

EDUCACIÓN, CREATIVIDAD E INTELIGENCIA ARTIFICIAL: NUEVOS HORIZONTES PARA EL APRENDIZAJE. ACTAS DEL VIII CONGRESO INTERNACIONAL SOBRE APRENDIZAJE, INNOVACIÓN Y COOPERACIÓN, CINAIC 2025

María Luisa Sein-Echaluce Lacleta, Ángel Fidalgo Blanco y Francisco José García Peñalvo (coords.)

1ª Edición. Zaragoza, 2025

Edita: Servicio de Publicaciones. Universidad de Zaragoza.



Servicio de
Publicaciones
Universidad Zaragoza

EBOOK ISBN 978-84-10169-60-9

DOI 10.26754/uz.978-84-10169-60-9



Esta obra se encuentra bajo una licencia Creative Commons Reconocimiento – NoComercial (ccBY-NC). Ver descripción de esta licencia en <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Referencia a esta obra:

Sein-Echaluce Lacleta, M.L., Fidalgo Blanco, A. & García-Peñalvo, F.J. (coords.) (2025). *Educación, Creatividad e Inteligencia Artificial: nuevos horizontes para el Aprendizaje. Actas del VIII Congreso Internacional sobre Aprendizaje, Innovación y Cooperación. CINAIC 2025 (11-13 de Junio de 2025, Madrid, España)*. Zaragoza. Servicio de Publicaciones Universidad de Zaragoza. DOI 10.26754/uz.978-84-10169-60-9

Predisposición del alumnado universitario madrileño hacia el emprendimiento social: diferencias entre hombres y mujeres

Predisposition of university students in Madrid towards social entrepreneurship: differences between men and women

Jesús A. Muñoz-Sepúlveda¹, Tiziana Priede-Bergamini¹, Cristina López-Cozar-Navarro²
jesus.munoz@universidadeuropea.es, tiziana.priede@universidadeuropea.es, cristina.lopezcozar@upm.es

¹ Departamento de Empresa y Business Analytics
Universidad Europea de Madrid
Madrid, España

² Departamento de Economía Agraria, Estadística y Gestión de Empresas
Universidad Politécnica de Madrid
Madrid, España

Resumen- El emprendimiento social es clave para un crecimiento económico sostenible, alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), al conjugar viabilidad económica con impacto social y ambiental. La educación superior desempeña un papel esencial en la sensibilización y formación de futuros profesionales con valores éticos y compromiso social. Este estudio analiza la predisposición del alumnado universitario madrileño hacia el emprendimiento social, centrándose en las diferencias por género. A partir de una muestra de 600 estudiantes de universidades públicas y privadas, los resultados indican que el 82,4% muestra interés en profundizar en el tema y el 85,5% expresa intención de participar en proyectos de este tipo. Sin embargo, las mujeres presentan una predisposición significativamente mayor que los hombres en ambos aspectos. Estos hallazgos subrayan la necesidad de fortalecer la educación en emprendimiento social, considerando las diferencias de género para potenciar su impacto en la formación universitaria.

Palabras clave: *emprendimiento social; educación superior; diferencias de género.*

Abstract- Social entrepreneurship is key to sustainable economic growth, aligned with the Sustainable Development Goals (SDGs), as it combines economic viability with social and environmental impact. Higher education plays a crucial role in raising awareness and training future professionals with ethical values and social commitment. This study analyzes the predisposition of university students in Madrid toward social entrepreneurship, focusing on gender differences. Based on a sample of 600 students from public and private universities, the results indicate that 82.4% express interest in learning more about the topic, and 85.5% show an intention to participate in such projects. However, women exhibit a significantly higher predisposition than men in both aspects. These findings highlight the need to strengthen education in social entrepreneurship, taking gender differences into account to enhance its impact on university training.

