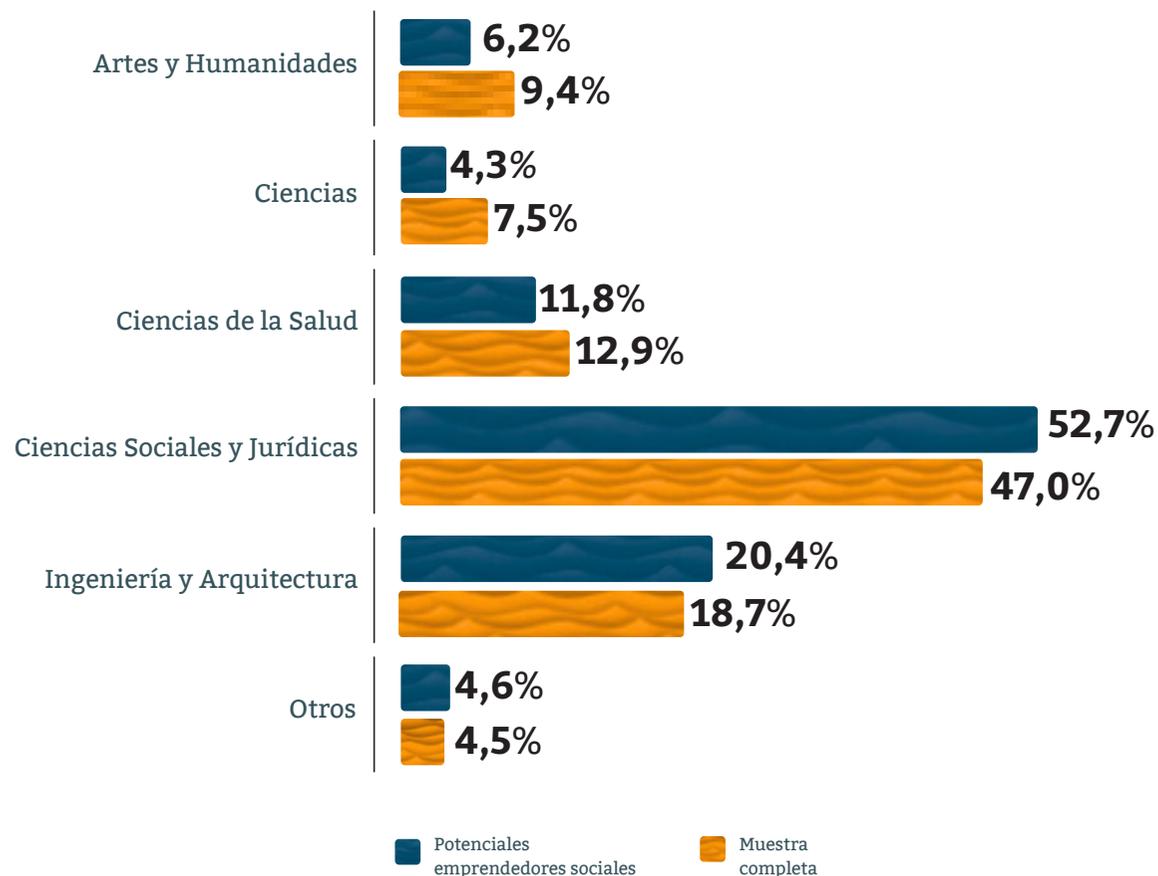




FIGURA 5.

ÁREA DE CONOCIMIENTO DE LA SUB-MUESTRA DEL ESTUDIO GUESS SOCIAL, COMPARADA CON LA MUESTRA TOTAL DE ESTUDIANTES.
(N España = 76.889; N Social = 22.905).



Asimismo, es necesario conocer la distribución del estudiantado universitario en relación a las áreas de conocimiento. La Figura 5 muestra este análisis, comparando los datos de la submuestra con mayor potencialidad en la economía social con el total de la muestra de estudiantes que participaron en el estudio.

Se observa que el alumnado con mayor potencialidad social estudia en el área de las ciencias sociales y jurídicas, con un mayor porcentaje que la muestra total (52,7% vs. 47,0%). En segundo lugar, destaca el estudiantado de ingeniería y arquitectura, también con un porcentaje mayor (20,4% vs. 18,7%). Y en tercer lugar, se encuentra el área de las Ciencias de la Salud, en esta ocasión con un porcentaje algo menor (11,8% vs. 12,9%).

Solo estas tres áreas de conocimiento suponen casi el 85% del alumnado seleccionado por su mayor potencialidad para formarse y desarrollarse dentro de la economía social con mayores probabilidades de éxito.

FIGURA 6.

DISTRIBUCIÓN DE POTENCIALES EMPRENDEDORES SOCIALES POR ÁREA DE CONOCIMIENTO.

(N Social = 22.905).

La Figura 6 profundiza sobre la anterior. En esta ocasión nos muestra solo el estudiantado que ha sido seleccionado para la submuestra con mayor potencial para la economía social en este estudio piloto.

Solo a través de una adecuada comprensión de su distribución, interés y comportamiento, se podrán diseñar políticas y programas ajustados y adecuados, que sean eficaces y eficientes.

Con este objetivo, observamos que si quisiéramos priorizar y comenzar allí donde más estudiantes pudieran estar interesados, podríamos centrarnos en las facultades de ciencias sociales y jurídicas (33,5%), así como en ingeniería y arquitectura (32,6%). Solo con estos dos centros universitarios alcanzaríamos el 66,1% de la submuestra seleccionada, pero con dos programas de fomento del emprendimiento en la economía social distintos y adaptados a estos dos tipos de estudiantado. Asimismo, con otro programa ajustado a los intereses del alumnado de ciencias de la salud incrementaríamos la audiencia en un 27,1%.

Destacamos el bajo porcentaje que presenta artes y humanidades (19,4%) y ciencias (17%), dato que nos sorprende. En próximos estudios, más ajustados, deberíamos validar y profundizar en esta información.

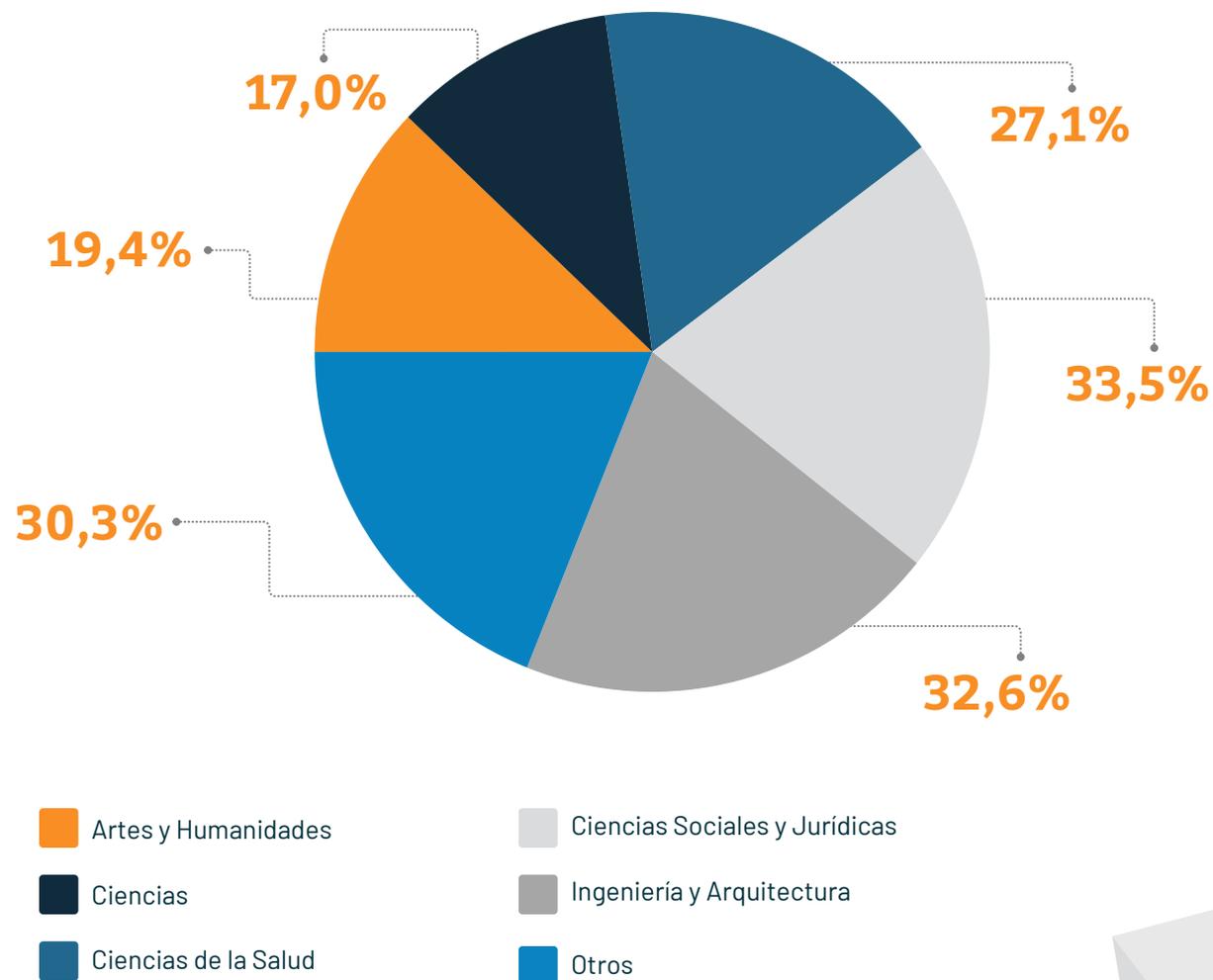
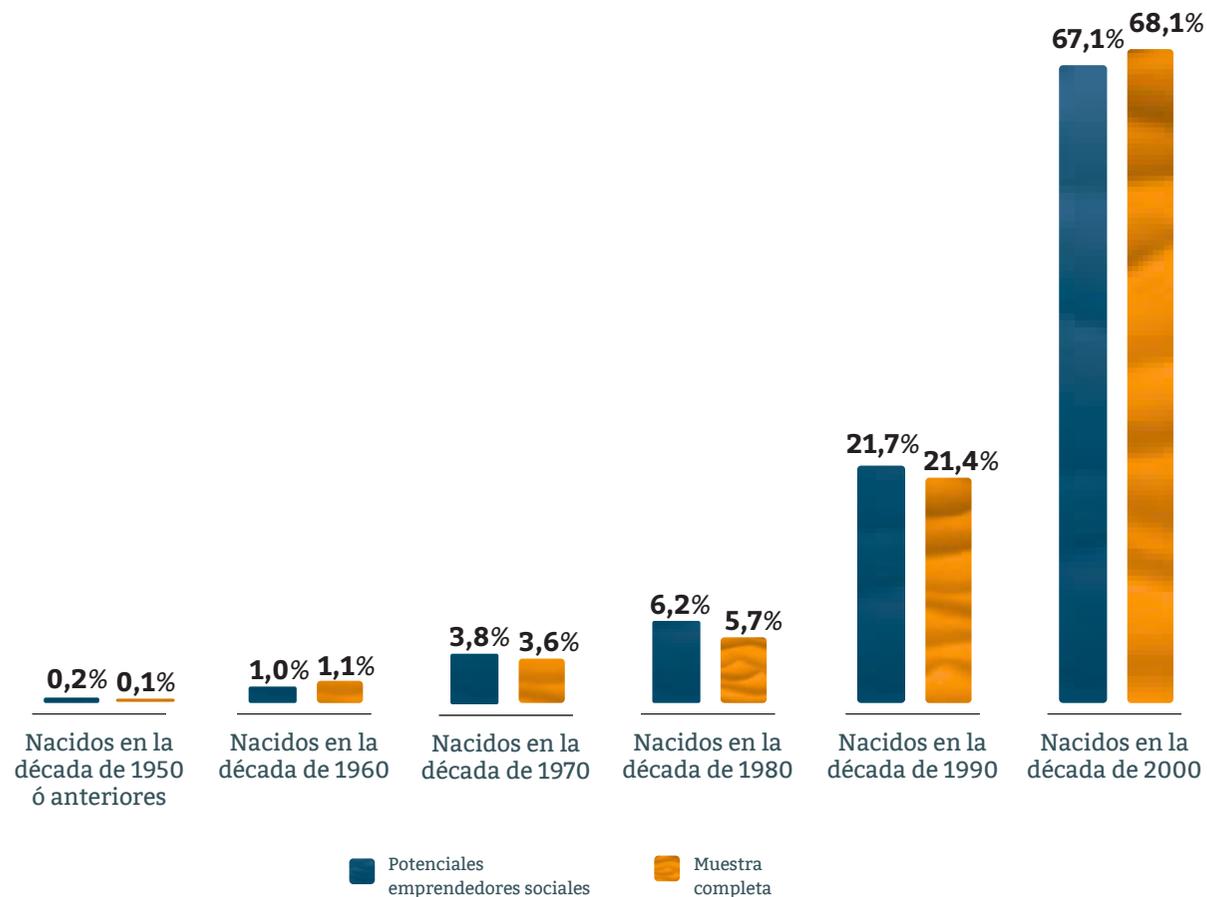




FIGURA 7.

