

Intenciones de carreras,
espíritu emprendedor e
iniciativas empresariales
de los estudiantes de la
Universidad de Córdoba

INFORME
GUESSSS
23/24 **UCO**

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

Autoría Informe GUESS Córdoba:

Rocío Muñoz Benito (Directora)

Virginia Navajas Romero

Sandra Sánchez Cañizares

Luis Javier Cabeza Ramírez



Patrocina:



Informe Guesss 2023-2024 Universidad de Córdoba.– Córdoba: UCOPress.
Editorial Universidad de Córdoba, 2025
29,7 x 21 cm, 47 pp. il. color

TEMA: KJH

Autores: Rocío Muñoz Benito, Virginia Navajas Romero,
Sandra Sánchez Cañizares, Luis Javier Cabeza Ramírez

© Rocío Muñoz Benito

© Edita: UCOPress. Editorial Universidad de Córdoba, 2025
Campus Universitario de Rabanales
Ctra. Nacional IV, Km 396. 14071 Córdoba (España)
Tel.: (+34) 957 218 126
<https://ucopress.uco.es> • ucopress@uco.es

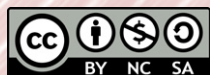
e-ISBN: 978-84-9927-945-9

DOI: <https://doi.org/10.21071/000101>



Esta editorial es miembro de la UNE, lo que garantiza la difusión y comercialización de sus publicaciones a nivel nacional e internacional.

Diseño y maquetación: Nosecuantos, diseño y comunicación



Esta publicación se encuentra bajo una licencia internacional Creative Commons BY-NC-SA 4.0. Puede copiar, distribuir, adaptar y crear obras derivadas de este contenido, siempre y cuando le atribuya la autoría original y no utilice esta obra con fines comerciales. Las obras derivadas también deben estar bajo una licencia similar.

CITACIÓN DEL INFORME

Por favor, cite esta publicación como:

Muñoz-Benito, R., Navajas-Romero, V., Sánchez-Cañizares, S., Cabeza-Ramírez, L.J. (2025) *Informe GUESSS Córdoba 2023/24. Intenciones de carreras, espíritu emprendedor e iniciativas empresariales de los estudiantes universitarios*. Córdoba: UCOPress. Editorial Universidad de Córdoba

Disponible en:

<https://observatoriodelemprendimiento.es/guesss/informes-guesss-universidades-2023-2024>

Resumen informe GUESSS 2023-2024 Universidad de Córdoba

El informe GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey) es un estudio internacional que analiza las intenciones emprendedoras, actitudes, competencias y trayectorias profesionales de estudiantes universitarios a nivel global. Se basa en encuestas estandarizadas periódicas que permiten comparar resultados entre países, universidades y áreas académicas. Su objetivo es comprender cómo se desarrolla el espíritu emprendedor en la universidad y qué factores influyen en que los estudiantes emprendan, continúen negocios familiares o sigan carreras como empleados. Examina aspectos como intenciones profesionales tras la graduación, actitudes hacia el emprendimiento, percepción del riesgo, motivación, autoeficacia y el papel de la universidad y sus programas de apoyo. Su enfoque comparativo y longitudinal permite identificar tendencias y cambios a lo largo del tiempo. Este es el segundo informe con participación de la Universidad de Córdoba, los resultados servirán para diseñar políticas y estrategias educativas gracias a un mejor conocimiento del perfil emprendedor de sus estudiantes.

The GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey) report is an international study that analyses the entrepreneurial intentions, attitudes, skills and career paths of university students worldwide. It is based on periodic standardised surveys that allow for comparisons between countries, universities and academic areas. Its objective is to understand how entrepreneurial spirit develops at university and what factors influence students to become entrepreneurs, continue family businesses or pursue careers as employees. It examines aspects such as career intentions after graduation, attitudes towards entrepreneurship, risk perception, motivation, self-efficacy and the role of the university and its support programmes. Its comparative and longitudinal approach allows trends and changes over time to be identified. This is the second report with the participation of the University of Córdoba, and the results will be used to design educational policies and strategies thanks to a better understanding of the entrepreneurial profile of its students.

PALABRAS CLAVE

Emprendimiento universitario, Universidad, intenciones profesionales, empleabilidad

KEYWORDS

University entrepreneurship, University, career aspirations, employability

AUTORES:

Rocío Muñoz Benito (Dir.)
<https://orcid.org/0000-0003-0201-6260>

Virginia Navajas Romero
<https://orcid.org/0000-0001-7381-8071>

Sandra Sánchez Cañizares
<https://orcid.org/0000-0003-0705-3327>

Luis Javier Cabeza Ramírez
<https://orcid.org/0000-0002-5603-2365>

Córdoba, 17 de diciembre 2025

Índice

Presentación del Rector de la Universidad de Córdoba	5	5. Factores de influencia en el emprendimiento.....	25
Presentación del Presidente de la Fundación para el desarrollo de la provincia de Córdoba	6	5.1. El contexto de la universidad	25
Prólogo al informe GUESS Córdoba 2024.....	7	5.2. Tipo de estudios.....	29
1. Introducción.....	9	5.3. Género.....	31
2. El proyecto GUESS en Córdoba	10	6. Casos inspiradores nacidos en la Universidad de Córdoba	32
3. Intenciones de elección de carrera emprendedora de los estudiantes	11	6.1. BONCAI	32
4. Actividades emprendedoras	16	6.2. OCHO. CENTRO INTEGRAL DE SALUD	34
4.1. Emprendimiento naciente o emergente.....	16	6.3. COBIOMIC.....	36
4.2. Emprendimiento activo.....	20	6.4. FLAMINGO BIOMECHANICAL LAB	38
		6.5. INSPIRA RURAL.....	40
		6.6. SIERRA ADS.....	42
		7. Conclusiones y recomendaciones	44
		8. Referencias bibliográficas	46

Presentación del Rector de la Universidad de Córdoba



Manuel Torralbo Rodríguez
Rector de la Universidad de Córdoba

Desde 2022, la Universidad de Córdoba ha consolidado una apuesta decidida por el emprendimiento mediante el diseño de políticas integrales orientadas al impulso de actividades de investigación, formación y transferencia relacionadas con la creación de empresas. Estas actuaciones buscan promover la adquisición de competencias transversales como la creatividad, la innovación y el liderazgo, esenciales para afrontar los retos de una economía basada en el conocimiento e imprescindibles para la creación de proyectos emprendedores de éxito. Paralelamente, la institución ha intensificado su interacción con los distintos agentes del ecosistema emprendedor, con el fin de alinear estrategias y generar sinergias que favorezcan el crecimiento empresarial y contribuyan al desarrollo socioeconómico del territorio.

Este compromiso institucional ha trascendido el ámbito estrictamente universitario, impulsado por la activa implicación de docentes e investigadores en diversos proyectos participando como asesores expertos en incubadoras

de empresas, miembros de comités evaluadores en concursos de ideas de negocio o colaboradores en iniciativas conjuntas con socios europeos, como la Alianza Invest, lo que evidencia la proyección global de la Universidad de Córdoba en el fortalecimiento de la cultura emprendedora.

En esta misma línea, la creación del Vicerrectorado de Formación Continua, Empleabilidad y Emprendimiento ha permitido articular de manera más efectiva una estrategia coherente y sostenida en el tiempo. La Universidad ha incrementado su presencia en grupos de trabajo de la CRUE a nivel nacional, así como en foros sectoriales de emprendimiento en el ámbito regional, reforzando sus alianzas y mejorando la coordinación institucional. Asimismo, se ha intensificado la colaboración con entidades del entorno cercano, con las que se comparten objetivos y líneas de actuación orientadas al acompañamiento, la consolidación y la dinamización del ecosistema emprendedor. Estas colaboraciones han sido decisivas para avanzar en la configuración de un entorno

universitario propicio para la generación de nuevas iniciativas empresariales y el desarrollo del talento emprendedor.

En este marco, la participación de la Universidad de Córdoba en el proyecto internacional GUESSS constituye una prioridad estratégica. Su implicación creciente ha permitido ampliar progresivamente la tasa de participación, mejorando la significación estadística de los resultados y contribuyendo con los datos de su estudiantado al mayor proyecto colaborativo de investigación sobre emprendimiento universitario a escala global. Gracias al compromiso del profesorado, al interés de los estudiantes y al trabajo de los equipos investigadores, disponemos de información rigurosa sobre las motivaciones, actitudes e intenciones emprendedoras de nuestra comunidad universitaria. Este conocimiento es fundamental para seguir innovando en el diseño de políticas, programas y metodologías docentes que favorezcan las vocaciones empresariales y fortalezcan la cultura emprendedora en el ámbito universitario.

Presentación del Presidente de la Fundación para el desarrollo de la provincia de Córdoba



Antonio Arenas Casas

Presidente de la Fundación para el Desarrollo de la Provincia de Córdoba FUNDECOR

Desde la Fundación para el Desarrollo de la Provincia de Córdoba estamos comprometidos con la estrategia de emprendimiento de la Universidad. Por ello renovamos anualmente nuestros programas de apoyo al emprendimiento con el propósito de incrementar su eficacia, ampliar su alcance territorial y garantizar que sus beneficios lleguen a toda la provincia. En los últimos años, estas iniciativas han experimentado una diversificación significativa, incorporando nuevas líneas formativas orientadas a distintos perfiles de potenciales emprendedores y suprimiendo barreras de acceso con el fin de facilitar la participación del mayor número posible de beneficiarios. Esta apertura se ha visto acompañada de una firme apuesta por la innovación educativa, incorporando metodologías docentes basadas en la gamificación y el aprendizaje experiencial. Como resultado, se ha fortalecido la conexión entre la Universidad y los centros de educación secundaria, bachillerato y ciclos formativos, promoviendo así el desarrollo del espíritu emprendedor desde etapas tempranas del itinerario académico.

Fundecor ha desempeñado un papel determinante en el acompañamiento integral a las personas emprendedoras, prestando apoyo a lo largo de todas las fases del proceso de creación y consolidación empresarial. Este acompañamiento, que abarca desde la concepción inicial de la idea hasta su transformación en iniciativas viables y sostenibles, ha contribuido a un incremento sostenido tanto en la participación en nuestros programas como en las tasas de supervivencia de los proyectos empresariales surgidos en este entorno. Asimismo, los resultados obtenidos se reflejan en los numerosos reconocimientos logrados por nuestras empresas emergentes en certámenes autonómicos y nacionales, lo que posiciona a la provincia de Córdoba como un referente en la promoción del talento emprendedor y en la dinamización de nuevas oportunidades de desarrollo económico.

En este contexto de colaboración interinstitucional, innovación pedagógica y apoyo continuado al emprendimiento, el informe GUESSS adquiere una

relevancia estratégica de primer orden. Este estudio internacional proporciona datos rigurosos y comparables sobre las percepciones, motivaciones e intenciones emprendedoras del estudiantado universitario, constituyéndose en una herramienta esencial para la toma de decisiones fundamentadas y para la mejora continua de nuestras políticas de fomento del emprendimiento. La información obtenida a través del proyecto GUESSS complementa y refuerza el trabajo articulado entre el Vicerrectorado y Fundecor, permitiendo identificar nuevas áreas de oportunidad, optimizar las intervenciones formativas y consolidar un ecosistema emprendedor dinámico y adaptado a las necesidades emergentes. De este modo, se afianza una visión integradora que vincula el compromiso institucional, la cooperación con agentes del entorno y la generación de conocimiento científico para promover un emprendimiento sólido, innovador y sostenible en la provincia de Córdoba.

Prólogo al informe GUESSS Córdoba 2024



José Ruiz Navarro

Director del proyecto GUESSS en España
Catedrático Emérito por la Universidad
de Cádiz

La mejora de la competitividad de España y el nivel de bienestar de nuestros conciudadanos pasa por elevar la productividad de nuestra economía. Un camino para ello es aumentar la densidad empresarial y la eficiencia de su tejido empresarial. Es preciso tener más y mejores empresas, lograr empresas más innovadoras y dinámicas, más productivas. Las políticas de apoyo a este proceso se han orientado, principalmente hasta ahora, hacia sus etapas finales, olvidando que para mejorar los resultados es preciso cuidar y nutrir sus semilleros naturales que en gran medida surgen del sistema educativo y principalmente de las universidades.

