



Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey



# Situación de la Actividad Emprendedora de los Estudiantes de la Universidad de Extremadura

Emprendimiento en la Universidad de Extremadura | GUESSS 2016

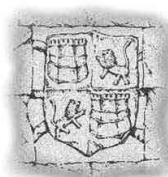
Director Ejecutivo: Ricardo Hernández Mogollón | Directores Técnicos: J. Carlos Díaz Casero y Antonio Fernández Portillo

Autores: Ricardo Hernández Mogollón, J. Carlos Díaz Casero, Antonio Fernández Portillo, Manuel Almodóvar González, Raúl Rodríguez Preciado y Yakira Fernández Torres

Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship



University of St. Gallen



Fundación Xavier de Salas



UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA



VERSIÓN PARA IMPRIMIR

INICIO

ÍNDICE

ÍNDICE



GUESSSS 2016 was generously supported by Ernst & Young (EY) as the international project partner.



We cordially thank EY for their support. Without it, GUESSSS in its current form would not have been possible.



© Los autores  
© Universidad de Extremadura para esta 1ª edición

Diseño de portada:  
© Grupo Emturin. Facultad de Empresa, Finanzas y Turismo. Universidad de Extremadura.

Edita:  
Universidad de Extremadura. Servicio de Publicaciones  
C/ Caldereros, 2 - Planta 3ª. 10071 Cáceres (España).  
Tel. 927 257 041; Fax 927 257 046  
E-mail: [publicac@unex.es](mailto:publicac@unex.es)  
<http://www.unex.es/publicaciones>

Octubre 2018

ISBN de méritos: 978-84-09-12123-6

Maquetación: Control P. 927 233 223. [estudio@control-p.eu](mailto:estudio@control-p.eu)



# Índice

<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS, FIGURAS Y TABLAS</b>	<b>4</b>
<b>CARTA DEL DIRECTOR EJECUTIVO</b>	<b>5</b>
<b>CARTA DE PRESENTACIÓN DE LOS COORDINADORES ACTUALES DE GUESSS ESPAÑA</b>	<b>8</b>
<b>PRÓLOGO</b>	<b>10</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b>	<b>14</b>
<b>EXECUTIVE REPORT</b>	<b>16</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>18</b>
Punto de partida de los objetivos de GUESSS y sus beneficios	20
Marco teórico	22
Organización del proyecto y procedimiento de recogida de datos	24
Características de la muestra y participantes	25
Datos demográficos	26
<b>1. INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA PROFESIONAL EN LA UEX</b>	<b>28</b>
1.1. Intenciones de elección de carrera profesional al finalizar los estudios y cinco años después	29
1.2. Intenciones de elección por género	33
1.3. Intenciones de elección de carrera profesional por ramas de conocimiento	34
<b>2. DETERMINANTES DE LAS INTENCIONES EMPRENDEDORAS EN LA UEX</b>	<b>36</b>
2.1. Una mirada más cercana a las intenciones emprendedoras	37
2.2. El contexto universitario	39
2.3. El contexto familiar	43
<b>3. ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES UEX</b>	<b>45</b>
3.1. Características personales	46
3.2. Características de las futuras empresas	49
<b>4. EMPRESARIOS ACTIVOS</b>	<b>54</b>
4.1. Características personales	55
4.2. Características de las empresas	58
<b>RESUMEN Y CONCLUSIONES</b>	<b>64</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA CITADA Y CONSULTADA</b>	<b>73</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>77</b>
ANEXO I. Ficha técnica de la investigación	78
ANEXO II. Países, universidades y encuestados	79



# Índice de gráficos

<b>Gráfico 1.1.</b> Intenciones de elección de carrera al finalizar los estudios y a los cinco años	29
<b>Gráfico 1.2.</b> Intenciones agrupadas de elección de carrera al finalizar los estudios y a los 5 años	31
<b>Gráfico 1.3.</b> Indicador de las intenciones empresariales por países participantes en porcentaje	32
<b>Gráfico 1.4.</b> Intenciones de carrera profesional según el género de los estudiantes	34
<b>Gráfico 1.5.</b> Elección de carrera por rama de conocimiento al finalizar la carrera y a los 5 años	35
<b>Gráfico 2.1.</b> Fortaleza de las intenciones emprendedoras por ramas de conocimiento y género	38
<b>Gráfico 2.3.</b> Formación recibida en emprendimiento	40
<b>Gráfico 2.5.</b> Clima del emprendimiento universitario en la UEx	41
<b>Gráfico 2.6.</b> Aprendizaje en emprendimiento sobre los cursos y servicios recibidos en la UEx	43
<b>Gráfico 2.8.</b> El contexto familiar	44
<b>Gráfico 3.1.</b> Porcentaje de emprendedores nacientes	47
<b>Gráfico 3.2.</b> Porcentaje de emprendedores nacientes por ramas de conocimiento y género	48
<b>Gráfico 3.3.</b> Actividades realizadas por los emprendedores nacientes para la puesta en marcha de la empresa (en %)	49
<b>Gráfico 3.4.</b> Sectores en los que se está creando la empresa	50
<b>Gráfico 3.5.</b> Número de socios con los que se pretende crear la empresa	51
<b>Gráfico 3.6.</b> Novedad del producto/servicio y mejora del producto o servicio	52
<b>Gráfico 3.7.</b> Mejoras del rendimiento competitivo	53
<b>Gráfico 4.1.</b> Porcentaje de empresarios activos	56

<b>Gráfico 4.2.</b> Porcentaje de empresarios activos por rama de conocimiento	57
<b>Gráfico 4.3.</b> Porcentaje de empresarios activos por género y rama de conocimiento	57
<b>Gráfico 4.4.</b> Año de creación de la empresa	58
<b>Gráfico 4.5.</b> ¿En qué sector está activa tu empresa principalmente?	59
<b>Gráfico 4.6.</b> Porcentaje de capital que posee el empresario	60
<b>Gráfico 4.7.</b> Número de cofundadores de la empresa	60
<b>Gráfico 4.8.</b> Porcentaje del número actual de empleados de la empresa (a tiempo completo) y esperado en cinco años	61
<b>Gráfico 4.9.</b> Rendimiento de la empresa desde su creación en comparación con los competidores	62

# Índice de Figuras

<b>Figura 0.1.</b> Marco teórico del GUESS 2016	24
---	----

# Índice de Tablas

<b>Tabla 1.1.</b> Países, universidades y encuestados	26
<b>Tabla 1.2.</b> Distribución de la muestra por ramas de conocimiento y género	27
<b>Tabla 2.1.</b> Indicadores de la escala de intención emprendedora	37

# Carta

## del Director Ejecutivo

“Lo que necesitamos es una sociedad emprendedora en la que la innovación y el espíritu emprendedor sean normales y se den con regularidad y continuidad. De la misma forma que la dirección se ha convertido en un órgano específico de las instituciones contemporáneas y el elemento integrador de nuestra sociedad de organizaciones, la innovación y el espíritu emprendedor han de llegar a ser actividades integrales y críticas de nuestras organizaciones, nuestra economía y nuestra sociedad.”

**Drucker, P. (1985)**

Comenzamos esta Carta con una frase del profesor Peter Drucker, que es demostrativa del rumbo que debería tomar la sociedad extremeña y la sociedad española, en nuestra opinión, quizás empezando por esa organización humana e institución, que se llama Universidad de Extremadura.

Les confieso que me ha inspirado mucho el Prólogo con que nos honra la empresaria D<sup>a</sup> María del Pilar Acosta Llera.

Con respecto a los estudios en emprendimiento, coincidimos con Volkmann (2004) que manifiesta que son importantes para la salud de cualquier universidad, cualquier economía o cualquier región. El punto clave es que alguien se convierte en emprendedor no por nacimiento sino por educación y por experiencia.

En el mes de septiembre del año 2017 se produce el hecho de la salida de ESADE del Proyecto GUESSS, delegación de España, y la entrada del Instituto para el Desarrollo Social y Sostenible (INDESS) de la Universidad de Cádiz que asume la coordinación nacional del proyecto *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* (GUESSS), que organiza y dirige a

nivel internacional el *Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship* de la Universidad de St. Gallen (KMU-HSG) y el *Department of Management and Entrepreneurship* de la Universidad de Berna (IMU-U). Este nueva estructura está codirigida por los profesores doctores José Ruiz Navarro y Antonio Rafael Ramos, que cuentan con una experiencia de primer nivel, en investigación y en proyectos internacionales especialmente en el campo de la Creación de Empresas, no en vano, fue pionero en España en el proyecto GEM, junto con los equipos de Extremadura y Cataluña, lo que garantiza un prometedor futuro para GUESSS España y que se convierta la red de España en un referente del proyecto internacional.

Agradecemos, desde GUESSS Extremadura, a ESADE y a la Dra. Maika Valencia-Silva su labor en la fase inicial de GUESSS España.

Como novedades en esta edición, la 2ª, y fruto de la filosofía y los esfuerzos de mejora continua que lleva adelante el grupo de investigación EMTURIN, en sus actividades, se incorporan, tanto un Informe Ejecutivo, y su traducción al inglés, el *Executive Report*, así como un capítulo de Recomendaciones, cumpliendo las directrices de GUESSS, además de ser parte habitual en otros informes que produce el grupo, aunando la contribución del *ser*, del estado de la cuestión, con el *deber ser*, y que toman, entendemos, mayor relevancia, por el proceso regular de elección de nuevo Rector, que vive la UEx en el último trimestre del año 2018, en que se publica el Informe GUESSS Extremadura 2016.

En este trabajo, el lector puede encontrar evidencias, medidas, conocimiento, creo que muy interesantes y, sobre todo útiles, sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de Extremadura, y sus condicionantes, fenómeno, el de la intención, que es consecuencia de la actitud, las normas subjetivas y la percepción, y predictor, directamente, del comportamiento emprendedor. En todos y cada uno de los centros y grados que oferta la Universidad de Extremadura hay estudiantes con potencial emprendedor. Estimamos que este conocimiento, aportado por GUESSS, puede y debe empujar hacia la construcción de un Modelo de Universidad Emprendedora, al servicio del desarrollo económico y social de su entorno, la Comunidad Autónoma de Extremadura. La Educación Emprendedora, como bien señala en estas mismas páginas la líder empresarial Pilar Acosta, es clave para cambiar, de fondo, la situación económica de Extremadura. Creemos que, con los adecuados modelos, metodologías y profesorado, debería implantarse en todo el sistema educativo, y, en la Universidad, en todos sus grados, posgrados y doctorados.

No se puede ignorar que hay consenso en la literatura científica que uno de los más importantes, sino el que más, de los nichos de nuevos emprendedores es la universidad. Las universidades están llamadas a ser el gran agente del cambio. Una vía para desarrollar este reto es el fomento del emprendimiento en los estudiantes.

## Agradecimientos

Muy especialmente al ex Vicerrector de Estudiantes, el catedrático Dr. Ciro Pérez Giraldo, por su ayuda, empuje al emprendimiento en la Universidad de Extremadura en un contexto, quizás poco favorable, y por su ejemplaridad como académico, de forma integral; en la docencia, en la investigación y en la gestión. A la empresaria D<sup>a</sup>. Pilar Acosta, por su Prólogo. A la Fundación Xavier de Salas, y a los investigadores que forman el equipo técnico, los codirectores doctores Juan Carlos Díaz, y Antonio Fernández y los investigadores doctores Manuel Almodóvar, Yakira Fernández y Raúl Rodríguez así como al Consejo de Estudiantes de la Universidad de Extremadura.

**Ricardo Hernández Mogollón**

Director Ejecutivo del Proyecto GUESSS Extremadura

# Carta de presentación

de los coordinadores actuales de GUESSS España.

INDESS (Instituto de Investigación para el Desarrollo Social y Sostenible de la Universidad de Cádiz)

En una sociedad basada en el conocimiento, el espíritu emprendedor y la creación de empresas son recursos estratégicos que facilitan el desarrollo y el crecimiento basado en la sostenibilidad, la innovación y el bienestar social. En esta relación juega un papel fundamental la educación y la formación orientada hacia el emprendimiento y, particularmente, las universidades en su responsabilidad de formar personas capaces y motivadas para tal misión y acompañarlas con todos sus recursos en la aventura profesional y empresarial.

Para realizar el seguimiento de esta responsabilidad es imprescindible contar con un adecuado sistema de indicadores que permitan ofrecer un diagnóstico acertado del fenómeno y, a poder ser, en términos comparativos internacionales. Con este objetivo, hace ahora 15 años, el *Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship* de la Universidad de St. Gallen (KMU-HSG) diseñó el *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* (GUESSS) como un gran proyecto de investigación colaborativa, consagrado a la evaluación de las intenciones y actividades empresariales de los estudiantes universitarios de todo el mundo y que, desde entonces, está ofreciendo un acertado diagnóstico del fenómeno e importantes resultados académicos.

Nuestro país, se sumó al proyecto en la edición 13/14 y, desde entonces la Universidad de Extremadura ha tenido una participación destacada bajo la coordinación del profesor Ricardo Hernández-Mogollón y los miembros del Grupo de



Investigación Emturin, Extremadura 2020. Tanto es así, que en las dos ediciones en las que ha participado ha obtenido los tamaños muestrales más grandes y representativos dentro de las 21 universidades españolas participantes.

El Informe que ahora se presenta ofrece una acertada evaluación de la percepción que tienen los estudiantes universitarios extremeños sobre sus intenciones de elección de carrera, sus habilidades y capacidades para emprender, su actitud hacia el emprendimiento, su aversión al riesgo y el apoyo de sus familiares y amigos si decidiesen crear una empresa. Además de lo anterior, se evalúan una serie de factores relacionados con su entorno social y cultural, familiar y universitario.

Finalmente, a partir de 2018, la coordinación nacional del proyecto la ha asumido el Instituto de Investigación para el Desarrollo Social Sostenible (INDESS) de la Universidad de Cádiz, con el reto de ampliar la participación a todas las universidades españolas y consolidar un sistema nacional de indicadores del fenómeno emprendedor, con el propósito añadido de impulsar la investigación en nuestro país y posicionarlo como un referente de emprendimiento universitario. Con la colaboración de equipos de investigadores como el que ha realizado el presente informe en la Universidad de Extremadura será mucho más fácil.

**Antonio Rafael Ramos Rodríguez y José Ruiz Navarro**

Coordinadores GUESS España

# Prólogo

“Emprender no es ni una ciencia ni un arte. Es una práctica”. “El emprendedor siempre busca el cambio, responde a él y lo utiliza como oportunidad”.

**Peter Drucker, filósofo**

“El contexto nacional e internacional debería ser el aliciente necesario para fomentar entre los jóvenes de nuestro país la cultura emprendedora. La crisis económica ha puesto de manifiesto las debilidades de nuestro modelo económico y productivo, destacando, entre otras, la reducida dimensión y baja competitividad de nuestra PYME, en comparación con las de los países de nuestro entorno y la elevada tasa de desempleo (especialmente entre mujeres y jóvenes).”

Hoy, más que nunca, es necesaria una nueva generación de emprendedores que, utilizando las nuevas tecnologías en sus procesos de negocios, sean capaces de innovar y desarrollar ventajas competitivas sostenibles en el tiempo operando en sectores de alto valor añadido.

En este sentido “GUESSS es un proyecto de investigación internacional que versa sobre el contexto de la iniciativa empresarial, que pretende estudiar la intención emprendedora y la actividad de los estudiantes universitarios utilizando una comparación geográfica y temporal”. Entre sus objetivos destaca la identificación de los antecedentes y las condiciones de entorno que determinan las intenciones emprendedoras, la creación de nuevas empresas y la carrera empresarial.

Parece clara la preocupación de la Universidad por el estudio y la formación de habilidades emprendedoras ligadas a la necesidad de generar un modelo económico más activo y dinámico mediante la creación de empresas. Pero, aunque son conceptos muy interrelacionados, la iniciativa empresarial y la iniciativa emprendedora son también conceptos muy diferentes.

En mi doble condición de educadora y empresaria sostengo que esa generación de emprendedores, que están despertando por necesidad a la iniciativa empresarial, no será posible a corto-medio plazo sin el desarrollo previo de la educación para el emprendimiento. Objetivo político clave éste que viene marcado por la Unión Europea y sus Estados miembros desde hace muchos años. “Con el Plan de Acción sobre Emprendimiento 2020 y la Comunicación «Replantear la educación», la Comisión Europea ha insistido en la necesidad de incorporar el aprendizaje emprendedor en todos los sectores de la educación”.

Debemos, desde la educación primaria, formar y enseñar a emprender para que en la práctica continuada de la vida se consiga **aprender a emprender**. Y este aprender a emprender hace referencia al desarrollo y aprendizaje de destrezas, actitudes y competencias personales que tienen que ver con la curiosidad, el optimismo, la creatividad, la autoconfianza, el espíritu crítico, la motivación al logro, la disposición a la innovación, la resistencia al fracaso, la colaboración, no aversión al riesgo, la empatía...etc. De esta forma seremos emprendedores en cualquier ámbito de la vida (social y empresarial) porque seremos capaces de transformar ideas creativas en acciones emprendedoras.

Este modelo de aprendizaje en las etapas iniciales de la educación, nos permitirían trabajar con mayor seguridad, desde la enseñanza secundaria hasta la superior, en la oportunidad de crear empresas como objetivo de carrera.

En definitiva, de lo que se trata es de implementar el desarrollo de las competencias transversales en contraposición a la persistencia de la visión vertical tanto en la enseñanza escolar como en la superior y universitaria. El profesor emprendedor debe ser más “un entrenador que un conferenciante”.

Los análisis realizados por el *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) reflejan siempre una fuerte correlación entre las capacidades (destrezas) de emprendimiento que se perciben y la tasa de actividad emprendedora (TEA), lo cual avala la importancia que tiene la educación en el desarrollo de competencias de emprendimiento.

La iniciativa empresarial por otra parte se vincula de manera directa a la disposición para generar autoempleo utilizando todas las cualidades, destrezas, actitudes y competencias descritas anteriormente. El bajo índice de iniciativa empresarial en los universitarios está muy vinculado a la falta de educación emprendedora y a la percepción negativa que de ellos tiene la sociedad.

Aunque la teoría y las directrices marcadas por la UE hacia sus Estados miembros son claras, lamentablemente la realidad es otra y de ello da muestras el proyecto GUESS al afirmar que “en general, los estudiantes no perciben que estén recibiendo una formación orientada hacia el emprendimiento. La mayor parte de los estudiantes, independientemente de su ámbito geográfico, no habían asistido a ningún curso de emprendimiento hasta el momento de la realización de la encuesta. Para el conjunto GUESS, el valor se estima en el 55,4% de estudiantes, siendo más acusado para el caso español (62,9%) y extremeño (65,9%)”.

Si las políticas y las estrategias hubieran sido las adecuadas, los estudiantes universitarios no tendrían esta percepción, y los resultados obtenidos por GUESS serían otros. Pero no hay nada como medir, reconocer y aceptar nuestras debilidades para transformarlas en oportunidades.

“Los alumnos del siglo XXI se enfrentan a una realidad diferente desde múltiples perspectivas, una realidad que demanda una alta capacidad de interacción y de resolución de problemas, una capacidad de filtrar información frente a la sobre estimulación y proliferación de fuentes diversas”, y a una visión global del mundo como nicho de oportunidades. Y para trabajar en este mundo cambiante se necesitan personas con altas dosis de iniciativa, con dotes de liderazgo y coraje para sobrepasar barreras.

Por lo tanto, no cesemos en el intento... “El apoyo al emprendimiento nunca ha sido tan importante como ahora. El refuerzo de la educación en emprendimiento en las escuelas, los centros de formación profesional y las universidades tendrá repercusiones positivas en el dinamismo emprendedor de nuestras economías. Además de contribuir a la creación de empresas sociales y nuevas empresas, la educación en emprendimiento ayudará a que los jóvenes sean más aptos para el empleo y más intraemprendedores en su trabajo en las organizaciones ya existentes en los sectores social, público y privado. Por lo tanto, la inversión en educación en emprendimiento es una de las más rentables que puede hacer Europa: los estudios indican que la probabilidad de que un alumno o estudiante cree una empresa en algún momento de su vida es de tres a seis veces mayor si ha recibido educación en emprendimiento.”

Y no me gustaría terminar estas líneas sin hacer un pequeño apunte sobre el emprendimiento en femenino tras mi experiencia como mujer empresaria. Hay que trabajar en fomentar el emprendimiento femenino porque soy una convencida de que ser mujer en el mundo de los negocios constituye una fortaleza, nunca una debilidad. Estamos dotadas de numerosas cualidades, destrezas y habilidades que son imprescindibles para las gestiones empresariales y gubernamentales. NOS COSTARÁ MÁS TIEMPO Y ESFUERZO, PERO LO CONSEGUIREMOS.

**M<sup>a</sup>. del Pilar Acosta Llera**  
Empresaria Emprendedora

# Resumen Ejecutivo

**E**n este apartado pretendemos señalar los principales datos obtenidos sobre las intenciones y actividades emprendedoras de los estudiantes de la Universidad de Extremadura en el año 2016.

De esta forma, a partir de los de los datos extraídos de las encuestas cumplimentadas por los estudiantes universitarios de la UEx, estamos en situación de decir, que el 4,2% de éstos quieren ser empresarios cuando finalicen su carrera, pero si le preguntamos cómo se ven cinco años después de finalizar la misma, el porcentaje que quiere ser empresario alcanza el 30,3%.

Por ramas de conocimiento, los alumnos de las titulaciones de Ingeniería y Arquitectura (5,2%) y Ciencias Sociales (4,9%) son los que tienen una mayor intención emprendedora al finalizar la carrera, y además, el 41,7% de los primeros prevén ser empresarios al cabo de cinco años, seguidos de los de Ciencias Sociales y Jurídicas (31,6%) y Ciencias de la Salud (22,4%).