EDAD DE LA SUB-MUESTRA DEL ESTUDIO GUESS SOCIAL, COMPARADA CON LA MUESTRA TOTAL DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS.
(N España = 76.889; N Social = 22.905).



La Figura 7 muestra la distribución por edad del estudiantado universitario seleccionado por su mayor potencialidad, y la compara con la totalidad del alumnado que ha participado en el estudio.

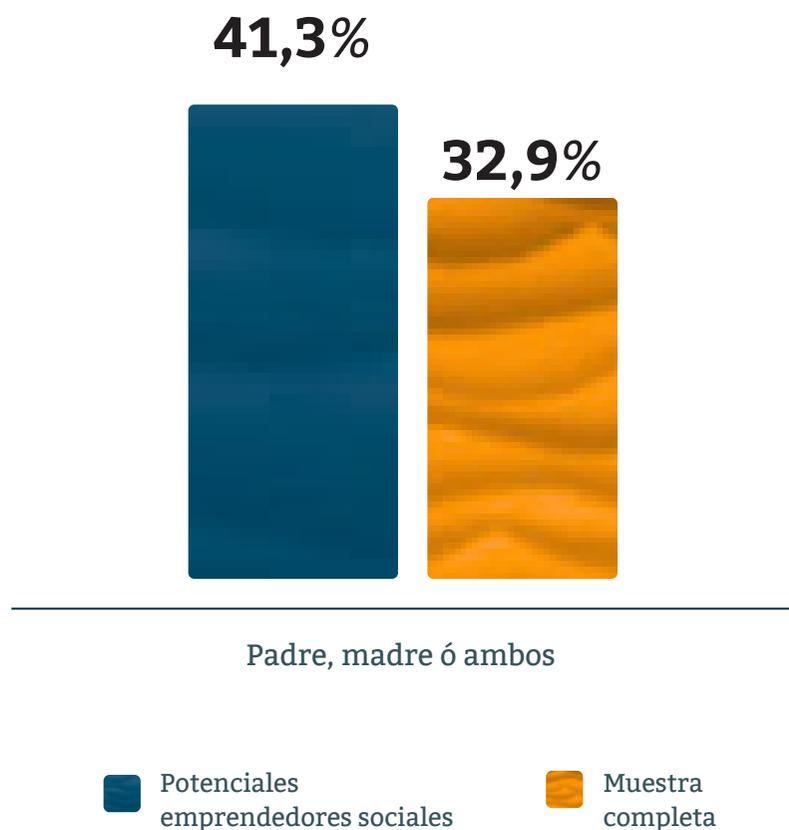
Como se observa, la gran mayoría está centrada en los nacidos en la década de los 2000, la conocida como Generación de Cristal o Generación Z. Como características generales, podemos decir que son nativos digitales, lo que abre un interesante campo para el desarrollo y fomento de programas de emprendimiento colectivo digital. Además, entre sus prioridades, se encuentran temas relacionados con la salud mental, la concienciación medioambiental, o la conciliación laboral. Si queremos acercarnos a ellos, debemos conocerlos bien, analizando sus puntos de interés.

Asimismo, observamos que el 21,7% son nacidos en la década de los 90, un 6,2% en la de los 80 y un 3,8% en los 70, lo que supone un interesante 30% a explorar.



FIGURA 8.

REFERENTES EMPRENDEDORES CERCANOS DE LA SUB-MUESTRA DEL ESTUDIO GUESSS SOCIAL, COMPARADA CON LA MUESTRA TOTAL
(N España = 76.889; N Social = 22.905).



La literatura académica concluye sobre la importancia que tienen los referentes emprendedores más cercanos sobre el estudiantado. Todos hemos relatado, o hemos escuchado, cómo la visita a clase de una persona referente, en cualquier campo, nos impactó, nos hizo pensar, o incluso nos cambió la vida. En este mismo sentido, llevamos tiempo indicando la necesidad de visibilizar ante nuestro alumnado el buen hacer de muchos emprendedores y emprendedoras. ¿Y si estos fueran participantes de la economía social y solidaria?

Para ello es necesario establecer un plan donde se aúnen esfuerzos del profesorado, de asociaciones, de entidades públicas y de medios de comunicación. El objetivo es crear referentes en la economía social a través de la propia visibilización de los agentes que en ella participan.

Los estudiantes que forman la muestra de posibles emprendedores sociales indican conocer a este tipo de referentes, en un porcentaje superior a la muestra total de estudiantes (41,3% vs 32,9%), lo que es un buen comienzo. Esto indica la importancia de tener un referente cercano cuando hablamos de emprendimiento social.

FIGURA 9.

EMPRESARIADO NACIENTE Y ACTIVO DE LA SUB-MUESTRA DEL ESTUDIO GUESSSS SOCIAL, COMPARADA CON LA MUESTRA TOTAL DE ESTUDIANTES (N España = 76.889; N Social = 22.905).

El estudio GUESSSS analiza dos tipos de personas emprendedoras. Aquellos que indican que están comenzando su actividad, es decir, que se encuentran inmersos en el proceso de creación de sus propias empresas, definidos como emprendedores nacientes. Y aquellos que manifiestan que son propietarios de una empresa, como emprendedores activos.

La Figura 9 muestra, de forma comparada, los datos con esta clasificación de personas emprendedoras. Destaca, muy favorablemente, que en el caso de emprendedores nacientes, el estudiantado potencialmente emprendedor social supera, duplica (35,6% vs 17,5%) el dato del total de la muestra de estudiantes universitarios españoles. Este dato evidencia la importancia de este estudio y clama por el establecimiento de un plan de fomento, formación y apoyo al emprendimiento colectivo en el ámbito universitario.

Asimismo, en el caso de los emprendedores activos también se duplican los porcentajes (14,5% vs 7,7%), reforzando lo expuesto en el párrafo anterior.

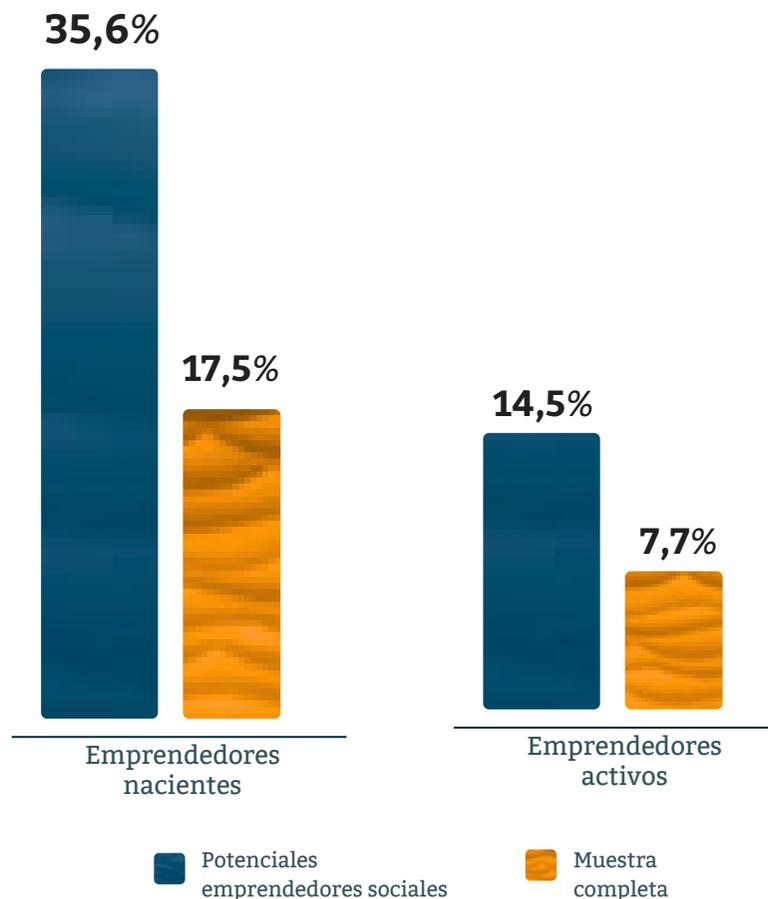
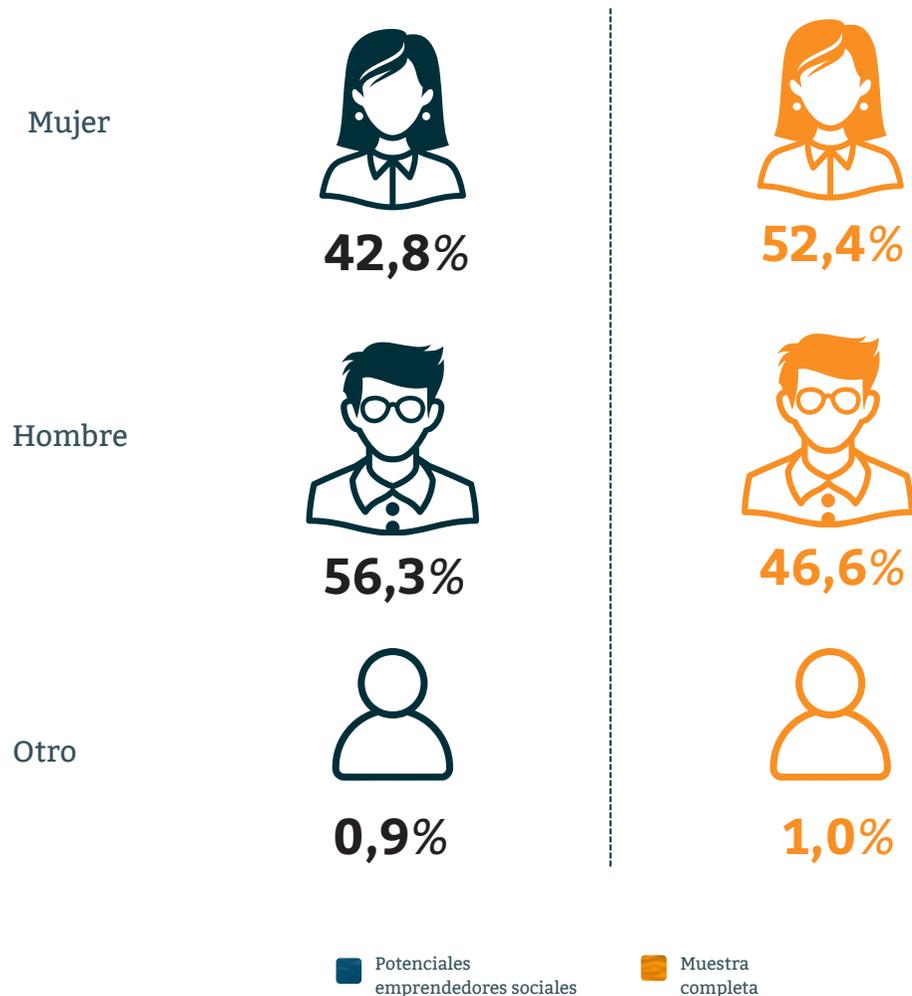




FIGURA 10.