El Observatorio del Emprendimiento de España, y más concretamente el proyecto internacional GUESSS que coordina, pone en su atención en este reto. GUESSS es el proyecto internacional de investigación colaborativa más importante del mundo en el ámbito universitario del fenómeno emprendedor. Sus principales objetivos son impulsar el conocimiento de las intencionalidades y actividades emprendedoras de los estudiantes

universitarios, investigando sus causas y factores contingentes, entre ellos la influencia del contexto universitario y de la formación, emitiendo recomendaciones que hagan de las universidades semilleros de empresas de alto potencial.

Su décima edición internacional de 2023 abarca a más de cincuenta países, 1.300 universidades y más de 226.000 estudiantes. En España han participado 71 universidades y escuelas de negocios con más de 76.000 estudiantes universitarios que le han dado a nuestro país el liderazgo por número de estudiantes involucrados. El informe nacional, publicado recientemente (Ruiz Navarro *et al.*, 2024), explota una parte de la extensa base de datos obtenida de las encuestas que se desplegaron entre septiembre y diciembre de 2023 y expone diez historias inspiradoras de startups nacidas de los universitarios.

La alta participación y algunos de los resultados obtenidos muestran el interés y curiosidad de nuestros jóvenes por la materia y rompen algunos tópicos. La explotación de esta información por cada

una de las universidades participantes les permite un análisis comparado con los indicadores nacionales e internacionales que es de gran valor para la investigación y la gobernanza de las universidades. Un buen ejemplo es el interés de la Universidad de Córdoba por fomentar la creación de empresas y la participación que ha logrado en el proyecto GUESSS involucrando a más de 700 estudiantes.

Este esfuerzo del equipo GUESSS en la Universidad de Córdoba se ha visto complementado por el trabajo de las más de 120 personas, entre investigadores, responsables y equipos de las unidades de emprendimiento de las universidades públicas y privadas que se han involucrados en el proyecto GUESSS en España. En esa tarea, hay que agradecer el apoyo recibido a nivel nacional por parte del Santander Financial Institute (SANFI), la Fundación COTEC, la Fundación Colegio Decroly y el programa Acelera Startups de la EOI, además del soporte que ENISA presta al Observatorio del Emprendimiento de España que coordina y facilita sus recursos al proyecto. En esta edición, es muy relevante la atención que

hemos recibido del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades cuya ministra, Diana Morant, ha realizado el prólogo al informe nacional.

Como director del proyecto en España, es una satisfacción presentar los informes de las distintas universidades para así poner la lupa y poder analizar con detalle lo que sucede en el ecosistema universitario y diseñar políticas útiles. El excelente trabajo que ha realizado la Dirección General de Empleabilidad y Emprendimiento de la Universidad de Córdoba y más

concretamente su directora la Profesora Rocío Muñoz Benito junto con su equipo es un importante activo para el proyecto GUESS de investigación colaborativa. Espero que sea útil para Córdoba, para toda la comunidad universitaria y para lograr el objetivo enunciado de tener más y mejores empresas. Mis más sinceras felicitaciones por el informe realizado.

1.

Introducción

La universidad emprendedora se configura como una institución orientada estratégicamente a la transferencia de conocimiento, la innovación y la valorización de los resultados de investigación, integrando estas funciones en un modelo de gobernanza que promueve la colaboración con el entorno socioeconómico. Su actuación incorpora la denominada tercera misión, que complementa la docencia y la investigación mediante el establecimiento de relaciones estables con empresas, administraciones públicas y agentes sociales para la generación de capital emprendedor y nuevas oportunidades de desarrollo (Ventura-Fernández & Quero-Gervilla, 2017).

En este marco conceptual, el emprendimiento adquiere un papel determinante en el desarrollo económico y social. La capacidad de un territorio para generar iniciativas empresariales innovadoras y con potencial de crecimiento influye directamente en la solidez de su tejido productivo y en la mejora del bienestar colectivo. Esta relación resulta especialmente relevante en contextos donde la estructura empresarial presenta

debilidades estructurales que limitan su capacidad de dinamización económica.

La Universidad de Córdoba, consciente de esta realidad, asumió desde finales de los años noventa un compromiso activo con la promoción de la cultura emprendedora como respuesta a un tejido empresarial provincial de baja densidad y limitada influencia económica. Esta implicación institucional supuso la incorporación de una visión ampliada de la empleabilidad, en la que la creación de empresas se entiende como una opción profesional legítima, estratégica y alineada con las necesidades de transformación socioeconómica del territorio. La evidencia acumulada confirmó que el desempleo estructural de la provincia está estrechamente vinculado a la insuficiente dimensión del tejido empresarial, reforzando la necesidad de formar personas capaces de identificar oportunidades, gestionar recursos, establecer redes de colaboración y asumir riesgos informados. Esta constatación dio lugar a una agenda universitaria más proactiva en la formación de talento emprendedor.

A pesar de los avances, este desafío sigue vigente. Córdoba continúa registrando niveles de densidad empresarial inferiores a otros territorios, lo que subraya la necesidad de reorientar las políticas de fomento del emprendimiento hacia una estrategia que impulse la generación temprana de capacidades emprendedoras. En este tránsito, el sistema educativo y, especialmente, la universidad, actúan como agentes clave en la conformación de un ecosistema más dinámico y competitivo. En coherencia con este planteamiento, la Universidad de Córdoba ha consolidado un modelo de actuación sustentado en la motivación, la formación especializada, la cooperación con los actores del ecosistema y la investigación aplicada al fenómeno emprendedor. Estos pilares han permitido configurar un entorno institucional más propicio para la innovación, contribuyendo al desarrollo económico, social y cultural de la provincia y reforzando el papel de la universidad como agente activo de transformación territorial.



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

2.

El proyecto GUESS en Córdoba

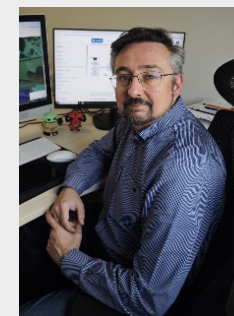
Desde que en 2022 se creó la Dirección general de empleabilidad y emprendimiento las personas vinculadas al proyecto hemos sido testigos del importante papel de las universidades como agentes dinamizadores del emprendimiento y del reto que supone la coordinación entre administraciones a la hora de tejer redes en el marco del ecosistema emprendedor. Hemos tenido la suerte de participar en diversos foros y encuentros a nivel regional, nacional e internacional para conocer múltiples iniciativas y proyectos de éxito en los que el apoyo de la universidad ha sido decisivo para llevar las ideas al mercado. Del mismo modo, hemos sido partícipes del proceso de coordinación entre universidades para sumar esfuerzos y compartir buenas prácticas como las iniciativas vinculadas a MetaRed que permiten la mejora de la cualificación, no solo de los emprendedores, sino también de las personas de las oficinas de emprendimiento para prestar mejores servicios en su entorno cercano. Pero tratándose de entornos académicos es condición *sine qua non* el hecho de poder contar con datos reales, objetivos y estadísticamente significativos para poder

tomar decisiones y aquí es donde cobra importancia la participación en estudios como GUESS o GEM. La recogida de datos a través del proyecto GUESS nos permite no solo conocer el perfil emprendedor de nuestros estudiantes, también nos aporta la posibilidad de tener una comparativa entre diversos ámbitos territoriales, lo que facilita la comprensión y el estudio del fenómeno emprendedor impulsando la puesta en práctica de programas que ayuden a mejorar la labor que se desarrolla desde las universidades.

Agradecemos a José Ruiz Navarro, Coordinador del Observatorio GUESS en España su implicación y su apoyo en todo momento. También a toda la red de coordinadores e investigadores implicados por el esfuerzo conjunto y por mantener esta iniciativa en el tiempo. Es para nosotros una enorme satisfacción formar parte del equipo del Proyecto GUESS en la Universidad de Córdoba. El resultado de este proyecto ha sido muy positivo y enriquecedor, y abre nuevas líneas de investigación que permitirán a la Universidad de Córdoba disponer de datos relevantes para la toma de decisiones.

El equipo GUESS de la Universidad de Córdoba

De izquierda a derecha y de arriba abajo:
Rocío Muñoz Benito,
Virginia Navajas Romero,
Sandra Sánchez Cañizares y
Luis Javier Cabeza Ramírez



La edición internacional de GUESS 2023 abarca a más de cincuenta países, 1.300 universidades y más de 226.000 estudiantes. En el caso concreto de la Universidad de Córdoba, el número de respuestas obtenidas ha sido de 727, doblando casi las 421 de la edición de 2021. La encuesta se llevó a cabo en el primer cuatrimestre del curso académico 2023-2024 y la información obtenida se analiza a continuación permitiendo establecer comparaciones con respecto a Andalucía, España, Europa y a nivel internacional a fin de poder establecer algunas recomendaciones de interés para el futuro emprendedor de nuestra universidad.

Los resultados obtenidos por la Universidad de Córdoba en la última edición del estudio muestran niveles de intención y actividad emprendedora similares a los promedios nacionales. Este escenario pone de manifiesto la necesidad de reforzar y actualizar las estrategias institucionales, con el propósito de consolidar un ecosistema universitario que impulse de manera decidida el emprendimiento y la creación de valor basado en el conocimiento.

3.

Intenciones de elección de carrera emprendedora de los estudiantes

El 11,1% de los estudiantes de la Universidad de Córdoba manifiesta su predisposición a ser emprendedor inmediatamente al terminar sus estudios. Este resultado representa un crecimiento muy destacado respecto a la edición anterior y sitúa a la Universidad por encima de la media nacional e internacional, lo que pone de manifiesto la consolidación de un ecosistema favorable al emprendimiento entre el estudiantado cordobés.

En cuanto a la intención de crear un negocio nuevo transcurridos cinco años desde la finalización de los estudios, los datos disponibles para el caso de Córdoba nos indican que más del 19 estaría dispuesto a emprender. Si atendemos a los valores medios del estudio GUESS 2023 a nivel internacional, se observa que el 15,7% del alumnado global tiene intención de emprender al finalizar sus estudios, porcentaje que asciende al 30% cuando se proyecta a cinco años vista. Estas cifras indican que el entorno emprendedor en la Universidad de Córdoba resulta especialmente propicio en la etapa final de los estudios universitarios y no dista significativamente de la media nacional.

Intención emprendedora

Ámbito territorial	Al finalizar los estudios (%)	5 años después (%)
GUESS	15,7%	30%
España	12,3%	22,7%
Córdoba	11,1%	19,5%

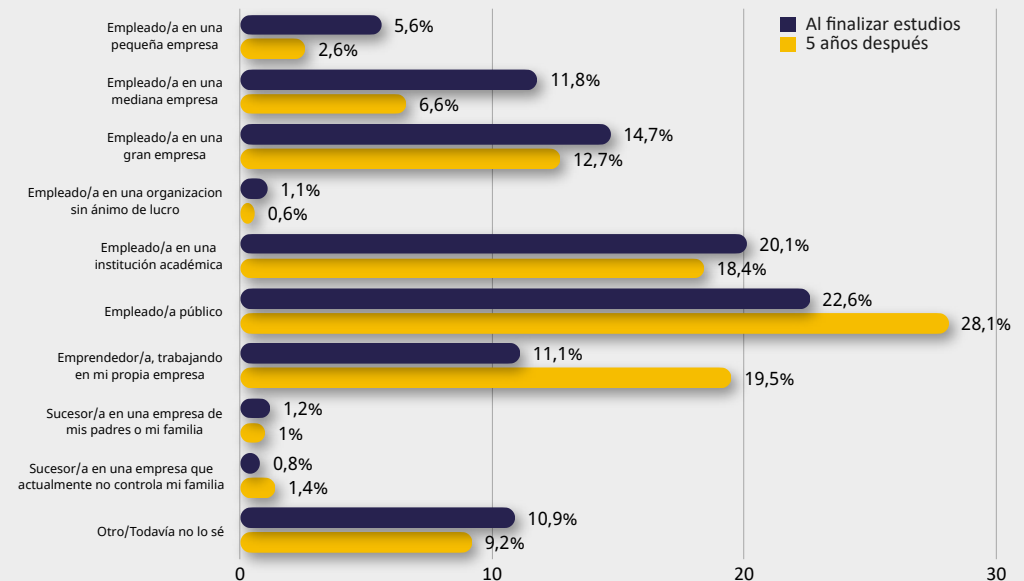
En relación con las distintas trayectorias profesionales que contemplan los estudiantes universitarios de la Universidad de Córdoba, la siguiente figura se muestra el porcentaje de quienes expresan una **alta intención (valores 5, 6 o 7 en escala Likert)** de seguir cada una de las opciones propuestas, al finalizar sus estudios y cinco años después.