El clima emprendedor en la Universidad, se mide en una escala Likert de 7 puntos, en la que se aprueba con 4 puntos. La percepción que tienen los estudiantes sobre el clima emprendedor de la UEx obtiene un claro suspenso con 2,69 puntos, situándose por debajo de la media nacional (3,6) y de la internacional (4,2), habiendo descendido un punto desde la pasada edición del 2013/14.

En cuanto a la formación emprendedora, ésta empeora desde el 2013/14, ya que el 65,9% de los estudiantes de la UEx no han asistido a un curso sobre emprendimiento, aunque el 27,7% ha recibido al menos un curso optativo de formación emprendedora, frente al 29,1% o el 23,2% de España y GUESSSS respectivamente. La UEx tiene solo un 6,7% de formación

empresaria obligatoria, frente al 9,9% del resto de universidades españolas encuestadas y al 22,4% del conjunto de las que forman parte del GUESS.

El contexto social, cultural y familiar es medido en una escala Likert de 7 puntos, donde se obtiene un aprobado con 4 puntos. La percepción de refuerzo social de los universitarios de la UEx es menor que la del resto de España (4,8 vs. 5,5) y la de la media internacional (5,5). No obstante, en el 29,3% de los hogares de los estudiantes de la UEx, el padre, la madre o ambos, son empresarios.

El número de estudiantes de la UEx, que están en proceso de creación de su empresa es del 8,5%, frente al 9,9% y 21,9% de las medias española e internacional respectivamente. De éstos, la mayoría son hombres de las carreras de Ciencias Sociales y Jurídicas e Ingeniería y Arquitectura, aunque en las de Arte y Humanidades, las mujeres están parejas a los hombres. Están montando su empresa solos o con dos o tres socios más, en sectores como el tecnológico y de la comunicación, la ingeniería, consultoría, educación, publicidad, comercio, turismo o salud, vendiendo un producto/servicio novedoso para el mercado o que mejora a los existentes.

El número de empresarios entre los estudiantes de la UEx es del 8,5%, frente al 3,4% del resto de España y 8,8% de GUESS. La mayoría son varones de Ciencias Sociales y Jurídicas o de Ciencias de la Salud, que crearon una empresa innovadora con uno o dos socios en los años 2010 o 2011, y que ha tenido un crecimiento en ventas y cuota de mercado durante estos años, asentadas principalmente en los sectores de arquitectura e ingenierías y turismo, que poseen la mayoría del capital de su empresa, tienen dos empleados a tiempo completo de media, y esperan tener entre tres y cinco al cabo de cinco años.

# Executive Report

In this paragraph, we try to indicate the principal obtained information, from the accomplishment of this study, which allows us to know first-hand the enterprising intentions on the part of the students of the University of Extremadura. Of this form, from those of the information extracted from the stuffed surveys for the university students of the UEx, we are in situation to say, that 4.2 % of these wants to be enterprising when they finish his career, but if we ask him how they are seen 5 years after finishing, the percentage that they want to be entrepreneurs reaches 30.3%.

For branches of knowledge, the pupils of the qualifications of Engineering and Architecture (5.2%) and Social Sciences (4.9%) they are those who have a major intention of being businessmen on having finished the career, and in addition, 41.7% of the first ones foresees to be businessmen after five years followed of those of Social and Juridical Sciences (31.6%) and Sciences of the Health (22.4 %). The enterprising climate in the University measures up in a scale Likert of 7 points, in which it is approved by 4 points. The perception that the students have on the enterprising climate of the UEx obtains a clear suspense with 2.69 points, placing below the national average (3.6) and of the international one (4.2), having got down a point from the past edition of 2013/14.

As for the enterprising, this formation it deteriorates from 2013/14, since 65.9% of the students of the UEx has not been present at a course on entrepreneurship, 27.7 % has received at least an optional course of enterprising formation, opposite to 29.1% or 23.2% of Spain and GUESSS respectively. The UEx has 6.7% of formation alone in enterprising obligatory, opposite to 9.9 % of the rest of Spanish polled universities and 22.4% of the set of which they form a part of GUESSS. In the social, cultural context and relative measured in a scale Likert of 7 points, where a pass is obtained by 4 points. The perception of



social reinforcement of the university students of the UEx is minor than that of the rest of Spain (4.8 vs. 5.5) and that of the international average (5.5). Nevertheless, in 29.3% of the homes of the students of the UEx, the father, the mother or both, they are businessmen.

The number of students of the UEx, who are in process of creation of his company is 8.5%, opposite to 9.9% and 21.9% of the averages Spanish and international respectively. Of these, the majority they are men of the careers of Social and Juridical Sciences and Engineering and Architecture, though in those of Art and Humanities, the women are equal to the men. They are mounting his company alone or with two or three more partners, in sectors as the technological one and of the communication, the engineering, consultancy, education, advertising, trade, tourism or health, selling a new product / service for the market or that improves the existing ones.

The number of businessmen between the students of the UEx is 8.5%, opposite to 3.4% of the rest of Spain and 8.8% of GUESSS. The majority they are males of Social and Juridical Sciences or of Sciences of the Health, who created an innovative company with one or two partners in the year 2010 or 2011, and that has had a growth in sales and market share during these years, seated principally in the sectors of architecture and engineering and tourism, possess the majority of the capital of his company, 2 full-time employees of average have, and that expects to have between 3 and 5 after five years.

# INTRODUCCIÓN

# Introducción

El emprendimiento se ha convertido en los últimos años en un tema destacado tanto en los planes de las diferentes administraciones públicas, como en las instituciones de educación superior. Los efectos que la aparición de nuevas empresas provoca sobre la creación de empleo, la innovación y el impacto socioeconómico en las zonas en las que se implantan, ha hecho que las miradas se vuelvan hacia los emprendedores en todos los ámbitos. En el universitario, cada vez con mayor frecuencia se viene exigiendo a la universidad un papel y una dimensión emprendedora (Clark, 1998), basada en el proceso de la comercialización tecnológica de los recursos universitarios y la creación de valor para la sociedad (Bueno y Casani, 2007), que sobrepasa las tradicionales misiones de la institución. Si a esto unimos que la investigación académica ha venido encontrando cada vez más relaciones entre la formación universitaria y la aparición de nuevos negocios (Álvarez y Urbano, 2012), podemos entender el creciente interés institucional, especialmente en el ámbito universitario, de seguir progresando en el conocimiento del papel de la universidad en la sociedad, en el desarrollo de las competencias emprendedoras de sus estudiantes, de sus intenciones hacia la carrera empresarial, su motivación, etc., con el objetivo de establecer mejores niveles de eficiencia en la distribución de los recursos destinados para este fin.

Las investigaciones llevadas a cabo están poniendo de manifiesto que la educación en emprendimiento facilita al estudiante el desarrollo de competencias emprendedoras que mejoran sus posibilidades de creación de una empresa y una mayor determinación en sus intenciones (von Graevenitz et al., 2010). En el caso de los estudiantes universitarios, la mayoría de las aproximaciones realizadas para analizar su iniciativa emprendedora, se han desarrollado desde la

perspectiva psicológica, que concibe la intención como un predictor de la conducta planificada orientada a unas metas, especialmente cuando se desarrolla a largo plazo (Ajzen y Fishbein, 1980; Azjen, 1991; 2002).

Por ello, el proyecto GUESS analiza las intenciones de los estudiantes universitarios, las motivaciones, sus actividades emprendedoras, así como el entorno (social/cultural, universitario, familiar) en el que éstas se desarrollan.

## Punto de partida de los objetivos de GUESS y sus beneficios

El proyecto de investigación internacional GUESS (Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey) es un proyecto de investigación internacional que versa sobre el contexto de la iniciativa empresarial en el entorno universitario, que pretende estudiar la intención emprendedora y la actividad de los estudiantes universitarios utilizando una comparación geográfica y temporal. Además, el proyecto evalúa la eficacia y calidad de los programas de la Universidad en el contexto de la iniciativa empresarial, tratando de reconocer las debilidades y fortalezas de las propias Universidades participantes en este aspecto.

El liderazgo del proyecto de GUESS está en manos del Instituto Suizo de Investigación de la PYME y el Espíritu Empresarial en la Universidad de St. Gallen (HSG-KMU) en Suiza (representada por el Prof. Dr. Urs Fueglistaller). El responsable del proyecto es el Dr. Philipp Sieger. Como socio de proyectos internacionales que apoya el proyecto está presente la consultora Ernst & Young. En España el proyecto lo ha estado liderando hasta la edición del año 2016 la escuela de negocios ESADE. En el presente caso, en la Universidad de Extremadura, está liderado y soportado por el Grupo de Investigación Emturin.

GUESS se crea en 2003 con una vocación comparativa internacional con el fin de investigar sobre las intenciones de los estudiantes en la elección de la carrera profesional y otras actividades relacionadas. Con cada oleada de recogida de datos, que se produce cada dos o tres años, GUESS ha crecido y se ha vuelto más internacional, culminando en la séptima edición, en 2016 con 50 países participantes, 1000 universidades, 19 españolas, entre las que está la Universidad de Extremadura (UEx), y 122.000 encuestas recogidas en total.

Los objetivos del proyecto internacional GUESS pueden resumirse como sigue:

- Observación sistemática y a largo plazo de las intenciones en la elección de carrera profesional y actividades emprendedoras de los estudiantes universitarios.
- Identificación de los antecedentes y las condiciones de entorno que determinan las intenciones emprendedoras, la creación de nuevas empresas y la carrera empresarial.
- Observación y evaluación de las actividades y las ofertas de las universidades en relación con la educación emprendedora de sus alumnos.

Además de la consecución de los objetivos, el proyecto aporta los siguientes beneficios para los siguientes grupos de interés:

### **Beneficios prácticos para la política económica y la sociedad:**

- La comparación internacional proporciona una estimación y una evaluación de la intención de crear un negocio y de la actividad de los estudiantes en el país o región.
- Los resultados de la encuesta ofrecen recomendaciones para la acción de la política económica nacional y regional.
- El estudio de panel permite una evaluación de los efectos sobre los aspectos medidos en un periodo a largo plazo.
- Los resultados de la investigación contribuyen a sensibilizar a la sociedad acerca de la iniciativa emprendedora y empresarial.

### **Beneficios prácticos para las universidades participantes:**

- El cambio en el espíritu emprendedor de los estudiantes de forma continua puede ser seguido por cada universidad.
- Los resultados muestran a las universidades los obstáculos y barreras de los programas e infraestructuras educativas relacionadas con el emprendimiento. Por lo tanto, permiten transmitir recomendaciones para la acción de las respectivas estrategias universitarias.

- Los resultados de la encuesta pueden servir como un reflejo de las propias fortalezas y debilidades de cada universidad.
- Con la participación en la encuesta se puede sensibilizar a los estudiantes de las universidades participantes sobre el campo de la iniciativa empresarial y se puede promover su intención y la actividad emprendedora.

### **Beneficios para la comunidad científica:**

- Permite una comparación internacional en los aspectos relacionados con el espíritu emprendedor, por lo que apoya sustancialmente a la comunidad científica.
- Se forma una plataforma de investigación que, debido a la diferenciación entre el panel, el enfoque y las cuestiones específicas de cada país, permite flexibilidad, así como la evaluación sistemática y el establecimiento de construcciones explicativas.
- El aspecto internacional del proyecto constituye una buena base para su publicación en revistas científicas.
- El núcleo del equipo y de los países delegados del proyecto se reúnen cada dos años para intercambiar información, experiencias e ideas.
- Las publicaciones basadas en los datos GUESSSS se hacen accesibles (si es posible) para el público a través de la página web del proyecto.<sup>1</sup>

## **Marco teórico**

Los estudios sobre el emprendimiento identifican en muchos casos a empresarios potenciales y empresas. Algunos siguen el proceso desde la fase de la idea hasta la última decisión para iniciar una empresa (Long y McMullan, 1984). En las últimas décadas han cobrado un interés relevante en la literatura los denominados modelos de intención, relacionados con el proceso de creación de empresas. Estos modelos tratan de acercarse a la influencia que ciertas variables medioambientales

---

<sup>1</sup> <http://www.guesssurvey.org>

ejercen en las cualidades y el comportamiento empresarial. En ellos, se interpretan las percepciones e intenciones de los empresarios potenciales como predictores de la conducta empresarial (Ajzen, 1991; Krueger y Brazeal, 1994; Gnyawali y Fogel, 1994; Westhead y Wrigth, 1998).

Estas investigaciones se han dirigido hacia la situación previa a la decisión de crear la empresa, es decir, a la intención o estado de pre-decisión, en la que se han analizado aspectos tales como: la preferencia por una carrera empresarial o las características psicológicas y personales de los empresarios potenciales (Krueger y Casrud, 1993).

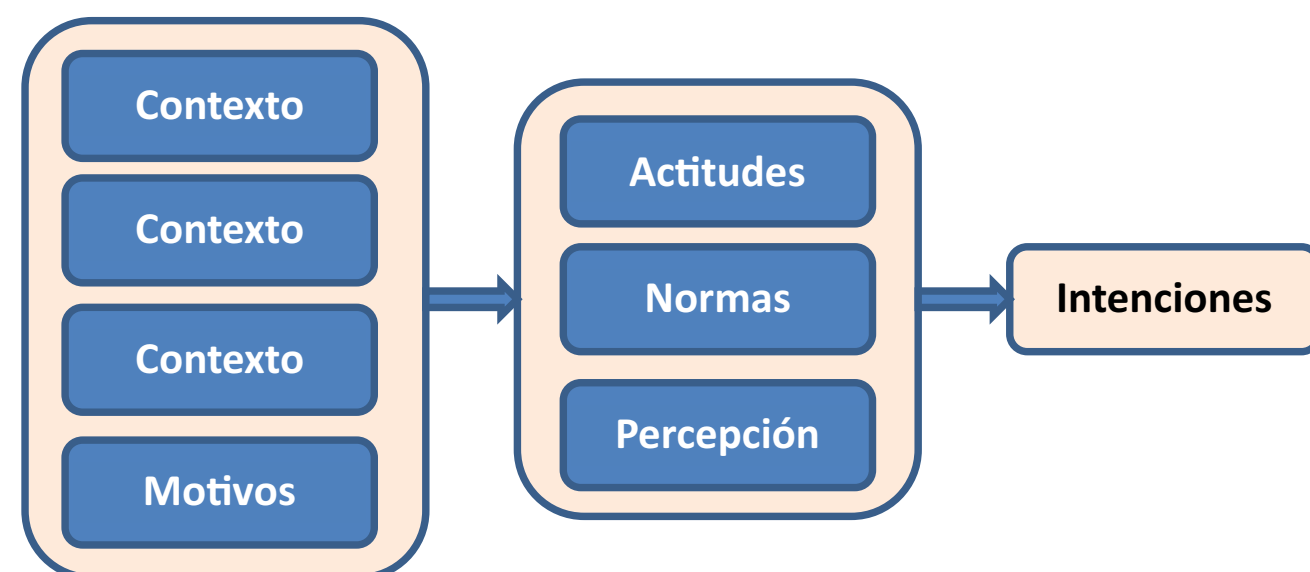
Las investigaciones sobre las intenciones demuestran claramente que son el mejor medio para predecir las conductas planeadas (Krueger, 1993). En el proceso global de la creación de empresas, las intenciones empresariales son vitales, pues establecen las características iniciales importantes para las nuevas organizaciones (Krueger y Casrud, 1993).

Respecto del marco teórico existente sobre las intenciones, el dominante en la investigación es el modelo de Ajzen y Fishbein sobre el comportamiento planeado. Un factor central de esta teoría es la intención del individuo para llevar a cabo una conducta dada (Ajzen, 1991). Así, las intenciones predicen y explican de manera contundente una conducta planificada, por ejemplo la creación de una empresa (Krueger, 1993). No obstante, la intención de realizar una conducta, sólo se hace realidad, es decir, deja de ser potencial para ser real, si la persona puede decidir, según su propia voluntad, realizar o no esa conducta (se hace con control de la voluntad).

Precisamente el fundamento teórico de GUESSS es la Teoría del Comportamiento Planeado (TPB) (Fishbein y Ajzen, 1975; Ajzen, 1991, 2002). Su argumento de fondo es que la intención de realizar un comportamiento específico está influenciada por tres factores principales: la actitud hacia el comportamiento, las normas subjetivas y el control percibido de la conducta. La actitud hacia el comportamiento se entiende como la opinión favorable o desfavorable que la persona tiene hacia la conducta. La norma subjetiva está referida a la presión social percibida por el individuo en cuanto a realizar o no la conducta. El grado de control percibido de la conducta, hace referencia a la percepción de dificultad o facilidad para realizar la conducta, que incluye la experiencia pasada y anuncia los obstáculos.

En GUESS, nos centramos en las intenciones de elección de carrera en general y las intenciones empresariales en particular. Investigamos los factores adicionales que pueden afectar a la evolución de la elección de carrera profesional o las intenciones empresariales a través de los tres elementos principales de la TPB. Ejemplos de ello son el contexto universitario, el contexto familiar, los motivos personales y el contexto socio-cultural. El marco teórico general se ilustra en la siguiente figura.

FIGURA 0.1. MARCO TEÓRICO DEL GUESS 2016.



Fuente: Sieger, Fueglistaller y Zellweger (2014).

## Organización del proyecto y procedimiento de recogida de datos

El proyecto GUESS está organizado por el Instituto Suizo de Investigación de la Pyme y el Emprendimiento de la Universidad de St. Gallen (Suiza), que desarrolla una encuesta destinada a los estudiantes universitarios, que cumple con las mayores garantías académicas para asegurar la fiabilidad y validez de los datos. Una vez realizada se envía un enlace a una plataforma



on-line para que los diferentes equipos nacionales distribuyan el mismo entre las universidades participantes de cada uno de los países. El coordinador español de esta edición, ESADE, remitió a la Universidad de Extremadura los enlaces definitivos en español e inglés a primeros del mes de abril de 2016. La plataforma estuvo abierta desde el 12 de abril de 2016 hasta el 17 de junio de 2016.

La distribución de los cuestionarios en la UEx se hizo con la colaboración esencial del Vicerrectorado de Estudiantes. Se contó también con el apoyo de los Decanos de los 17 centros de la UEx y el Consejo de Estudiantes de la Universidad de Extremadura.

Las respuestas se procesaron de forma centralizada en la Universidad de St. Gallen y posteriormente se remitieron a los equipos nacionales, que trasladaron a cada coordinador de las diferentes universidades los suyos. La ficha técnica de investigación se recoge en el Anexo 1.

## Características de la muestra y participantes

A la población total de 23.158 estudiantes matriculados en la Universidad de Extremadura en el curso 2015/16, se les enviaron por **email** los enlaces en español e inglés para responder el cuestionario. Se recibieron un total de 2.446 respuestas, de las cuales, se consideraron completas 1.513, obteniendo una tasa de respuestas **válidas** del 6,53%. La muestra española ha sido de 7.373, por lo que sólo la UEx ha recogido el 20,52% del total de la muestra de España.

En la tabla 1 podemos ver el resumen de los datos por países<sup>2</sup>, universidades y encuestados.

---

<sup>2</sup> La tabla con todos los datos GUESSS de los países participantes, el número de universidades y los encuestados podemos verla en el Anexo II.

TABLA 1.1. PAÍSES, UNIVERSIDADES Y ENCUESTADOS.

Participantes	Nº de países	Nº universidades participantes	Nº respuestas	Tasa de respuesta	Estudiantes contactados
GUESSS	34	1082	122.509	2,21	-
España	1	19	7.373	6,0	-
Uex	-	1	1.512	6,53	23.158

**Universidades españolas participantes en la edición GUESSS de 2016**

ESADE	
Universidad de Almería	Universidad de Murcia
Universidad de Cádiz	Universidad de Salamanca
Universidad de Castilla-La Mancha	Universidad de Sevilla
Universidad de Extremadura	Universidad Jaume I
Universidad de Granada	Universidad Miguel Hernández de Elche
Universidad de Jaén	Universidad Pablo de Olavide
Universidad de La Laguna	Universidad Autónoma de Barcelona
Universidad de La Rioja	Universidad de Vic
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Universidad Abierta de Cataluña

## Datos demográficos

El estudiante encuestado tiene una edad media de 23,52 años, de los cuales el 55,1% son mujeres y el resto hombres. El 96,2% son de nacionalidad española. El 90,5% son estudiantes de grado, pero también han participado un 7,5% de alumnos de master y un 2% de doctorado y postdoctorado.

La distribución según las ramas de conocimiento<sup>3</sup> que recoge el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, nos muestra que los grupos de participación más numerosos han sido los de Ciencias Sociales y Jurídicas (41,0%) y de Ingeniería y Arquitectura (24,1%). La tabla 1.2 refleja estos datos y la distribución por género en cada rama.

**TABLA 1.2. DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR RAMAS DE CONOCIMIENTO Y GÉNERO.**

Rama de Conocimiento	% Total de la Rama	Hombres	Mujeres
Artes y Humanidades	6,0%	33,3%	66,7%
Ciencias	8,7%	37,7%	62,3%
Ciencias de la Salud	20,3%	34,3%	65,7%
Ingeniería y Arquitectura	24,1%	71,7%	28,3%
Ciencias Sociales y Jurídicas	41,0%	37,7%	62,8%
Total	100,0%	44,9%	55,1%

<sup>3</sup> El Real Decreto 1393/2007 (BOE núm. 260, de 30/10/2007), establece las siguientes ramas de conocimiento: Artes y Humanidades: Antropología, Arte, Ética, Expresión Artística, Filosofía, Geografía, Historia, Idioma Moderno, Lengua, Lengua Clásica, Lingüística, Literatura y Sociología. Ciencias: Biología, Física, Geología, Matemáticas y Química. Ciencias de la Salud: Anatomía Animal, Anatomía Humana, Biología, Bioquímica, Estadística, Física, Fisiología y Psicología. Ciencias Sociales y Jurídicas: Antropología, Ciencia Política, Comunicación, Derecho, Economía, Educación, Empresa, Estadística, Geografía, Historia, Psicología y Sociología. Ingeniería y Arquitectura: Empresa, Expresión Gráfica, Física, Informática, Matemáticas y Química.