EMPREDIMIENTO NACIENTE POR GÉNERO DE LA SUB-MUESTRA DEL ESTUDIO GUESS SOCIAL, COMPARADA CON LA MUESTRA TOTAL.
(N España = 76.889; N Social = 22.905).



La Figura 10 profundiza sobre los datos anteriores y analiza por género el emprendimiento naciente, estudiantes inmersos en el proceso de creación de sus propias empresas. Se compara la submuestra con la totalidad de los estudiantes que participaron en el estudio GUESS España.

Observamos, en primer lugar, la existencia de una brecha de género, tanto en la submuestra de potenciales emprendedores sociales, como en la muestra completa. Específicamente, en el caso de la muestra específica de este estudio, el desequilibrio ronda los 14 puntos porcentuales (mujeres: 42,8%; hombres: 56,3%), siendo más leve cuando se examina a la totalidad de estudiantes universitarios (mujeres: 46,6%; hombres: 52,4%).

Por tanto se desprende, aunque no es el mejor dato para su análisis, la persistencia de la brecha de género en emprendimiento. Debemos aumentar y mejorar nuestros esfuerzos en este sentido, y cómo se observa en la gráfica, el desarrollo de programas de fomento y formación en la economía social puede ser un magnífico camino a seguir.

FIGURA 11.

EMPREDIMIENTO ACTIVOS POR GÉNERO DE LA SUB-MUESTRA DEL ESTUDIO GUESSSS SOCIAL, COMPARADA CON LA MUESTRA TOTAL.
(N España = 76.889; N Social = 22.905).

En el caso del emprendimiento activo, universitarios que manifiestan que son propietarios/as de una empresa, la Figura 11 lo analiza y compara por género.

Se observa una tendencia similar a la reportada en la figura anterior. Tal y como es posible comprobar, el 41,6% de las emprendedoras activas pertenecientes a la submuestra de emprendimiento social son mujeres, alcanzando el 57,3% en el caso de los hombres. Este comportamiento diferenciado se mantiene al examinar la muestra completa de estudiantes universitarios, si bien la divergencia es más moderada (mujeres: 46,7%; hombres: 52,1%).

Asimismo, se repite, aunque no es el mejor dato para su análisis, la persistencia de la brecha de género en emprendimiento. Estos datos ponen de manifiesto la necesidad de aumentar y mejorar nuestros esfuerzos a la hora de reducir la brecha de género en emprendimiento, redoblando la apuesta por el desarrollo de programas de fomento y formación en la economía social que sirvan de inspiración y referente a las estudiantes universitarias.

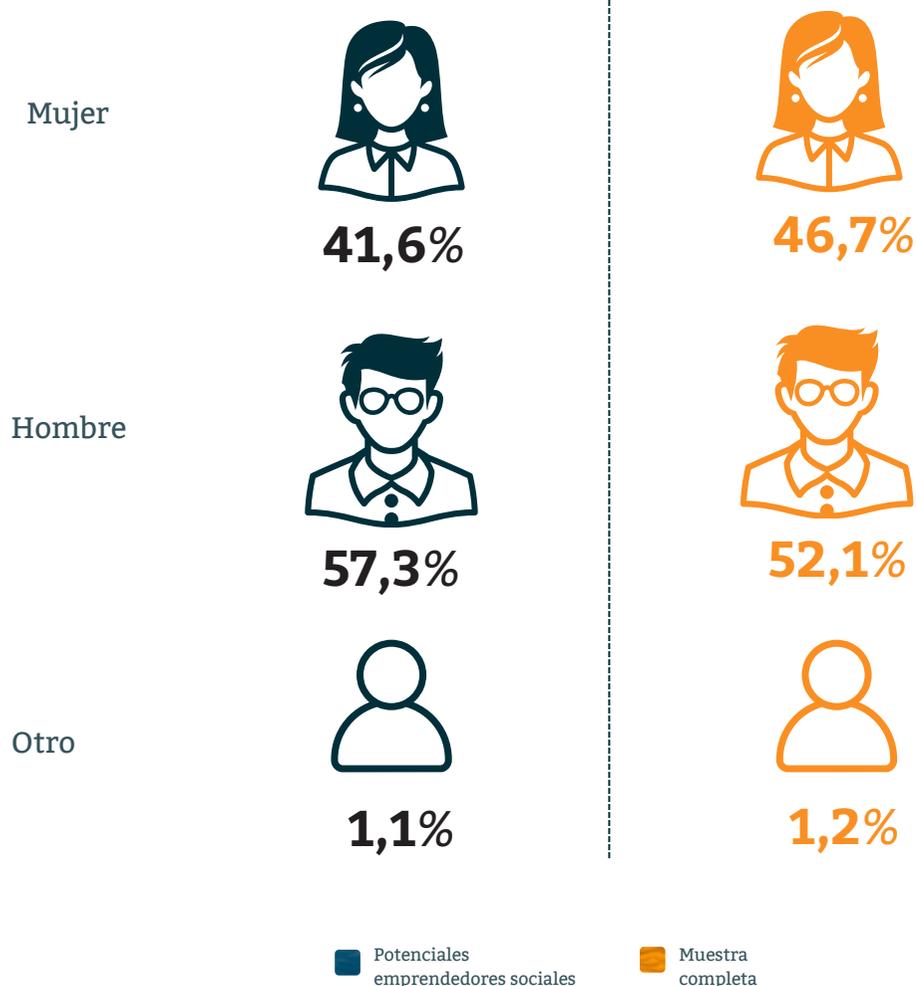
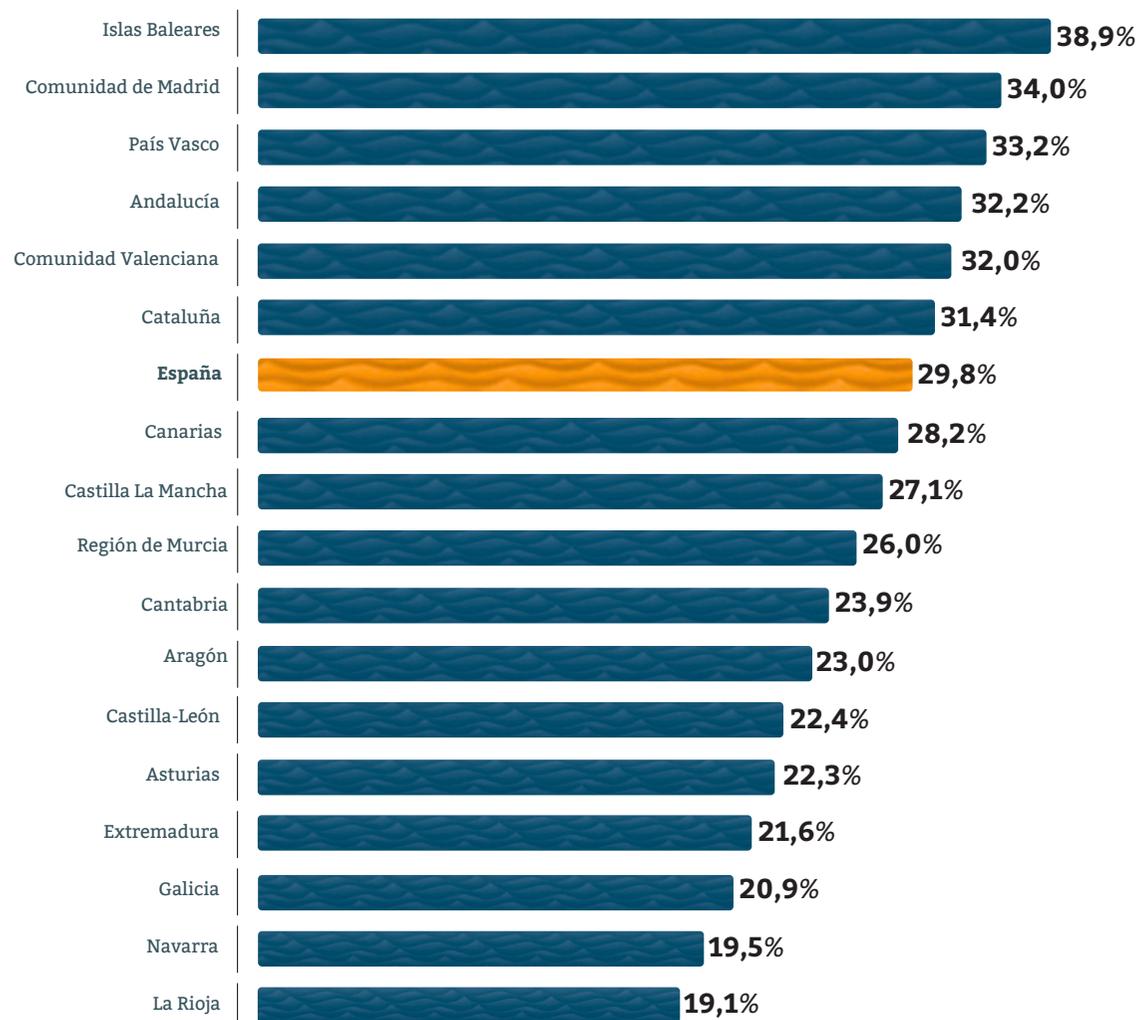




FIGURA 12.

EMPRENDEDORES POTENCIALES SOCIALES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS.

(N Social = 22.905).



La Figura 12 detalla la potencialidad del emprendimiento social y solidario por comunidades autónomas.

Utilizando la submuestra de estudiantes seleccionada como de mayor potencialidad, se indica en naranja la media en España, que, como ya sabíamos, alcanza casi el 30%.

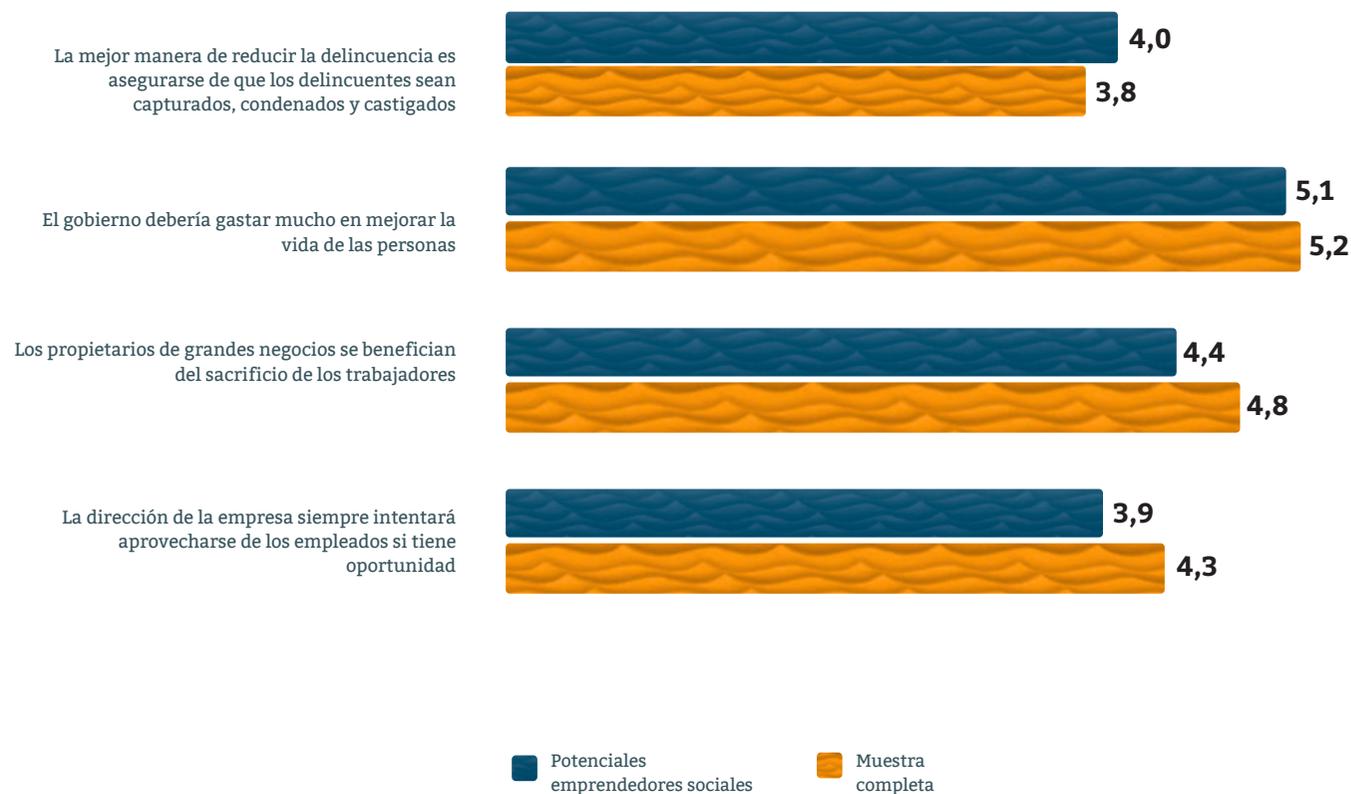
A continuación, la figura muestra las comunidades autónomas que superan esta cifra y las que se encuentran por debajo. En concreto, las comunidades donde el emprendimiento social puede tener una mayor incidencia son las Islas Baleares (38,9%), Madrid (34%), País Vasco (33,2%), Andalucía (32,2%), Valencia (32%) y Cataluña (31,4%).