Keywords: *social entrepreneurship; higher education; gender differences.*

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, es ampliamente reconocida la preocupación por evolucionar hacia un modelo de crecimiento económico más coherente y equilibrado. Las empresas que conforman el

tejido productivo tienen que asegurar su viabilidad económica; si bien, en la línea marcada por los Objetivos de desarrollo sostenible (ODS), también deben avanzar hacia una mayor cohesión social y un mayor respeto al medioambiente. Para ello, es preciso dar un paso más en la sensibilización de los jóvenes, de manera que tomen conciencia de la importancia de tener un comportamiento ético en su futura actividad profesional. En este sentido, resultan pertinentes todas las iniciativas que buscan acercar al alumnado universitario a proyectos empresariales socialmente responsables. Por ello, desde hace años, se defiende la idoneidad de que el espíritu emprendedor del estudiantado universitario se desarrolle, tanto orientado a las empresas capitalistas tradicionales, como dentro del ámbito de la empresa social (Palomares y Chisvert, 2014; Melián et al., 2017; López-Cózar et al., 2019; Roslan et al., 2022; García-González y Ramírez-Montoya, 2021; Priede-Bergamini y López-Cózar-Navarro, 2024).

El emprendimiento social (ES) se refiere a propuestas de negocio con un fuerte impacto social, de manera que, a través de ideas innovadoras y creativas, sean capaces de abordar eficazmente los problemas a los que se enfrenta la ciudadanía. Estos problemas hacen referencia a una amplia variedad de cuestiones tales como: ofrecer atención sanitaria, acceso a la educación, integración laboral a colectivos en riesgo de exclusión, preservación del medioambiente, etc. Se trata, por tanto, de un tipo de emprendimiento fundamental en tanto que se ofrecen productos y servicios que satisfacen necesidades sociales o medioambientales, desatendidas por otras empresas e instituciones (Melián et al., 2017). No obstante, es preciso señalar que la empresa social no es una organización caritativa o benéfica, sino que se basa en la creación de un modelo de negocio centrado en la voluntad de lograr una transformación en la sociedad que genere un impacto positivo (Priede-Bergamini et al., 2025). Así pues, es una forma diferente de emprender que implica iniciar una actividad empresarial motivada, no solo por el ánimo de lucro, sino también por el deseo de abordar necesidades de determinados colectivos no satisfechas. La prioridad es el servicio a la comunidad y, en

última instancia, la creación de valor para la sociedad en su conjunto.

Incluir el ES en la educación contribuye a desarrollar valores, tales como la solidaridad, el respeto o la honestidad; y, al mismo tiempo, favorece la adquisición de competencias transversales como el pensamiento crítico, la flexibilidad, la creatividad, etc. (García-González y Ramírez-Montoya, 2021; Priede-Bergamini y López-Cózar-Navarro, 2024). Roslan et al. (2022) sostienen que la incorporación del ES en la docencia pretende conseguir que el alumnado desarrolle sus capacidades como futuros emprendedores, con los conocimientos teóricos y las habilidades adecuadas. En definitiva, ayuda a mejorar la calidad de la formación y la sensibilidad individual hacia los problemas del entorno, explorando soluciones profesionales innovadoras, rentables y comprometidas. En este contexto, Smith y Woodworth (2012) establecen que la educación en ES debe centrarse en proporcionar a los estudiantes las habilidades empresariales necesarias y también un sentido profundo de responsabilidad social y compromiso con la comunidad. Por su parte, Hockerts (2017) afirma que conocer y entender los intereses y las intenciones de los jóvenes respecto al ES es crucial para los docentes que quieran fomentar esta modalidad de emprendimiento entre sus estudiantes, lo cual ha motivado la realización del presente estudio.