Los resultados evidencian que la opción preferida continúa siendo la de trabajar por cuenta ajena en una empresa privada, con una elevada proporción de estudiantes que valoran esta alternativa de forma positiva. Sin embargo, destaca especialmente el dato relativo a la intención de emprender, que alcanza un nivel de aceptación muy similar, reflejando un **fuerte dinamismo en la orientación hacia el autoempleo** entre el estudiantado cordobés.

Asimismo, opciones como el empleo público y la sucesión en una empresa familiar también registran niveles de preferencia relevantes, lo que da cuenta de la **diversidad de aspiraciones profesionales** que coexisten en el seno del estudiantado.

Cabe señalar que, en esta edición, los datos relativos al horizonte de cinco años presentan ciertas limitaciones en su cobertura, motivo por el cual algunos valores no han podido ser representados en el gráfico. No obstante, los resultados disponibles permiten observar una clara predisposición hacia el emprendimiento y la empleabilidad inmediata en el sector privado.

Intenciones de elección de carrera profesional de los universitarios españoles al finalizar sus estudios y cinco años después



3.

Intenciones de elección de carrera emprendedora de los estudiantes

Con base en los datos proporcionados, se observa una clara preferencia inicial por el trabajo por cuenta ajena entre los egresados universitarios. Al finalizar sus estudios, un 75,9% de los encuestados optan por trabajar como empleados, ya sea en pequeñas (5,6%), medianas (11,8%) o grandes empresas (14,7%), en organizaciones sin ánimo de lucro (1,1%), instituciones académicas (20,1%) o como empleados públicos (22,6%). Esta preferencia, aunque ligeramente inferior, se mantiene cinco años después, con un 68,9% que continúa en empleos por cuenta ajena.

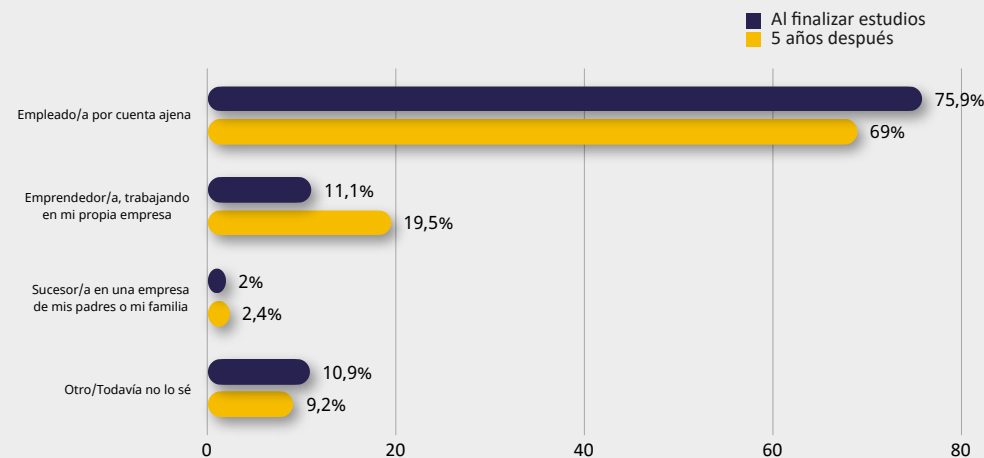
Resulta particularmente relevante el aumento del emprendimiento con el paso del tiempo. Mientras que un 11,1% de los egresados se plantean trabajar en su propia empresa justo al terminar sus estudios, este porcentaje asciende al

19,5% cinco años después, reflejando un creciente interés por el autoempleo y la creación de proyectos propios a medida que se adquiere experiencia y madurez profesional.

También se observa una ligera estabilidad en la figura del sucesor empresarial, tanto en empresas familiares (1,2% al finalizar; 1% cinco años después) como en otras no controladas por la familia (0,8% y 1,4%, respectivamente), lo que sugiere que esta opción sigue siendo minoritaria, aunque con un leve repunte en el mediano plazo.

Finalmente, el grupo que no tiene una opción clara ("otro/todavía no lo sé") disminuye ligeramente con el tiempo, pasando del 10,9% al 9,2%, lo que puede interpretarse como una progresiva definición de los objetivos profesionales tras la inserción en el mercado laboral.

Intención de elección de carrera profesional por categorías



3.

Intenciones de elección de carrera emprendedora de los estudiantes

El 69% de los egresados universitarios continúan optando por el empleo por cuenta ajena cinco años después de finalizar sus estudios, lo que refleja una leve disminución respecto al 75,9% que lo elegía al terminar la universidad. Esta evolución muestra una cierta consolidación del empleo tradicional, aunque también deja entrever un desplazamiento progresivo hacia otras opciones profesionales.

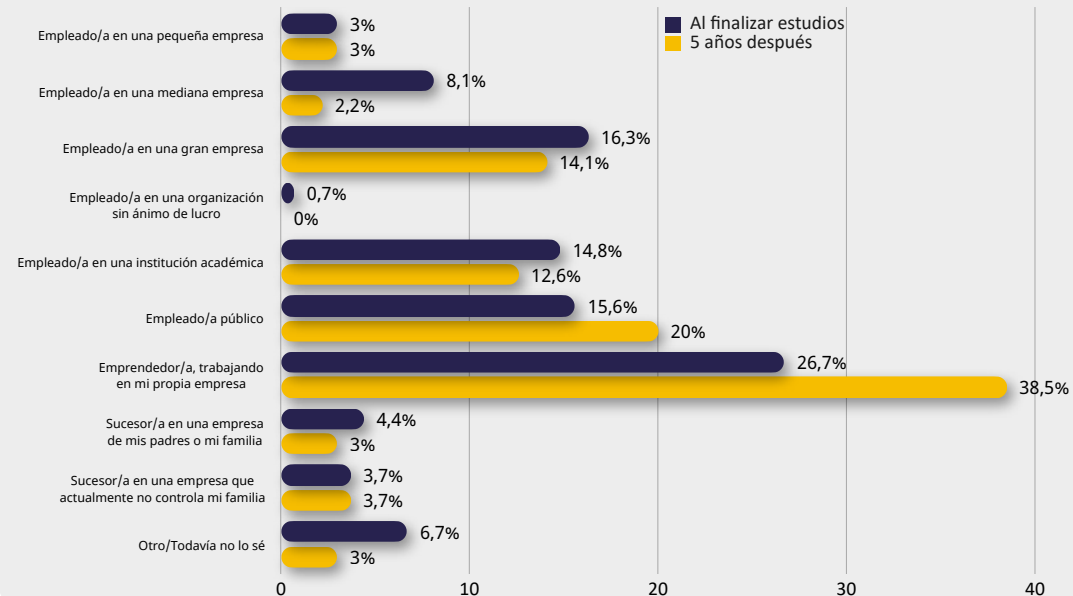
En particular, destaca el crecimiento sostenido del emprendimiento: el 11,1% de los encuestados manifestaba intención de trabajar en su propia empresa al finalizar sus estudios, porcentaje que asciende hasta el 19,5% cinco años después. Este incremento de más de ocho puntos pone de manifiesto un cambio relevante en las aspiraciones profesionales, vinculado probablemente al desarrollo

de experiencia, redes y mayor confianza en el proyecto propio, y se alinea con la tendencia observada en estudios europeos que destacan la maduración de la vocación emprendedora con el paso del tiempo.

Por su parte, la figura del sucesor en empresas familiares se mantiene relativamente estable (2% al finalizar; 2,4% cinco años después), confirmando que este camino sigue siendo minoritario, aunque con una ligera consolidación en el medio plazo.

Finalmente, el porcentaje de quienes no tienen una opción definida disminuye moderadamente del 10,9% al 9,2%, lo que indica una mayor claridad en la orientación profesional conforme avanza el tiempo desde la graduación universitaria.

Intención de emprender al terminar los estudios e intención de emprender a los 5 años



3.

Intenciones de elección de carrera emprendedora de los estudiantes

Entre los estudiantes que manifiestan una intención emprendedora inmediata al finalizar sus estudios, un elevado 74,1 % mantiene dicha preferencia como trayectoria profesional deseada a cinco años vista. Este dato pone de manifiesto una notable estabilidad en la intención emprendedora dentro de este grupo. No obstante, un 25,9 % de estos emprendedores actuales contempla alternativas profesionales a medio plazo, orientándose hacia el empleo por cuenta ajena, ya sea en pequeñas o medianas empresas, en el sector público o en instituciones académicas, o bien declarándose indecisos.

Esta diversidad de trayectorias indica que, aunque el espíritu emprendedor está consolidado en buena parte del alumnado, factores como la seguridad laboral, el entorno institucional o el contexto económico podrían influir en la evolución de sus decisiones profesionales.

4.

Actividades emprendedoras

En relación con este epígrafe, es relevante señalar que el 18,6% del estudiantado encuestado declara estar actualmente involucrado en un proyecto de creación de una start-up, lo que representa un total de 135 estudiantes de los 727 participantes en el estudio. Este indicador muestra una leve disminución respecto al año anterior (20,9%) y evidencia que una parte minoritaria, aunque significativa, del alumnado está dando pasos activos hacia el emprendimiento real.

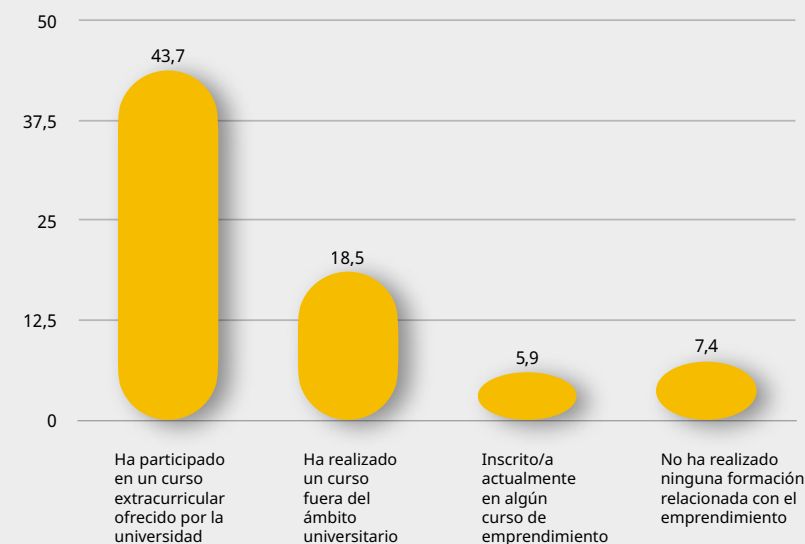
4.1. Emprendimiento naciente o emergente

Respecto a este epígrafe, es importante destacar que la participación de los estudiantes universitarios en cursos o actividades formativas relacionadas con el emprendimiento sigue siendo limitada. Tal como refleja la encuesta, solo el 40%

del alumnado ha asistido a un curso de emprendimiento como parte de sus estudios universitarios, mientras que un 43,7% ha participado en un curso extracurricular ofrecido por su universidad. En menor medida, un 18,5% ha realizado un curso fuera del ámbito universitario, mientras que solo un 5,9% declara estar actualmente inscrito en algún curso de emprendimiento. Finalmente, un 7,4% de los estudiantes encuestados afirma no haber realizado ninguna formación relacionada con el emprendimiento.

Estos resultados permiten identificar tanto el alcance como las limitaciones actuales en cuanto a la formación emprendedora del estudiantado, y apuntan a la necesidad de seguir fortaleciendo las iniciativas formativas en este ámbito desde las instituciones de educación superior.