El informe GUESSSS hace un acercamiento a la ideología política de los estudiantes universitarios. De hecho, la ideología política de los estudiantes universitarios españoles podría ser una variable que influenciara en el desarrollo del emprendimiento social y solidario. La Figura 13.a muestra, de forma comparada, la valoración de su conformidad, en una escala 1-7, a distintos planteamientos que aproximan a la ideología política.

La mayoría de los resultados muestran medias de respuestas muy centradas en el punto neutro (3,5), sin grandes diferencias sobre el total de la muestra conseguida. Por un lado, como valoraciones más altas, destaca que el alumnado universitario indica de forma clara que el gobierno tiene que tener un papel relevante en la mejora del bienestar de las personas (valores 5.1 y 5.2). Asimismo, la pregunta sobre si los propietarios de grandes negocios se benefician del sacrificio de los trabajadores también obtiene una alta puntuación (4,4 y 4,8), lo que pudiera sorprender cuando el 20.1% del estudiantado universitario indica su predilección por trabajar en una gran empresa al finalizar sus estudios (ver Figura 1).

FIGURA 13.a

IDEOLOGÍA POLÍTICA DE LA SUB-MUESTRA DEL ESTUDIO GUESSSS SOCIAL, COMPARADA CON LA MUESTRA TOTAL DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS (N España = 76.889; N Social = 22.905).



Continuamos nuestro análisis, y ahora lo fijamos en las afirmaciones que obtienen puntuaciones más bajas, donde el alumnado, por tanto, muestra su disconformidad.

En este sentido, en la Figura 13.b, utilizando una escala 1-7, destaca la pregunta donde se muestra la mayor disconformidad de todas, que es la que busca conocer la opinión sobre si abordar los problemas sociales que causan la delincuencia (por ejemplo, la pobreza y el desempleo) no es la mejor manera de reducirla (2,9 y 2,8).

También atrae nuestra curiosidad los resultados que obtienen estas dos afirmaciones: En las contrataciones de personal no se debe exigir a las empresas que den preferencia a las minorías para reducir su discriminación (3,6 y 3,4); y El gobierno debe redistribuir los ingresos de los más ricos a los menos ricos (3,6 y 4,0). Su baja puntuación llama a una mayor investigación para conocer su verdadera naturaleza.

FIGURA 13.b

IDEOLOGÍA POLÍTICA DE LA SUB-MUESTRA DEL ESTUDIO GUESSSS SOCIAL, COMPARADA CON LA MUESTRA TOTAL DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS (N España = 76.889; N Social = 22.905).

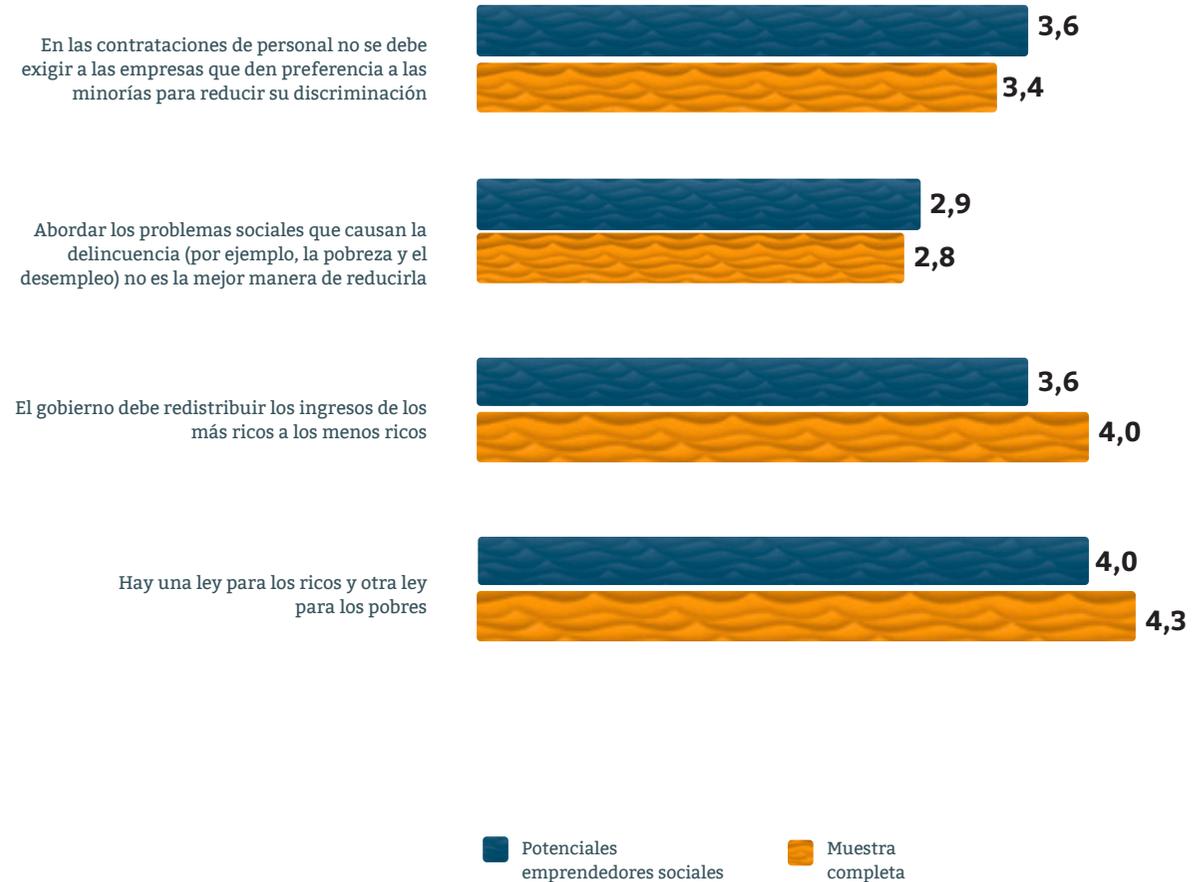
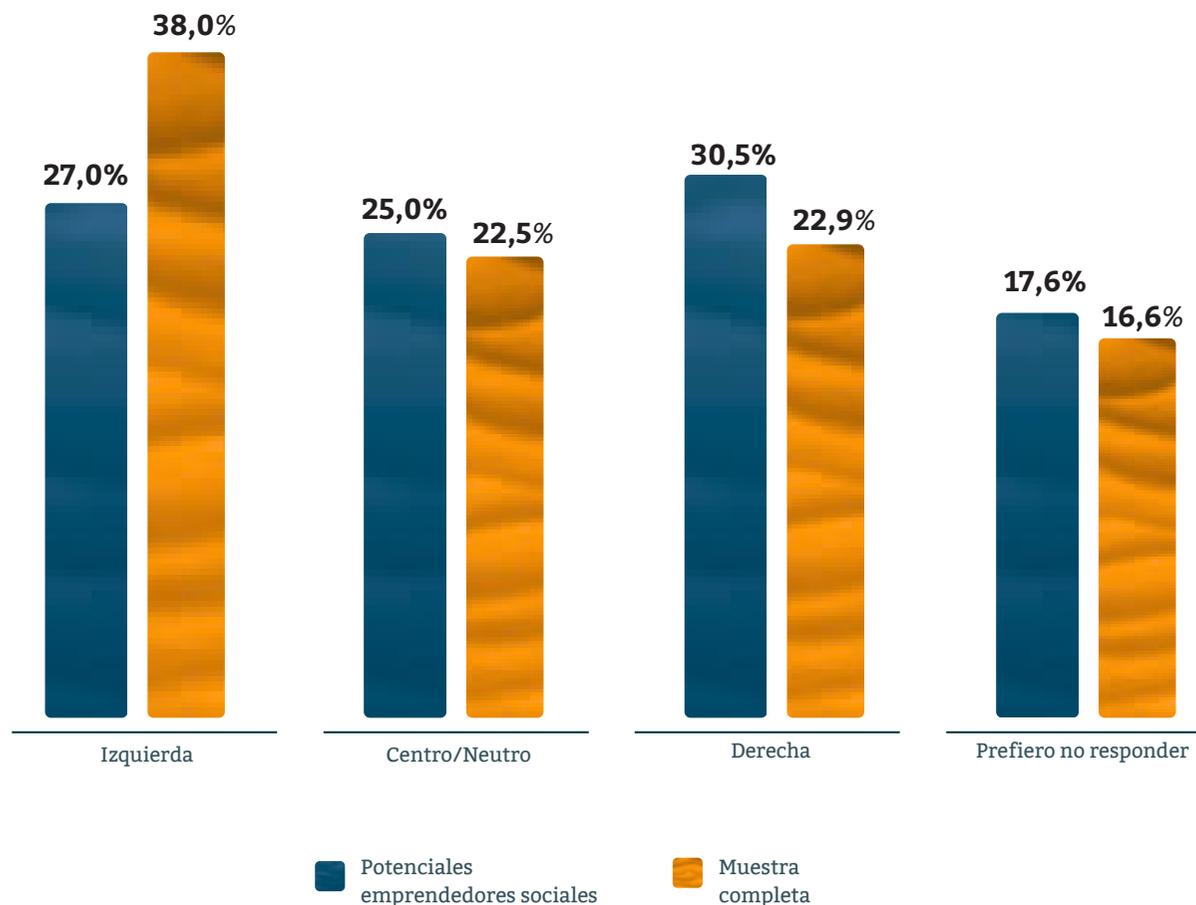




FIGURA 14.

POSICIONAMIENTO POLÍTICO DE LA SUB-MUESTRA DEL ESTUDIO GUESSO SOCIAL, COMPARADA CON LA MUESTRA TOTAL DE ESTUDIANTES
(N España = 76.889; N Social = 22.905)



La Figura 14 avanza y muestra el posicionamiento político indicado por el alumnado universitario.

Los encuestados se han definido, en términos generales, con un posicionamiento bastante equilibrado entre ideologías de Izquierda (27% vs 38%), Centro (25% vs 22,5%) y Derecha (30,5% vs 22,9).

Cabe destacar que no hay diferencias políticas significativas en la sub-muestra seleccionada como de alta potencialidad en la economía social y solidaria.

FIGURA 15.

FRECUENCIA CON LA QUE EXPRESAN SUS OPINIONES SOBRE TEMAS SOCIALES, ECONÓMICOS O MEDIOAMBIENTALES.