2. CONTEXTO Y DESCRIPCIÓN

Para llevar a cabo el estudio, se utilizó una muestra de estudiantes matriculados en universidades madrileñas, tanto de titularidad pública como privada. Se elige esta región debido a su diversidad en la oferta educativa, albergando una amplia variedad de universidades que permite obtener una muestra heterogénea y representativa del alumnado universitario. Actualmente, en esta comunidad existen seis universidades públicas (Alcalá, Autónoma, Carlos III, Complutense, Politécnica y Rey Juan Carlos) y once universidades privadas (Alfonso X el Sabio, Antonio de Nebrija, Camilo José Cela, CUNEF Universidad, ESIC Universidad, Europea de Madrid, Francisco de Vitoria, Internacional Villanueva, Pontificia Comillas, San Pablo CEU y UDIMA), además de la sede central de la UNED. Dado que el estudio se basó en encuestas presenciales, no se incluyeron en la muestra ni las universidades a distancia (UDIMA y UNED) ni los centros adscritos a universidades públicas.

Por su parte, la selección de la muestra tuvo en cuenta criterios de proporcionalidad y diversidad, con el objetivo de recoger una representación amplia de diferentes titulaciones y ámbitos de conocimiento. La participación en la encuesta fue voluntaria y anónima, garantizando el cumplimiento de principios éticos en la investigación. Durante el período de análisis, el número total de estudiantes matriculados en universidades madrileñas fue de 301.971, de los cuales 204.074 pertenecían a universidades públicas y 97.897 a universidades privadas. A partir de estas cifras, se diseñó una muestra estratificada en función de la titularidad de la universidad, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 4%. Como resultado, se obtuvo una muestra representativa de 600 estudiantes, distribuidos en 412 pertenecientes a universidades públicas y 188 a universidades privadas. En concreto, el 68,7% de los encuestados pertenecía a universidades públicas, mientras que el 31,3% restante estudiaba en instituciones privadas.

El trabajo de campo se llevó a cabo entre los meses de marzo y mayo del año 2023. El instrumento de recogida de datos consistió en un cuestionario estructurado, diseñado con base en otros estudios sobre ES y educación emprendedora (López-Cózar et al., 2019). El cuestionario se dividió en diferentes secciones. En primer lugar, se incluyeron preguntas sociodemográficas, como género, edad y tipo de universidad. Posteriormente, se evaluó el conocimiento previo de los estudiantes sobre ES, las fuentes a través de las cuales habían obtenido información y su interés en profundizar en la temática. Finalmente, se exploró la intención de los encuestados en participar activamente en proyectos de ES y se analizó la relación entre estas variables y el género de los participantes.

Para la recolección de datos, se optó por la técnica de la encuesta presencial durante las clases, visitando aulas de distintas universidades y titulaciones, tanto de grado como de máster. Con el objetivo de garantizar una representación amplia y diversa, se seleccionaron asignaturas de diferentes ramas de conocimiento, incluyendo artes y humanidades, ciencias, ciencias de la salud, ciencias sociales y jurídicas, así como ingeniería y arquitectura. Aunque tradicionalmente el emprendimiento se ha vinculado a las escuelas de negocio, en la actualidad se reconoce su carácter transversal, ya que implica el desarrollo de competencias aplicables en diversas disciplinas, del mismo modo, el ES debe integrarse también en todas las áreas formativas (García-González y Ramírez-Montoya, 2021).

Para el análisis de los datos obtenidos, se emplearon técnicas estadísticas descriptivas, apoyadas con *software* especializado para el procesamiento y análisis de los datos, con el fin de identificar patrones en el conocimiento, interés y participación en ES entre el alumnado universitario. En definitiva, este estudio responde a la necesidad de comprender el papel que desempeña la educación superior en la promoción del ES, aportando evidencias sobre el nivel de sensibilización del estudiantado y su disposición a involucrarse en este ámbito. Los hallazgos obtenidos se comentan en el siguiente apartado, los cuales pueden servir de base para futuras iniciativas educativas y estrategias institucionales que fomenten el desarrollo de competencias emprendedoras con impacto social.