Proyectos start-ups emergentes



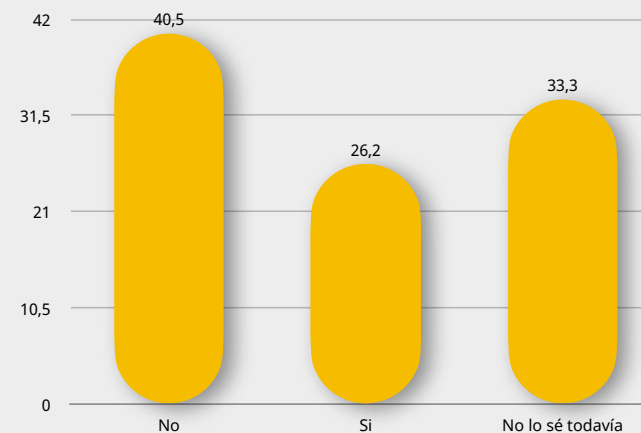
4.

Actividades emprendedoras

En cuanto a las expectativas de dedicación futura, el 26,2% de los emprendedores nacientes indicó que planea que su negocio se convierta en su principal ocupación tras finalizar los estudios universitarios. En cambio, el 40,5% manifestó que no tiene esa intención, y un 33,3% aún no lo sabe con certeza.

Estos datos que se muestran en la siguiente figura muestran un nivel de compromiso moderado con el emprendimiento como salida profesional principal, pero también reflejan una importante cuota de incertidumbre o falta de definición entre quienes ya han iniciado un proyecto.

Deseo del emprendedor emergente de que el negocio se convierta en su principal ocupación tras graduarse



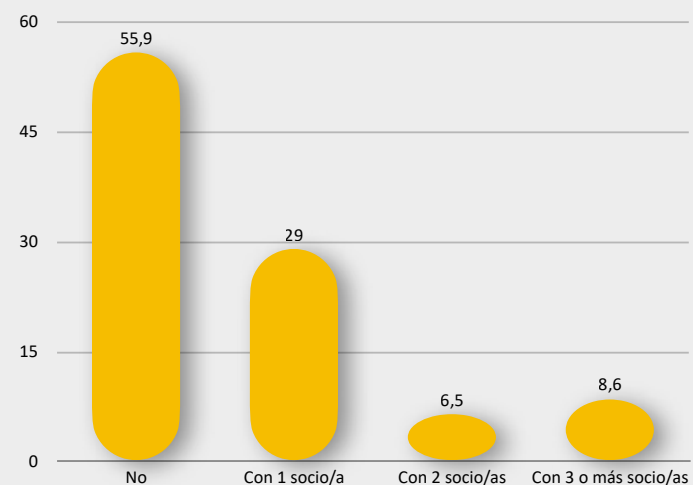
4.

Actividades emprendedoras

Respecto a la composición del equipo cofundador, más de la mitad del estudiantado emprendedor (55,9%) afirma no tener previsto contar con socios en su proyecto, mientras que un 29% señala que lo hará con un/a socio/a, un 6,5% con dos y un 8,6% con tres o más socios/as.

Si bien solo una pequeña parte del total de emprendedores (7,1%) declara tener claro cómo se conformará su equipo, entre quienes sí lo saben, el 86,7% incluye al menos a una mujer, el 60% contempla a compañeros/as de estudio y el 20% a personas de su propia familia, lo que denota la diversidad y la influencia del entorno cercano en estas iniciativas.

Número de cofundadores del proyecto emergente



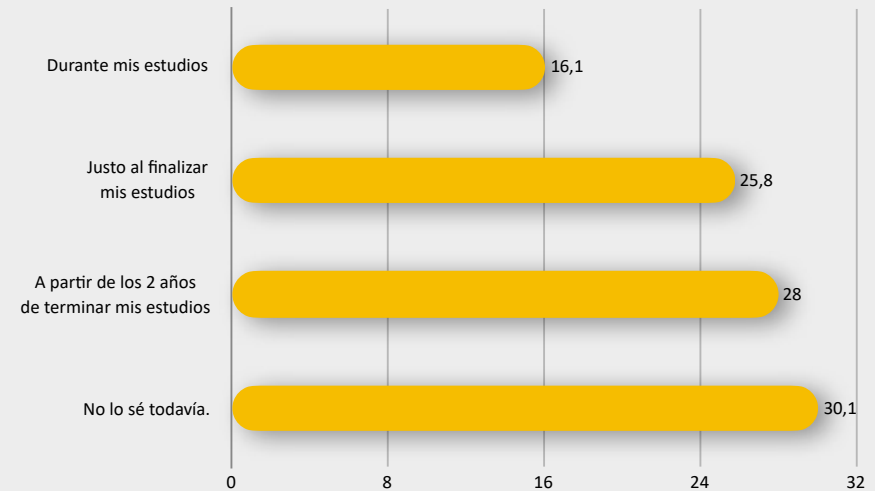
4.

Actividades emprendedoras

En relación con los plazos estimados para la fundación de la empresa, el 16,1% de los emprendedores emergentes espera culminar el proceso durante sus estudios universitarios, el 25,8% justo después de terminarlos, mientras que el 28% estima hacerlo dos años más tarde y un 30,1% aún no lo tiene claro.

Esta distribución muestra que, si bien existe un interés manifiesto por emprender, la mayoría de los proyectos aún se encuentra en una fase incipiente o en proceso de maduración.

Finalización del proceso de fundación



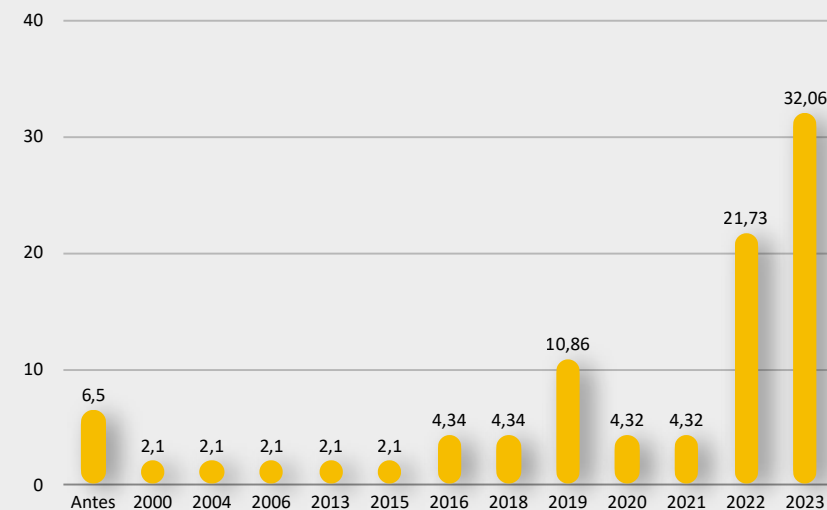
4.2. Emprendimiento activo

En cuanto al emprendimiento activo, los datos revelan que 54 estudiantes, lo que representa un 7,4% del total encuestado (n = 727), se encuentran actualmente gestionando un negocio ya fundado y en funcionamiento. Por el contrario, la gran mayoría —el 92,6%— no se considera todavía emprendedor activo. Al analizar el año de fundación de estas iniciativas emprendedoras, se observa que el 32,1% de las empresas activas fueron creadas en 2023, seguido de un 21,7% en 2022 y un 10,9% en 2019, lo que evidencia una concentración reciente de actividad emprendedora. En conjunto, el 58,7% de los negocios fueron fundados entre los años 2019 y 2023, lo que pone de relieve el carácter incipiente de la mayoría de los proyectos.

No obstante, también se han registrado casos de empresas creadas en años anteriores —como 2000, 2004, 2006, 2013 o 2015— lo que indica que parte del estudiantado compagina su formación universitaria con iniciativas empresariales previamente constituidas.

Estos datos reflejan tanto la emergencia de nuevas vocaciones emprendedoras entre el estudiantado universitario como la necesidad de consolidar mecanismos institucionales de apoyo para garantizar la continuidad y sostenibilidad de estos proyectos a medio y largo plazo.

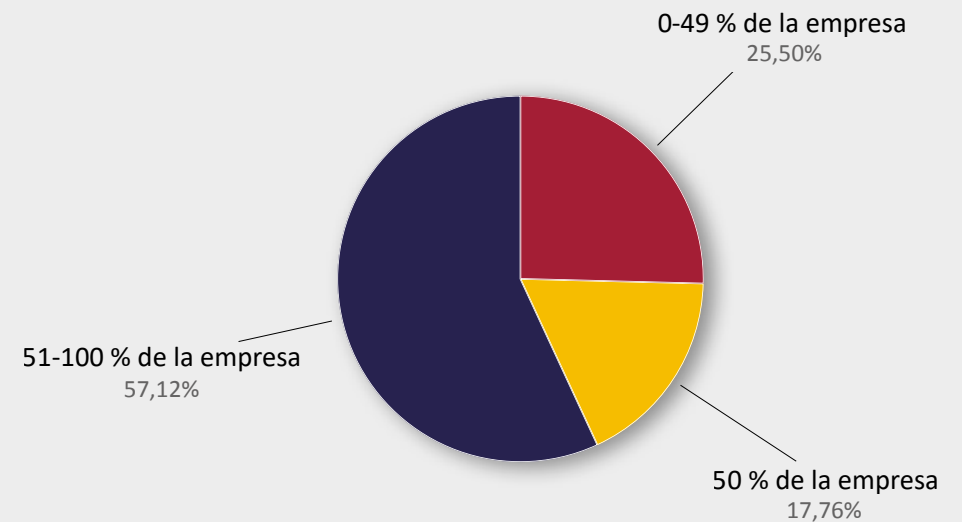
Año de fundación de las empresas de los emprendedores activos



En relación con el número de empleados de las iniciativas emprendedoras que se encuentra en el gráfico siguiente, se observa que el 40 % de ellas cuenta únicamente con un trabajador, lo que indica un predominio de empresas unipersonales. Además, solo el 5 % dispone de más de cinco empleados, lo que evidencia el carácter reducido de la mayoría de estas iniciativas.

Este dato guarda coherencia con el nivel de participación de los emprendedores en sus propios negocios, ya que el 57,12 % posee más del 50 % de la propiedad, lo que sugiere estructuras empresariales centradas en una sola persona o en pequeños equipos, especialmente en fases iniciales del emprendimiento.

Participación en la empresa



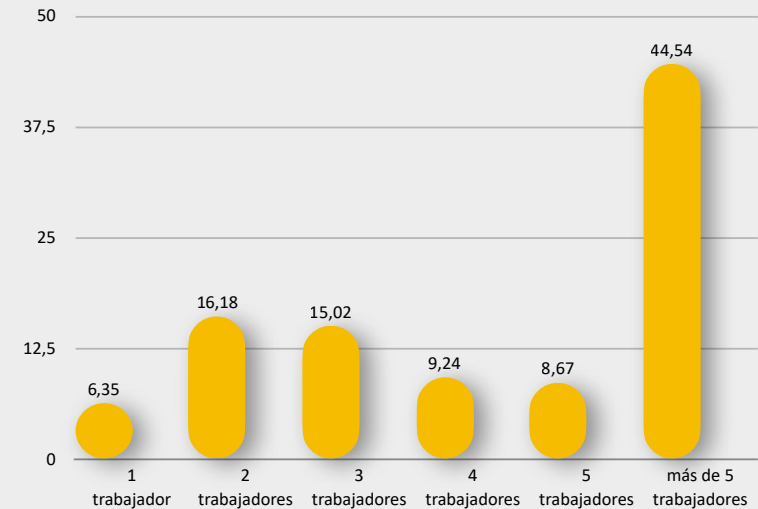
4.

Actividades emprendedoras

En cuanto al número de empleados en las iniciativas emprendedoras que aparece en la siguiente figura, se observa que la mayoría presenta una estructura reducida: el 16,18 % cuenta con un único trabajador y el 6,35 % no dispone de empleados. Las cifras disminuyen progresivamente a medida que aumenta el tamaño de la plantilla, situándose en un 15,02 % para quienes tienen dos trabajadores, un 9,24 % para tres, un 8,67 % para cuatro y un 5,78 % para cinco. Un 2,89 % cuenta con seis empleados.

Sin embargo, resulta especialmente llamativo que el 44,54 % de las iniciativas afirme tener más de seis trabajadores, lo que podría deberse a la participación en proyectos colectivos, a una interpretación amplia del concepto de plantilla o a modelos de negocio con mayor capacidad de generar empleo desde etapas tempranas. Esta distribución refleja una polarización entre proyectos de autoempleo o microescala y otros con mayor dimensión organizativa.