(N España = 76.889; N Social = 22.905)

La Figura 15 revela la frecuencia con la que el alumnado universitario expresa sus opiniones sobre temas sociales, económicos o medioambientales. Concretamente, compara la submuestra seleccionada como potenciales emprendedores sociales y la compara con la totalidad del estudiantado que respondió a la encuesta GUESSSS España.

Se observa que el 47,6% de la submuestra expresa de manera frecuente o muy frecuente sus opiniones, superando ligeramente a la muestra total (45,3%), lo que nos indica su activismo y concienciación.

Cabe destacar que solo el 21% de los potenciales emprendedores/as sociales señala no expresar "nunca" o "casi nunca" sus opiniones sobre temas económicos, sociales y medioambientales.

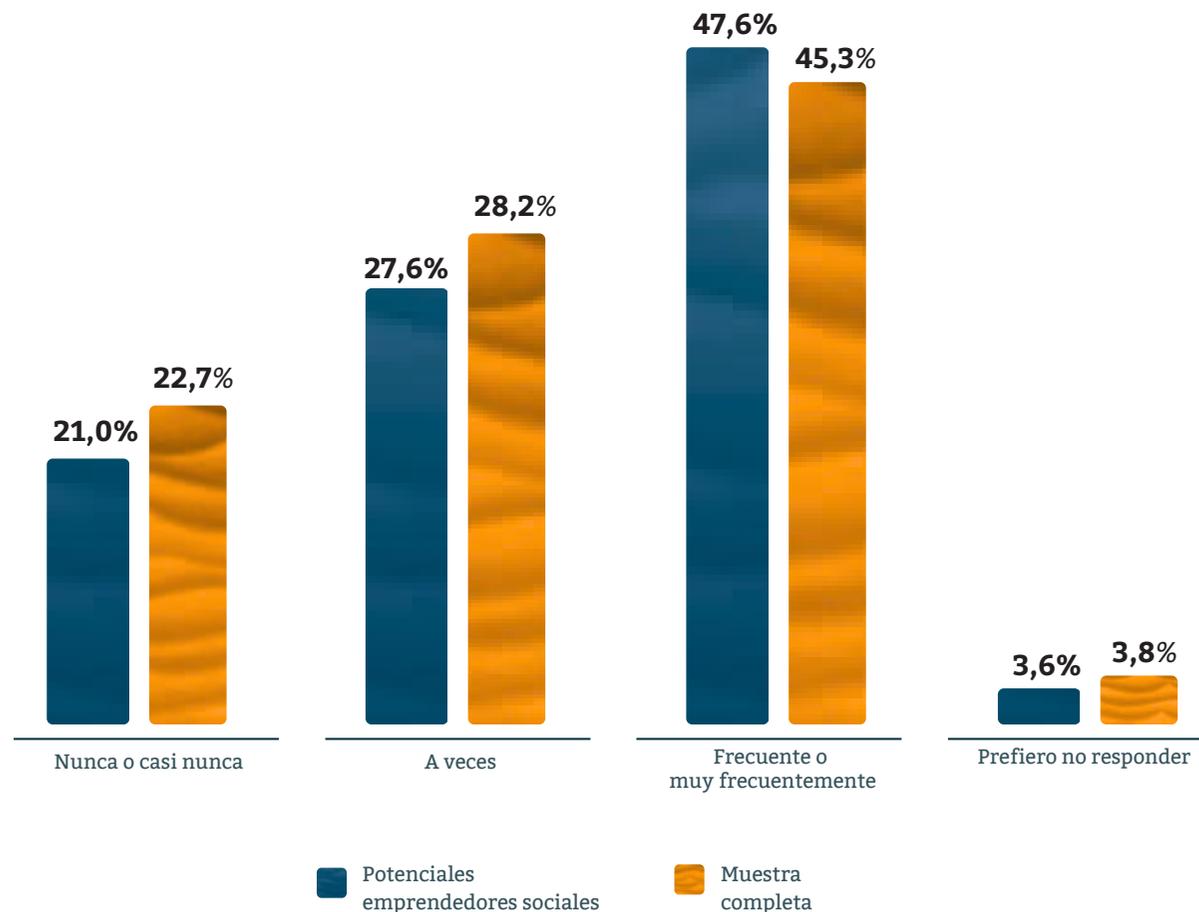
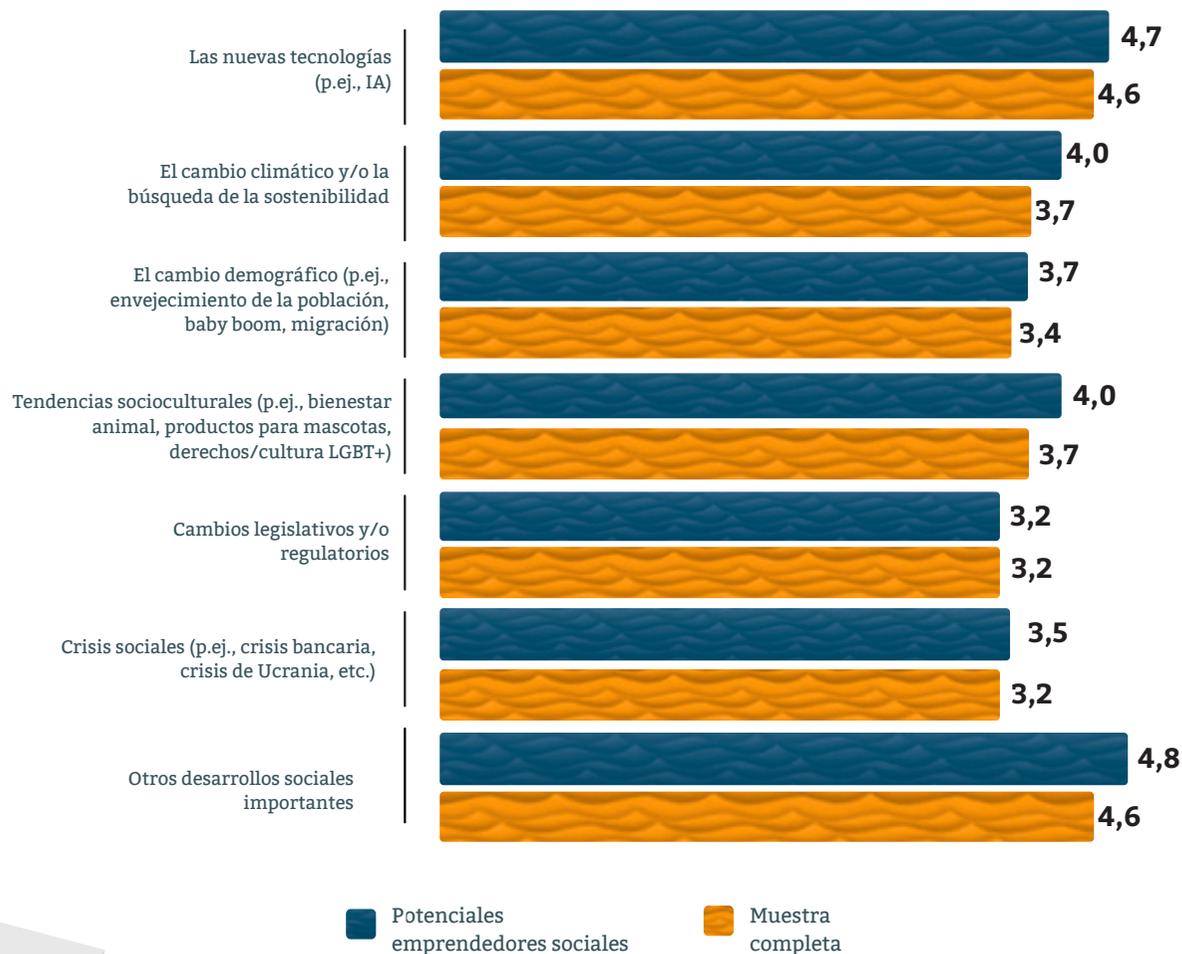




FIGURA 16.

MOTIVACIÓN PRINCIPAL DE LA IDEA DE NEGOCIO DE LOS EMPRENDEDORES NACIENTES DE LA SUBMUESTRA DEL ESTUDIO GUESS SOCIAL, COMPARADA CON LA MUESTRA TOTAL DE ESTUDIANTES. (N España = 76.889; N Social = 22.905).



Conocer la motivación principal para el desarrollo de una idea de negocio nos proporciona información sobre áreas potenciales de desarrollo para la economía social y solidaria. Identificar programas y políticas genuinas y adecuadas requiere saber cuáles son las verdaderas motivaciones que llevan al estudiantado a iniciar un nuevo proyecto emprendedor. Actuar sin identificar qué factores contribuyen a dar el paso puede derivar en esfuerzos mal encaminados. Esto desperdicia tiempo y recursos.

La Figura 16 muestra, en una escala 1-7, que la principal motivación se centra en "Otros desarrollos sociales importantes" en ambas muestras (4,8 y 4,6). En segundo lugar, "las nuevas tecnologías" representan una motivación interesante para ambas muestras (4,7 y 4,6). A continuación, aparecen motivos relacionados con el "Cambio Climático" y las "Tendencias socioculturales" que suponen una misma valoración (4,0 y 3,7).

Estos motivos que superan a otros por los que se les ha preguntado, indican claramente sus puntos de interés, destacando los aspectos sociales, tecnológicos, ambientales y socioculturales, sin grandes diferencias entre las dos muestras.

La Figura 17 muestra la valoración que los emprendedores y emprendedoras que ya están en activo realizan sobre sus objetivos de rendimiento para su proyecto o empresa, en una escala Likert 1-7, comparando las dos muestras.

De forma clara, se observa la concienciación por los aspectos ambientales y sociales. Los temas relacionados con la sostenibilidad están presentes y es la variable más valorada por los universitarios potencialmente emprendedores sociales (5,0 y 4,5 vs 4,8 y 4,3).

Asimismo, se observan altas valoraciones en variables sobre la responsabilidad social (4,9 vs 4,7) y la contribución a campañas y proyectos que promuevan el bienestar de la sociedad (4,9 vs 4,7).

FIGURA 17.

DESEMPEÑO SOCIAL DE LOS NEGOCIOS DE LOS EMPRENDEDORES ACTIVOS DE LA SUBMUESTRA DEL ESTUDIO GUESSSS SOCIAL, COMPARADA CON LA MUESTRA TOTAL DE ESTUDIANTES. (N España = 76.889; N Social = 22.905).