3. RESULTADOS

El análisis descriptivo de los datos muestra que el 52,6% de los participantes en el estudio son hombres, mientras que el 47,4% son mujeres. En cuanto a la edad de los encuestados, el 96,5% indicó tener una edad igual o inferior a 26 años, siendo 19 años la edad más frecuente entre los participantes (27,7% del total), seguido de 21 (15,4%) y 22 años (13,3%). Finalmente, la calificación media más frecuente en el expediente de los encuestados fue de notable (53,0%), seguido de aprobado (42,6%). Únicamente el 4,4% declaró tener una nota media de sobresaliente en su expediente académico.

Por su parte, el 52,3% de los participantes indicó haber oído hablar previamente de ES. En este sentido, el 56,3% de estos participantes señaló internet como la fuente principal utilizada para conocer aspectos vinculados con el ES, seguido de clases o conferencias en la propia universidad (20,3%). Por último, el 47,7% declaró no haber oído previamente nada sobre ES.

Para evaluar el interés de los encuestados en ES, los participantes en el estudio debían responder la cuestión “¿Estarías interesado en profundizar en el tema de ES?”, siendo las posibles opciones de respuesta:

- Sí, sería interesante que las propias universidades se encargaran de difundir y enseñar más sobre ES.
- Sí, por mi cuenta u otros medios. No considero que las universidades deban promover esta información.
- No estoy interesado en profundizar más acerca de ES.

Los resultados señalan que el 82,4% de los encuestados mostraron un cierto interés por seguir conociendo más aspectos vinculados con el ES. Así, el 68,0% indicó que debería ser la propia universidad el canal utilizado para profundizar más en estos temas, mientras que el 14,3% expresó que le gustaría profundizar más por su propia cuenta u otros medios. Solo el 17,7% de los encuestados declaró no tener ningún interés en seguir conociendo más sobre este tema. Desagregando por sexo, las mujeres muestran un mayor interés en ES que los hombres. Más específicamente, el 87,0% de las mujeres encuestadas expresaron que estarían interesadas en seguir profundizando en temas de ES, frente al 78,1% de los hombres. En el extremo opuesto, únicamente el 12,9% de las mujeres no mostraron ningún interés en seguir profundizando en estos temas, frente al 21,9% de los hombres.

Por otro lado, y para evaluar la potencial intención de participar en proyectos de ES, los encuestados debían contestar la siguiente cuestión: “¿Estarías interesado en participar activamente en proyectos de ES?”. En este sentido, los resultados indican que el 85,5% de los encuestados mostraron intención en participar en este tipo de proyectos, mientras que el 14,5% restante expresaron no estar interesados. Desagregando, de nuevo, por el género de los participantes, los resultados muestran nuevamente una mayor intención en participar en proyectos de ES por parte de las mujeres. En concreto, el 92,0% de las mujeres expresaron su intención de participar de forma activa en este tipo de proyectos frente al 79,7% de los hombres. Por el contrario, únicamente el 8,0% de las mujeres indicaron no estar interesadas en participar en proyectos de ES, por el 20,3% de los estudiantes hombres.

Finalmente, y para evaluar la significatividad estadística de los resultados anteriores, se ha llevado a cabo un contraste de diferencia de medias que analiza el impacto del género sobre el interés en ES y sobre la potencial participación de los estudiantes en proyectos de este tipo. La tabla 1 muestra los resultados de este análisis.

Tabla 1. Impacto del género sobre el interés y la intención en participar en proyectos de ES

		Observ	Media	Error Standard	P-valor Ha:Dif.≠ 0
Interés en ES	Hombre	301	0.7807	0.0239	0.0050
	Mujer	270	0.8704	0.0205	
	Dif. Hombre-Mujer	571	-0.0896	0.0318	
Intención en participar en proyectos de ES	Hombre	300	0.7967	0.0233	0.0000
	Mujer	264	0.9205	0.0167	
	Dif. Hombre-Mujer	564	-0.1238	0.0293	

Tabla de elaboración propia.