Número de empleados en las empresas de los emprendedores activos



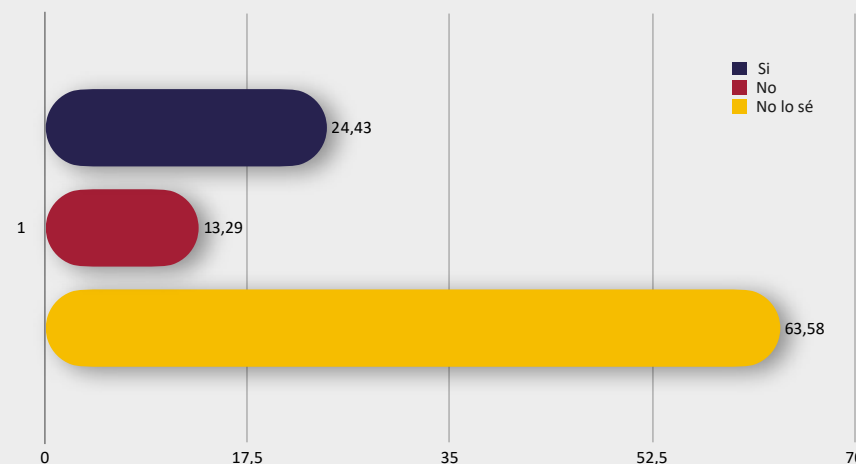
4.

Actividades emprendedoras

Sorprendentemente, la siguiente figura muestra que un 63,6 % de los emprendedores activos indicó que su negocio no sería su principal ocupación una vez finalizados los estudios, lo que contrasta notablemente con el 37,5 % registrado en el conjunto de estudiantes españoles y el 30,1 % de la muestra global. Solo un 24,4 % manifestó que sí continuaría con su negocio como actividad principal, mientras que un 13,3 % respondió negativamente.

Estos datos sugieren que, en el contexto cordobés, el emprendimiento se concibe en muchos casos como una experiencia formativa o complementaria, más que como una opción profesional consolidada al término de los estudios.

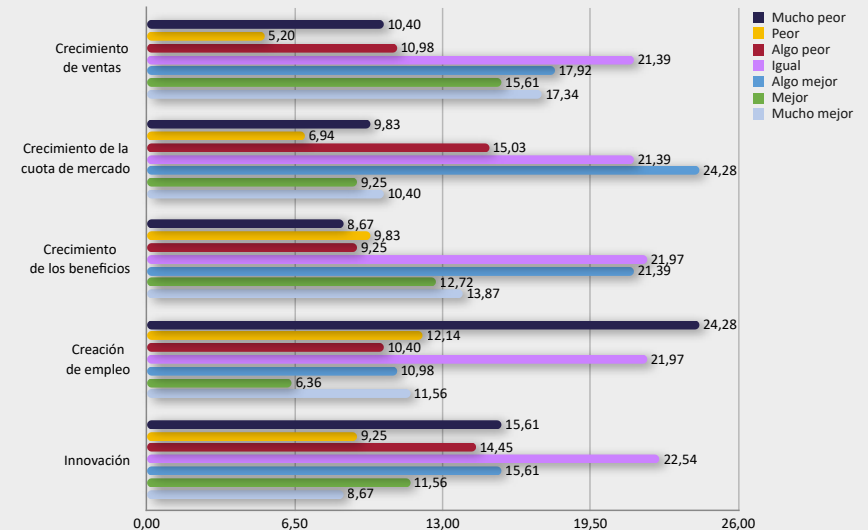
Deseo del emprendedor de que el negocio se convierta en su ocupación principal tras graduarse



En relación con la valoración del crecimiento de la cuota de mercado, los resultados muestran una distribución heterogénea a lo largo de los distintos grupos analizados. Aunque una parte del estudiantado percibe una mejora, con valores entre el 8,67 % y el 17,34 % en la opción “mucho mejor” y entre el 6,36 % y el 15,61 % en la opción “mejor”, destaca también la persistencia de respuestas negativas. En concreto, entre un 8,67 % y un 24,28 % considera que el crecimiento de la cuota de mercado ha sido “mucho peor”, y entre un 9,25 % y un 15,03 % lo valora como “algo peor”. La categoría intermedia (“igual”) concentra, en todos los casos, más del 21 % de las respuestas, lo que sugiere una percepción general de estabilidad, aunque con importantes diferencias entre los subgrupos.

Estos datos reflejan una apreciación diversa del desempeño comercial, con un equilibrio entre quienes perciben mejoras y quienes observan un estancamiento o incluso un retroceso en la cuota de mercado.

Autoevaluación del rendimiento de la empresa del emprendedor activo en comparación con sus competidores



5.

Factores de influencia en el emprendimiento

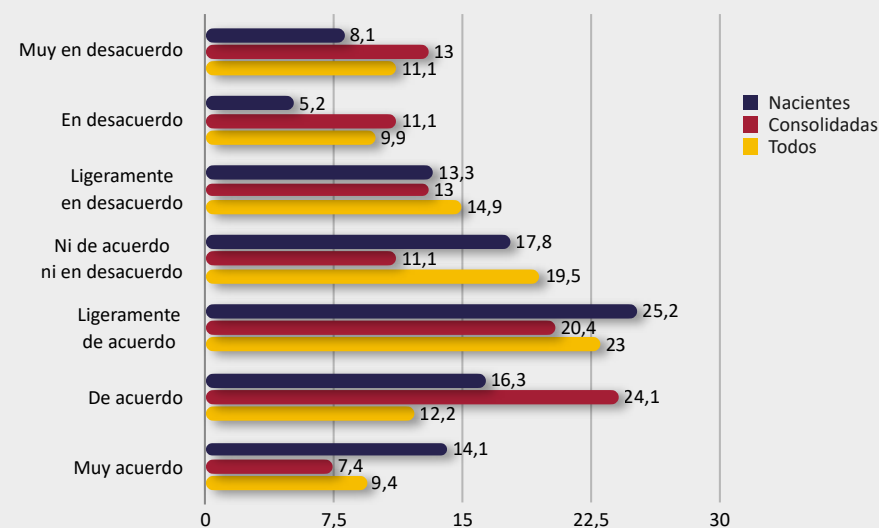
5.1. El contexto de la universidad

A la afirmación “El clima de mi universidad me inspira a desarrollar ideas para crear nuevos negocios”, las respuestas de los estudiantes muestran una percepción diversa, con diferencias entre quienes están en fases nacientes y consolidadas de su actividad emprendedora. Entre los estudiantes con iniciativas nacientes, un 25,2% se muestra ligeramente de acuerdo con la afirmación, seguido por un 17,8% que se posiciona en un punto neutro (ni de acuerdo ni en desacuerdo) y un 16,3% que está de acuerdo. En el extremo positivo, un 14,1% se declara muy de acuerdo.

Por otro lado, entre los estudiantes con iniciativas consolidadas, el 24,1% está de acuerdo, mientras que un 20,4% se declara ligeramente de acuerdo. No obstante, también se observa un 13% que se muestra ligeramente en desacuerdo y un 13% que está muy en desacuerdo, lo que indica cierta polarización.

En términos generales (todos los estudiantes), un 23% está ligeramente de acuerdo con que el clima universitario les inspira a crear nuevos negocios, seguido de un 19,5% que se muestra neutral, y un 12,2% que está de acuerdo. No obstante, un 11,1% está muy en desacuerdo, reflejando así una percepción algo crítica por parte de una parte significativa del alumnado.

El clima de mi universidad inspira a desarrollar ideas para crear nuevos negocios



5.

Factores de influencia en el emprendimiento

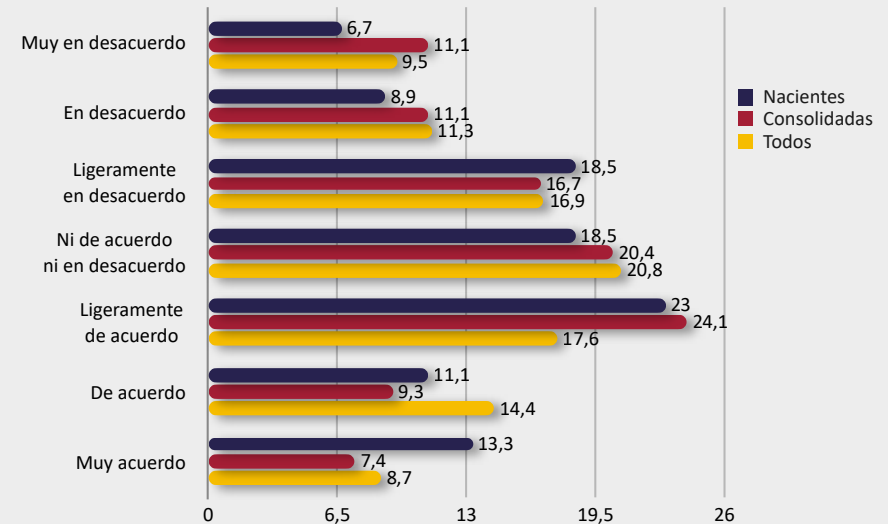
Ante la afirmación “En mi universidad existe un clima favorable para convertirme en emprendedor/a”, las respuestas de los estudiantes muestran una valoración dividida, aunque con un sesgo positivo moderado, especialmente entre quienes se encuentran en la fase naciente de su emprendimiento.

Entre estos estudiantes nacientes, el grupo más numeroso es el que se declara ligeramente de acuerdo (23%), seguido por quienes se muestran ni de acuerdo ni en desacuerdo (18,5%) y quienes están ligeramente en desacuerdo (18,5%). Un 13,3% se muestra muy de acuerdo con la afirmación, y un 11,1% de acuerdo, lo que refleja una percepción relativamente optimista en este grupo.

En cambio, entre quienes desarrollan proyectos consolidados, predominan también los posicionamientos intermedios: un 24,1% está ligeramente de acuerdo y un 20,4% permanece neutral. No obstante, un 11,1% se muestra en desacuerdo y otro 11,1% muy en desacuerdo, lo que sugiere una visión algo más crítica que la del grupo naciente.

En términos generales (todos los estudiantes), el porcentaje más alto corresponde a quienes optan por una posición neutral (20,8%) o ligeramente de acuerdo (17,6%). No obstante, un 9,5% del total se muestra muy en desacuerdo con la afirmación, lo que evidencia la necesidad de mejorar el entorno institucional para fomentar el emprendimiento de forma más decidida.

En mi universidad existe un clima favorable para convertirme en emprendedor/a



5.

Factores de influencia en el emprendimiento

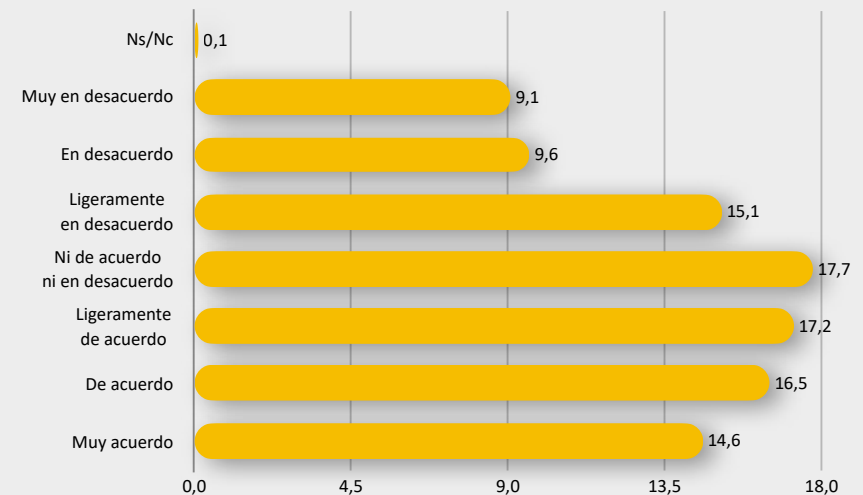
Respecto a la afirmación “En mi universidad puedo obtener fácilmente asesoramiento y orientación en materia de emprendimiento”, los resultados reflejan percepciones mixtas, con cierta dispersión entre niveles de acuerdo y desacuerdo.