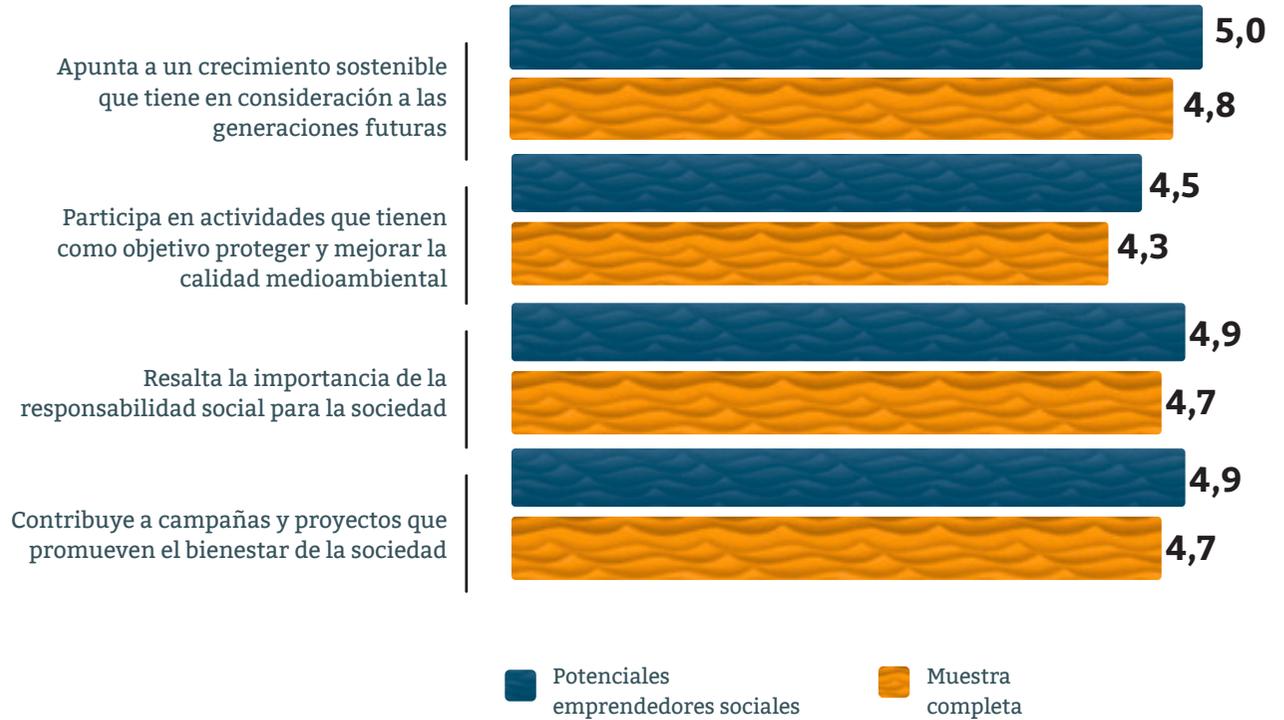
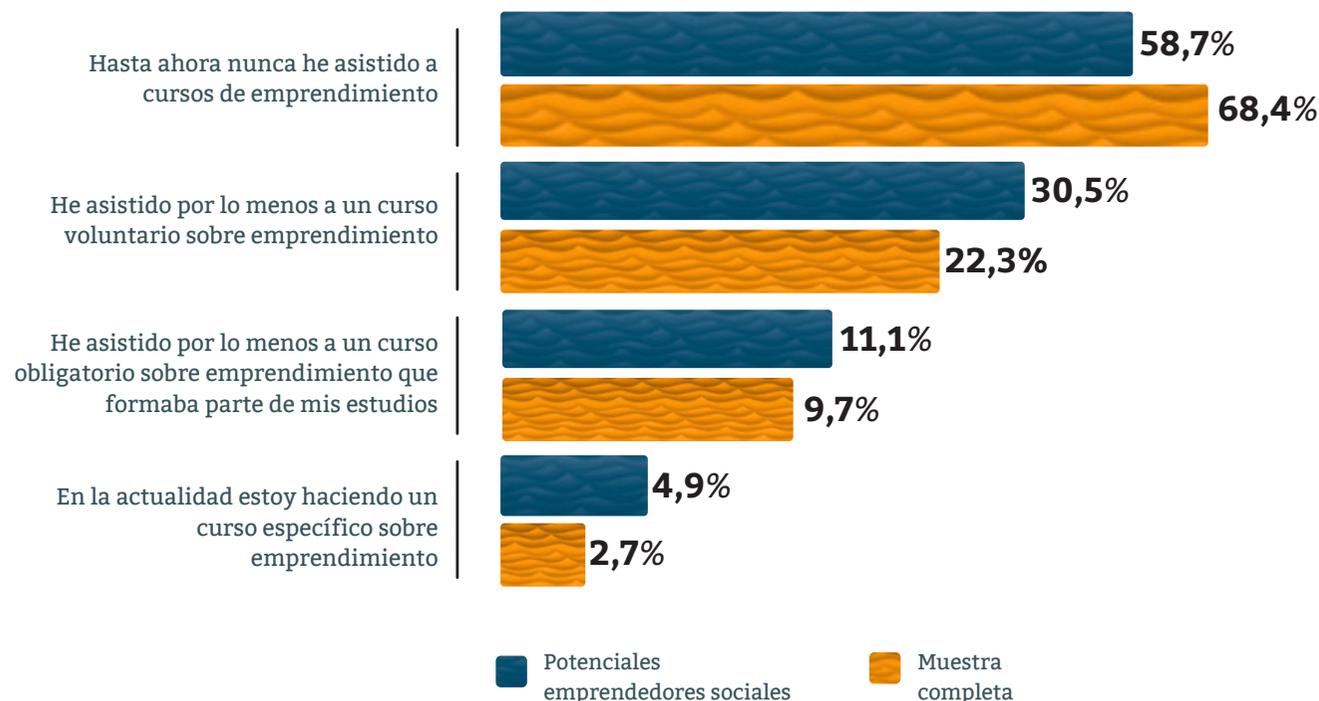




FIGURA 18.

FORMACIÓN EMPRENDEDORA RECIBIDA POR LOS ESTUDIANTES DE LA SUBMUESTRA DEL ESTUDIO GUESS SOCIAL, COMPARADA CON LA MUESTRA TOTAL DE ESTUDIANTES. (N España = 76.889; N Social = 22.905).



Por último, especialmente importante para las universidades es conocer el alcance que sus cursos de formación emprendedora tienen entre su estudiantado. Esta variable es aún más significativa en próximos estudios para profundizar en el alcance de la formación en emprendimiento colectivo y/o en economía social y solidaria. La formación es un aspecto esencial para el crecimiento personal y profesional. Proporciona oportunidades para que las personas adquieran nuevas habilidades y conocimientos, mejoren su rendimiento y potencien su desarrollo general, influyendo en la formación de nuestras ideas, opiniones, comportamientos y decisiones.

En general, como se muestra en la Figura 18, cabe destacar la escasa formación en emprendimiento que recibe el alumnado universitario español, mejorando en el caso de la submuestra seleccionada para este estudio (58,7% vs 68,4%). La Figura 18 también muestra que la submuestra indica un mayor interés por esta formación, habiendo asistido a cursos de forma voluntaria (30,5% vs 22,3%). En el resto de preguntas, también se mejoran los datos de la muestra total.

Sin duda, tenemos la oportunidad de actuar en materia de formación en emprendimiento colectivo para fomentar e impulsar la economía social y solidaria.



Son múltiples los interesados e impulsores del espíritu emprendedor en las universidades. En este apartado de recomendaciones nos centramos en: los estudiantes, las universidades, los agentes sociales y las empresas e instituciones de su ecosistema, así como en los profesores e investigadores.

Los estudiantes y los potenciales estudiantes emprendedores deberían...



Ser conscientes de la oportunidad que supone el emprendimiento social y solidario. Los estudiantes deben tomar conciencia del papel clave que juegan en la construcción y apuesta por una sociedad más justa, solidaria y con mayores niveles de bienestar.

Acercarse y conocer las iniciativas empresariales vinculadas al emprendimiento social que han surgido en las universidades y en su entorno más próximo, conocer a sus promotores e inspirarse en sus experiencias.

Aprovechar las actividades extracurriculares relacionadas con el emprendimiento social, como clubes, concursos de innovación, hackatones y programas de emprendimiento. Estas experiencias permiten aplicar conocimientos académicos en situaciones prácticas, además de fomentar la creatividad y la colaboración. Participar en eventos de networking también brinda la oportunidad de conocer a otros emprendedores, profesionales y organizaciones del sector social, ampliando la red de contactos y generando alianzas clave para el desarrollo de proyectos sociales.



Ser conscientes de que la universidad ofrece diferentes formas de apoyo, asesoramiento, y es un lugar adecuado para comenzar actividades relacionadas con el emprendimiento social. La asistencia a eventos, tales como conferencias, y ferias, puede facilitar la conexión con emprendedores, inversores y organizaciones sociales.

Participar en programas de voluntariado en entidades sociales ofrecidos por las universidades. Esto les permite desarrollar habilidades clave para enfrentar desafíos reales. Esta experiencia práctica también puede servir de inspiración en la búsqueda de oportunidades para crear proyectos de gran impacto social. Aprender a ver los fracasos como parte del proceso de aprendizaje, desarrollando una mentalidad resiliente. El camino está lleno de incertidumbre y desafíos.



Aprovechar las numerosas formas y recursos de apoyo (foros, eventos, subvenciones, etc.) para mujeres emprendedoras con el objetivo de reducir la diferencia de género en el campo del emprendimiento social. Debe tenerse en cuenta, que numerosos proyectos de éxito son resultado de equipos promotores mixtos (mujeres y hombres) de diversas ramas de conocimientos.

Las universidades, agentes sociales, empresas e instituciones públicas deberían...



Impulsar la colaboración entre instituciones, especialmente universidades, organismos públicos y entidades sociales con el objetivo de impulsar proyectos conjuntos que faciliten a los estudiantes el acceso a recursos y oportunidades de aprendizaje. Esta colaboración facilitaría la innovación y acelera el desarrollo de iniciativas sociales

Incorporar asignaturas sobre emprendimiento social, fomentando el aprendizaje en el campo de la sostenibilidad y el desarrollo de modelos de negocio no convencionales basados en el impacto de las actividades en el bienestar de la comunidad.



Adaptar a los retos de la sociedad actual la oferta de educación empresarial, haciendo hincapié en las capacidades y habilidades empresariales, la responsabilidad intergeneracional, la sostenibilidad y la función social de la empresa como elementos esenciales de las sociedades democráticas y el estado del bienestar. Promover proyectos donde el estudiantado de diversas disciplinas colabore para abordar problemas sociales desde múltiples perspectivas. Estas iniciativas estimulan la creatividad, combinan conocimientos variados y generan soluciones innovadoras. Los talleres, hackatones y plataformas de trabajo conjunto, pueden facilitar este enfoque, fortaleciendo el impacto de las iniciativas y la formación integral de estudiantes.



Impulsar el espíritu emprendedor entre universitarios de diferentes ramas de conocimiento, poniendo en valor los aspectos sociales como pilares fundamentales de la calidad de la democracia. Asimismo, establecer incentivos específicos para integrar en este reto a todo el personal de las universidades.



Las universidades, en colaboración con empresas e instituciones, deberían establecer incubadoras, programas y aceleradoras dedicadas al emprendimiento social, ofreciendo apoyo técnico, financiación inicial y mentoría especializada. Esto favorece que los estudiantes desarrollen proyectos con impacto social en entornos estructurados, conectándolos con expertos, y organizaciones relevantes, asegurando la viabilidad, y sostenibilidad de sus iniciativas emprendedoras sociales.



Fomentar la creación de observatorios que analicen datos, tendencias y desafíos del emprendimiento social universitario. Apoyados por instituciones públicas, pueden generar informes, promover buenas prácticas y asesorar a las universidades.

Apoyar e impulsar becas y ayudas económicas específicas para fomentar el emprendimiento social entre estudiantes. Estas pueden financiar la formación, investigación o implementación de proyectos. Además, los programas de apoyo financiero pueden cubrir prototipos, estudios de viabilidad y recursos iniciales, incentivando la participación de jóvenes con potencial emprendedor pero limitados por barreras económicas.

Dar mayor difusión a los logros y éxito de las mujeres emprendedoras en el ámbito social y solidario, creando referentes entre las universitarias en las distintas disciplinas de conocimientos.

Los profesores e investigadores deberían...



Sensibilizar a los estudiantes sobre el papel fundamental y la oportunidad que suponen las iniciativas y actividades relacionadas con el emprendimiento social y solidario.



Creación de equipos de investigación centrados en el análisis de los factores determinantes del emprendimiento social universitario, así como los mecanismos que intervienen en el proceso.

El aprendizaje-servicio combina la educación académica con la acción social. Los docentes pueden incluir proyectos donde los estudiantes trabajen directamente con comunidades u organizaciones para resolver problemas reales. Esto no solo enriquece su formación profesional, sino que también les sensibiliza sobre las necesidades sociales y refuerza su compromiso emprendedor.



Incluir actividades orientadas al desarrollo de habilidades blandas como el liderazgo, comunicación efectiva, empatía y trabajo en equipo. Estas competencias son clave para gestionar proyectos sociales con éxito, inspirar a colaboradores y conectar con las comunidades beneficiarias, aumentando las probabilidades de éxito en el emprendimiento social de los estudiantes.