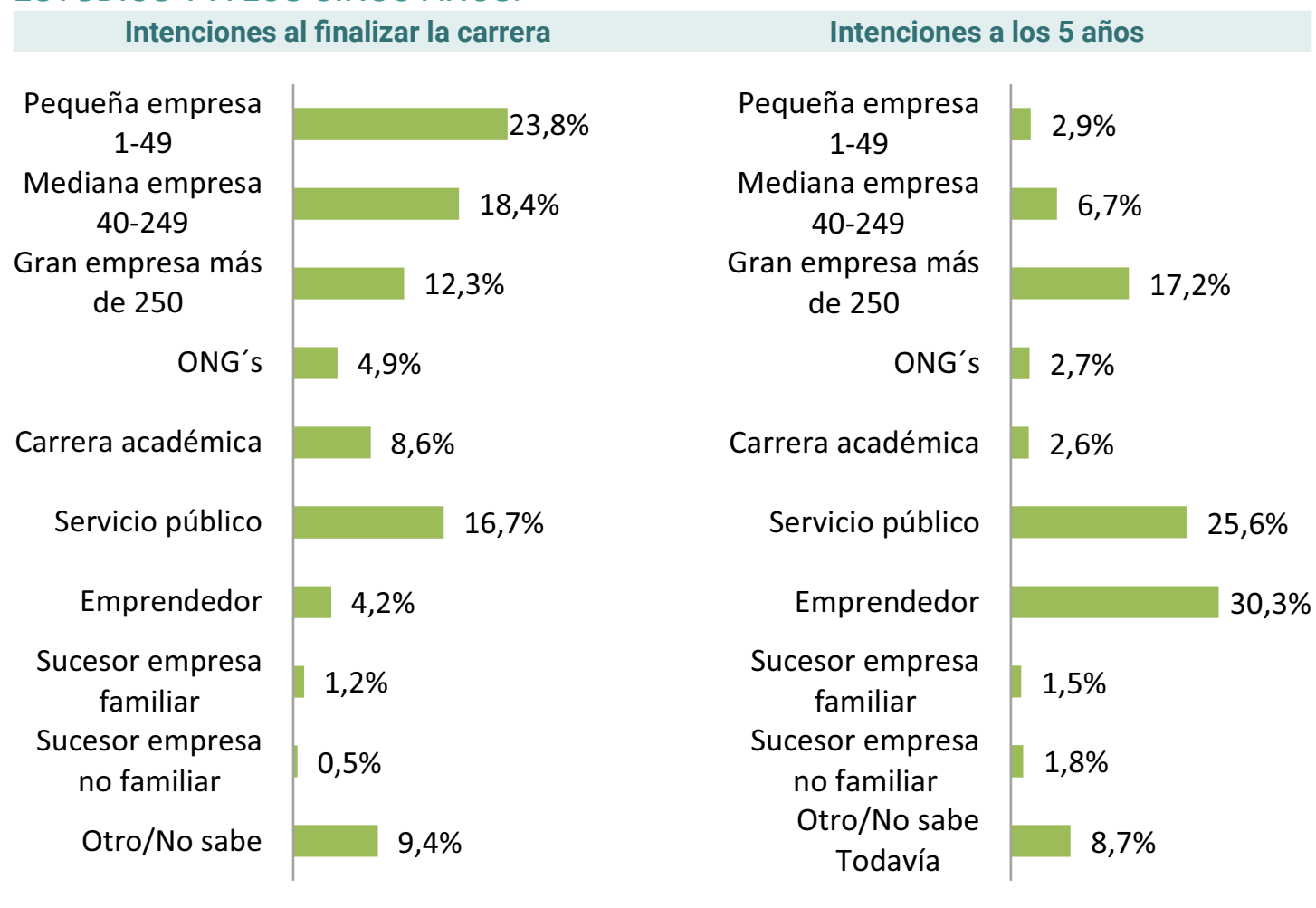
# 1

## Intenciones de elección de carrera profesional en la UEX

## 1.1. Intenciones de elección de carrera profesional al finalizar los estudios y cinco años después

El proyecto GUESSS tiene unas claras metas, entre ellas, conocer las intenciones profesionales que manifiestan los estudiantes universitarios sobre lo que desean hacer una vez que finalicen sus estudios. Preguntas como ¿qué camino profesional intentan seguir en un futuro próximo? o ¿qué es lo que quieren hacer directamente después la finalización de sus estudios, y cuál es su plan de carrera a largo plazo? son fundamentales para poder acercarnos al conocimiento de las intenciones de los estudiantes de la UEx al finalizar sus estudios. Así, el gráfico 1.1 refleja las intenciones de carrera profesional al finalizar los estudios y cinco años más tarde.

GRAFICO 1.1. INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA AL FINALIZAR LOS ESTUDIOS Y A LOS CINCO AÑOS.

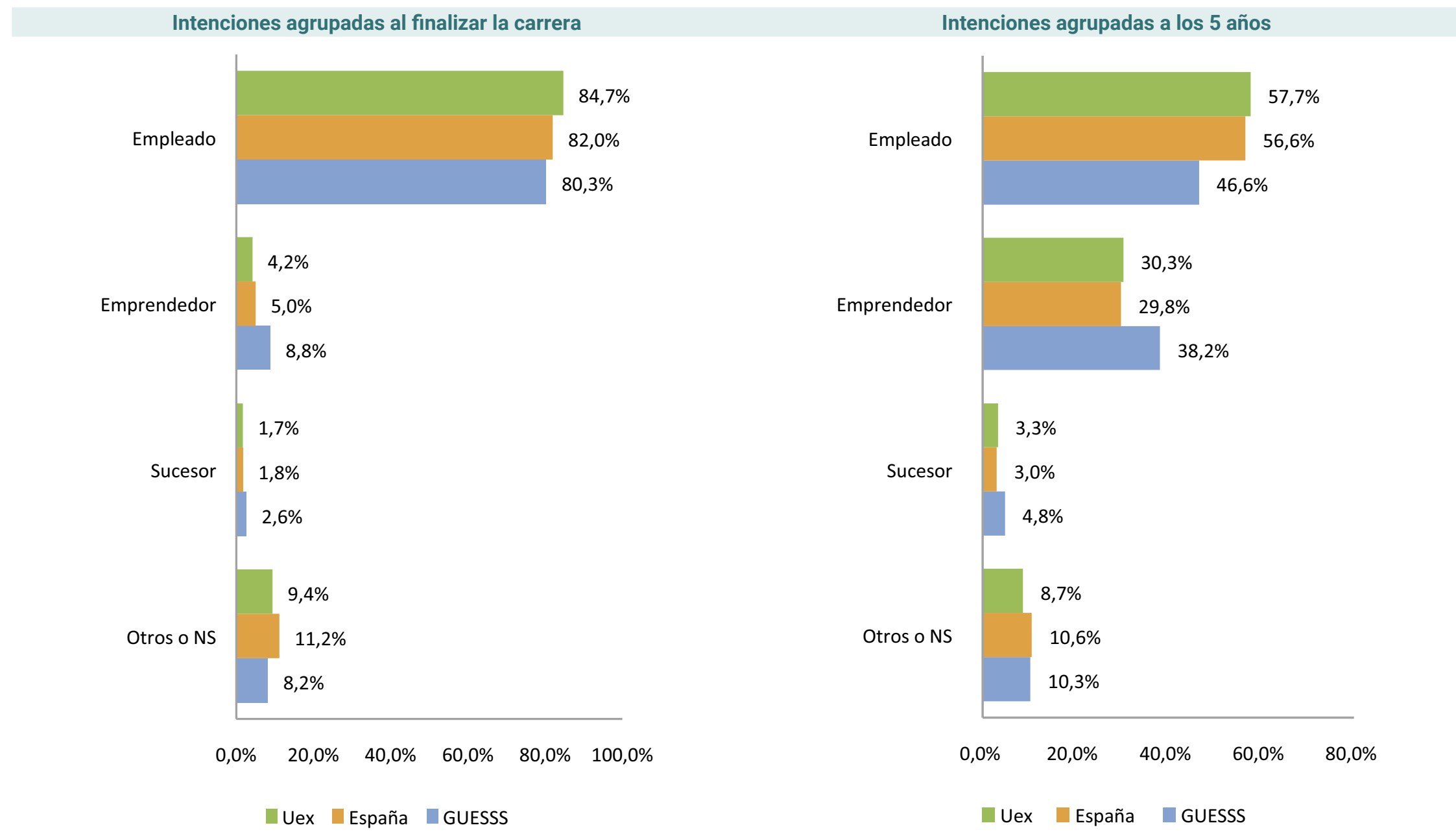


En las respuestas se recogen diez diferentes opciones profesionales para trabajar tanto por cuenta propia como por cuenta ajena. Las primeras seis opciones ilustran las trayectorias profesionales como empleado, ya sea en el sector privado, en el sector público, o en una organización sin fines de lucro. Las primeras tres opciones, es decir, empleado de una empresa pequeña, mediana o grande, son claramente las preferidas inmediatamente después de terminar los estudios con más de un 50% de respuestas entre los alumnos, aunque su atractivo cambia notablemente a los cinco años de haber finalizado sus estudios, al quedar reducido prácticamente a la mitad (26,8%). No obstante, las intenciones de trabajar en una gran empresa al cabo de cinco años son las únicas que crecen en el trabajo por cuenta ajena. Es de destacar también la mayor intención para dar el paso al emprendimiento entre los universitarios extremeños, intención que después de los cinco años de haber finalizado los estudios se multiplica por siete veces y se convierte en la opción preferida de los estudiantes, por encima de la de convertirse en empleado público.

En referencia a las intenciones empresariales, sólo el 4,2% de todos los estudiantes de la UEx indican que quieren trabajar en su propia empresa después finalizar sus estudios. Cinco años después, es el 30,3% el que desea tener su propia empresa. Es destacable la evolución de las intenciones y el cambio de perspectiva de los estudiantes, ya que gran parte de los que pensaban trabajar por cuenta ajena al finalizar la carrera (25%) deciden probar la opción del trabajo por cuenta propia y emprender su propio proyecto tras cinco años en el mercado laboral.

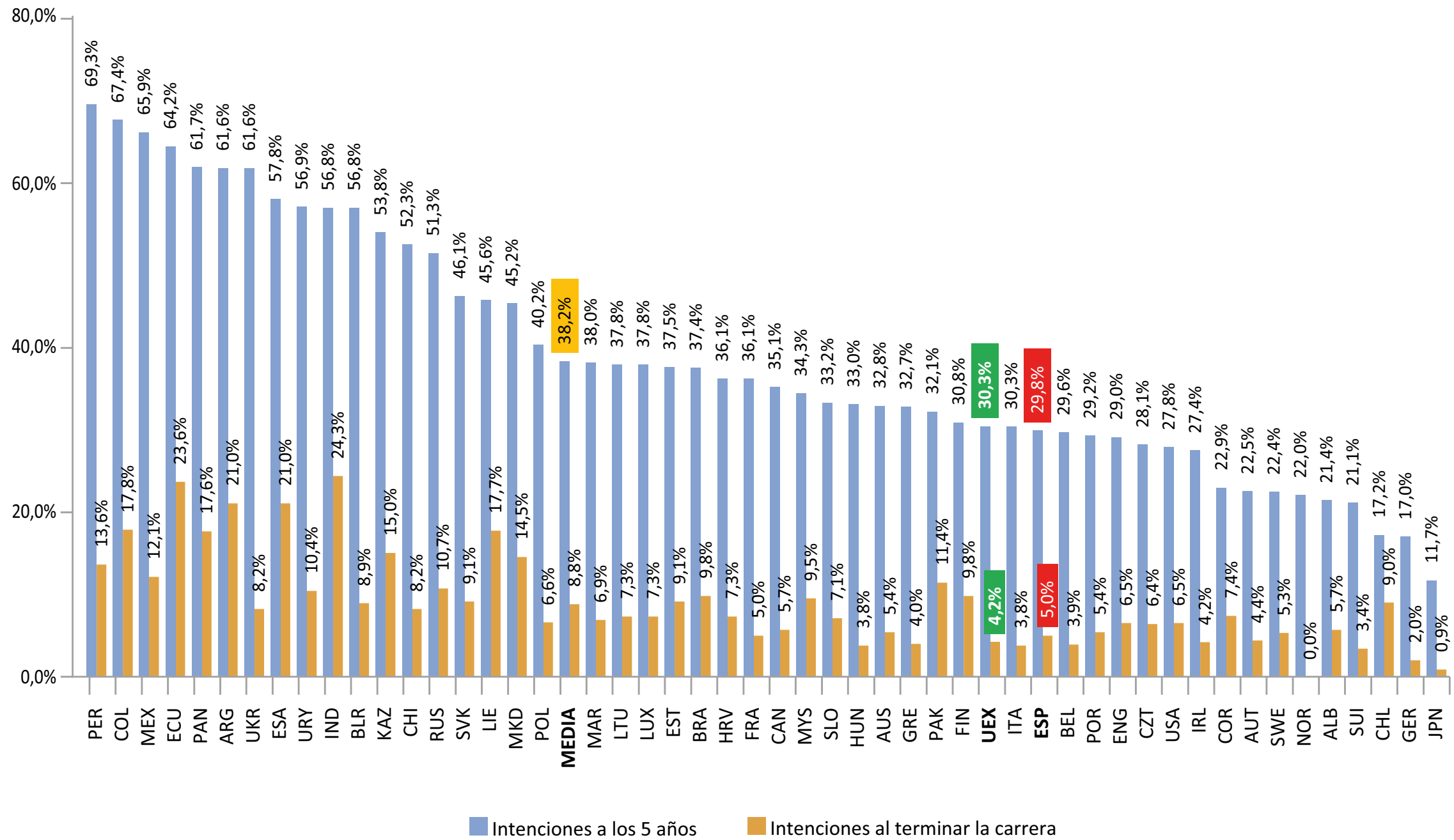
Al agrupar los resultados de las intenciones de elección de carrera profesional en el gráfico 1.2, vemos más claramente lo que ya hemos comentado. Los propósitos de ser empleados nada más acabar la carrera son los dominantes entre los estudiantes, pero éstos disminuyen al cabo de los cinco años, en los que las intenciones de crear la propia empresa crecen multiplicándose por siete. Y los indecisos representan un porcentaje significativo, casi un 10%, que no tiene claro su futuro ni ahora ni en cinco años. Al comparar con el resto de estudiantes, de España y del proyecto GUESSS, los extremeños se muestran algo menos emprendedores inmediatamente después de acabar sus estudios, pero con tantas intenciones como los demás al cabo de cinco años.

GRAFICO 1.2. INTENCIONES AGRUPADAS DE ELECCIÓN DE CARRERA AL FINALIZAR LOS ESTUDIOS Y A LOS 5 AÑOS.



De forma complementaria, el gráfico 1.3 recoge la posición de la Universidad de Extremadura entre los países del GUESSS.

GRÁFICO 1.3. INDICADOR DE LAS INTENCIONES EMPRESARIALES POR PAÍSES PARTICIPANTES EN PORCENTAJE.



Fuente: Elaborado a partir de Sieger et. al. (2016).



Como puede observarse, en todos los casos impera la lógica por la que la cantidad de alumnos dispuestos a emprender pasados cinco años tras terminar sus estudios, es mayor que la cantidad de alumnos con intenciones de emprender inmediatamente después de graduarse. Utilizamos el término lógica porque parece coherente que los individuos traten de adquirir cierta experiencia profesional antes de embarcarse en sus aventuras empresariales.

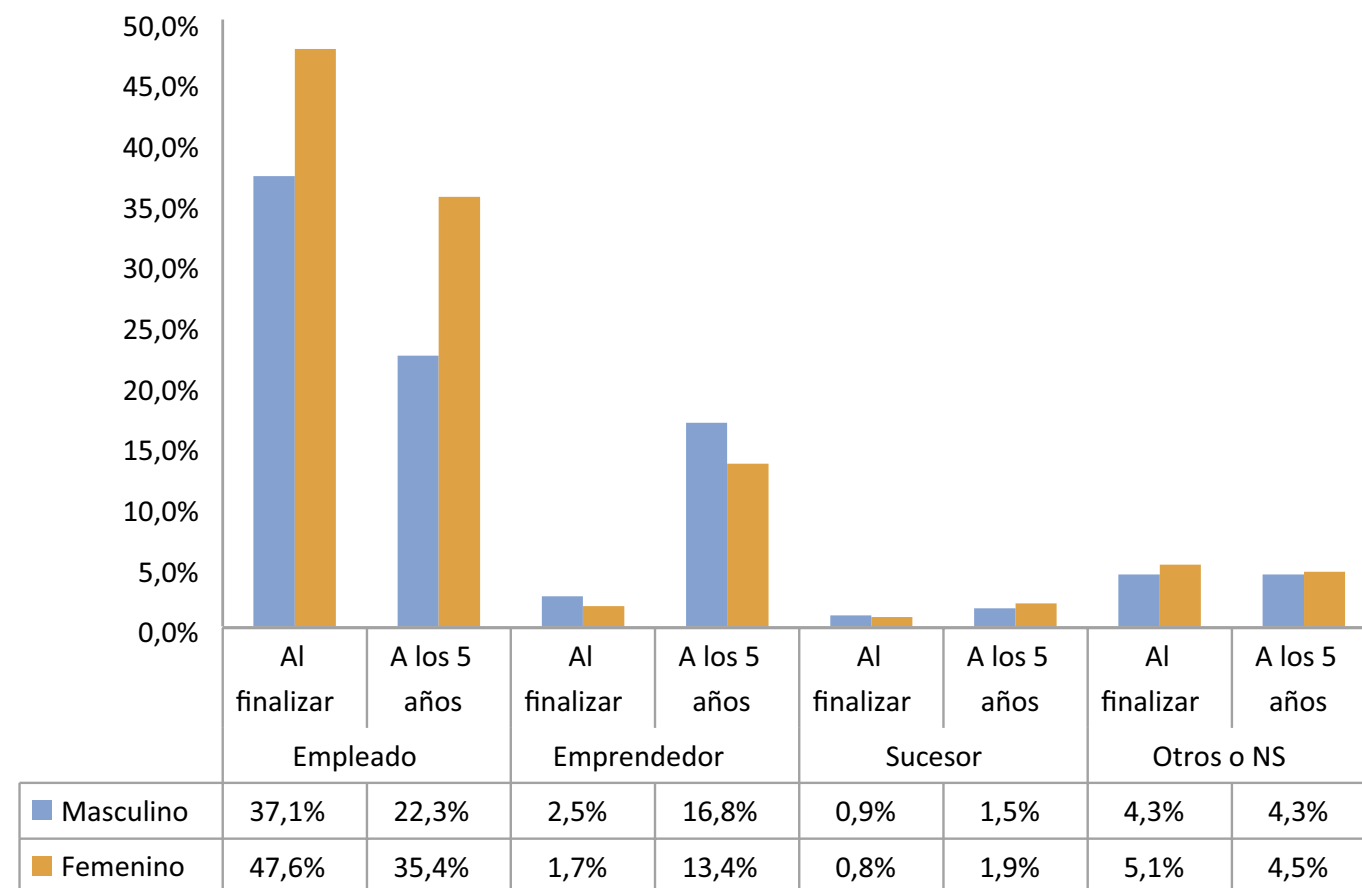
Si tomamos como referencia el valor medio del GUESS respecto a la intención inmediata de emprendimiento (8,8%), observamos que el porcentaje para la UEx es menos de la mitad (4,2%). A este respecto, Extremadura se encuentra más alineada con el resto de España (5%) o países como Suiza (3,4%), Irlanda (4,2%) o Bélgica (3,9%) que con los países que ofrecen valores más altos tales como India, (24,3), Ecuador (23,6%), Argentina (21%) o Colombia (17,8%). Esta circunstancia puede reflejar que el tipo de emprendimiento que se halla detrás de estos altos valores se encuentre motivado más por la necesidad, puesto que los países con bajos niveles de ingresos y altos niveles de emprendimiento suelen caracterizarse porque sus negocios evidencian muchas actividades de subsistencia en vez de oportunidades de negocios. Así, valores relativamente discretos de intención emprendedora no deben interpretarse necesariamente como negativos, como señala el informe GEM, año tras año.

El mismo análisis puede realizarse al observar la intención de emprendimiento a cinco años. Los egresados de la universidad extremeña muestran una intención similar al entorno español (30,3% y 29,8% respectivamente), y dicho porcentaje se encuentra en sintonía con países de un nivel de desarrollo económico análogo.

## 1.2. Intenciones de elección por género

Al establecer una diferenciación en función del género entre los estudiantes de la UEx (gráfico 1.4), vemos que hay más mujeres que hombres que desean ser empleados después de terminar sus estudios y también a los cinco años. Sin embargo, el porcentaje de hombres es mayor entre los que desean ser empresarios, aunque al cabo de cinco años la intención femenina se multiplica por ocho, frente a la masculina que lo hace por siete, tras finalizar los estudios.

GRAFICO 1.4. INTENCIONES DE CARRERA PROFESIONAL SEGÚN EL GÉNERO DE LOS ESTUDIANTES.



Entre los que esperan ser continuadores o sucesores de una empresa que ya está en marcha, sea familiar o no, están ambos géneros bastante compensados. Por último, entre los estudiantes que aún no tienen claros sus propósitos o esperan que sea otro no contemplado entre las opciones de respuesta, predomina el género femenino.