Como se puede observar en la tabla anterior, las mujeres muestran un mayor interés que los hombres en temas de ES, siendo esta diferencia estadísticamente significativa al 1%. Asimismo, los resultados confirman la mayor predisposición de las mujeres en participar en proyectos de ES, siendo, de nuevo, esta diferencia altamente significativa.

Como se ha indicado anteriormente, el aprendizaje en ES se ha asociado fundamentalmente con estudios pertenecientes al área de conocimiento de ciencias sociales y jurídicas. Para estudiar este aspecto, se han analizado las posibles diferencias basadas en el género de los estudiantes sobre el interés en ES y la potencial participación en este tipo de proyectos considerando dos submuestras de la muestra inicial: (i) estudiantes matriculados en estudios pertenecientes al área de ciencias sociales y jurídicas, y (ii) estudiantes matriculados en el resto de áreas de conocimiento (artes y humanidades, ciencias, ciencias de la salud, e ingeniería y arquitectura). Por un lado, los resultados indican que no existen diferencias estadísticamente significativas entre hombres y mujeres en cuanto al interés y a la participación en proyectos de ES por parte de los estudiantes matriculados en titulaciones pertenecientes al área de las ciencias sociales y jurídicas. Así, por ejemplo, el 83,0% de los hombres matriculados en estudios de esta área muestra interés en participar en proyectos de ES, frente al 90,5% de las mujeres, no hallándose diferencias estadísticamente significativas a los niveles habituales de confianza. Por otro lado, los resultados sí muestran la existencia de diferencias estadísticamente significativas entre hombres y mujeres para los estudiantes matriculados en titulaciones del resto de áreas de conocimiento. Específicamente, el 78,5% de los hombres matriculados en estos estudios muestra interés en ES, por el 88,7% de las mujeres, siendo esta diferencia significativa al 99% de confianza. En cuanto a la intención en participar en proyectos de ES, los resultados señalan que el 78,0% de los hombres matriculados en titulaciones no pertenecientes al área de ciencias sociales y jurídicas muestran predisposición en participar en este tipo de proyectos, frente al 92,3% de las mujeres, siendo, de nuevo, esta diferencia altamente significativa.

Los resultados obtenidos en el análisis indican que, en general, existe un elevado interés por aprender más sobre ES en la propia universidad. También se observa que la mayoría del alumnado está dispuesto a participar en iniciativas o proyectos de este tipo. Adicionalmente, los resultados permiten constatar que existen ciertas diferencias en cuanto al interés y la predisposición a participar en proyectos de ES entre las mujeres y los hombres. Si bien no se obtienen diferencias significativas en el caso de estudiantes matriculados en titulaciones pertenecientes al área de las ciencias sociales y jurídicas, sí se dan entre quienes cursan estudios en el resto de áreas de conocimiento, siendo mayor el interés y la predisposición en el caso de las mujeres.

4. CONCLUSIONES

El presente trabajo ha pretendido explorar el interés que suscita el ES entre los jóvenes que están cursando estudios universitarios en Madrid, y si existen diferencias al respecto entre las y los estudiantes. Los resultados obtenidos indican que, en general, existe una gran predisposición tanto por aprender como por participar en iniciativas de este tipo. Igualmente, se ha podido constatar que las alumnas manifiestan

mayor voluntad que los alumnos por aprender y por involucrarse en este tipo de proyectos. Cabe destacar, además, que también se observan diferencias entre ambos colectivos en cuanto al medio elegido para profundizar en estos temas.

En línea con Roslan et al. (2022), consideramos que el alumnado universitario es el grupo demográfico más apropiado para fomentar el ES, pues son quienes, precisamente por su formación superior, tienen más oportunidades de llevar a cabo este tipo de iniciativas en el futuro. Así pues, si como señalan nuestros resultados, las estudiantes universitarias muestran mayor interés y predisposición por el ES, desde las universidades –y desde las administraciones públicas en general-, se deberían facilitar todos los recursos necesarios para que se puedan poner en marcha este tipo de proyectos. Teniendo en cuenta, además, que contribuyen a resolver muchos problemas de género que, hoy en día, siguen dándose en la sociedad. Por su parte, también consideramos que sería interesante hacer un mayor esfuerzo en difundir y fomentar esta alternativa empresarial entre los estudiantes masculinos, con el propósito de que también la consideren como una futura opción laboral.