En el grupo de estudiantes con iniciativas nacientes, el 17% se muestra muy de acuerdo con la afirmación, mientras que un 14,1% está de acuerdo y un 18,5% ligeramente de acuerdo. No obstante, también un 17,8% se muestra ligeramente en desacuerdo, un 8,9% en desacuerdo y otro 8,9% muy en desacuerdo, lo que indica que las experiencias de acceso al asesoramiento son desiguales dentro de este grupo.

En el caso de los estudiantes con iniciativas consolidadas, los niveles de insatisfacción son algo más altos: un 14,8% se muestra en desacuerdo y un 13% muy en desacuerdo. Solo un 13% está de acuerdo y otro 13% muy de acuerdo, mientras que la mayoría se reparte entre posiciones intermedias.

A nivel general (todos los estudiantes), el grupo más numeroso se sitúa en una posición neutral (17,7%), seguido por quienes están ligeramente de acuerdo (17,2%) y de acuerdo (16,5%). A pesar de que casi la mitad de los estudiantes muestra algún grado de acuerdo, los porcentajes de desacuerdo (ligero, claro o muy claro) suman más de un tercio, lo que evidencia que todavía existen barreras percibidas para acceder de forma ágil y efectiva a servicios de asesoramiento en emprendimiento dentro de la universidad.

En mi universidad puedo obtener fácilmente asesoramiento y orientación en materia de emprendimiento



5.

Factores de influencia en el emprendimiento

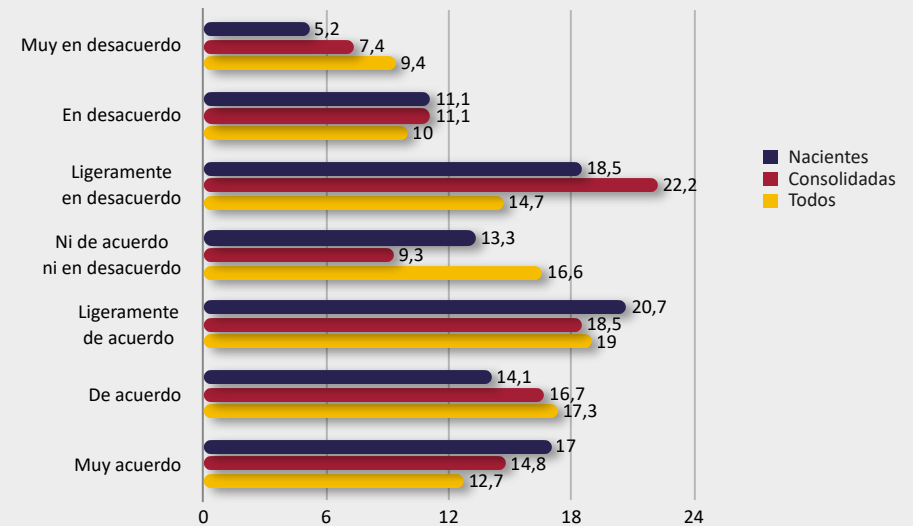
A la afirmación “En mi universidad me motivan para participar en actividades emprendedoras”, las respuestas muestran una distribución equilibrada entre percepciones positivas y negativas, con ligeras diferencias entre estudiantes con proyectos nacientes y aquellos con iniciativas consolidadas.

Entre los estudiantes con proyectos nacientes, el 17% se muestra muy de acuerdo y un 14,1% de acuerdo con la afirmación, mientras que el grupo mayoritario (20,7%) se declara ligeramente de acuerdo. No obstante, un 18,5% se posiciona ligeramente en desacuerdo y un 11,1% en desacuerdo, lo que sugiere que una parte importante del alumnado no se siente suficientemente incentivada.

En el grupo de estudiantes con iniciativas consolidadas, la percepción es similar: un 16,7% está de acuerdo y un 14,8% muy de acuerdo, pero un 22,2% se muestra ligeramente en desacuerdo, lo que representa la respuesta más frecuente dentro de este grupo.

En términos generales (todos los estudiantes), un 19% se muestra ligeramente de acuerdo con sentirse motivado, un 17,3% de acuerdo, y un 12,7% muy de acuerdo. Sin embargo, un 14,7% está ligeramente en desacuerdo, y un 10% en desacuerdo, lo que refleja que aún existe margen de mejora en la estrategia institucional de motivación emprendedora, especialmente en lo que respecta a la implicación activa del estudiantado.

En mi universidad me motivan para participar en actividades emprendedoras



5.2. Tipo de estudios

La tabla muestra la distribución de estudiantes con proyectos nacientes, consolidados, así como la intención de emprender al finalizar los estudios y cinco años después, desglosada por área de conocimiento. El análisis revela patrones interesantes respecto a la vocación y consolidación del emprendimiento según el campo académico.

Las áreas con mayor peso en proyectos nacientes son Ingeniería (25,2%) y Artes y Humanidades (17,8%), seguidas por Ciencias Sociales (11,9%) y Administración/Empresa (14,8%). Esta tendencia se mantiene en gran parte en los proyectos consolidados, donde destacan nuevamente Ingeniería y Artes y Humanidades (ambas con 22,2%), si bien algunas disciplinas como Medicina/Ciencias de la Salud y Matemáticas ganan ligeramente en representación.

Al observar la intención de emprender al finalizar los estudios, el mayor interés se concentra en Ingeniería (17,2%), seguida por Ciencias Sociales (18,4%), Artes y Humanidades (19,8%) y Administración/Empresa (11,8%). En cambio, áreas como Matemáticas, Económicas y Artes Escénicas apenas registran intención emprendedora en el corto plazo.

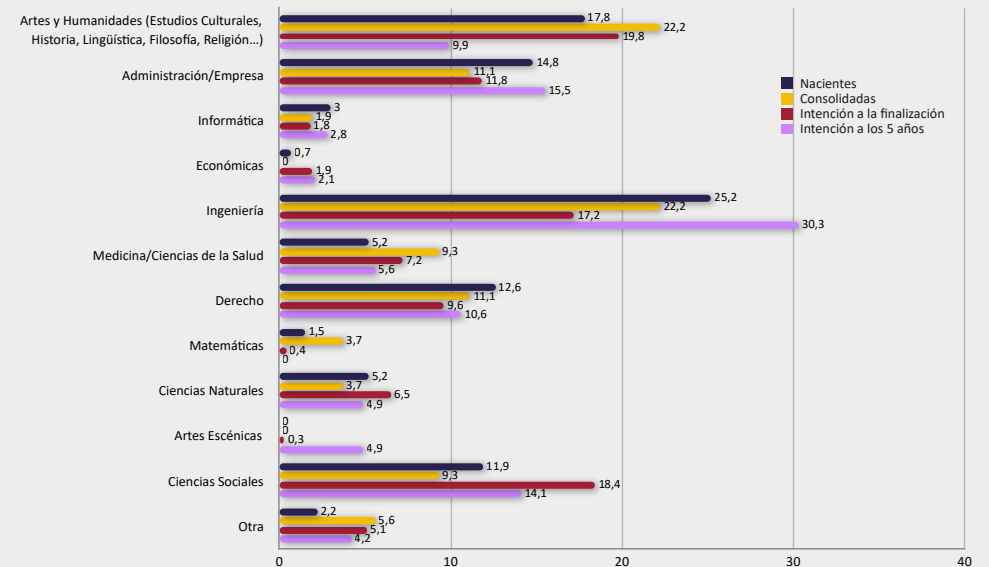
5.

Factores de influencia en el emprendimiento

Sin embargo, al proyectar la intención de emprender a cinco años vista, la Ingeniería muestra el salto más significativo, alcanzando el 30,3%, lo que sugiere una maduración de la vocación emprendedora a medio plazo. Le siguen Administración/ Empresa (15,5%), Ciencias Sociales (14,1%) y Derecho (10,6%). En cambio, Artes y Humanidades, que lideraba las fases iniciales, desciende hasta un 9,9%, lo que puede reflejar cierta desmovilización posterior o dificultades de consolidación en ese campo.

Este análisis sugiere que, si bien el emprendimiento universitario se inicia en una amplia variedad de disciplinas, la proyección a futuro es especialmente fuerte en áreas como Ingeniería y Empresa, donde probablemente influyen factores como la aplicabilidad técnica, el entorno de innovación y las oportunidades de mercado. Estos resultados pueden orientar las políticas de apoyo emprendedor hacia enfoques más personalizados según disciplina y momento del ciclo académico.

Intención de los emprendedores por rama de conocimiento



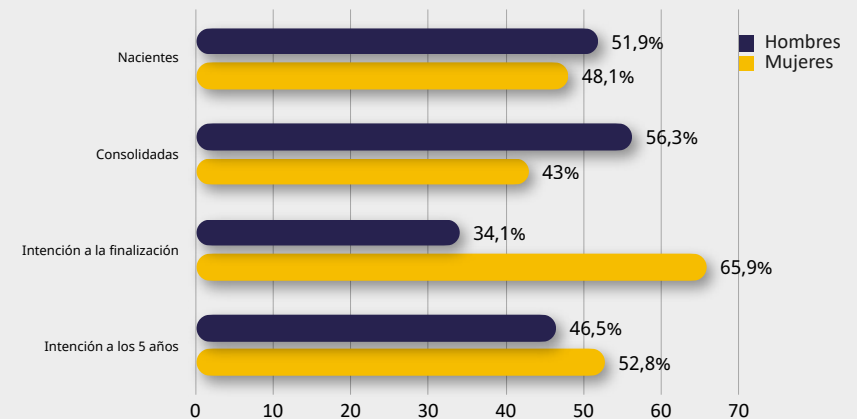
5.3. Género

La participación emprendedora muestra diferencias claras entre hombres y mujeres, tanto en términos de actividad actual como de intención futura de emprender. En las fases actuales del emprendimiento, los hombres representan el 51,9% de los proyectos nacientes y el 56,3% de los consolidados, lo que indica una mayor presencia masculina en la puesta en marcha y mantenimiento de iniciativas emprendedoras. Por el contrario, las mujeres constituyen el 48,1% de los proyectos nacientes y descienden al 43% en los consolidados, lo que puede sugerir una menor tasa de continuidad o mayores barreras para consolidar sus proyectos.

Sin embargo, esta tendencia se invierte cuando se analiza la intención de emprender: el 65,9% de quienes expresan intención de emprender al finalizar sus estudios son mujeres, frente a un 34,1% de hombres. Incluso a cinco años vista, el porcentaje de mujeres que manifiestan intención emprendedora sigue siendo superior (52,8%) al de los hombres (46,5%), aunque la diferencia se reduce.

Este patrón sugiere que, si bien los hombres actualmente tienen mayor presencia en el emprendimiento efectivo, las mujeres muestran una vocación emprendedora creciente y sostenida en el tiempo. La diferencia entre intención y consolidación en el caso femenino podría señalar obstáculos estructurales o falta de apoyos específicos que impiden materializar esa intención en proyectos reales, lo que pone de relieve la importancia de diseñar políticas de acompañamiento y formación emprendedora con perspectiva de género.

Diferencias de género en los emprendedores



6.

Casos inspiradores nacidos en la Universidad de Córdoba

6.1. BONCAI

Presentación del equipo fundador e idea general de empresa

Somos Sol y Cristina, arquitectas y apasionadas del interiorismo y el diseño. Juntas fundamos BONCAI, un estudio que nace del deseo de crear espacios que transmitan calma, identidad y funcionalidad.

En BONCAI entendemos el diseño como una forma de cuidar a las personas. Por eso, nuestro enfoque arquitectónico se basa en la sensibilidad hacia las necesidades de cada cliente, priorizando siempre el bienestar, la comodidad, la funcionalidad, el estilo y el orden. Cada proyecto, sin importar su tamaño —desde pequeñas estancias hasta intervenciones completas—, es una oportunidad para crear lugares con alma, donde la estética y la funcionalidad convivan en equilibrio.

Trabajamos de forma completamente personalizada, poniendo especial atención tanto en la calidad espacial como en la elección de materiales. Nos inspiran los materiales nobles y naturales como maderas, piedras, metales o textiles, que aportan calidez y textura. Nos gusta combinar elementos contemporáneos con piezas recuperadas o de valor emocional, dando como resultado espacios eclécticos, honestos y llenos de carácter.

En BONCAI creemos que el diseño bien pensado transforma la vida cotidiana, creando entornos que no solo se ven bien, sino que se sienten bien.