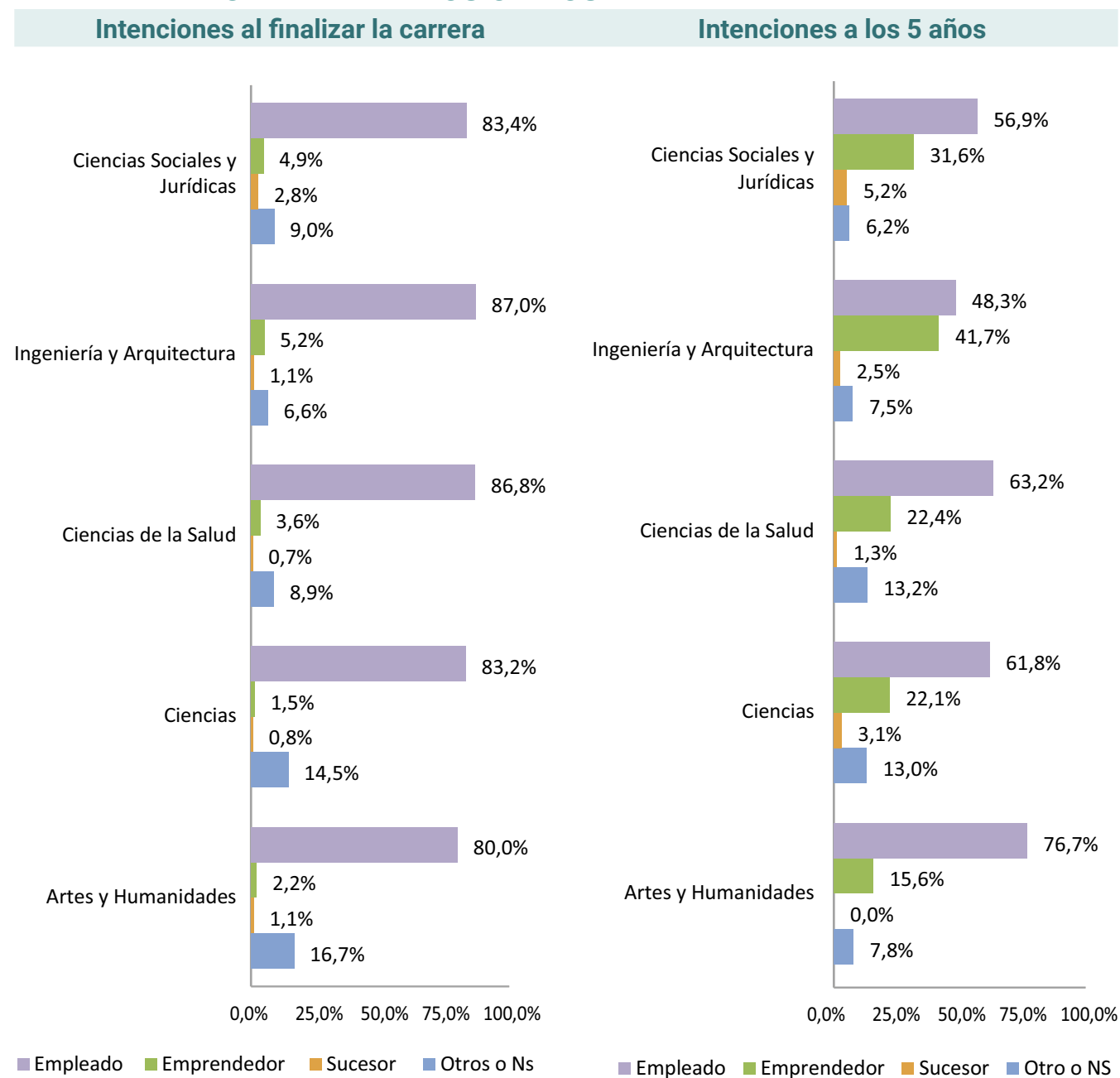
### 1.3. Intenciones de elección de carrera profesional por ramas de conocimiento

Cuando analizamos la elección de carrera profesional por ramas de conocimiento (Gráfico 1.5), observamos que en todas las ramas la inmensa mayoría de los estudiantes ambicionan encontrar un trabajo por cuenta ajena nada más terminar sus

estudios, especialmente los de Ingeniería y Arquitectura y Ciencias de la Salud. En los estudios de Artes y Humanidades, a pesar de ser inmensamente mayoritarios también los que desean trabajar por cuenta ajena, hay más estudiantes que se deciden por otras opciones o no saben qué hacer.

Los que tienen mayor intención emprendedora nada más terminar la carrera son los de Ingeniería y Arquitectura (5,2%) y Ciencias Sociales y Jurídicas (4,9%), siendo también los estudiantes de Ingeniería y Arquitectura los que más ven su futuro en el emprendimiento (41,7%), seguidos de los de Ciencias Sociales y Jurídicas (31,6%) y Ciencias de la Salud (24,4%). Por otro lado, los menos emprendedores y los que menos piensan en serlo después de un lustro de finalizar sus estudios son los de Artes y Humanidades, con valores del 15,6% en intención emprendedora, muy por debajo de las intenciones de convertirse en empresarios que tienen los estudiantes en áreas de Ingeniería y Arquitectura o Ciencias Sociales.

**GRAFICO 1.5 ELECCIÓN DE CARRERA POR RAMA DE CONOCIMIENTO AL FINALIZAR LA CARRERA Y A LOS 5 AÑOS.**



# 2

## Determinantes de las intenciones emprendedoras en la Uex

## 2.1. Una mirada más cercana a las intenciones emprendedoras

En este capítulo se abordará un estudio sobre los determinantes potenciales de las intenciones emprendedoras de los estudiantes de la Universidad de Extremadura, siguiendo el modelo GUESS expuesto en la introducción, y haciendo comparaciones con otros participantes del proyecto. Si bien en el capítulo anterior se evaluaron las intenciones en la elección de carrera de los estudiantes de la UEx, dándole diversas opciones de respuestas en dos horizontes temporales, y dado que este enfoque de estudio es común y fiable (Zellweger et al., 2011), existe una debilidad en él, ya que los estudiantes que piensan seriamente en convertirse en empresarios en algún momento de su carrera, pero no ahora, son considerados como no emprendedores en el momento de preguntarles sobre su decisión. Es decir, este tipo de análisis no tiene en cuenta como emprendedores a los estudiantes cuya segunda opción sea convertirse en empresarios.

Para solucionar esto y obtener una visión más matizada en las intenciones empresariales, se ha utilizado la escala Likert de 7 puntos desarrollada por Liñán y Chen (2009), mediante la cual los estudiantes indican su nivel de acuerdo con una serie de declaraciones que captan su intención general para convertirse en un empresario en el futuro. Posteriormente se ha generado una medida de la intención emprendedora agregada mediante el cálculo de la media de las seis respuestas que fueron evaluadas desde 1 (muy en desacuerdo) a 7 (muy de acuerdo). La tabla siguiente recoge los diferentes ítems y la media obtenida en cada uno de ellos, así como el indicador de intención emprendedora final (tabla 2.1.).

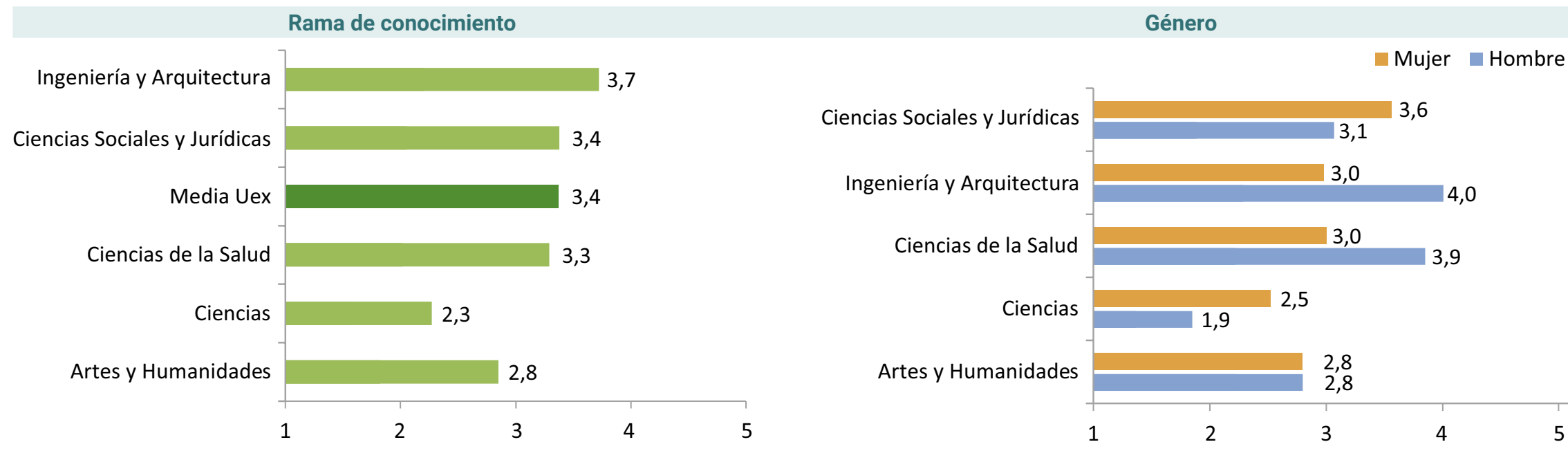
**TABLA 2.1. INDICADORES DE LA ESCALA DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA.**

Nº	Ítems	Media
1	Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor	4,12
2	Mi meta profesional es llegar a ser emprendedor	4,14
3	Haré todo lo posible para crear y dirigir mi propia empresa	4,16
4	Estoy decidido a crear una empresa en el futuro	4,01
5	He pensado muy seriamente en iniciar una empresa	3,91
6	Tengo la firme intención de crear una empresa algún día	3,99
<b>Indicador de Intención Emprendedora en la UEx</b>		<b>4,05</b>

El gráfico 2.1. refleja un desglose de las fortalezas de las intenciones emprendedoras. Se recurre al término “fortaleza” porque los datos expresados en dicho gráfico se refieren exclusivamente a aquellos estudiantes que efectivamente están dispuestos a emprender, es decir, se centra únicamente en los individuos con firmes convicciones para crear negocios. Los resultados se ofrecen por ramas de conocimiento y género.

En primer lugar, observamos una caída generalizada de la intención emprendedora si comparamos los valores actuales con los valores del informe anterior (Hernández et al., 2017). Por otro lado, la rama de conocimiento de mayor potencial empresarial es la de Ingeniería y Arquitectura, con un 3,72%, al igual que sucedía en la edición anterior. En la segunda posición encontramos a Ciencias Sociales y Jurídicas (3,38%), que en el informe anterior ocupaba la también la segunda posición, seguida de Ciencias de la Salud (3,37%). Por último, el área de conocimiento con menor espíritu empresarial es la de Ciencias. En este sentido, y al compararla con el informe anterior, se mantiene como una de las ramas menos emprendedoras.

**GRÁFICO 2.1. FORTALEZA DE LAS INTENCIONES EMPRENDEDORAS POR RAMAS DE CONOCIMIENTO Y GÉNERO.**



Al enfocar el análisis sobre la distribución de género, el aspecto principal que se aprecia es la evolución hacia la igualdad respecto al informe anterior. Si bien en dicho informe, en la mayoría de los casos se evidenciaba la preeminencia masculina, en el informe actual se puede apreciar que de las cinco ramas analizadas, en dos existen mayor presencia de mujeres (Ciencias Sociales y Jurídicas y Ciencias), en dos mayor presencia de hombres (Ciencias de Salud e Ingeniería y Arquitectura), y en la rama de Arte y Humanidades los valores son prácticamente idénticos (3,84% vs. 3,86%).

A modo de conclusión, encontramos que la intención emprendedora en la Universidad de Extremadura se ha mantenido en valores muy cercanos al dato del informe anterior, y que está en consonancia con los países con características económicas similares, aunque la fortaleza de sus intenciones ha disminuido en todas las ramas de conocimiento. Además, en el presente informe se evidencia la equiparación de géneros al considerar las diferentes áreas de conocimiento universitarias.

Una vez examinada la intención emprendedora de los estudiantes universitarios extremeños, resulta conveniente aproximarnos a los posibles determinantes de dichas intenciones. Así, y siguiendo el modelo de investigación GUESSS, utilizaremos dos tipos de condicionantes, que se corresponden con el contexto universitario y el contexto familiar.

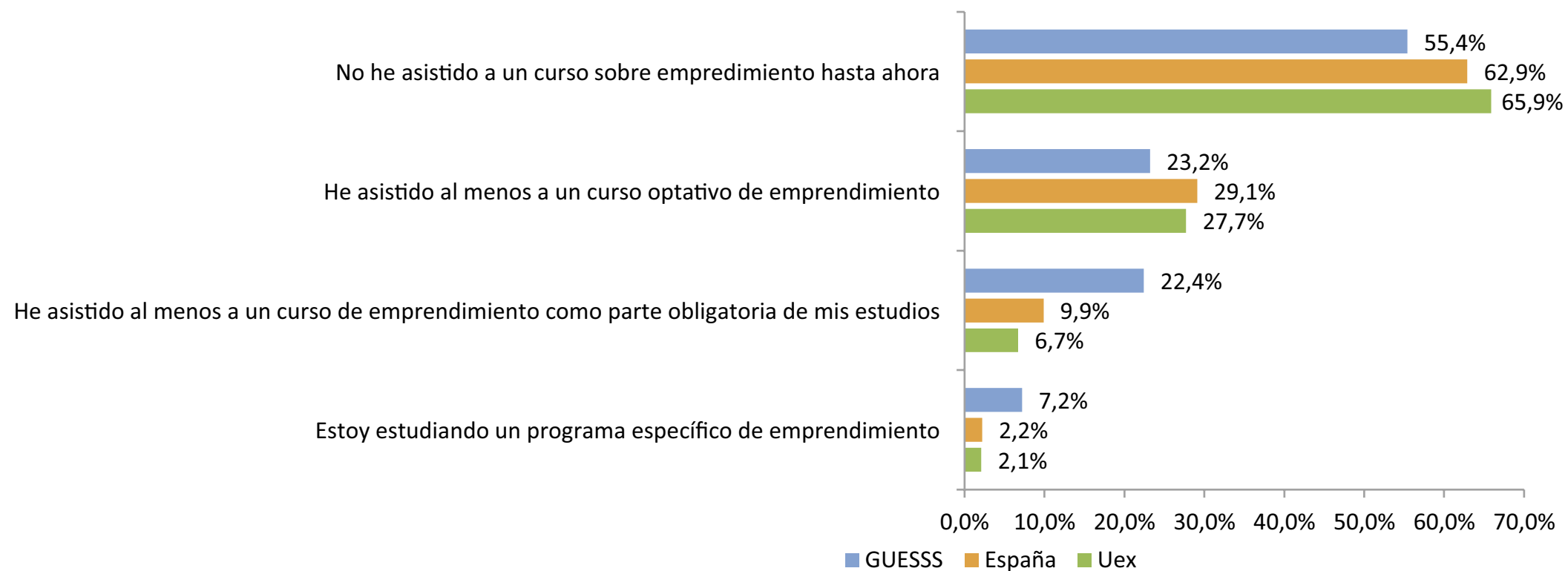
## 2.2. El contexto universitario

Siguiendo a Lima et al. (2014), la universidad representa un ente fundamental para la vocación emprendedora de sus estudiantes, pues solo si ofrecen una educación que promueva conocimientos y habilidades emprendedoras, sus alumnos tomarán conciencia e interés en estas actividades, así como conocimientos que les permitan abordar la creación de una empresa o negocio.

Para ofrecer un análisis completo, el informe no sólo analiza la formación recibida en la universidad, sino que amplía el estudio al clima de emprendimiento que se genera en la misma, así como el aprendizaje en emprendimiento sobre los cursos y servicios recibidos.

El primer punto en este apartado, consiste en analizar la formación universitaria recibida respecto al emprendimiento (gráfico 2.3.). Aquí se plantean diferentes cuestiones, entre las que se encuentran los cursos relacionados con el emprendimiento en los que los universitarios han participado. Podemos observar que la mayor parte de los estudiantes, independientemente de su ámbito geográfico, no habían asistido a ningún curso de emprendimiento hasta el momento de la realización de la encuesta. Para el conjunto GUESSS el valor se estima en el 55,4% de los estudiantes, siendo más acusado para el caso español (62,9%) y extremeño (65,9%).

**GRÁFICO 2.3. FORMACIÓN RECIBIDA EN EMPRENDIMIENTO.**



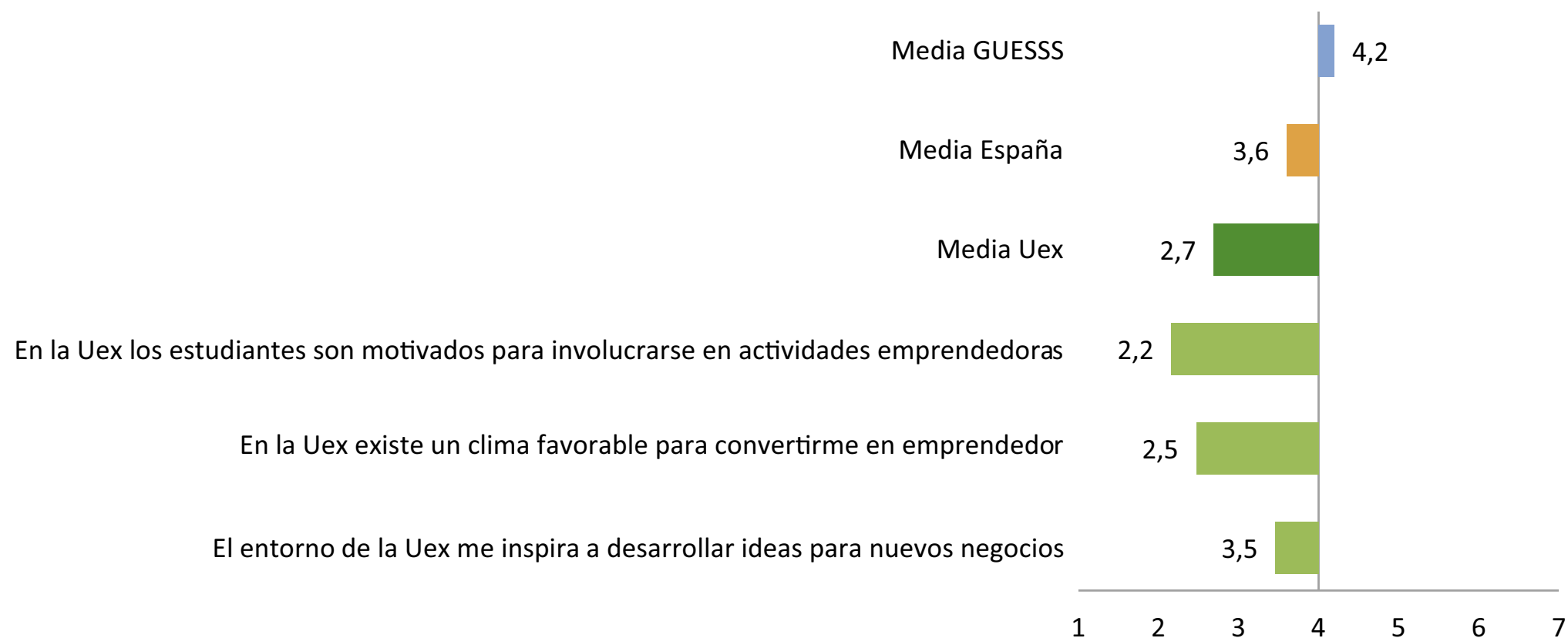
Continuando con la formación universitaria en emprendimiento, nos detendremos en los cursos optativos universitarios a los que los alumnos han asistido. Si bien el dato de España es el mayor (29,1%), el valor extremeño es relativamente cercano (27,7%), superando en ambos casos al del entorno GUESSS (23,2%).



Al contrario sucede con la formación obligatoria en emprendimiento, donde los universitarios extremeños representan la menor proporción de alumnos (6,7%), seguido de los españoles (9,9%) y muy distanciados en los casos anteriores de los alumnos del conjunto GUESSS (22,4%).

Para concluir con la formación universitaria en emprendimiento, se exponen los resultados sobre porcentaje del total de tiempo de estudio que los estudiantes dedicaron a cursos de emprendimiento, en caso de cursar programas optativos o específicos. Al igual que en el ítem anterior, resulta evidente la distancia entre la universidad extremeña y la española en cuanto a la proporción de sus estudiantes que se encuentran formándose específicamente en emprendimiento respecto al promedio del conjunto de países participantes en el proyecto.

**GRÁFICO 2.5. CLIMA DEL EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO EN LA UEX.**



Concluida la parte relativa a la formación universitaria sobre emprendimiento, se exponen los resultados obtenidos sobre el clima del emprendimiento universitario (Gráfico 2.5.). El ambiente creado en la Universidad de Extremadura para la promoción del emprendimiento se mide con tres ítems valorados con puntuaciones de 1 a 7, a partir del grado de acuerdo o desacuerdo (Luethje y Franke, 2004). La media de dichos ítems representa la valoración del clima de emprendimiento universitario.

Si tomamos como valor intermedio 4, observamos que la media de la UEx (2,69 puntos) está por debajo de dicho valor intermedio, al igual que la media de España (3,6 puntos), mientras que la de los países GUESSS está por encima del valor medio (4,2 puntos).