En definitiva, los resultados obtenidos sugieren que las estrategias educativas y de motivación podrían beneficiarse de una personalización con el fin de maximizar el compromiso y la participación de todo el alumnado en estos temas de vital importancia para el presente contexto económico y social que nos rodea. Asimismo, consideramos de vital importancia incluir casos prácticos y ejemplos reales de éxito de experiencias basadas en ES en asignaturas actuales pertenecientes a estudios de todas las áreas de conocimiento y no solo a las incluidas en el ámbito de las ciencias sociales y jurídicas.

En cuanto a las limitaciones del estudio, se puede citar la posible influencia de los resultados por el contexto geográfico y cultural específico, pues la muestra está formada exclusivamente por estudiantes de la Comunidad de Madrid, así como el análisis transversal en un momento determinado del tiempo. Por tanto, futuras líneas de investigación podrían realizar estudios longitudinales para observar cómo evolucionan las actitudes y motivaciones hacia el ES a lo largo del tiempo y en diferentes etapas de la vida académica (no únicamente la universitaria). Asimismo, también sería interesante llevar a cabo estudios comparativos entre diferentes regiones españolas para identificar factores contextuales que puedan influir en el interés y la participación en ES entre estudiantes de distintas zonas geográficas, lo cual podría arrojar información interesante para los responsables académicos.

REFERENCIAS

García-González, A., & Ramírez-Montoya, M.S. (2021). Social entrepreneurship education: changemaker training at the

university. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 11(5), 1236-1251. <https://doi.org/10.1108/HESWBL-01-2021-0009>

Hockerts, K. (2017). Determinants of social entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 41(1), 105-130. <https://doi.org/10.1111/etap.12171>.

López-Cózar, C., Alarcón, S., & Corro, R. (2019). *Análisis del interés por el emprendimiento social entre estudiantes universitarios*. V Congreso Internacional sobre Aprendizaje, Innovación y Competitividad (CINAIC), Madrid, 246-251.

Melián, A., Campos, V. & Sanchis, J.R. (2017). La educación de postgrado en Economía Social en la universidad española ¿una asignatura pendiente? *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 89, 32-54. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17450967002>.

Palomares Montero, D., & Chisvert Tarazona, M. J. (2014). Ética y empresa en el espacio universitario: el emprendimiento social en las universidades públicas como vehículo facilitador de la equidad social. *REDU: Revista de Docencia Universitaria*, 12(2), 205-230. <http://www.red-u.net/>.

Priede-Bergamini, T., & López-Cózar-Navarro, C. (2024). Training in social entrepreneurship using educational videos: description of two different learning experiences. *International Journal of Education Economics and Development*, 15(1-2), 220-223. <https://doi.org/10.1504/IJEED.2024.136213>

Priede-Bergamini, T.; López-Cózar-Navarro, C., & Muñoz-Sepúlveda, J.A. (2025). Influencia de variables sociodemográficas sobre el conocimiento e interés del alumnado universitario acerca del emprendimiento social. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, avance en línea, e99738. <https://dx.doi.org/10.5209/REVE.99738>.

Roslan, M., Hamid, S., Ijab, M. Yusop, F., & Norman, A. (2022). Social entrepreneurship in higher education: challenges and opportunities. *Asia Pacific Journal of Education*, 42(3), 588-604. <https://doi.org/10.1080/02188791.2020.1859354>

Smith, I., & Woodworth, W. (2012). Developing social entrepreneurs and social innovators: A social identity and self-efficacy approach. *Academy of Management Learning & Education*, 11(3), 390-407. <https://doi.org/10.5465/amle.2011.0016>