Motivo principal que les llevó a emprender

Después de varios años en el mundo empresarial de la arquitectura, nos dimos cuenta de las necesidades existentes en nuestro entorno. Detectamos que las personas enfrentaban barreras a la hora de realizar cambios o reformas en sus espacios. Muchas veces, no disponían del tiempo suficiente para dedicarse a ello, acudir a un profesional les suponía prejuicios previos en cuanto a inversión de dinero y tiempo para agendar reuniones. Aquellos que decidían no contactar con un profesional terminaban sin obtener los resultados esperados, Todo esto nos motivó a intentar ayudar a estas personas de manera, brindándoles apoyo y asesoramiento. Nace nuestra pequeña aventura empresarial BONCAI



Principales dificultades encontradas

Como en todo proceso de emprender, hemos enfrentado desafíos importantes. Uno de los más frecuentes es la extensión de plazos que no dependen directamente de nosotras, sino de agentes externos como proveedores, gremios o trámites administrativos. A pesar de nuestra planificación, hay factores que escapan a nuestro control. Aun así, cada desafío nos impulsa a mejorar la comunicación, afinar los procesos y seguir creciendo con compromiso y paciencia.

¿Quién o quiénes ayudaron en el momento de arrancar?

Al comienzo, simplemente hacíamos obras sin una estrategia clara. Nos apasionaba lo que hacíamos, pero no teníamos del todo definido qué era una idea de negocio ni cómo estructurar un plan empresarial sólido. Todo cambió cuando, gracias a mi madre, conocimos el programa *EmprendeUCO*, impulsado por la Diputación de Córdoba, la Universidad de Córdoba y Fundecor. A través de esta iniciativa accedimos a una formación completa, con sesiones de mentoría y acompañamiento personalizado por parte de profesionales expertos. Este apoyo fue clave para empezar a tomar decisiones con mayor seguridad, adoptar una mirada más estratégica. El programa sienta unas bases muy sólidas, pero la evolución del proyecto es un proceso continuo. ahora contamos con una visión más global y estructurada. Además, si algo no funciona, tenemos las herramientas necesarias para corregir el rumbo y tomar mejores decisiones.

Consejos que darías a las personas de tu universidad relacionadas con la aventura de Emprender

Les aconsejaría que se interesen y aprovechen los programas de apoyo al emprendimiento que ofrece la universidad y otras instituciones. Son una fuente valiosa de formación, acompañamiento y orientación para dar los primeros pasos con más claridad y seguridad.

Emprender es un proceso que requiere paciencia, constancia y mucho cuidado. No todo sucede de inmediato, pero si hay pasión y compromiso, el camino se vuelve muy enriquecedor. Rodearse de personas que aporten experiencia y abrirse a aprender constantemente es clave para crecer y sostener un proyecto a largo plazo.

6.2. OCHO. CENTRO INTEGRAL DE SALUD

Presentación del equipo fundador e idea general de empresa

María Millán (32 años), Fundadora y CEO de Ocho - Centro Integral de Salud es Graduada en Fisioterapia por la Universidad de Jaén, continuó su formación con el Máster en "Técnicas Osteopáticas del Aparato Locomotor" por la Universidad de Salamanca, Máster en "Terapia Miofascial" por la Escuela Tupimek de Madrid, Experto en Pilates Clínico por la Escuela APPI en Londres, Experto en el Método Hipopresivo por la Escuela Marcel Caufriez en Málaga y actualmente cursando el Doctorado por la Escuela Oficial de Osteopatía de Madrid. Dicha formación continuada demuestra la gran pasión que siente María por ayudar a sus pacientes, continuando su formación con un Posgrado de Osteopatía Pediátrica en Madrid que dará comienzo en octubre de 2025.

Motivo principal que le llevó a emprender

Ha trabajado en un total de 11 clínicas entre Reino Unido y España. Fue la primera fisioterapeuta española trabajando oficialmente en Oxford (UK) durante 2 años. Decidió volver a España por el Brexit y continuó su trayectoria profesional en Málaga, Madrid y finalmente decidió regresar a Córdoba, su ciudad natal, para hacer realidad su sueño. Tras 9 años de experiencia profesional, María Millán decide fundar Ocho - Centro Integral de Salud con la intención de ayudar a las personas a buscar el equilibrio de Cuerpo, Mente y Alma mediante una metodología innovadora conocida como Método Fullness. Tras una larga trayectoria profesional, María observaba que los pacientes necesitaban algo más que una sesión de Fisioterapia y Osteopatía, los pacientes necesitaban sobre todo ser escuchados y comprendidos.

La mayoría de los pacientes que acuden a clínica presentan un cuadro psicoemocional alterado que es uno de los factores principales de su dolor, y en estos casos entender sus emociones y explicarles el origen de su dolor es clave para el éxito de la sesión, ya que, "comprender es aliviar". Por ello, María sintió la necesidad de crear el Método Fullness, aportando así a sus pacientes herramientas saludables (y conscientes) que transformen su salud y estilo de vida desde dentro hacia fuera para conseguir una salud plena, y, por ende, felicidad.

El principal valor diferencial de Ocho es el trabajo unificado y coordinado del equipo multidisciplinar ayudando a los pacientes de forma integral, cercana y personalizada. Los principales servicios del centro son Osteopatía, Fisioterapia, Ejercicio terapéutico, Fisiopilates, Podología y biomecánica, Nutrición y dietética, y Psicología sanitaria. Actualmente, el equipo multidisciplinar de Ocho cuenta con una fisioterapeuta y osteópata, dos podólogos, una nutricionista y una



psicóloga sanitaria y sexóloga, trabajando de forma cohesionada para la aplicación del Método Fullness mediante los servicios profesionales en el centro. Al mismo tiempo, se está desarrollando dicha metodología a través de una plataforma de salud y formación, un podcast y un libro para que las personas puedan conseguir una salud plena en Cuerpo, Mente y Alma desde cualquier parte.

Varios han sido los hitos conseguidos por María Millán en Ocho - Centro Integral de Salud. Su primer gran hito fue conseguir los primeros pacientes. Otro momento clave fue entrar en EmprendeUCO 8º Edición tras ser seleccionada por María García en una charla de emprendimiento organizada por Fundecor. Este programa de emprendimiento por la Universidad de Córdoba fue la clave para María durante los primeros 6 meses de emprendimiento, ya que, tuvo la suerte de contar con mentores expertos que la acompañaron y ayudaron a desarrollar e impulsar su modelo de negocio consiguiendo el 1º Premio Mejor Modelo de Negocio en la Gala Entrega

de Premios del Programa EmprendeUCO 2022. En ese mismo año, María Millán fue seleccionada por la Asociación de Jóvenes Emprendedores (AJE) de Córdoba para los Premios Mujer Emprendedora Cordobesa y “Ocho - Centro Integral de Salud” como una de las empresas que optaba al Premio Iniciativa Emprendedora en Córdoba.

Un hito a destacar que muestra la humanidad de María Millán es su participación de voluntaria como Fisioterapeuta y Osteópata por la Asociación Inspira Salud en Honduras en el verano de 2023. María decidió pasar sus vacaciones atendiendo a pacientes por todo el país, dando talleres de salud y autocuidado mediante el Método Fullness e impartiendo formación a los fisioterapeutas hondureños. Una experiencia muy enriquecedora para María tanto a nivel profesional, pero, sobre todo, a nivel personal.

Otro hito clave fue el reconocimiento de María Millán a la Excelencia Médica por la plataforma Top Doctors España como:

“uno de los 20 Fisioterapeutas de Córdoba mejor valorados”. Este reconocimiento respalda el compromiso de Ocho con la salud y bienestar integral de máxima calidad, basada en la evidencia científica, la experiencia clínica, la formación académica continuada y una atención personalizada y cercana a los pacientes. Además, en abril de 2025 María Millán publica su primer artículo en dicha plataforma como experta en el tratamiento del dolor mandibular, bruxismo y estrés mediante “Liberación Miofascial”, un tratamiento que ha ganado relevancia en la Fisioterapia al conseguir aliviar el dolor y tensión muscular de la mandíbula de manera efectiva.

Las principales dificultades encontradas fueron la falta de recursos económicos que ofrece el país en el momento que decides emprender. En el caso de María, había sido autónoma colaboradora de otros centros de fisioterapia y ya no podía optar a ninguna ayuda económica, siendo totalmente una situación diferente por el hecho de abrir un negocio en un local, tener que hacerle obra y todo lo

que conlleva montar un centro de salud. María tuvo que invertir sus ahorros y pedir ayuda económica a sus padres para la obra y mantenimiento de la empresa durante los primeros meses. De momento, la única ayuda que María ha recibido ha sido gracias a su esfuerzo por obtener el 1º Premio Mejor Modelo de Negocio por EmprendeUCO que como ella dice: “le salvó el primer verano de Córdoba ya que no había apenas trabajo”.

El mejor consejo para emprender es tener confianza en ti mismo y en el proyecto, rodearte de mentores que te ayuden, te acompañen y te impulsen a crecer, y sobre todo, ser perseverante. Emprender es un camino muy difícil, pero al mismo tiempo muy bonito cuando consigues obtener los frutos de las semillas que has ido sembrando con mucha paciencia y cariño. Como siempre digo: “Si me dieran a elegir, elegiría repetir”.

6.3. COBIOMIC

Presentación del equipo fundador e idea general de empresa

Cobiomic fue fundada por un equipo multidisciplinar formado por 4 doctores en biomedicina (2 investigadores Ramón y Cajal, Juan Rodés y Sara Borrel) junto a una figura internacional del mundo biotech procedente de la Universidad de Cambridge.

La idea surgió en el entorno académico, con el objetivo de trasladar al mercado soluciones de diagnóstico y monitorización personalizada basadas en análisis de biomarcadores. Nos propusimos desarrollar herramientas que permitieran una medicina más preventiva, precisa y accesible, especialmente en áreas como enfermedades inflamatorias crónicas y autoinmunes

Motivo principal que les llevó a emprender

Nos movía una convicción profunda: que el conocimiento generado en el laboratorio debía llegar a los pacientes. Detectamos una brecha entre los avances científicos y su aplicación clínica real, especialmente en el ámbito de los biomarcadores. Empezar fue nuestra forma de transformar resultados de investigación en productos útiles para la sociedad, y al mismo tiempo asumir el reto de crear valor desde la ciencia.

Principales dificultades encontradas

Una de las mayores dificultades fue compaginar el ritmo académico con el del entorno empresarial: los tiempos, prioridades y lenguajes son distintos. También fue un reto inicial entender el ecosistema regulatorio, financiero y de transferencia tecnológica. Y, por supuesto, el acceso a financiación temprana sin perder el control científico del proyecto.

COBIOMIC



¿Quién o quiénes ayudaron en el momento de arrancar?

En general instituciones como la Universidad de Córdoba, IMIBIC e IMDEEC. Tuvimos el apoyo de la oficina de transferencia de nuestra universidad, así como de programas públicos de impulso al emprendimiento biotecnológico. También fue clave contar con mentores expertos en innovación en salud y con una incubadora especializada en deep tech (Córdoba Biotech). Este acompañamiento fue fundamental para dar los primeros pasos con una base sólida.

Consejos que darías a las personas de tu universidad relacionadas con la aventura de emprender

No esperes a tenerlo todo perfectamente definido para empezar. Emprender desde la universidad es una oportunidad única: estás rodeado de talento, ideas y conocimiento. Rodéate de personas que complementen tus habilidades, escucha al mercado desde el primer día y no temas salir del laboratorio. Y, sobre todo: no te paralices por el miedo a equivocarte. Cada paso en falso es parte del aprendizaje.

6.4. FLAMINGO BIOMECHANICAL LAB

Presentación del equipo fundador e idea general de empresa

Flamingo Biomechanical Lab es una startup constituida en 2023 dedicada a la creación de gemelos digitales de cada paciente a través de pruebas de imagen, mejorando los resultados de estas con nuestro algoritmo y reduciendo el número de ellas para dar un diagnóstico más temprano y preciso. Logramos la mayor precisión a nivel mundial (10 micras), el cual permite conocer cada detalle de la cirugía, planificar y prevenir, además de crearlo en físico con materiales hiperrealistas para simular cada cirugía reduciendo el tiempo hasta en un 70% y su coste en un 40%.