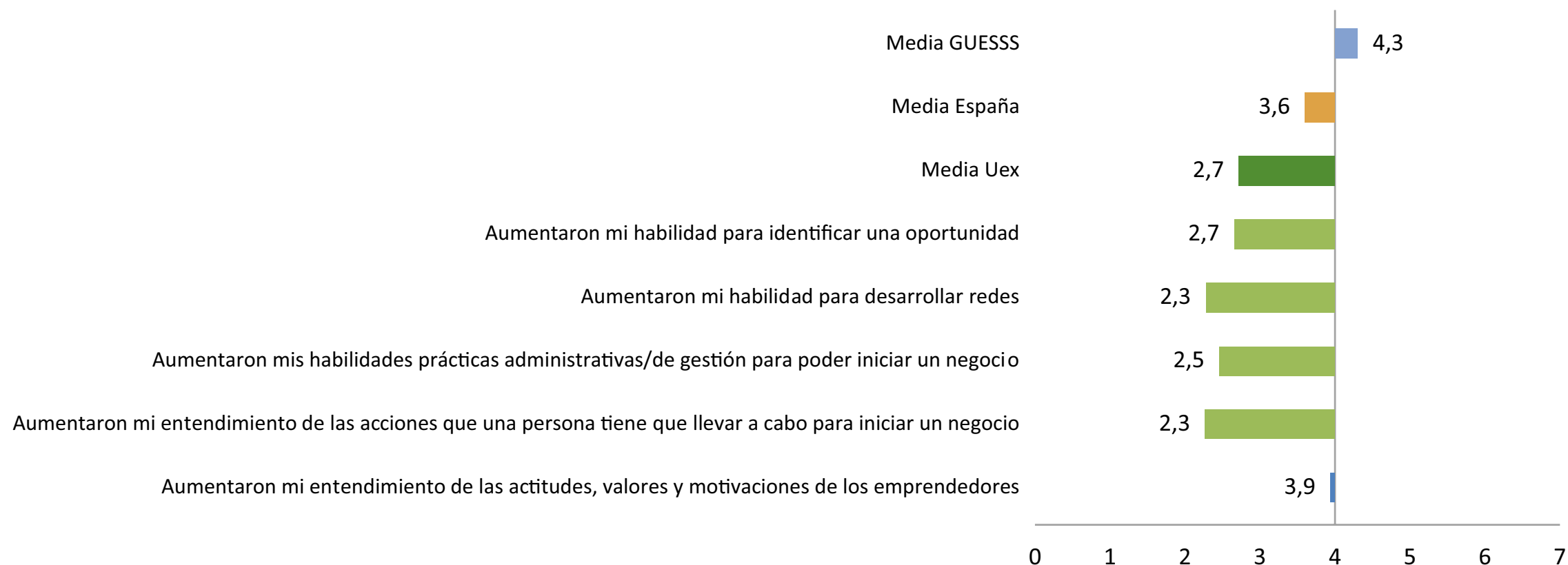
Por tanto, parece lógico analizar el motivo de este bajo resultado. Como se ha comentado en líneas anteriores, la media se calcula a partir de tres ítems. El primer ítem, que versa sobre el impulso motivador de la universidad para involucrarse en actividades de emprendimiento (2,16 puntos), el segundo ítem, que analiza la existencia de un clima favorable universitario para convertirse en emprendedor (2,47 puntos), mientras que el tercero se corresponde con el desarrollo de ideas para nuevos negocios (3,46 puntos). Los tres arrojan valores por debajo de 4, que podríamos considerar como un aprobado.

Habiendo reflexionado sobre la formación en emprendimiento ofertada desde la universidad, así como el clima existente para el fomento de actividades emprendedoras, el siguiente paso es ofrecer una aproximación al efecto que tal enseñanza ha ejercido en el aprendizaje en emprendimiento de los estudiantes de la Universidad de Extremadura. Para ello, en el gráfico 2.6, se muestran cinco medidas obtenidas de las respuestas emitidas por los alumnos en torno a sus afirmaciones cuyos valores oscilan entre 1 y 7 respectivamente. Con estas cinco medidas se calcula un valor medio que cifra numéricamente el aprendizaje en emprendimiento sobre los cursos y servicios recibidos en la UEx.

Al igual que en punto anterior, los resultados para la UEx son negativos si los comparamos con el resto de grupos: la media de la UEx es de 2,72 puntos frente a los 3,6 puntos de resto de universidades españolas y los 4,3 puntos de las universidades del GUESSS.

Si consideramos el valor medio de 4 puntos como el aprobado, las cinco cuestiones están por debajo de este número, por lo que todos se postulan como mejora en la que debe incidirse para el futuro de la universidad.

**GRÁFICO 2.6. APRENDIZAJE EN EMPRENDIMIENTO SOBRE LOS CURSOS Y SERVICIOS RECIBIDOS EN LA UEX.**

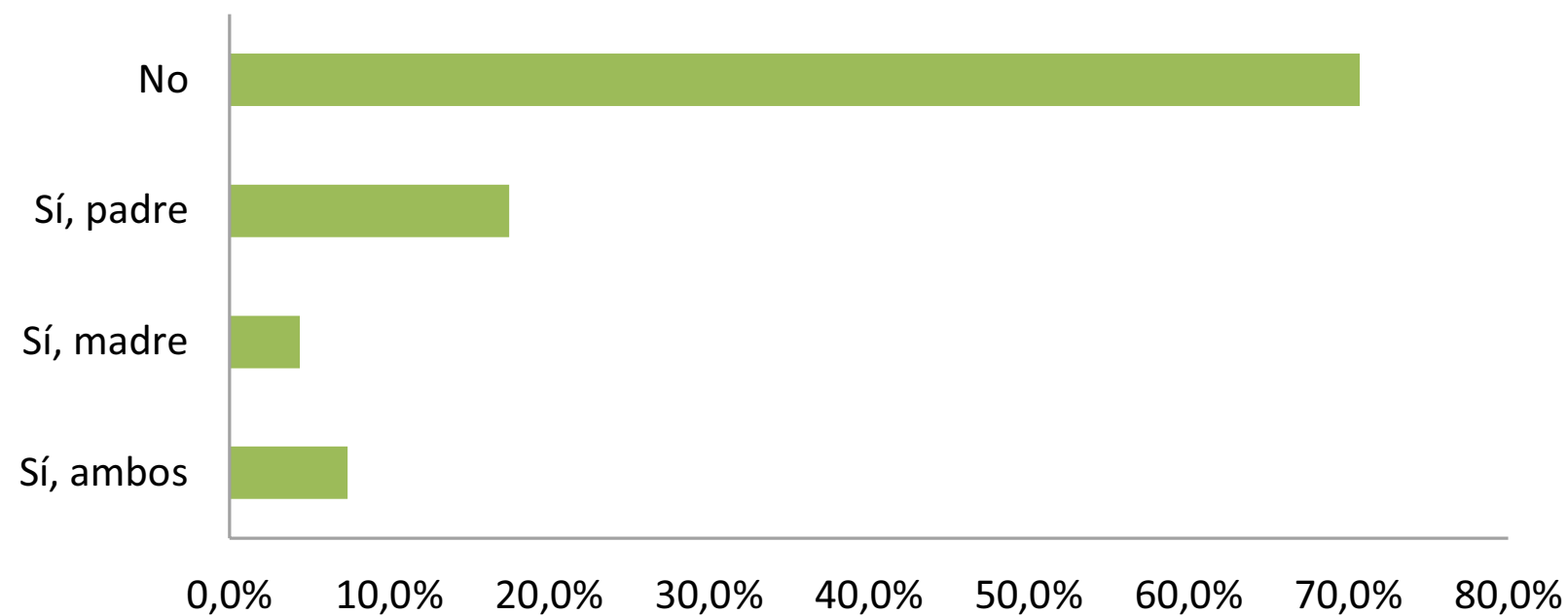


## 2.3. El contexto familiar

La literatura científica señala un grado de consenso respecto a que los hijos de padres emprendedores tienen mayor probabilidad seguir el mismo camino (Laspita et al., 2012). Por esta razón, el presente apartado estudia el contexto familiar de los alumnos de la UEx, con el objetivo de conocer la tradición emprendedora en el seno familiar.

En el gráfico 2.8. se categoriza a los estudiantes en función del carácter emprendedor de sus progenitores, entendiendo que los padres son (o han sido) empresarios. El mayor de los grupos, que representa un 70,7% de los encuestados, es aquél en el que, en la base familiar, no hay ningún individuo empresario. Por el contrario, un 29,3% de los alumnos tienen padres empresarios. Dentro de esta categoría, la mayor proporción es aquélla en la que el padre es el empresario (17,5%), seguida de los casos en los que ambos progenitores lo son. Por último, encontramos un 4,4% de los alumnos en el que la madre es la propietaria del negocio.

GRÁFICO 2.8. EL CONTEXTO FAMILIAR.



	Sí, ambos	Sí, madre	Sí, padre	No
■ Uex	7,4	4,4	17,5	70,7

Estas proporciones se aproximan mucho a las reflejadas en el informe GUESSS anterior, y evidencian el hecho de que la estructura familiar permanece constante en el corto plazo, lo que por otro lado resulta lógico.

# 3

## Actividades emprendedoras de los estudiantes Uex

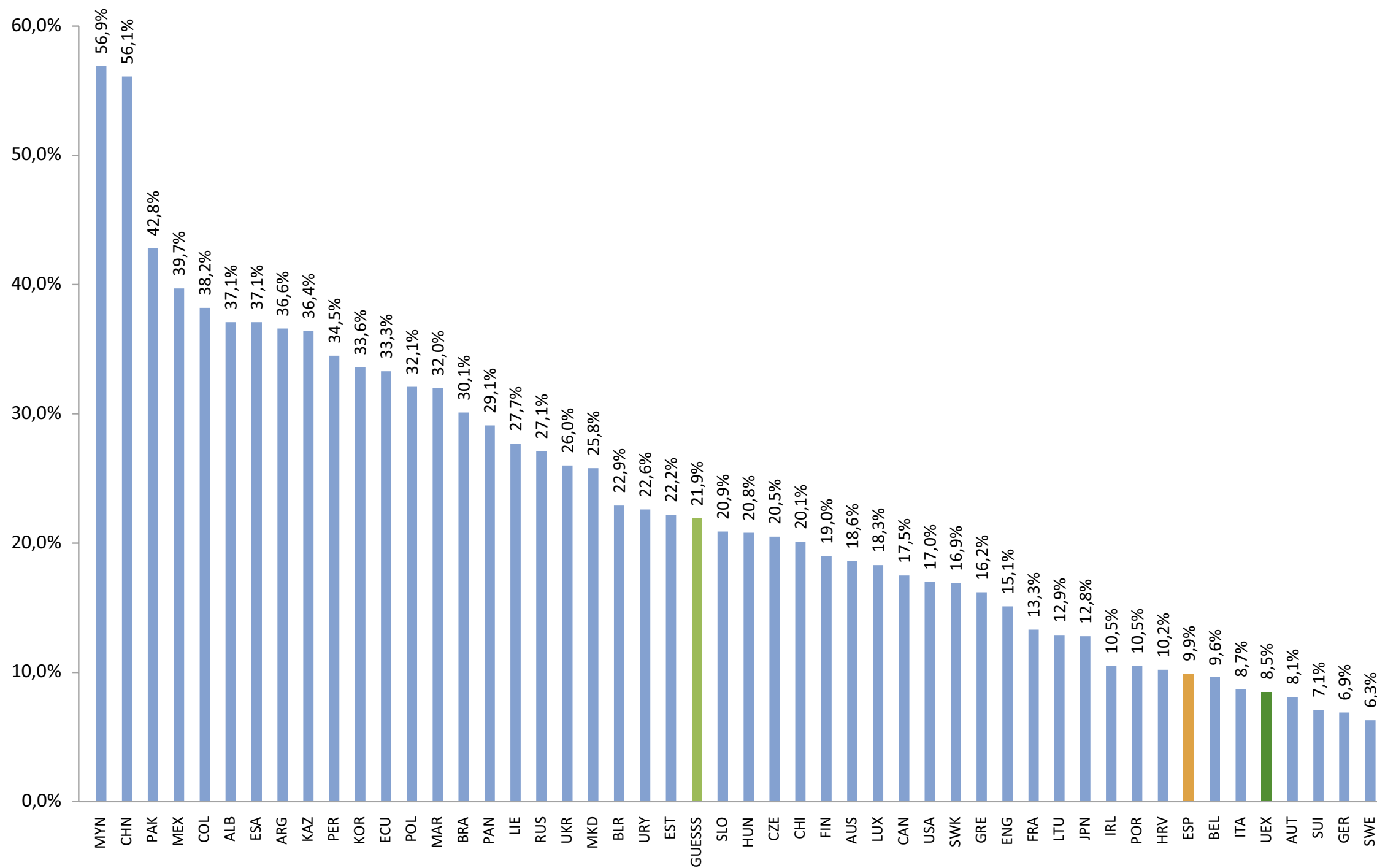
### 3.1. Características personales

Una vez descritas las intenciones de elección de carrera profesional y los condicionantes de las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios extremeños, en este capítulo se pretende prestar atención a aquéllos que ya están en el proceso de creación de una empresa, es decir, que son emprendedores nacientes según el modelo de proceso emprendedor del proyecto GEM. Por ello, en este primer apartado se realizará una aproximación a algunas de las características que los distinguen, para, en el siguiente destacar diversas peculiaridades de sus proyectos empresariales.

Así, el primer paso ha consistido en preguntar a los encuestados si actualmente están tratando de iniciar su propio negocio o de convertirse en auto-empleados. Las respuestas se pueden observar en el gráfico 3.1., con un 8,5% de afirmaciones para el caso de la Universidad de Extremadura, ponderación ligeramente superior a la del estudio anterior realizado en el curso 2013/2014 (Díaz-Casero et al., 2017), si bien ostenta la quinta posición más baja, por debajo del ratio nacional, que tampoco alcanza el 10%. A su vez, el promedio de respuestas positivas para el conjunto de participantes en el proyecto GUESSS está en el 21,9%, porcentaje que más que duplica tanto a la medida extremeña como a la española. Por tanto, tales resultados muestran una clara diferencia respecto a la intención de convertirse en emprendedores entre los universitarios extremeños y españoles y la mayor parte de los estudiantes del resto de universidades participantes, basada en una evidente menor intensidad en el caso de los primeros.

Sin embargo, existen diferencias notables entre países con distinto nivel de desarrollo económico en cuanto al tipo de actividad emprendedora predominante, tal que prevalecen los emprendedores por oportunidad en las economías desarrolladas mientras que en los países menos avanzados predominan los emprendedores por necesidad (Amorós, Fernández y Tapia, 2012). Por ello, conviene refrendar el análisis con una comparativa bajo cierto nivel de homogenización, razón por la que se toma como referencia el promedio resultante para los países de la Unión Europea (27,7%), a partir de lo cual es posible afirmar la gran distancia existente respecto al caso español y extremeño, siendo el valor de este último más de tres veces inferior al referente.

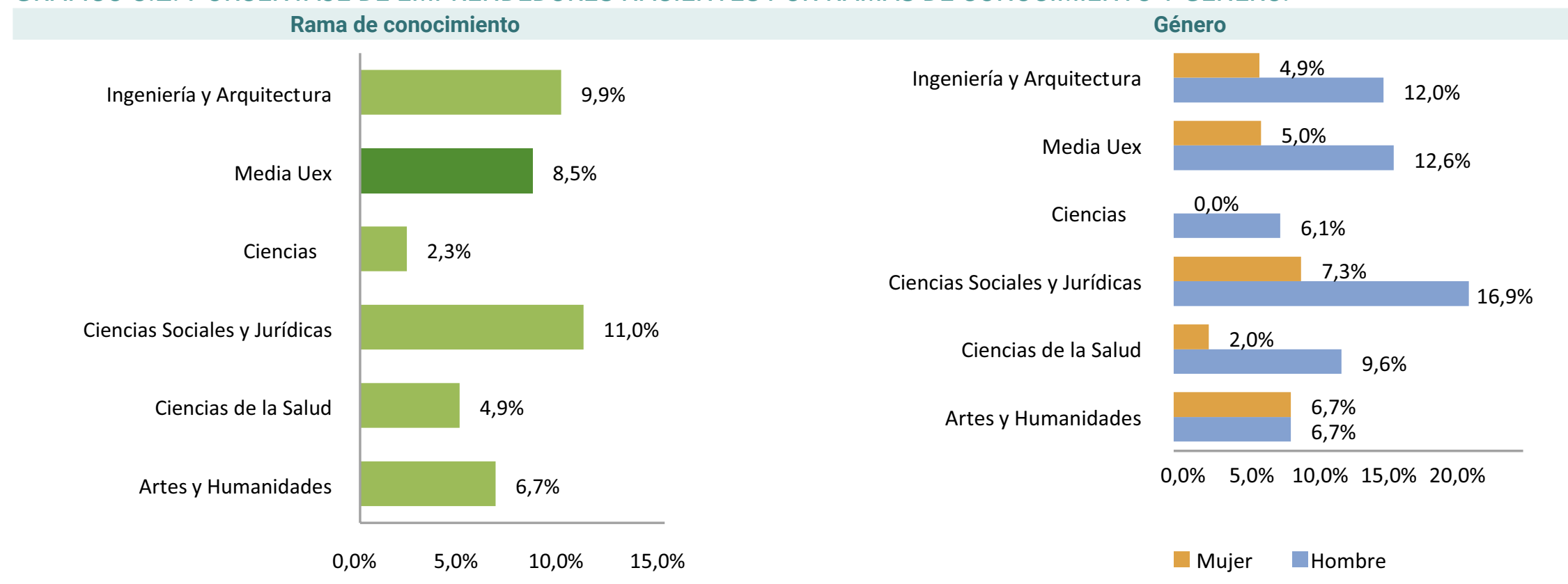
GRÁFICO 3.1. PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES NACIENTES.



Fuente: Elaborado a partir de Sieger et. al., (2016).

Para finalizar, y en complemento a lo anterior, el gráfico 3.2. desagrega las respuestas por ramas de conocimiento y género, lo cual permite concretar dos cuestiones fundamentales. Por una parte, que existen diferencias notables entre dos conjuntos de ramas de conocimiento, ya que los valores más altos se muestran en la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas (confirmado por el 11% de los emprendedores nacientes) y en la de Ingeniería y Arquitectura (9,9%), mientras que para el resto de ramas se obtienen porcentajes más bajos y cercanos entre sí. Por otra, destacan las marcadas divergencias por género en prácticamente todas las ramas de conocimiento, como refleja el hecho de que la proporción masculina suele superar a la femenina en torno a siete puntos porcentuales, exceptuando la rama de Artes y Humanidades, único caso en el que coinciden los valores.

**GRÁFICO 3.2. PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES NACIENTES POR RAMAS DE CONOCIMIENTO Y GÉNERO.**





### 3.2. Características de las futuras empresas

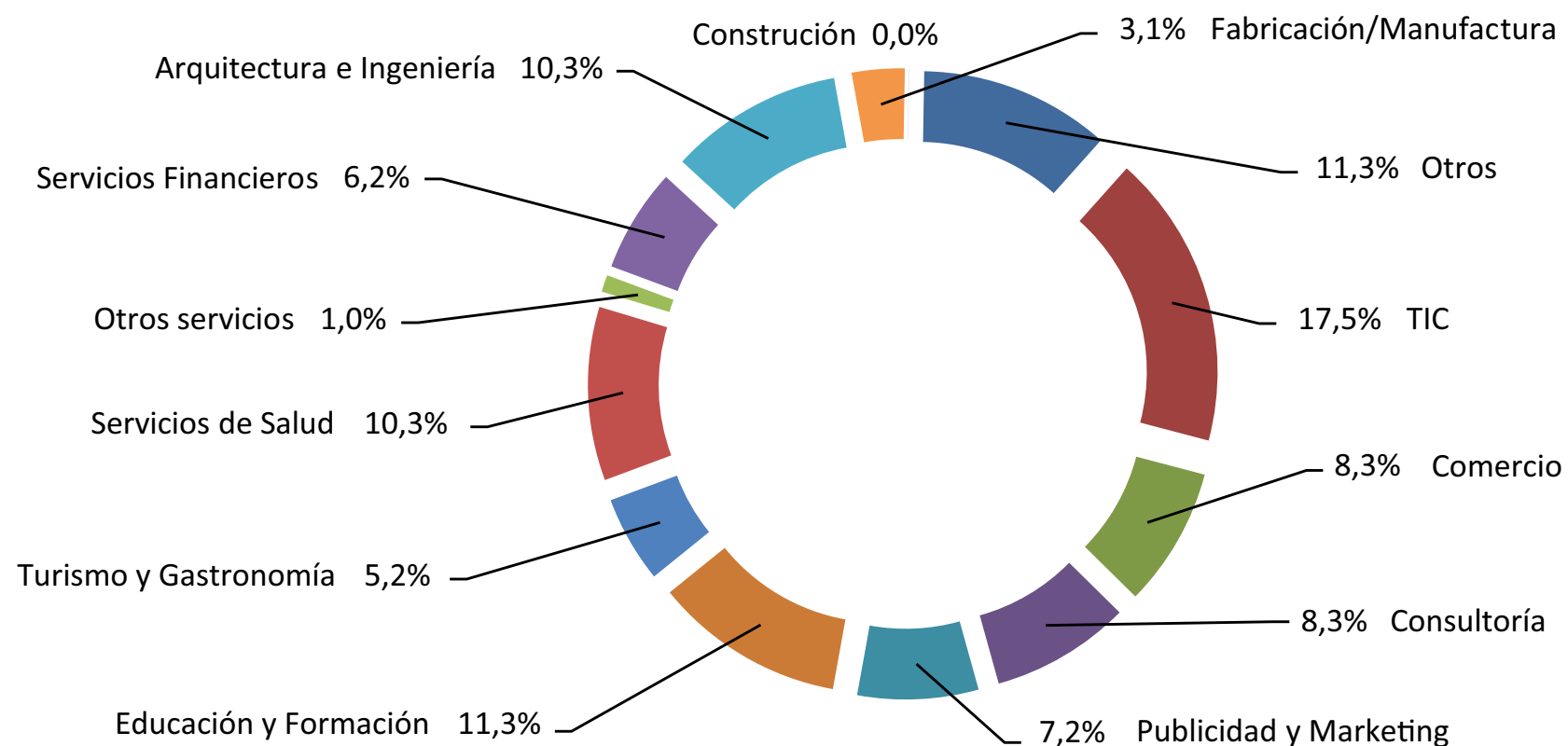
Este apartado tiene como finalidad ofrecer una aproximación sobre los pasos llevados a cabo por los estudiantes de la UEx que son emprendedores nacientes en el proceso de creación de la empresa, así como algunas características de sus incipientes proyectos empresariales. Respecto al primer punto, el gráfico 3.3. muestra el porcentaje de respuestas afirmativas por actividad realizada para la puesta en marcha de la empresa. Tal como se aprecia, la mayor parte de los emprendedores únicamente ha recopilado información sobre los mercados o competidores, concretamente un 52%, por lo que en su gran mayoría se encuentran en una fase muy primaria del proyecto; lo que se refrenda en el hecho de que tan solo el 27,6% ha presentado la idea de negocio a clientes potenciales y el 29,6% si se trata de los que han realizado el plan de negocio, a la vez que solamente el 22,4% ha iniciado el desarrollo del producto o servicio, proporción que se reduce de manera significativa si se hace referencia a los que han alcanzado la fase de venta de productos o servicios (3,1%) o de registro la empresa (2%). Por tanto, si bien, más de la mitad de los estudiantes encuestados tienen ideas emprendedoras, lo cierto es que la materialización de las mismas se erige como una meta difícil de alcanzar.