Explorar temas emergentes, como la digitalización y la inteligencia artificial en el contexto del emprendimiento social. Ampliar el horizonte de oportunidades, contemplando la posibilidad de transferencia y de creación de empresas que dan respuesta a necesidades sociales actuales.



El personal docente puede utilizar estudios de caso de emprendimientos sociales destacados, tanto nacionales como internacionales, para ilustrar cómo abordar problemas sociales con soluciones innovadoras. Analizar estos ejemplos permite a los estudiantes entender el impacto real del emprendimiento social, aprender de estrategias efectivas y motivarse a replicar modelos similares. Invitar a emprendedores sociales, ONGs o expertos a compartir experiencias que inspiren y guíen al estudiantado.



www.ecoherencia.es



Ecoherencia es una Sociedad cooperativa, sin ánimo de lucro, especializada en sostenibilidad, educación Ambiental, restauración de ecosistemas y voluntariado Ambiental.

Se crea en 2012 como la evolución natural de una asociación ambiental fundada inicialmente por **Alberto y María**, que comenzaron a desarrollar proyectos en Granada. Posteriormente, María José, licenciada en Ciencias Ambientales por la Universidad de Cádiz, se unió como representante de Ecoherencia en Cádiz, consolidando el crecimiento y enfoque profesional del proyecto.

Tras el éxito de un curso sobre diseño en Permacultura, Ecoherencia decidió transformar su actividad en un modelo empresarial que uniera pasión, innovación y compromiso con la sostenibilidad. Así nació Ecoherencia SCA, una estructura basada en el modelo cooperativo de trabajo, que encarna valores éticos, democráticos y de cooperación territorial

Desde entonces, Ecoherencia ha crecido y trabaja en seis líneas de acción fundamentales: Educación y sensibilización ambiental. Recuperación y restauración de ecosistemas. Agroecología y permacultura, Innovación y emprendimiento social. Responsabilidad social corporativa (RSC). Investigación y ciencia ciudadana, desarrollando proyectos donde la participación ciudadana y el conocimiento local son la base para la construcción de soluciones sostenibles.

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

Ecoherencia surgió como respuesta a nuestra inquietud por transformar nuestro entorno a través de soluciones ambientales innovadoras. Tras formarnos en Ciencias Ambientales y especializarnos en Restauración de ecosistemas, vimos una oportunidad en la realización de proyectos sostenibles, y decidimos lanzarnos.

Lo que comenzó como una asociación evolucionó hacia una cooperativa que nos permitió trabajar en algo que alinea nuestros valores personales y profesionales.

¿Qué dificultades os encontrasteis y qué apoyos recibisteis en los momentos de arrancar?

Nuestros comienzos estuvieron marcados por el desconocimiento del mundo empresarial. No sabíamos qué modelo seguir hasta que identificamos que encajábamos perfectamente en el modelo cooperativo. Gracias a la orientación de FAECTA (Federación Andaluza de Cooperativas de Trabajo), descubrimos una estructura basada en la cooperación y los principios éticos, lo que nos hizo enamorarnos del modelo cooperativo.

Además, recibimos un respaldo crucial de instituciones como la Universidad de Cádiz, y de nuestras familias y compañeros que creyeron en el proyecto desde el principio.

www.ecoherencia.es

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

Creemos que emprender es una forma de construir tu propio camino sin depender de oportunidades externas. Si cada persona se lanza a emprender con un enfoque de economía social, no solo genera trabajo y riqueza local, sino que también impacta positivamente en la sociedad. Apostar por modelos colaborativos y sostenibles es clave para crear un futuro más justo y resiliente.

En definitiva, si tienes una idea, actúa con pasión, forma tu equipo y busca apoyos como los que ofrece la Universidad de Cádiz. No pienses demasiado, confía en tu intuición y lánzate a construir un mundo mejor.





Atrévete a Saber. Cooperativa de Gestión Cultural

Universidad de Almería



Atrévete a Saber Sociedad Cooperativa Andaluza se creó en 2023, y desarrolla su actividad en el sector de la gestión cultural. Atrévete a Saber es un proyector de gestión cultural rural que se encuentra en el corazón de La Alpujarra almeriense: Fondón, Fuente Victoria y Benecid. Y con sedes en otros municipios del reto demográfico como Tabernas y Tahal. Nuestro objetivo es consolidar la dinamización cultural de estos pueblos siendo una apuesta por el mundo rural desde la juventud y el emprendimiento humanista.

Todo surge a partir de la creación de la Asociación Juvenil y Cultural de Historia Sapere Aude de la Universidad de Almería (UAL). Estudiantes de los cuatro cursos del Grado en Historia nos juntamos con el objetivo de sacar la Historia de las cuatro paredes del aula y organizar actividades y talleres que fueran más allá del ámbito académico. De alguna manera – y sin pensarlo mucho – nos estábamos iniciando en la gestión cultural.

La asociación empezó a crecer en número de miembros y también la sensibilidad en participar en actividades en zonas rurales ya que el origen de muchos compañeros es de localidades de interior de la provincia de Almería. Así, surge la firma del convenio con el Ayuntamiento de Fondón con el actual alcalde D. Valentín J. Martín Ramírez para desarrollar un plan de dinamización para el patrimonio cultural.

Paralelamente a lo anterior, a nuestro compañero Álvaro Castro, por estar haciendo el Máster en Estudios Avanzados en Historia: el Mundo Mediterráneo Occidental accede a unas prácticas extracurriculares denominadas «Campus Rural» financiadas por el Ministerio para la Transición Ecológica y Reto Demográfico en la misma localidad con el objetivo de crear un plan de dinamización para el patrimonio cultural. Esto le permite observar y analizar sus necesidades y fortalezas. Al acabarse el contrato en el contexto de búsqueda de salidas profesionales, el equipo comienza

a través de la puesta en común de las herramientas obtenidas en la formación académica, la representación estudiantil y Sapere Aude, a interpretar las huellas del pasado con la capacidad de imaginar el futuro.

Por ser estudiantes de la UAL, en los primeros momentos, fuimos a hablar con Emprende UAL. De la mano de D. Carlos Cano y Dña. Carmen López empezamos a descubrir la senda del emprendimiento. Una de las etapas es elegir la forma jurídica y viendo las distintas tipologías, observamos que la cooperativa -salvando las distancias- tenía una estructura similar a la de asociación.

Nos pusimos en contacto con la Federación Andaluza de Empresas Cooperativas y coordinándonos con Dña. Caridad Herrerías dimos el paso el mes de julio de 2023. Para todo el aparato jurídico estuvimos en contacto con el Centro Andaluz de Emprendimiento de Laujar cuya técnico, Dña. Sofía Arrabal, nos ayudó con los estatutos.

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

- Si tienen una idea y saben que es buena que no se lo piensen y emprendan.
- Adquirir mucha formación sobre emprendimiento.
- Que se rodeen de personas que apoyen y complementen su proyecto.
- No tomar decisiones a la ligera. Primero, meditarlas y, luego, ejecutarlas.
- Y, sobre todo, establecer objetivos a corto y medio plazo.





Skeirrum S. Coop. Galega Xuvenil

Universidade de Vigo y Universidade da Coruña

www.skeirrum.com/es/



En Skeirrum, ofrecemos juegos de escape room personalizados que se adaptan a tus gustos y preferencias, ofreciendo una aventura digital única e inolvidable a través de una aplicación web.

Todo funciona a través del móvil, gracias a la plataforma somos capaces de operar en cualquier lugar, por ahora desde Galicia pero escalable a cualquier lugar del mundo gracias a nuestra app web.

Empezamos en 2022 con la misión de transformar cualquier espacio en una experiencia única, sea para educar, promover turismo o activar marcas.

Skeirrum se adapta a cualquier espacio, temática e idioma, actualmente entre gallego, castellano e inglés. Skeirrum es flexible y escalable.

Todo comenzó como un hobby, sin imaginar que algún día podría convertirse en nuestro sustento económico. Fue tras realizar un curso de emprendimiento por casualidad, cuando Cintia mostró interés en él, que comenzamos a plantearnos la posibilidad de profesionalizar las actividades que, hasta ese momento, habíamos realizado únicamente por ocio.

Cuando decidimos montar la empresa, nos enfrentamos a dos grandes desafíos. Por un lado, estábamos estudiando y no contábamos con suficientes ahorros para invertir en el proyecto. Por otro lado, nuestra formación universitaria no estaba vinculada al ámbito empresarial, por lo que no teníamos idea de cómo poner en marcha una empresa.

Al iniciar nuestro proyecto, el apoyo familiar fue crucial, al igual que las ayudas económicas y formativas disponibles en la comunidad autónoma de Galicia y también a nivel estatal. Para nosotras, el respaldo de EspazoCoop fue fundamental. Esta organización, que impulsa el modelo cooperativo en Galicia, nos proporcionó formación, asesoramiento y apoyo al emprendimiento, lo que nos permitió poner en marcha nuestra cooperativa de trabajo asociado con éxito.

Actualmente, seguimos recibiendo apoyo gracias a los polos de emprendimiento existentes en Galicia, a los que se puede acudir en cualquier momento, sin importar la etapa en la que se encuentre el proyecto.



Skeirrum S. Coop. Galega Xuvenil

UVigo y UDC

www.skeirrum.com/es/

Hay dos razones principales por las que elegimos la cooperativa como fórmula empresarial para Skeirrum.

En primer lugar, los valores que promovemos, tanto a nivel individual como empresarial, están muy alineados con los principios del cooperativismo.

En segundo lugar, debido a que ambas tenemos menos de treinta años, somos mujeres y emprendimos en territorio rural, contábamos con una serie de ventajas administrativas que no estaban disponibles en otras fórmulas jurídicas.

Desde el principio, al analizar las opciones jurídicas, nos decantamos rápidamente por el cooperativismo, ya que era la que mejor se adapta al modelo de negocio que tenemos.

¿Qué consejos les darías a los estudiantes universitarios relacionados con la aventura de emprender?

También les animaría a que busquen rodearse de personas que compartan su entusiasmo y visión, porque emprender es más llevadero y enriquecedor cuando se hace en equipo. Es fundamental no tener miedo al fracaso, ya que cada obstáculo es una oportunidad para aprender y mejorar. Por último, que no olviden disfrutar del proceso y valorar cada pequeño logro: la pasión y la resiliencia son claves en cualquier aventura emprendedora.





egaliaabogados.es



Somos una firma jurídica que aglutina la experiencia de la práctica jurídica con la juventud de sus socios. Fuimos pioneros en constituir la primera cooperativa jurídica de Castilla-La Mancha. Hoy EGALIA cuenta con 5 socios/as abogados, dando un servicio especializado por áreas a sus clientes.

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

En 2012, en plena crisis económica que asolaba España, unos estudiantes de derecho de la Facultad de Derecho de Ciudad Real (UCLM) tiene la idea de implantar el modelo cooperativo como forma de organización de su futuro despacho de abogados/as.

En dichos momentos, en los que para la mayoría de la juventud no se vislumbraba ninguna salida laboral boyante, decidimos que los valores de la cooperación, de compromiso colectivo y de horizontalidad en la toma de decisiones eran el mejor cauce para llevar a cabo su proyecto profesional, es así como nace en 2015 EGALIA Abogados.

Aquello que aprendimos en las aulas de nuestra universidad quisimos llevarlo a la práctica, y ha salido bien.

¿Qué dificultades os encontrasteis?

La primera de todas fue la incomprensión ideológica de algunas personas del sector jurídico, ya que la forma cooperativa para el ejercicio de la profesión era tildada como algo "exótico". Pues lo normativo siempre fue que el ejercicio común de la profesión del derecho se realizara por grandes despachos y una relación jerárquica de organización.

Inicialmente, tampoco hubo mucha comprensión por parte de la Administración, al estar muy enraizadas las sociedades cooperativas al sector agroalimentario.

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

Inicialmente no contamos con mucha ayuda. La mayor fuerza que contamos fue la de la unión de los primeros socios/as.