La empresa ha sido reconocida a nivel nacional e internacional por varios premios, destacando entre ellos el de startup más innovadora reconocida por Forbes en 2024 y Labme Magallanes-ElCano por Startup más Innovadora de España, Portugal y Latinoamérica 2024. Su CEO y fundador Luis Martínez es graduado en Ingeniería Mecánica por la Universidad de Córdoba, MBA, máster en dirección logística y experto en fabricación aditiva, apasionado por la continua innovación en materiales y procesos.

Motivo principal que os llevó a emprender

Flamingo es el resultado de un trabajo de fin de grado y el deseo de aportar algo que realmente ayude a la sociedad. Durante este trabajo, se desarrolló la posibilidad de crear una réplica del corazón de un niño de 8 años a partir de un TAC, integrando un algoritmo desarrollado. El resultado de esto fue el motivo por el cual decidí emprender, no dejar esto como algo que publicar en un papel, si no hacerlo llegar de manera real a las personas, a los pacientes y poder ayudar.



Principales dificultades encontradas

Lo primero la falta de conocimiento y falta de formación empresarial, que poco a poco adquirí y sigo aprendiendo cada día más. El sector de la salud está repleto de retos, burocracia, falta de recursos, equipo y certificaciones. Poco a poco se han podido solventar, gracias al aprendizaje que se va realizando durante el camino y rodeándose de personas que realmente tienen el mismo objetivo e iniciativa para lograr nuestra meta.

¿Quién o quiénes ayudaron en el momento de arrancar?

Los inicios siempre son complicados dicen, mi familia sin duda fue una de las causas de poder dar el salto a emprender y poder contar con su apoyo te aclara las ideas que se pasan por la cabeza en ese momento entre seguir trabajando por cuenta ajena o iniciar tu camino. Por otro lado, tuve la suerte de contar con Pablo, mi tutor de TFG, que hoy en día sigue apoyando el proyecto y me dio a conocer entidades de la Universidad como Fundecor y acceder a espacios del ayuntamiento como la Incubadora Córdoba Biotech.

Consejos que darías a las personas de tu universidad relacionadas con la aventura de Emprender

El consejo principal que daría a la gente es que siempre lleven a cabo sus ideas, que nunca se queden con la duda. Pero eso sí, siempre preguntándose varias veces, analizándolo y preguntarse si ¿realmente esto me hace feliz? El emprendimiento sin duda te va a dar lecciones y situaciones que jamás habrías pensado en algún momento de tu vida que estarías involucrado/a. Es un reto cada día, donde nadie te regalará nada, pero la satisfacción por lograr esos objetivos en equipo no tiene palabras. El límite es la imaginación y en el emprendimiento sucede, tus pones tus propios límites y puedes cambiar cualquier cosa teniendo un propósito.

6.5. INSPIRA RURAL

Presentación del equipo fundador e idea general de empresa

El equipo de InspiraRural está formado por los hermanos José David y Alba Díaz Mohedano, Ingeniero agrónomo y maestra respectivamente. El objetivo principal de la empresa es poner en valor el sector primario, pequeños productores y productos de elevada calidad. Para ello han realizado un trabajo de investigación recuperando y comercializando el famoso tomate rosado de alcolea, un producto muy demandado y de una calidad excepcional.

Motivo principal que os llevó a emprender

El motivo principal del surgimiento de InspiraRural fue acabar con el poco reconocimiento de la sociedad hacia el sector más importante, el primario. La alimentación y todo lo que ello engloba ha de estar posicionado como esencial, y nuestros productores han de tener el reconocimiento que merecen. Desde InspiraRural apostamos por nuestros productores, sus productos, sus tradiciones y su crecimiento más allá de la propia zona de producción. Gracias a InspiraRural, los productos cordobeses están comenzando a llegar a todo el país, incluso fuera de la península, como son las Islas Canarias.

Principales dificultades encontradas

Las dificultades en el mundo del emprendimiento empresarial en el ámbito agrícola se centran en la dificultad de acceso a la tierra. Es prácticamente inviable emprender en el sector rural sin poder acceder a la tierra sobre la que posteriormente poder trabajar. En muchos casos hay que recurrir a los arrendamientos para posteriormente poder acceder a la compra. Sin suelo no hay actividad agraria, y por desgracia, el acceso a este suelo es muy difícil por el aspecto económico. También se sufre mucho el tema burocrático desde el ámbito rural, que en muchas ocasiones se hace eterno mientras la producción se ha de atender.



¿Quién o quiénes ayudaron en el momento de arrancar?

Nuestra idea principal de proyecto surge durante nuestra participación en el programa EmprendeUCO de la universidad - diputación de Córdoba, donde nos brindaron una gran oportunidad para definir nuestro camino emprendedor. Sin ellos, nada de lo que hemos logrado hasta el momento hubiera sido posible. También recibimos apoyo y ayuda de otras entidades, como banco Santander universidades, y el campus de excelencia internacional agroalimentario.

Consejos que darías a las personas de tu universidad relacionadas con la aventura de Emprender

En primer lugar, les diría que enhorabuena por el simple hecho de tener una idea en mente con el objetivo de hacerlo empresa, ese es el primer paso para el emprendimiento. A esto le sumaría que pensarán fríamente cómo de buena es su idea, ¿Resuelve un problema?, si la respuesta es sí, adelante sin ningún tipo de duda, cuando un proyecto tiene un fin claro, el éxito llega.

6.6. SIERRA ADS

Presentación del equipo fundador e idea general de empresa

SierraADS nace de la mano de Manuel Cebrián y Álvaro Barea, dos amigos con mentalidad emprendedora que llevamos años trabajando juntos en proyectos digitales. Lo que empezó como un canal de YouTube en 2016 acabó convirtiéndose en una agencia especializada en crecimiento de eCommerce. SierraADS no es una agencia tradicional: somos growth partners, trabajamos codo a codo con las marcas, no solo gestionando anuncios, sino optimizando todo su embudo de ventas. Nuestra obsesión es transformar tiendas online con potencial en marcas que venden de forma rentable y sostenida en el tiempo.

Motivo principal que os llevó a emprender

Siempre hemos tenido claro que queríamos construir algo propio. Nos apasiona el mundo digital, el marketing y la creación de marcas, pero, sobre todo, nos mueve la idea de poder aportar valor real a los negocios. No nos veíamos trabajando en una gran empresa siguiendo procesos rígidos, queríamos experimentar, equivocarnos y aprender en proyectos que sintiéramos como nuestros. La idea de tener libertad creativa y estratégica fue el detonante para emprender.

SIERRA ADS



Principales dificultades encontradas

Al principio, la mayor dificultad fue la incertidumbre. No teníamos referencias cercanas de cómo montar una agencia y cada cliente era un aprendizaje nuevo. Además, en nuestros inicios era complicado que las marcas confiaran en nosotros sin un portfolio consolidado. Tuvimos que demostrar resultados a base de esfuerzo y siendo muy autoexigentes. Otra gran dificultad fue gestionar el equilibrio entre la parte creativa y la parte de gestión empresarial; son mundos muy diferentes y tuvimos que aprender a manejarlos en paralelo.

¿Quién o quiénes ayudaron en el momento de arrancar?

Nuestro entorno cercano fue clave, tanto familiares como amigos que nos apoyaron moralmente en los momentos de mayor incertidumbre. También tuvimos la suerte de contar con clientes que nos dieron su confianza en fases muy iniciales, permitiéndonos demostrar lo que podíamos aportar. A nivel de formación, aprendimos mucho de referentes del sector y de mentorías puntuales que buscábamos por nuestra cuenta, aunque gran parte del aprendizaje vino de la experiencia directa.

Consejos para personas universitarias que quieren emprender

El mejor consejo que podemos dar es que empiecen cuanto antes, aunque sea en pequeño. No hace falta tenerlo todo claro para arrancar; la mayoría de las cosas se aprenden haciendo. Rodearse de personas que compartan la misma mentalidad y no tener miedo a equivocarse es fundamental. Y, sobre todo, entender que emprender no es un camino rápido: requiere paciencia, constancia y mucha capacidad de adaptación. Lo importante no es tener la idea perfecta, sino ejecutarla y saber pivotar cuando sea necesario.

7.

Conclusiones y recomendaciones

La dinámica emprendedora contribuye a la movilidad social, atenúa las desigualdades estructurales, promueve la competencia en los mercados y refuerza los sistemas democráticos al disminuir el poder monopólico y la concentración del capital (Wolf, 2023). Es por ello por lo que las universidades deben considerar el emprendimiento como una línea estratégica. El proyecto GUESSS es un instrumento clave de las universidades para dar respuesta este reto aportando información relevante sustentada en las bases teóricas ya existentes sobre las intenciones y los comportamientos emprendedores (Ajzen, 2022), utilizando un marco teórico robusto que sustenta el proyecto y del cual se desprenden las preguntas incluidas en los cuestionarios utilizados para la recopilación de datos en esta décima edición (Sieger et al., 2024).

Durante el curso objeto de este estudio, la Universidad de Córdoba ha trabajado para consolidar una estrategia con la que favorecer la implantación de un ecosistema emprendedor vertebrado en varios niveles, que van desde una amplia base de acciones de sensibilización, una fase centrada en actividades formativas, actividades dirigidas al apoyo de la creación de empresas y, en un futuro muy próximo, unas actividades de acompañamiento y aceleración de esas ideas de negocio y startups.

Como programa abanderado, se consolidó la profesionalización de EMPRENDEUCO, que cuenta con el apoyo de la Diputación de Córdoba y que ofrece un plan formativo de docencia y mentorización que son clave para garantizar la supervivencia de las empresas. En el periodo desde 2015 a 2023, ya se han formado a más de 300 emprendedores de forma intensiva en materia de emprendimiento, que han trabajado alrededor de 200 proyectos empresariales. De éstos, se han generado 115 empresas, de las que 94 siguen activas actualmente.

Además de EMPRENDEUCO existen múltiples iniciativas de la universidad en materia de emprendimiento, como por ejemplo el evento DESAFÍO UCO, que cuenta con participantes, procedentes de grados, máster y ciclos formativos de grado medio y superior, en el que se promueve el emprendimiento como herramienta de aporte de soluciones a diferentes retos concretos alineados con los ODS. El “Encuentro entre emprendedores y grandes empresas” en el que los emprendedores pueden conocer las estrategias y programas que las empresas tienen en marcha para trabajar con emprendedores y startups y también para favorecer el intraemprendimiento, es otra de las actividades destacadas. También en 2023 varios estudiantes de la Universidad de Córdoba participaron en 2 ediciones del programa “EXPLORER”, promovido por el Banco de Santander y se

intensificó la colaboración con instituciones como el Instituto Municipal de Desarrollo Económico y Empleo de Córdoba, con el objetivo de desarrollar la competencia emprendedora del marco académico de la universidad, mediante la sensibilización y la formación. Durante su desarrollo en el curso se han celebrado diferentes acciones tales como: un curso acreditado de iniciación al emprendimiento, cuatro sesiones de meeting de carácter emprendedor y varias sesiones de gamificación en emprendimiento con el objetivo de adquirir conocimientos y técnicas empresariales a la vez que se introducían en el ecosistema emprendedor, mediante juegos como UCO Social Cards Crea & Emprende y Jefaz@.

Para futuras ediciones el siguiente reto de la Universidad de Córdoba será mejorar la participación de los estudiantes para que el resultado de la encuesta GUESS pueda ser verdaderamente representativo de las intenciones de emprendimiento de nuestros estudiantes.

8.

Referencias bibliográficas

- 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.
- Ruiz-Navarro, J.; Diáñez-González, J.P.; Franco-Leal, N.; Infante-Cagale, L. (2024). *Informe GUESS España 2023/24. Intenciones de carreras, espíritu emprendedor e iniciativas empresariales de los estudiantes universitarios*. ISBN: 978-84-09-64120-8. <https://observatoriodelemprendimiento.es/guesss/>
- Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2016). Student Entrepreneurship 2016: Insights From 50 Countries. St. Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU. *International GUESS Report*, 2(3), 108-132.
- Ventura-Fernández, R., & Quero-Gervilla, M. J. (2017). *La universidad emprendedora como ecosistema de servicio: el caso de Link by UMA-Atech*. *Economía industrial*, (404), 105-114.
- Wolf, M. (2023). *La crisis del capitalismo democrático*. Deusto. ISBN 978-84-234-3606-4.

INFORME
GUESSSS
23/24 **UCO**