**GRÁFICO 3.3. ACTIVIDADES REALIZADAS POR LOS EMPRENDEDORES NACIENTES PARA LA PUESTA EN MARCHA DE LA EMPRESA (EN %)**



Continuando con las características que distinguen a tales proyectos empresariales, el gráfico 3.4. muestra una clasificación de los mismos por sectores de actividad, donde llama la atención, a priori, tanto la variedad como el mayor peso de respuestas en el ámbito de las tecnologías de la información y la comunicación (18%), cuestión ésta que puede explicarse por el cambio de paradigma ocurrido en el funcionamiento de las empresas en las últimas décadas, debido a la irrupción de internet y las ventajas que ofrece para el comercio. A su vez, ese 18% va en consonancia con que, aproximadamente, el 20% de las respuestas proviene de estudiantes pertenecientes a las ramas de Ingeniería y Arquitectura y Ciencias Sociales y Jurídicas (gráfico 3.2.), es decir, que posean una base de conocimiento que les permita desarrollar una idea empresarial de base tecnológica. No obstante, también adquieren importancia las proporciones en educación y formación (12%), en servicios de arquitectura e ingeniería (10%) y en servicios de salud (10%).

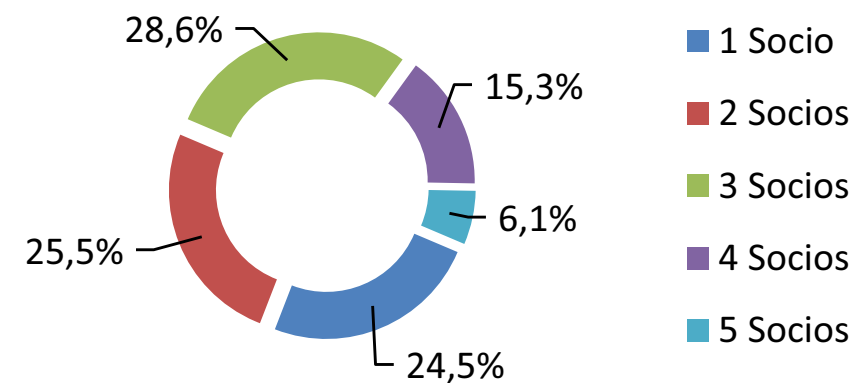
**GRÁFICO 3.4. SECTORES EN LOS QUE SE ESTÁ CREANDO LA EMPRESA.**



Haciendo referencia al número de socios con los que se pretende desarrollar la idea de negocio, el gráfico 3.5. muestra que existe una tendencia al trabajo en equipo, ya que las proporciones más altas hacen referencia a crear la empresa con tres (29%) y 2 (26%) socios, lo que aúna el 55% de las respuestas. Además, si bien el trabajar como socio único representa el 24% de las respuestas, ello implica que la generalidad prefiere contar como mínimo con dos socios (76%). Esto puede responder a razones como la necesidad de contar con talento multidisciplinar y el alto valor añadido que ello aporta al proyecto.

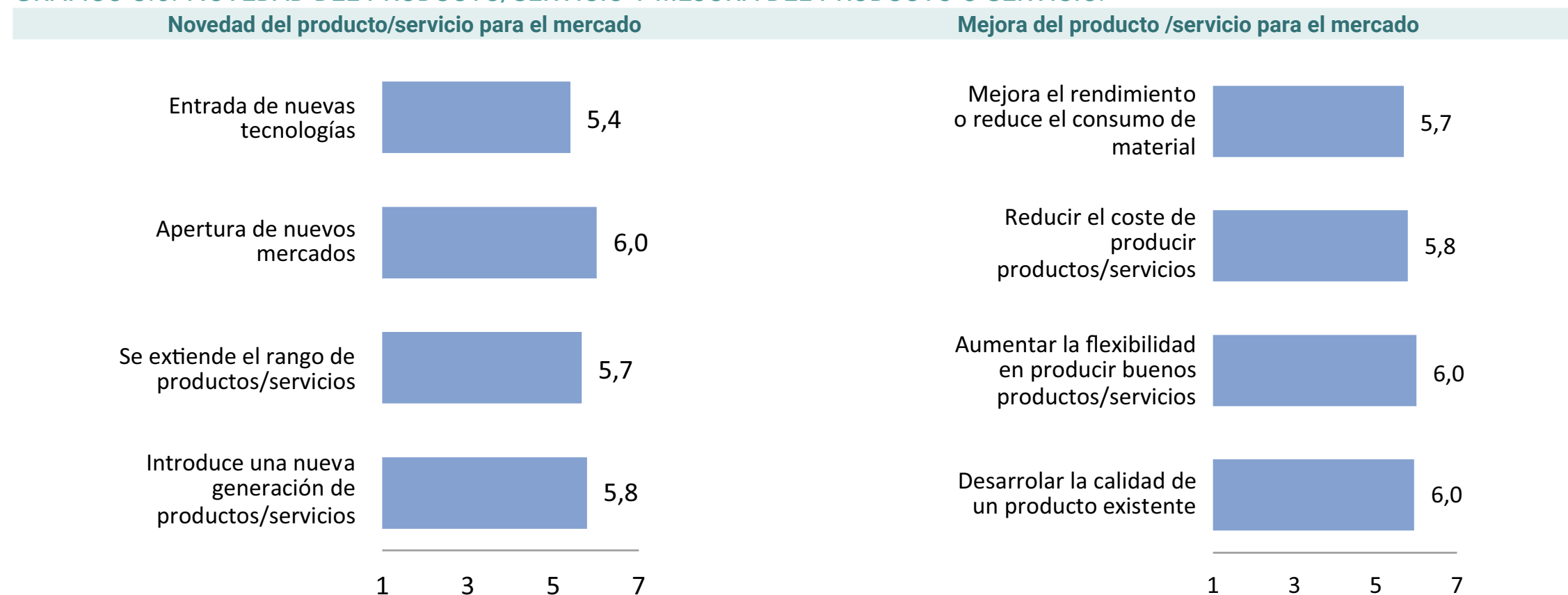
Unido a lo anterior, en los dos gráficos restantes se realiza un acercamiento a la valoración que los emprendedores nacientes de la UEx hacen tanto de su capacidad de innovación, mediante la pregunta sobre el grado de novedad y de mejora que aportan los productos o servicios que sustentan su actividad empresarial, como del desempeño de la empresa en relación con los competidores, pudiendo tomar la respuesta en ambos casos un valor entre 1 y 7, indicando peor y mejor resultado posibles, respectivamente. Para el primer caso, según refleja el gráfico 3.6., los resultados obtenidos se mueven en el rango 5,4 - 6,02, es decir, más próximos al 7, lo que indica que los estudiantes encuestados han otorgado puntuaciones altas al grado de novedad de los productos/servicios que ofrecen al mercado y de mejora que el desarrollo de tales productos/servicios supone para los ya existentes. Respecto al tipo de novedad que confiere el producto/servicio al mercado de acción, se puede comprobar que la valoración más alta (6,02) está asociada a la consideración de que dicho producto/servicio proporciona la apertura de nuevos mercados, es decir, que satisface tanto necesidades detectadas como no cubiertas. A su vez, tal estimación sobre la apertura de mercados puede estar justificada en la introducción de una nueva generación de productos/servicios, que recibe una elevada puntuación (5,79), en la extensión del rango de productos/servicios existentes (puntuación de 5,67) y en la entrada de nuevas tecnologías (puntuación de 5,4).

**GRAFICO 3.5. NÚMERO DE SOCIOS CON LOS QUE SE PRETENDE CREAR LA EMPRESA.**



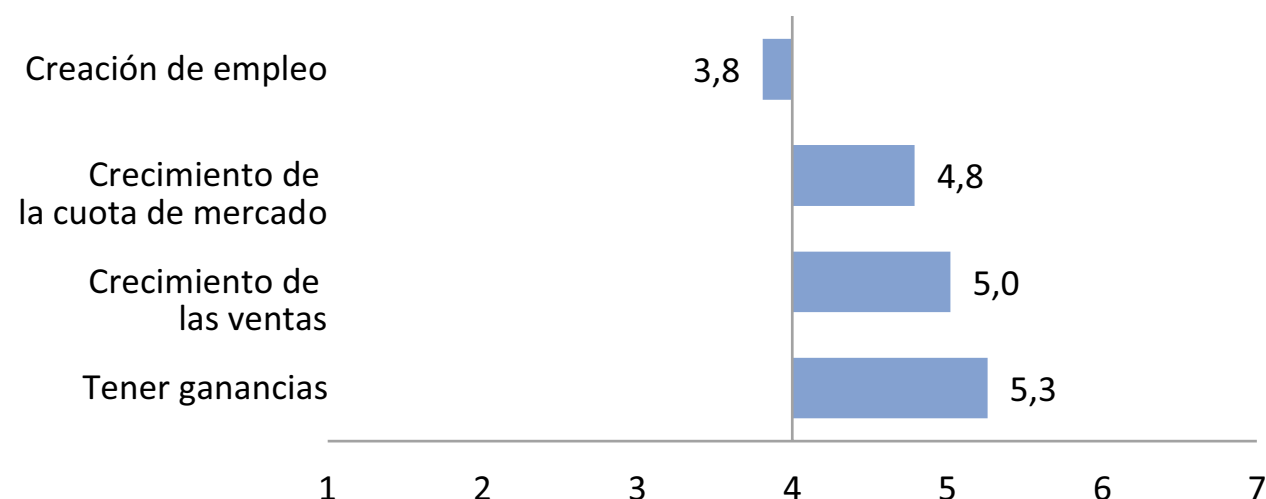
Además de las novedades mencionadas, las valoraciones sobre los beneficios que aportan los nuevos productos/servicios a los ya existentes (véase información de mejora para el mercado en gráfico 3.6.), reflejan datos muy cercanos en las cuatro situaciones planteadas y cercanos al máximo posible. Así, la mejora más apreciada (con una puntuación de 6) se refiere a la contribución en la flexibilización de la producción de productos/servicios de calidad, seguida de una valoración de 6,0 que premia la capacidad de desarrollar la calidad de un producto existente, así como un 5,8 recibe la mejora basada en la reducción de costes de producción y un 5,7 la aportación asociada a la disminución del material de consumo o a la mejora del rendimiento.

**GRÁFICO 3.6. NOVEDAD DEL PRODUCTO/SERVICIO Y MEJORA DEL PRODUCTO O SERVICIO.**



Respecto a la calificación del desempeño de la empresa en comparación con el de los competidores (gráfico 3.7.), los emprendedores universitarios extremeños consideran que tres de los cuatro ítems analizados ostentan un mejor resultado, teniendo en cuenta que el valor medio sería 4. Sin embargo, donde más destacarían las iniciativas universitarias extremeñas en relación con la competencia sería en la obtención de ganancias y crecimiento de las ventas, casos en los que la valoración excede el 5. Es decir, los universitarios extremeños estiman sus proyectos más rentables y con mayor potencial de ventas, hecho éste que puede explicar la consideración de que poseen también mayor crecimiento de cuota de mercado (valoración de 4,79). No obstante, en términos de creación de empleo es donde menor diferencia manifiesta al compararse con sus competidores (valoración de 3,81).

**GRÁFICO 3.7. MEJORAS DEL RENDIMIENTO COMPETITIVO.**



Para dar por terminado este capítulo, se hará alusión a algunas de los resultados que merecen ser destacados, con vistas a su concreción. En primer lugar, la proporción de estudiantes extremeños encuestados que son emprendedores nacientes (8,5%) es muy inferior al promedio obtenido de las universidades de la Unión Europea participantes en este estudio (27,7%). Además, los valores más altos de participación provienen de las ramas de Ciencias Sociales y Jurídicas e Ingeniería y Arquitectura, con marcadas diferencias por género que revelan una preponderancia masculina. Por otra parte, la mayoría de estos emprendedores se encuentran en una fase muy primaria del proyecto, aunándose la mayor concentración de actividad en el sector de las tecnologías de la información y la comunicación, a la vez que se trata de proyectos empresariales concebidos, en general, para equipos de como mínimo dos socios, a través de cuyos productos/servicios dichos emprendedores se atribuyen una alta capacidad innovadora, así como estiman un mejor desempeño respecto a los competidores en términos de rendimiento.

# 4

## Empresarios activos

## 4.1. Características personales

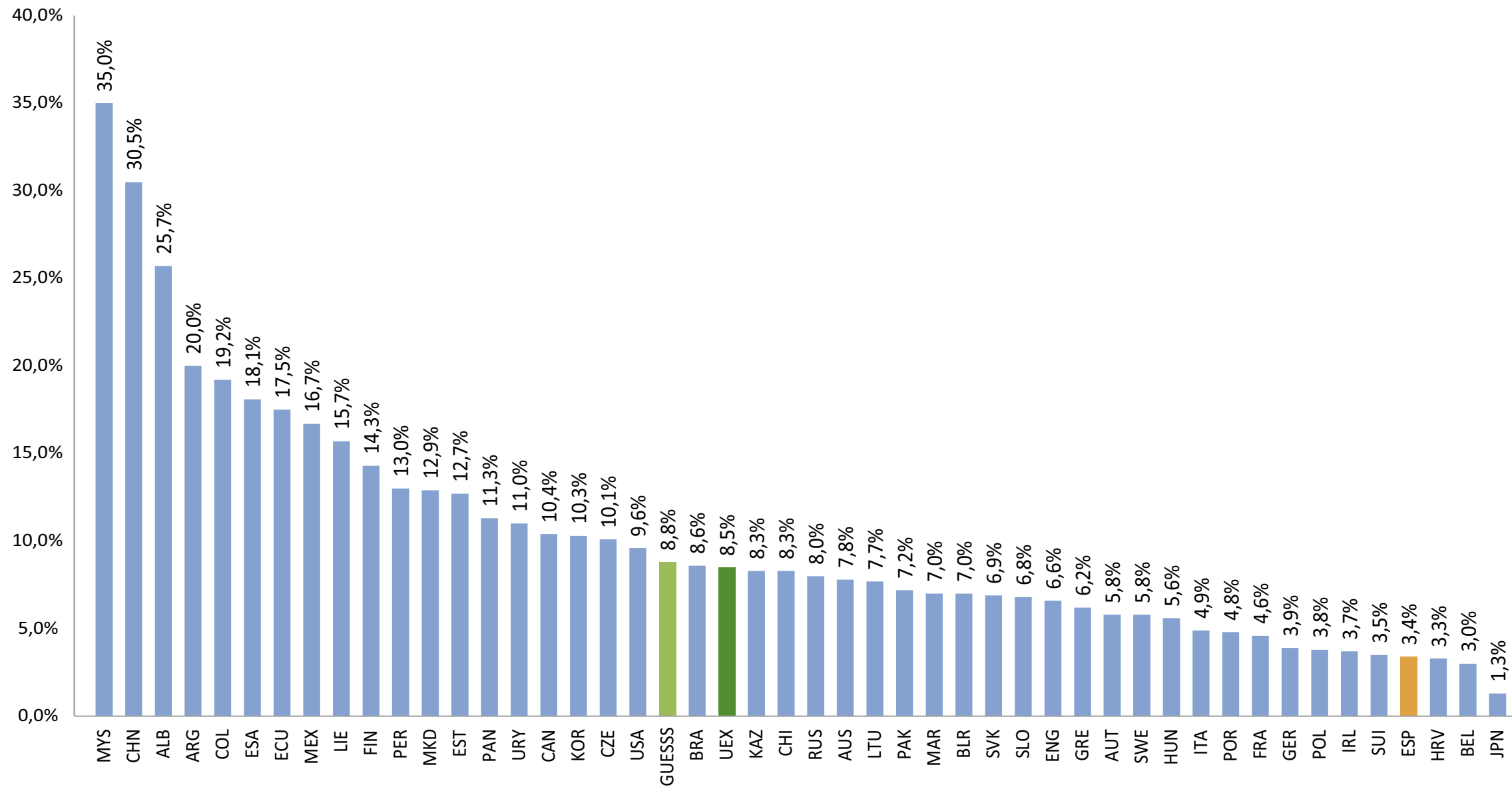
Este capítulo tiene como objetivo realizar una breve caracterización de los estudiantes universitarios de la UEx que son empresarios activos (apartado 4.1.) y de sus empresas (apartado 4.2.). Para ello, en primer lugar, se presentan las respuestas a la pregunta sobre si actualmente se está gestionando una empresa o se es auto-empleado (gráfico 4.1.). Así, en el caso de la Universidad de Extremadura, las respuestas afirmativas alcanzaron el 8,5%, superior al promedio español (3,4%), y que sitúa a la UEx cerca de la media del GUESS (8,8%), junto a Brasil. En adición, el valor regional ha ascendido en 4,5 puntos porcentuales respecto al obtenido en el estudio GUESS anterior, relativo a la edición 2013/14 (Díaz-Casero et al., 2017). Aunque, tal como se justifica en el capítulo anterior (apartado 3.1.), al realizar comparativas deben tomarse como referencia economías asimilables bajo el criterio de homogenización del desarrollo económico, por lo que podemos afirmar que la presencia de emprendedores activos en el entorno universitario español es inferior a la que se da en la mayor parte de la selección perteneciente a la UE, no ocurriendo lo mismo con los de la UEx, que han crecido más del doble.

Por último, llama la atención que las mayores proporciones las ostentan en general países en desarrollo, tomando los valores más altos Malasia (35%) y China (30%), todo lo cual va en consonancia con el argumento de la literatura del emprendimiento respecto a que los países en desarrollo tienen mayores tasas de actividad emprendedora que los desarrollados (Larroulet y Couyoumdjian, 2009; Singer et al., 2018).

Profundizando en las características de la población estudiantil de la UEx que son empresarios activos, el gráfico 4.2. los clasifica en función de la rama de conocimiento a la que pertenezcan y, dentro de éstas, se realiza posteriormente una distinción por género (gráfico 4.3.). En el primer caso, es posible apreciar que la mayor presencia de estos emprendedores se concentra en la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas (representando un 4,1%), seguido de Ingeniería y Arquitectura (con un 3%), a la vez que para las ramas restantes las proporciones están en torno a la mitad o menos respecto al valor más alto. Todo ello va en

consonancia con el hecho de que la mayor parte de los emprendedores nacientes también se localizan en el ámbito de las Ciencias Sociales y Jurídicas e Ingeniería y Arquitectura, como pudo comprobarse en el capítulo 3 (gráfico 3.2.). Es decir, ambos ámbitos aúnan la mayor parte de las iniciativas empresariales que, posteriormente, terminan estableciéndose.

GRÁFICO 4.1. PORCENTAJE DE EMPRESARIOS ACTIVOS.

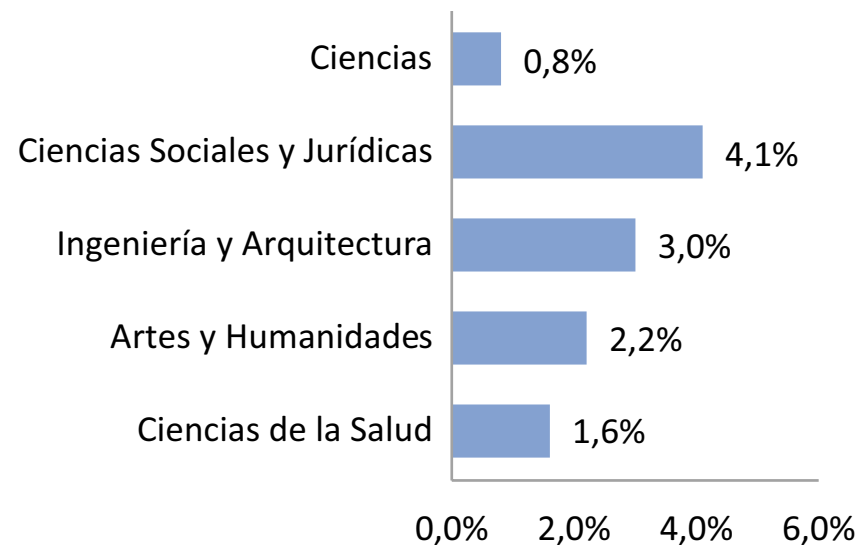


Fuente: Elaborado a partir de Sieger et. al., (2016).