Felizmente esa situación ha cambiado, creemos que hay un cambio de mentalidad tanto en la administración como en el propio movimiento cooperativo; la administración reconoce el papel de las cooperativas y nosotros estamos más unidos y protegidos en entidades como CLAMCOOP, en Castilla-La Mancha, se puede decir que tenemos más voz.

¿Por qué una cooperativa?

En una situación como la del mundo de la abogacía, en el que se le exige al abogado individual una especialización cada vez mayor de todas las áreas del derecho, la respuesta habitual es encontrar firmas de despacho de abogados donde existe un jefe o jefa y trabajadores abogados, sin embargo, hemos elegido el modelo cooperativo; lo que nos permite la especialización por áreas de cada uno de sus socios para dar el mejor servicio al cliente y obteniendo un plus de motivación; al ser nuestros propios jefes y jefas en la consecución del objetivo común.

egaliaabogados.es

¿Qué consejos les daríais a los estudiantes universitarios relacionados con la aventura de emprender?

Que arriesguen, que es posible hacer tu propio camino profesional si conjugan el verbo nosotros/as. No es un camino de rosas, pero merece la pena.



Distinción especial

I Premios Empresariales de la Economía Social.

Economiasocial.clm. (2024, noviembre 25). Nueve empresas de Castilla-La Mancha serán reconocidas en los I Premios Empresariales de la Economía Social. Economía Social CLM. <https://economiasocialclm.es/nueve-empresas-de-castilla-la-mancha-seran-reconocidas-en-los-i-premios-empresariales-de-la-economia-social/>





El proyecto *Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey* (GUESSSS) es el observatorio de investigación colaborativa relacionado con el emprendimiento universitario más importante del mundo. La primera edición internacional comienza en 2003 y emite informes globales periódicos. La décima edición internacional de 2023 ha sido coordinada por el profesor Philipp Sieger (GUESSSS CEO) de la Universidad de Berna.

En España el proyecto GUESSSS lo organiza el Observatorio del Emprendimiento de España y lo dirige el profesor José Ruiz Navarro, catedrático emérito por la Universidad de Cádiz. Los antecedentes se remontan a 2014 y 2016 cuando ESADE lo pone en marcha en algunas universidades.

El primer informe que se publica es el de la Universidad de Cádiz en 2016. En 2018 se publica el primer informe nacional en el que participan 54 universidades y lo coordina la Universidad de Cádiz.

En 2021 pasa a coordinarse por el Observatorio del Emprendimiento de España manteniéndose la realización por el equipo de investigación de Cádiz.

Tras la publicación del informe internacional el pasado mes de mayo y la presentación del informe nacional el pasado mes de noviembre, el equipo de la Universidad de Cádiz ha estado realizando el presente informe.

En este primer estudio GUESSSS Social se ha realizado utilizando la base de datos del estudio GUESSSS España 2023/2024, que cuenta con una muestra válida de 76.889 estudiantes. De esta muestra, se seleccionó una sub-muestra de estudiantes con mayor potencial para el emprendimiento social.

La selección de la sub-muestra se basó en las respuestas del estudiantado a preguntas sobre sus intenciones de carrera. Los que mostraron interés en trabajar en organizaciones sin ánimo de lucro, desarrollar su propia empresa o suceder una empresa fueron seleccionados para la sub-muestra.

La metodología del estudio GUESSSS Social y el análisis realizado incluyó:

- **Definición de variables:** Se definieron variables relevantes para el estudio del emprendimiento social, como características de los emprendedores, motivaciones y factores que influyen en el emprendimiento.
- **Análisis de datos:** Para caracterizar el perfil y las motivaciones de los emprendedores sociales universitarios.
- **Comparación con otros estudios:** La utilización de la base de datos GUESSSS España ha permitido la comparación de los resultados con el estudio nacional.
- **Análisis cualitativo:** Se han incluido 4 estudios de caso ilustrativos de cooperativas creadas por estudiantes y egresados universitarios.

La elección de esta metodología se justifica por la amplitud de la muestra, la disponibilidad de datos y la posibilidad de comparar los resultados.

El estudio GUESSSS Social 2024 es un estudio piloto que busca comprender el estado actual del emprendimiento social universitario en España. Se espera que los resultados del estudio sirvan para que las universidades puedan mejorar sus programas de emprendimiento social.

Glosario de términos

Término 1

Intenciones directas

Los recursos estratégicos más relevantes del proyecto se fundamentan en: la solidez de su marco teórico y conceptual, avalado por informes internacionales y numerosas publicaciones en revistas académicas de prestigio internacional; y, en la amplia red de equipos investigadores involucrados (en la práctica totalidad de las universidades españolas y en más de 1.300 universidades de todo el mundo).

Esta internacionalidad, robustez y la amplia red de investigadores, extendida por toda la geografía nacional, abre las posibilidades de futuras líneas de trabajo relacionadas con el emprendimiento en la Economía Social y Solidaria, incluyendo nuevas pregunta en el cuestionario que nos permitan profundizar sobre los datos expuestos en el presente informe. Asimismo, esta línea de trabajo permite la posibilidad de crear un amplio repositorio de experiencias de entidades de la ESS que facilite el análisis de resultados de las políticas orientadas al emprendimiento social y sirvan de referentes a las nuevas generaciones de estudiantes.

Descripción	Pregunta (s)
Porcentaje de estudiantes universitarios que muestra su elección profesional una vez que terminan sus estudios, independientemente de que la opción sea inmediata al término de sus estudios o a cinco años después.	<p>» ¿Qué trayectoria profesional tiene la intención de seguir inmediatamente después de completar sus estudios?</p> <p>» ¿Qué trayectoria profesional tiene la intención de seguir 5 años después?</p> <p>Opciones de respuesta:</p> <p>» Empleado en una pequeña empresa.</p> <p>» Empleado en una mediana empresa.</p> <p>» Empleado en una gran empresa.</p> <p>» Empleado en una ONG.</p> <p>» Empleado en el sector educativo.</p> <p>» Empleado público (funcionario).</p> <p>» Emprendedor, con empresa propia.</p> <p>» Sucesor en una empresa familiar.</p> <p>» Sucesor en una empresa no controlada actualmente por la familia.</p> <p>Otras opciones</p>

Término 2

Intenciones emprendedoras

Descripción	Pregunta (s)
<p>Porcentaje de estudiantes universitarios que muestra la intención de convertirse en emprendedores una vez que terminan sus estudios.</p> <p>Para ello, se les pregunta sobre sus opciones de carrera futuras, tanto al término de sus estudios universitarios, como cinco años después de dicho momento</p>	<ul style="list-style-type: none"> » ¿Qué trayectoria profesional tiene la intención de seguir inmediatamente después de completar sus estudios? » ¿Qué trayectoria profesional tiene la intención de seguir 5 años después? <p>Opciones de respuesta:</p> <ul style="list-style-type: none"> » Empleado en una pequeña empresa. » Empleado en una mediana empresa. » Empleado en una gran empresa. » Empleado en una ONG. » Empleado en el sector educativo. » Empleado público (funcionario). » Emprendedor, con empresa propia. » Sucesor en una empresa familiar. » Sucesor en una empresa no controlada actualmente por la familia. <p>Otras opciones</p>

Término 3

Emprendedor naciente

Descripción	Pregunta (s)
<p>Porcentaje de estudiantes universitarios que se encuentran inmersos en el proceso de creación de sus propias empresas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> » ¿Usted está actualmente tratando de iniciar su propio negocio o convertirse en trabajador por cuenta propia? (respuesta dicotómica: Sí/No)

Término 4

Emprendedor activo

Descripción	Pregunta (s)
<p>Porcentaje de estudiantes universitarios que manifiestan que son propietarios de una empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> » ¿Usted ya posee su propio negocio o trabaja como autónomo? (respuesta dicotómica: Sí/No)

Término 5

Formación en emprendimiento

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

Término 6

Clima emprendedor

Descripción	Pregunta (s)
<p>Percepción de los estudiantes universitarios sobre el apoyo de su universidad al espíritu emprendedor.</p>	<p>Indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones, a través de una escala Likert de 7 puntos (1: en absoluto, 7: en un grado muy alto):</p> <ul style="list-style-type: none"> » La atmósfera en mi universidad me inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios. » Existe un clima favorable en mi universidad para convertirme en emprendedor. » En mi universidad, se fomenta que los estudiantes se involucren en actividades emprendedoras.

Justificación académica y referencias bibliográficas

La investigación académica del fenómeno emprendedor ha puesto durante años su foco de atención en la conexión con la universidad emprendedora, el desarrollo del espíritu emprendedor entre los estudiantes, y la transferencia de la investigación y conocimientos a la sociedad (Åstebro, et al 2012). Numerosos estudios e informes señalan que la creación de empresas por parte de estudiantes y egresados/as universitarios/as es una palanca esencial para lograr una sociedad más innovadora y sostenible, un tejido productivo más eficiente y un empleo de mayor calidad.

El estudio internacional GUESSS se alinea con estos retos y se fundamenta en la investigación de las intenciones y comportamientos emprendedores (Ajzen, 1991 y 2022). Con esos antecedentes y con las publicaciones académicas más relevantes se ha creado un amplio y sólido marco teórico que justifica el proyecto y del que emanan las preguntas de los cuestionarios utilizados en la recogida de información de esta décima edición (Sieger, et al, 2024). Este acervo académico y la red de investigadores de todo el mundo constituyen su núcleo estratégico. Las principales publicaciones que lo soportan y son resultados del mismo pueden consultarse en: https://www.guesssurvey.org/_publications/ y en "Informes" en <https://observatoriodelemprendimiento.es/guesss/>.

La justificación para la aproximación realizada en este primer estudio GUESSS Social 2024 se basa en varios puntos clave:

- **Existencia de una brecha de investigación:** El emprendimiento social universitario ha sido un área poco explorada a pesar de su potencial para la economía social y solidaria.
- **Aprovechamiento de datos existentes:** Dando un primer paso para este estudio basado en la base de datos GUESSS España, que ya cuenta con una muestra representativa de estudiantes universitarios. A través del contacto con varios expertos, se decide seleccionar una sub-muestra específica de estudiantes con mayor potencial para el emprendimiento social.
- **Enfoque multidimensional:** El informe GUESSS Social no solo busca cuantificar el emprendimiento, sino también profundizar en la motivación, los desafíos, el impacto social y las políticas que influyen en este fenómeno.
- **Potencial impacto:** El informe busca ser una herramienta para llamar la atención sobre un aspecto clave: que las universidades sigan mejorando sus programas de emprendimiento social, fomenten la cultura emprendedora entre sus estudiantes y fortalezcan las relaciones con su entorno.

En resumen, el estudio GUESSS Social 2024 se justifica por la necesidad de llenar un vacío de investigación, el aprovechamiento de datos existentes, su enfoque multidimensional y su potencial impacto en el fomento del emprendimiento social universitario.

Las referencias bibliográficas usadas en este informe son:

- » Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- » Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665-683.
- » Åstebro, T., N. Bazzazian, & Braguinsky, S. (2012). Startups by recent university graduates and their faculty: Implications for university entrepreneurship policy. *Research Policy*, 41(4), 663-677.
- » Ruiz-Navarro, J.; Diáñez-González, J.P.; Franco-Leal, N.; Infante-Cagale, L. (2024). Informe GUESSS España 2023/24. Intenciones de carreras, espíritu emprendedor e iniciativas empresariales de los estudiantes universitarios. ISBN: 978-84-09-64120-8.
- » Sieger, P., Raemy, L., Zellweger, T., Fueglistaller, U. & Hatak, I. (2024). Student Entrepreneurship 2023: Insights From 57 Countries. St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU-U.



Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey

GUESSSS 23/24 SOCIAL

DESCUBRIENDO EL POTENCIAL DE LA
ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA EN LAS
UNIVERSIDADES

AUTORÍA: JOSÉ M. SÁNCHEZ, JUAN PABLO DIÁNEZ, JAIME GUERRERO, MARIA DEL MAR BORNAY y JULIO SEGUNDO