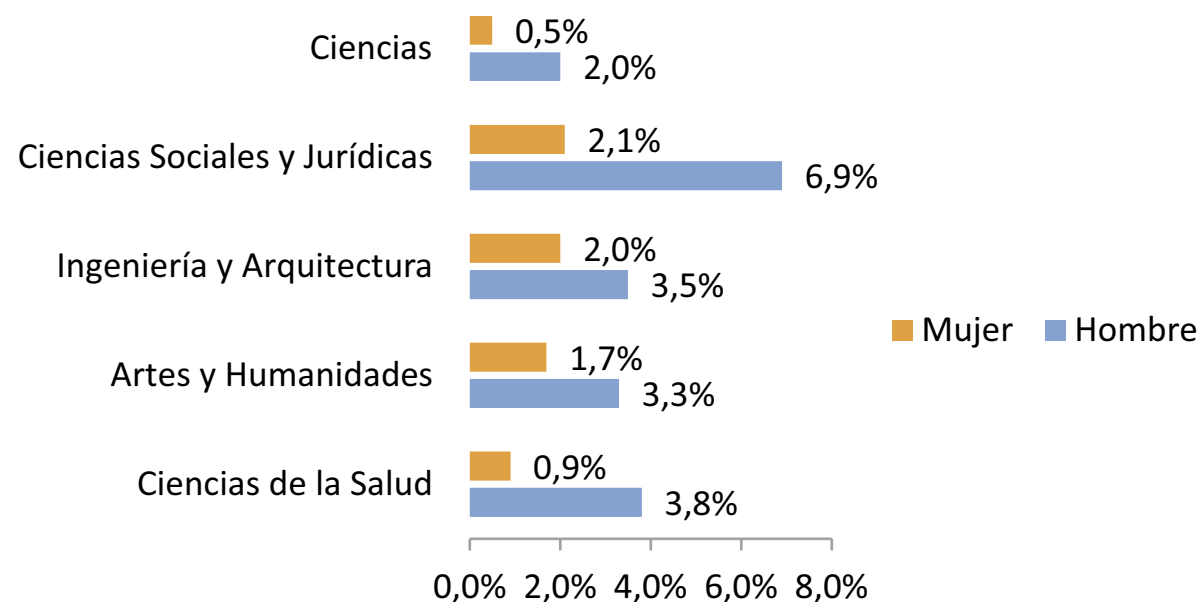


Respecto a la distribución por género según rama de conocimiento, los datos del gráfico 4.3, revelan que la actividad emprendedora entre los estudiantes universitarios de la región está impulsada fundamentalmente por hombres. Así, se aprecian marcadas diferencias entre géneros, ya que en tres de las cinco ramas de conocimiento las mujeres no alcanzan a representar ni la mitad de los empresarios (Ciencias, Ciencias Sociales y Jurídicas y Ciencias de la Salud) y en las dos restantes la proporción femenina también es inferior a la masculina en más de un punto porcentual. Por tanto, las mayores divergencias se observan en las primeras, en cuyos casos la cantidad de hombres supera al número de mujeres en 4,22, 4 y 3,29 veces, si se trata de Ciencias de la Salud, Ciencias y Ciencias Sociales y Jurídicas, respectivamente.

**GRÁFICO 4.2. PORCENTAJE DE EMPRESARIOS ACTIVOS POR RAMA DE CONOCIMIENTO.**



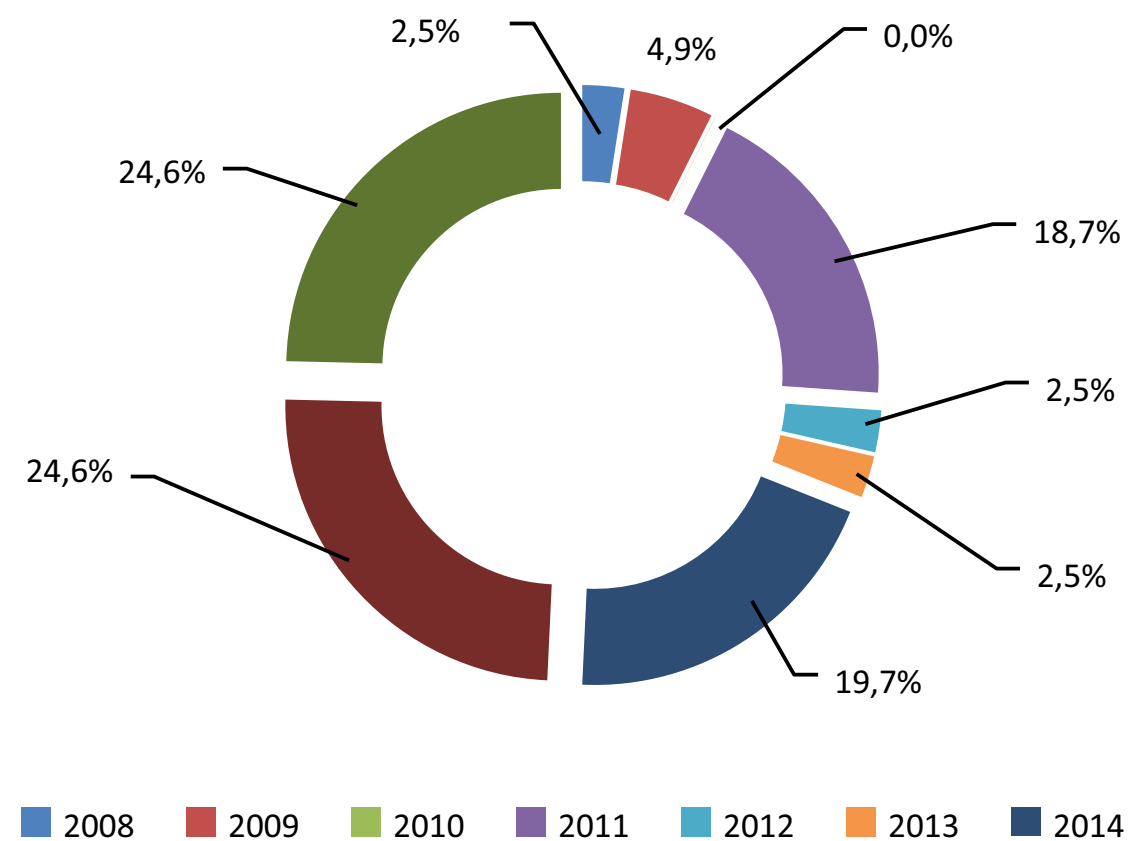
**GRÁFICO 4.3. PORCENTAJE DE EMPRESARIOS ACTIVOS POR GÉNERO Y RAMA DE CONOCIMIENTO.**



## 4.2. Características de las empresas

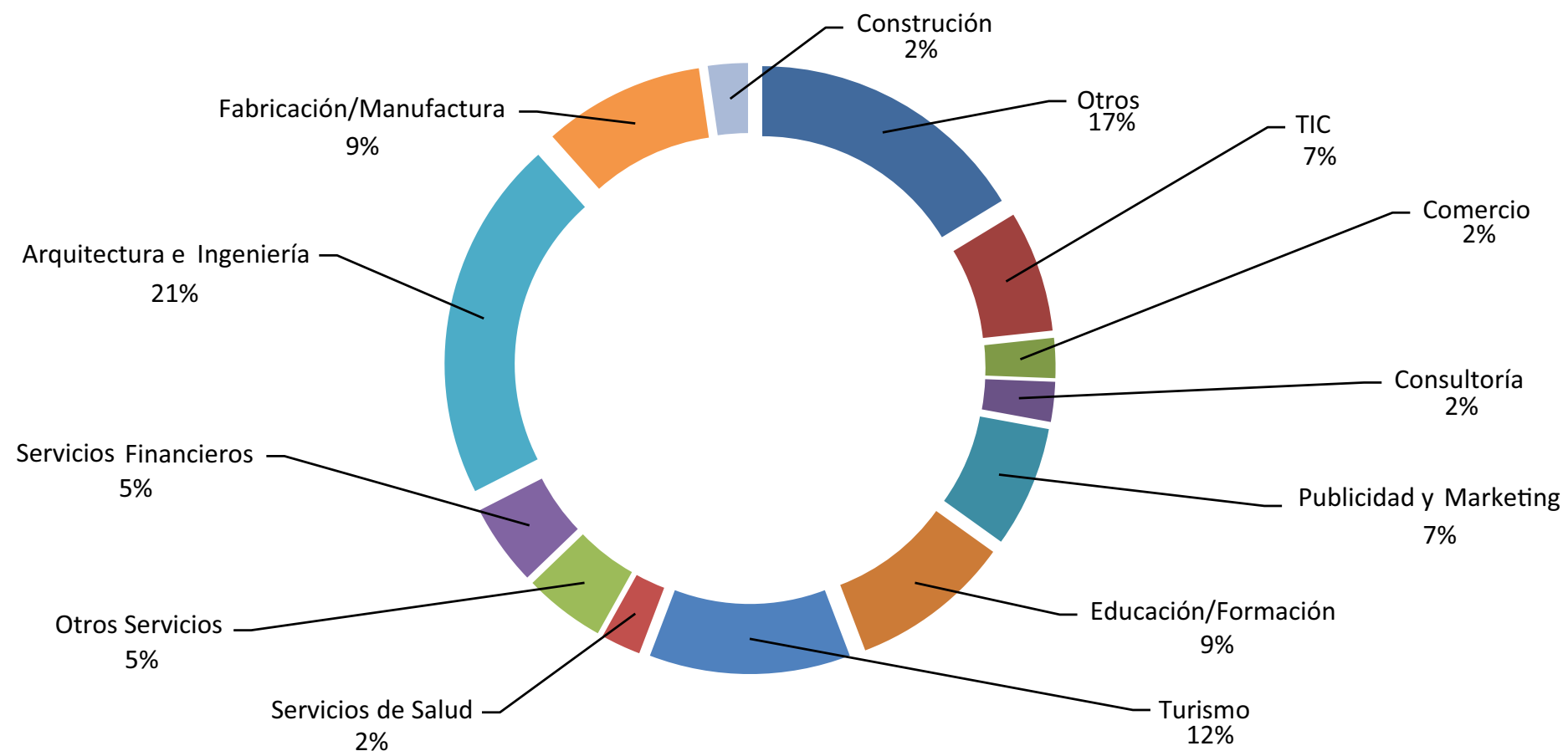
En este apartado se hace referencia a algunas de las cuestiones que caracterizan a las empresas de los empresarios activos de la muestra regional. En primer lugar, con el gráfico 4.4. se pretende ofrecer una visión de la antigüedad de las empresas, mediante la recopilación de sus años de creación. A partir de la información mostrada, llama la atención que las empresas más antiguas surgieron en 2008, lo que, teniendo en cuenta que los grados universitarios tienen una duración de cuatro años, indica que un 2% de éstas fueron creadas por estudiantes que ya estaban inmersos en alguna actividad empresarial previa al comienzo de su carrera. En el mismo caso estarían las que se crearon en 2009, cuya proporción alcanza el 5%, lo que hace pensar que en ambos grupos la trayectoria emprendedora estaría posiblemente favorecida por el entorno familiar. Si a las citadas proporciones adicionamos las de 2010 (25%) y 2011 (19%), entonces las empresas que como mínimo tienen una vida de cuatro años en el momento de la realización de la encuesta representan el 51% de la muestra. No obstante, la gran mayoría de las empresas son de muy reciente creación, ya que el 20% fueron establecidas en 2014, un 25% en 2015 y otro 25% en 2016, todo lo cual aúna el 70% de los casos.

GRÁFICO 4.4. AÑO DE CREACIÓN DE LA EMPRESA.



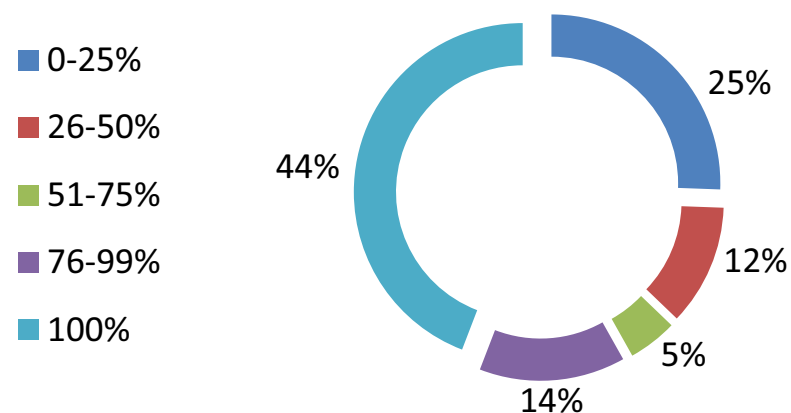
Unido a lo anterior, a continuación, el gráfico 4.5. permite analizar la distribución por sectores de las empresas de interés. Tal como se aprecia, los valores más altos están asociados al sector de la Arquitectura e Ingeniería (21%), Otros (17%) y Turismo (12%). En el primer caso, la proporción puede explicarse en que la segunda mayor representación de emprendedores activos por rama de conocimiento proviene de la rama de Ingeniería y Arquitectura (véase gráfico 4.2.). Respecto al Turismo, el resultado puede ser un reflejo de la importancia del sector para Extremadura, dada la riqueza cultural, histórica y natural de la región, que hacen de éste uno de sus baluartes, así como que constituya una de las apuestas y líneas estratégicas de la política regional.

GRÁFICO 4.5. ¿EN QUÉ SECTOR ESTÁ ACTIVA TU EMPRESA PRINCIPALMENTE?

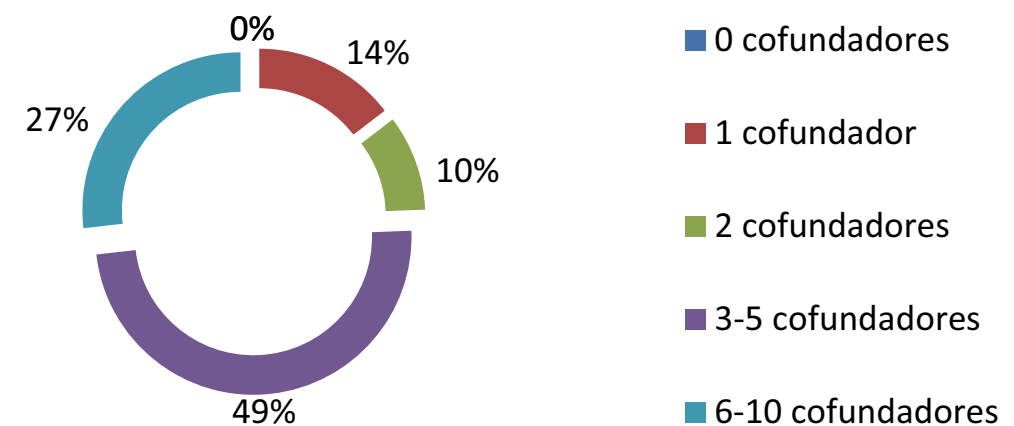


A su vez, resulta de interés la aproximación a la estructura de propiedad que define a las empresas de los estudiantes de la UEx, ya que ello define la capacidad de decisión de éstos en las mismas, así como al número de socios cofundadores de la empresa, que ofrece una idea de la diversidad de su gestión. Para ello se presentan el gráfico 4.6., a partir del cual se observa que el 44% de los empresarios encuestados afirmó aportar el 100% del capital de la empresa, proporción que destaca por superar ampliamente al resto de opciones. Si a lo anterior sumamos la ponderación relativa a los que contestaron contribuir con entre el 76% y 99% del capital (14%), entonces se puede concluir que más de la mitad de los emprendedores extremeños que están estudiando en la UEx (58%), son propietarios, como mínimo, del 75% del capital de su empresa, es decir, que ostentan ampliamente el control de la propiedad. No obstante, un 25% ha acudido fundamentalmente a la financiación de otros para dotar de capital al negocio.

**GRÁFICO 4.6. PORCENTAJE DE CAPITAL QUE POSEE EL EMPRESARIO.**



**GRÁFICO 4.7. NÚMERO DE COFUNDADORES DE LA EMPRESA.**



Respecto al tamaño del equipo propietario que fundó la empresa (gráfico 4.7), el mayor peso, con diferencia, está representado por grupos de entre 3 y 5 socios (49%), mientras que la segunda mayor ponderación está asociada a la tenencia de entre 6 y 10 socios (27%). Es decir, la gran mayoría de los proyectos empresariales analizados cuenta con entre 3 y 10 socios (76%). Por tanto, ello refleja una apuesta clara por el trabajo en equipo y su diversificación.

Los empleados representan un activo fundamental en la empresa, por lo que constituyen un buen indicativo tanto de su

actividad como de su evolución. Por ello, en el gráfico 4.8. se muestra información del número de empleados a tiempo completo con que cuentan las empresas, así como de su evolución esperada del número de empleos en los próximos cinco años. Comenzando por la disposición de empleados a tiempo completo, cabe destacar que el 74% de las empresas tiene como máximo un empleado, dentro de lo cual adquieren mayor importancia las que no tienen ningún empleado (42%). A su vez, sólo el 16% llega a tener dos empleados y el 10% restante incorpora entre tres y diez empleados. Por tanto, se trata, en general, de empresas de muy pequeño tamaño, con una infraestructura ligera, característico de empresas de servicios de reciente creación. Sin embargo, en los próximos cinco años los emprendedores encuestados auguran un panorama diferente, al esperar que el 100% de las empresas tenga como mínimo un empleado, que el 49% de éstas alcance a contar con entre tres y cinco disponer de entre tres y diez empleados para el desarrollo de su actividad.

**GRÁFICO 4.8. PORCENTAJE DEL NÚMERO ACTUAL DE EMPLEADOS DE LA EMPRESA (A TIEMPO COMPLETO) Y ESPERADO EN CINCO AÑOS.**

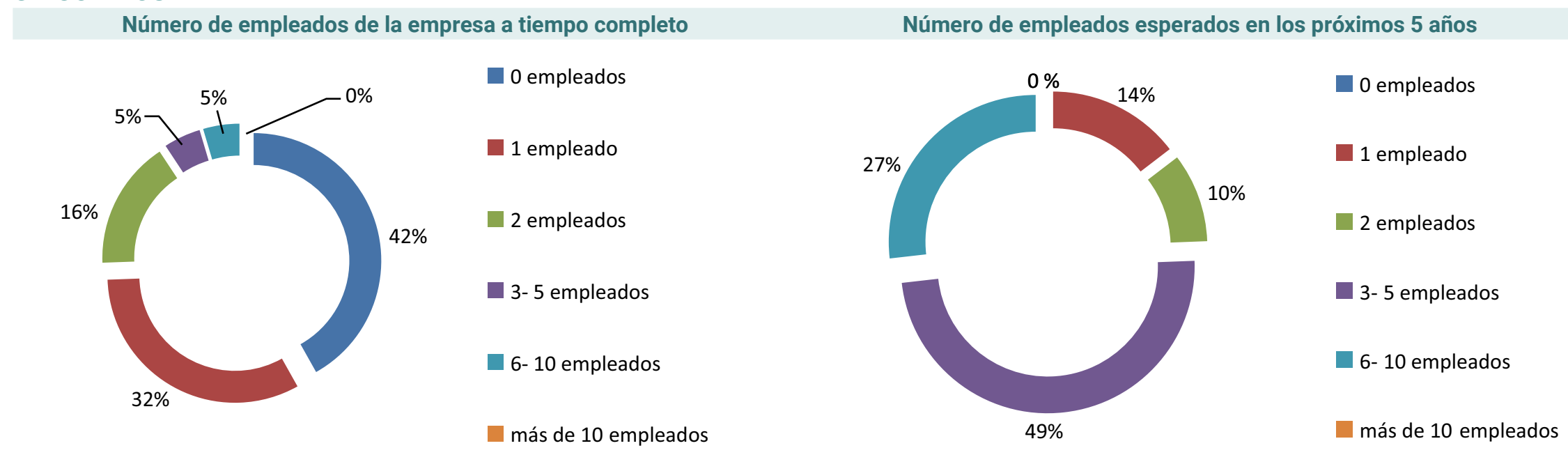
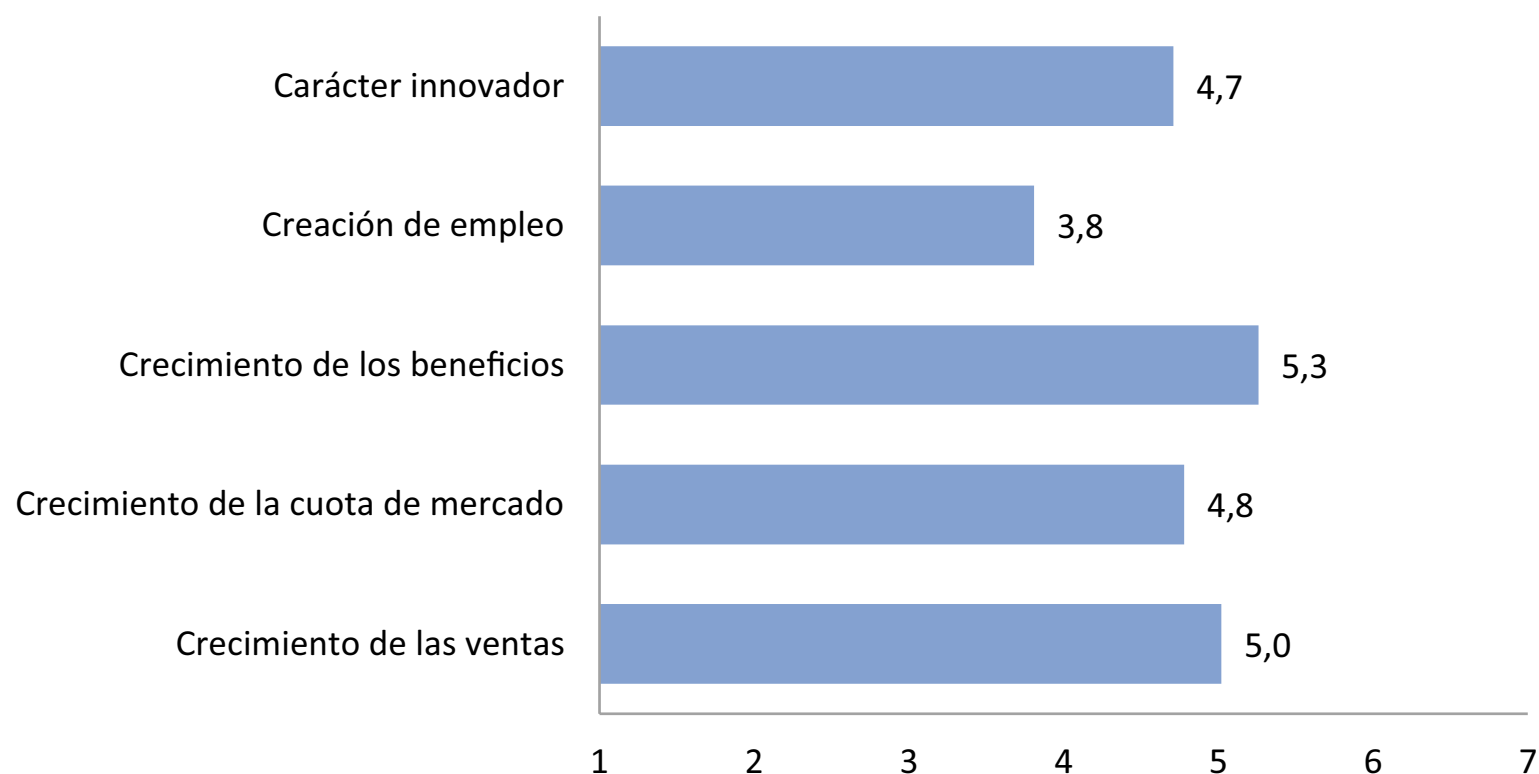


GRÁFICO 4.9. RENDIMIENTO DE LA EMPRESA DESDE SU CREACIÓN EN COMPARACIÓN CON LOS COMPETIDORES.



Por último, con el gráfico 4.9. se pretende ofrecer una visión de la valoración que otorgan los estudiantes de la UEx a sus empresas respecto a sus competidores y de acuerdo a cinco ítems, visión comparativa que abarca desde la creación de la empresa y cuyos resultados pueden moverse en el rango de valores 0-7, por lo que la mitad (3,5) representaría la igualdad de condiciones. A priori, cabe destacar que los dos únicos ítems que superan la puntuación de 5 y que, por tanto, representan los mejores desempeños respecto a los competidores al ser los más próximos a 7, son los que hacen referencia al crecimiento de los beneficios (5,26) y las ventas (5,02). En consecuencia, los estudiantes de la UEx empresarios, consideran tener mayor capacidad que sus competidores, de potenciar el crecimiento de la actividad de su empresa y de una manera más rentable, todo lo cual va relacionado con que estimen que ello les permitirá superar a los competidores en términos de ganancia de cuota de mercado (valoración de 4,78), así como que se consideren más innovadores (valoración de 4,71), factor éste esencial en la diferenciación respecto a la competencia. Sin embargo, donde

menos optimistas se muestran respecto a sus competidores es en la capacidad de creación de empleo (valoración de 3,81), lo cual puede responder a la similitud percibida en términos de requerimientos de estructura de la empresa necesarios para el desarrollo de la actividad.

Con el fin de culminar este capítulo, se concretan a continuación una serie de cuestiones destacables del mismo. Por una parte, entre los estudiantes encuestados de la Universidad de Extremadura existe un dinamismo empresarial similar al de los universitarios de gran parte de los países de la Unión Europea participantes en este proyecto; a la vez que la mayor concentración de los universitarios de la UEx que son empresarios activos provienen de la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas, con importantes desequilibrios en términos de género basados en una infrarrepresentación femenina. Por otra, las empresas se caracterizan por ser en su mayor parte de muy reciente creación (la mitad surgió entre 2015 y 2016), cuya mayor representación se encuentra en el sector de la Arquitectura e Ingeniería, con una alta concentración en su estructura de propiedad, que apuestan en general por la gestión en equipos de como mínimo tres socios, que en su mayoría cuentan como máximo con un empleado a tiempo completo y que se trata de negocios a los que sus propietarios estiman con mayor potencial de ventas, rendimiento e innovación que los de sus competidores.

# Resumen y Conclusiones



Este estudio del proyecto GUESSS analiza en profundidad diferentes resultados sobre las intenciones y actividades emprendedoras de los estudiantes de la Universidad de Extremadura durante el año 2016. Los más significativos se muestran a continuación.

En términos generales, los propósitos de ser empleados nada más acabar la carrera son los dominantes entre los estudiantes de la UEx (84,7%), pero éstos disminuyen al cabo de los cinco años (57,7%), en los que las intenciones de crear la propia empresa crecen enormemente desde un 4,2% hasta un 30,3%. Solo un 1,7% de los estudiantes esperan ser sucesores de empresas (familiares o no) al terminar la carrera, porcentaje que crece hasta el 3,3% a los cinco años. Los indecisos representan un porcentaje significativo en torno al 9% que no tiene claro su futuro ni ahora ni en cinco años.

Así pues, casi el 85% de los estudiantes de la Universidad de Extremadura orientan su futuro profesional hacia el empleo por cuenta ajena nada más acabar su carrera, preferentemente hacia la PYME (42,2%) frente a la gran empresa (12,3%), lo que les permite adquirir experiencia para dar el salto a una gran empresa (17,2%), crear su propio negocio, o incluso, casi a un 10%, entrar en el servicio público (16,7% vs. 25,6%).

Sólo el 4,2% de todos los estudiantes de la UEx quieren crear su propia empresa después de finalizar sus estudios, frente al 5% de la media española y el 8,8% de la internacional. Pero a los cinco años después de finalizar sus estudios, es el 30,3% el que espera tener su propia empresa, frente al 29,8% de la media nacional y al 38,2% de la internacional. Es decir, los estudiantes extremeños se muestran algo menos emprendedores inmediatamente después de acabar sus estudios, pero con tantas intenciones como los demás españoles al cabo de cinco años, si bien aún no llegamos a alcanzar los resultados de otros países que han participado en el estudio.

Aproximadamente uno de cada once estudiantes aún está indeciso ante su futuro (en torno al 9%), tanto para el momento en el que acaben sus estudios como para un lustro posterior. No obstante, esta indecisión ha caído más de 3 puntos con respecto a tres años atrás.

Por su parte, las mujeres tienen una mayor preferencia por trabajar como empleadas que los hombres, tanto para un futuro inmediato como al cabo de cinco años. Son menos emprendedoras al terminar sus estudios, pero acortan sus diferencias con los hombres a los cinco años. También se muestran más indecisas a la hora de elegir carrera profesional.

Por ramas de conocimiento, son los alumnos de las titulaciones Ingeniería y Arquitectura (5,2%) y Ciencias Sociales (4,9%) los que tienen una mayor intención de ser empresarios al finalizar la carrera, siendo también estos primeros los que más prevén ser empresarios al cabo de cinco años (41,7%), seguidos de los de Ciencias Sociales y Jurídicas (31,6%) y Ciencias de la Salud (22,4%). En cambio, los menos emprendedores al terminar su carrera son los de Ciencias, aunque cinco años después son los de Artes y Humanidades los que se ven con menor probabilidad de ser empresarios. Un sexto de ellos no tiene claro su futuro a la finalización de su carrera, pero este porcentaje baja a la mitad en su perspectiva a cinco años vista. Los estudiantes de Ciencias también ven su futuro incierto, tanto como hace tres años, pero apenas perciben que pueda mejorar al cabo de cinco años (14,5% vs. 13,0%).

El valor del indicador de las intenciones empresariales de los alumnos de la Universidad de Extremadura (4,05) es un poco superior al de la media española (3,8) e inferior a la media internacional (4,3).

En general, al igual que sucede en la mayor parte de los países participantes en el proyecto GUESS, la intención de emprender se establece como una alternativa futura importante para los estudiantes de la UEx. Las ramas de Ingenierías y Arquitectura y Ciencias Sociales y Jurídicas son las que mayor propensión a emprender tienen, con promedios similares a la media de la UEx, de España y del GUESS. Es de destacar la fuerte disposición femenina a emprender en Ciencias Sociales y Jurídicas y de Arte y Humanidades, superando las intenciones de los varones en el primer caso, y casi igualándolos en el segundo. Sin embargo, las carreras de Ciencias son las que tienen índices emprendedores menores, por debajo de todos los valores medios.

La influencia del entorno y la educación emprendedora de la universidad en la intención de crear un negocio por parte de los estudiantes universitarios puede ser muy importante. En el caso de la UEx, la percepción que tienen los estudiantes sobre el clima emprendedor que se vive en la Universidad de Extremadura (2,69) está por debajo de la media nacional (3,6) y de la

internacional (4,2), habiendo descendido prácticamente un punto desde la edición del 2013/14, en la que se situó en 3,70. En general, los estudiantes no perciben que estén recibiendo una formación orientada hacia el emprendimiento. El 65,9% de los estudiantes universitarios extremeños (tres puntos más que en el resto de España y 10 puntos más que en el conjunto de países del GUESS), no han asistido a un curso sobre emprendimiento. Y cuando lo han hecho, ha sido de manera optativa, y en el menor de los casos, de forma obligatoria en sus estudios o formando parte de un programa educativo de emprendimiento. En este sentido, la Universidad de Extremadura destaca en la oferta de formación optativa sobre emprendimiento, con respecto al promedio de las universidades participantes en este proyecto, aunque es menor que la media española. El 27,7% de los estudiantes UEx ha recibido al menos un curso en esta categoría, frente al 29,1% o el 23,2% de España y GUESS respectivamente. En definitiva, la Universidad de Extremadura adolece en el plano de formación en emprendimiento de índole obligatoria, con un peso relativo que representa menos de la tercera parte del que detentan el conjunto de países de la muestra y un 32,3% menos del resto de universidades encuestadas españolas. Además, estos datos han empeorado con respecto al informe 2013/14, e incluso, aquellos estudiantes que han recibido formación optativa o específica sobre emprendimiento reconocen que estos cursos le han aportado un aprendizaje en emprendimiento inferior a la media española (2,72 vs. 3,6) y algo inferior a la internacional (4,3), aunque sí es cierto que les ayudaron, aunque en menor medida que hace tres años, en su comprensión de las actitudes, valores y motivaciones de los emprendedores y aumentaron su habilidad para identificar oportunidades de negocio. En conclusión, el clima de emprendimiento universitario en la UEx ha empeorado en todos los sentidos.

Por otro lado, la importancia del contexto social, cultural y familiar para fomentar el emprendimiento también puede ser determinante, ya que los estudiantes esperan una respuesta positiva de sus familiares cercanos, amigos y compañeros ante la decisión de iniciar una carrera emprendedora. En este sentido, la percepción de refuerzo social de los universitarios de la UEx es menor que la del resto de España (4,8 vs. 5,5) y la de la media internacional (5,5). No obstante, en el 29,3% de los hogares de los estudiantes de la UEx, el padre, la madre o ambos, son empresarios, lo que siempre ha resultado un apoyo social.

El número de emprendedores nacientes, es decir, que están en proceso de creación de su empresa entre los estudiantes de la UEx es del 8,5%, frente al 9,9% y 21,9% de las medias española e internacional respectivamente. Este porcentaje

ha crecido en medio punto con respecto a la edición pasada del informe. La mayoría son hombres que los localizamos en las carreras de Ciencias Sociales y Jurídicas e Ingeniería y Arquitectura, aunque en las de Arte y Humanidades las mujeres están parejas a los hombres. Los emprendedores nacientes están montando su empresa solos o con dos o tres socios más, en sectores como el sector tecnológico y de la comunicación, la ingeniería, consultoría, educación, publicidad, comercio, turismo o salud, vendiendo un producto/servicio novedoso para el mercado o que mejora a los existentes. La empresa se encuentra en una fase embrionaria en la que principalmente se está recogiendo información del mercado o los competidores, escribiendo el plan de empresa, discutiendo el producto o la idea de negocio con los clientes potenciales o intentando obtener financiación externa.

El número de empresarios activos entre los estudiantes de la UEx es del 8,5%, frente al 3,4% y 8,8% de las medias española e internacional respectivamente. La mayoría son varones de Ciencias Sociales y Jurídicas o de Ciencias de la Salud, que crearon una empresa innovadora con uno o dos socios en los años 2010 o 2011, y que ha tenido un crecimiento en ventas y cuota de mercado durante estos años. Su empresa la han ubicado en los sectores relacionados con la arquitectura e ingenierías, turismo, fabricación o la educación principalmente, y poseen la mayoría del capital de su empresa, que tiene dos empleados a tiempo completo de media, pero que espera tener entre tres y cinco al cabo de cinco años.

## Recomendaciones

Los datos del estudio GUESSS Extremadura 2016 son bien claros, fundamentados y creíbles y nos deberían ayudar a reflexionar y a definirnos a todos, pues las cosas se pueden y deben mejorar.

Desde el equipo GUESSS Extremadura, que forma parte del *grupo de investigación EMTURIN*, el cual tiene líneas de investigación abiertas, como la *Educación Emprendedora*, y teniendo en su haber la creación de asignaturas de Creación de Empresas desde el año 1992 y de un *Microecosistema Emprendedor, EMFITUR*, en esta universidad; consideramos que hay una verdadera URGENCIA, en actuar, en la UEx, por lo que, de acuerdo con la filosofía de GUESSS aportamos las siguientes sugerencias:

## 1. Urge cambiar el Sistema Educativo.

Hay diversos movimientos, a nivel internacional y nacional, que defienden un cambio en el sistema educativo, como el liderado por Jimmy Freeman (2012), en el College of Charleston (Carolina del Sur, USA), que critica fuertemente el sistema actual, que, según ellos, prepara a los estudiantes para el pasado, en lugar de para el futuro. Ojo con este tema, que puede estar pasando. Recomendamos oír a los empresarios.

En el caso de la universidad pública, más concretamente, la española, es necesario, ya que existen frenos internos al cambio.

En este sentido, hay que tener en cuenta lo que señala Solé (2016:18):

*“El marco jurídico crea modelos de actuación universitaria con rigideces notables que determinan que algunos comportamientos sean incompatibles con lo que proponen planes estratégicos e incluso, con la misión, y, finalmente, con la capacidad de adaptación de la acción universitaria a los retos que el tiempo va proponiendo a la universidad”.*

A pesar de todo lo anterior, continua el profesor Solé (2016:18)

*“La persistencia de una visión vertical de la universidad por parte de los gestores universitarios, frente a una realidad sistémica, transversal, y cambiante, es sorprendente, y sigue representando un freno al cambio”.*

2. La UEx no puede dejar de pasar más tiempo sin abordar, en profundidad, con su propio modelo y estrategia, el tema del emprendimiento, en estudiantes, profesores, investigadores y personal de administración y servicios.
3. La literatura científica especializada y la realidad aconsejan, para la UEx, que cree su propio modelo de Universidad Emprendedora, con un definido compromiso con el territorio y con su desarrollo.

4. Se hace necesaria una estrategia de arriba abajo, de círculos concéntricos, compatible con estrategias de abajo a arriba (bottom up).
5. Profesorado comprometido con el Emprendimiento, dando participación a empresarios y personas emprendedoras en las metodologías a emplear, dentro y fuera del aula.
6. Una Universidad Emprendedora, para atender la demanda de la sociedad, debe comportarse de acuerdo a este nuevo rol. Dentro de este contexto, uno de los objetivos de una Universidad Emprendedora es el motivar al emprendimiento y el apoyo al desarrollo de negocios.
7. Activar las relaciones Universidad de Extremadura-Empresa, establecer conversaciones abiertas, selectivas y a largo plazo, incentivarlas, alineadas con el objetivo del “deber ser”, de una Universidad Emprendedora, al servicio del desarrollo económico de la Comunidad Autónoma.
8. En Extremadura, tan necesitada de un cambio social y económico, es absolutamente clave y urgente el introducir la Educación Emprendedora en todos los niveles, de forma metódica y a largo plazo. Ahora se tienen los instrumentos y el conocimiento para la toma de decisiones en este ámbito, que es estratégico.
9. No olvidar que emprendedor es un adjetivo, lo que define a una persona emprendedora no es tanto el tipo de empresa que genera, sino las actitudes y competencias que muestra en el proceso, por lo que el emprendimiento puede florecer y ser promovido dentro de organizaciones existentes.

Así, sugerimos trabajar en 3 tipos de emprendimiento:

- a. Emprendimiento empresarial.
- b. Emprendimiento social.
- c. Intraemprendimiento o emprendimiento corporativo

**10.** Nuestra sugerencia contiene los siguientes ejes de actuación:

- a. Universalizar la formación en Cultura Emprendedora, incluyéndola en los planes de estudio.
- b. Todo el sistema educativo, tanto formal como informal y educación a lo largo de toda la vida debe ofrecer asignaturas de Cultura Emprendedora.
- c. Todos los grados y posgrados de la Universidad de Extremadura, igual. Ya hay asignaturas de Creación de Empresas. Basta con extenderla a todas las Facultades.
- d. La UEx es clave, produce titulados, y también forma profesores para todo el sistema educativo.
- e. Todo el ambiente en los centros educativos debe potenciar la actitud emprendedora de los estudiantes, incluyendo el aula. El desarrollo de la cultura emprendedora el espacio educativo puede y debe ser un factor más para lograrlo.

**11.** Todo lo anterior, sabiendo que toda innovación genera rechazo, y como Summers (2012) reconoció resulta más difícil “reformar un curriculum académico que mover un cementerio”.

**12.** Decisiones a tomar:

- a. Fijar claramente el objetivo: trabajar por una sociedad emprendedora, desde el sistema educativo, lo que debe ser un objetivo a largo plazo, establecido por consenso de todos los grupos de interés.
- b. Definir el Modelo de Educación Emprendedora Universitaria, dentro de un Ecosistema Emprendedor Universitario, a implantar, abierto y bien conectado.

Consecuencias de ello:

- a. Más oportunidades reales de trabajo para todos.
- b. Una economía más moderna, dinámica y diversificada.
- c. Fijar población y atraer talento emprendedor

En resumen, se propone trabajar a largo plazo, frente a lo más normal, las acciones cortoplacistas, justificadoras de presupuestos o de que “se está haciendo algo”, ya que una economía productiva, dinámica, diversificada y competitiva se debe basar en una sociedad emprendedora, y esto se consigue desde la Educación Emprendedora.

Hay que evitar algunas trampas de la Educación Emprendedora Universitaria:

- a. Trabajar sin modelo a largo plazo.
- b. *La siliconalización* (copiar el modelo de *Silicon Valley*, de Mondragón, etc. sin adaptarlo al contexto concreto).
- c. Uso prioritario o exclusivo del *Business Plan*, sin trabajo previo de pensamiento divergente.
- d. Egosistema vs. Ecosistema Emprendedor
- e. Profesorado no adecuado; necesidad de compromiso demostrado con el Emprendimiento por parte del profesor.
- f. Confundir y aplicar erróneamente pensamiento emprendedor (pensamiento divergente-convergente; la colcha de retazos) vs. pensamiento de administración, gerencial (pensamiento convergente; el puzzle).
- g. No considerar el contexto del emprendimiento.
- h. Ignorar la investigación y los informes periódicos sobre Actividad Emprendedora.



# Bibliografía citada y consultada

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(1), 1-20.
- Ajzen, I. y Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Alvarez, C. y Urbano, D. (2012). "Factores del entorno y creación de empresas: un análisis institucional". *Revista Venezolana de Gerencia*, 17(57), 9-38.
- Amorós, J.E; Fernández, C. y Tapia, J. (2012). Quantifying the relationship between entrepreneurship and competitiveness development stages in Latin America. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8, 249-270.
- Bueno, E. y Casani, F. (2007). La tercera misión de la universidad enfoques e indicadores básicos para su evaluación. *Revista de Economía Industrial*, 366, 43-59.
- Clark, B. (1998). *Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation*, International Association of Universities and Elsevier Science, New York. Comisión Europea (1995). *White Paper on Education*.
- Díaz, J.C.; Fernández, A.; Almodóvar, M.; Díaz, A., y Fernández, Y. (2017). *GUESSS. Intenciones y actividades emprendedoras de los estudiantes de la Universidad de Extremadura*. Cáceres. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Extremadura.
- Díaz-Casero, J.C.; Fernández-Portillo, A.; Sánchez-Escobedo, M. C. y Hernández-Mogollón, R. (2017): *The influence of university context*

*on entrepreneurial intentions, en el libro "Entrepreneurial Universities. Exploring the Academic and Innovation Dimensions of Entrepreneurship in Higher Education"*. ED.: Springer International Publishing. Cham/Switzerland-65-82.

- Fishbein, M., y Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior. An introduction to theory and research*. New York: Addison-Wesley.
- Freeman, J. (2012): Changing the Face of Education. *College of Charleston Magazine*. Spring 2012. Pp.: 38-45. Vol. XVI. Issue, 2. Web site: <http://www.magazine.cofc.edu>. Friedman, A.L.; Miles.
- Gnyawali, R. D. y Fogel, D. S. (1994). Environments for Entrepreneurship Development: Key dimensions and Research Implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Summer, 43-62.
- Hernández, R. (2017): *El Gran Desafío de la Educación Emprendedora. Propuesta de un Modelo para la Educación superior*. Ed. Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras. Barcelona. España.
- Hernández, R.; Fernández, A.; Díaz, J. C.; Sánchez, M. C. (2017). *Formación emprendedora en educación superior y ecosistema para el emprendimiento*, en Libro de resúmenes "Dos décadas de investigación y docencia en Emprendimiento." Coordinador: Juan José Jiménez Moreno. 47.
- Hernández-Mogollón, R., Fernández-Portillo, A., Sánchez-Escobedo, M.C. y Coca-Perez, J.L. (2018). The Approach of the Entrepreneur Microecosystem for University Entrepreneurial Education: Model M2E EMFITUR. *Economy, Business and Uncertainty: New Ideas for a Euro-Mediterranean Industrial Policy*. Gil-Lafuente, J., Marino, D., Morabito, F.C. (Eds.), Springer, Universitat de Barcelona, Barcelona, Spain, SSSC 180, 1-26, 2019. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-00677-8\\_21](https://doi.org/10.1007/978-3-030-00677-8_21).

Hernández-Mogollón, R., Fernández-Portillo, A., Díaz-Casero, J.C. y Sánchez-Escobedo, M.C. (2018). ¿Es posible trabajar la educación emprendedora universitaria en contextos poco favorables para ello? *Journal of Management and Business Education*, 1(2), 160-181.

Hernández, R. (2018). La Economía. Datos, interpretación y propuestas de futuro. En el libro: A los Extremeños, ¿Qué nos pasa para estar donde estamos...? Reflexiones autocríticas mirando al futuro. Autores: Barriga, J.J.; Cabeza de Herrera, R.; Castro, J.; Coletto J.M.; Cortés, F. y otros. Ed.: Club Senior de Extremadura. José Castro Serrano Ediciones Beturia. Madrid. España. PP.: 127-152.

Krueger, N. (1993). The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (1), 5-21.

Krueger, N. y Brazael, D.V. (1994). Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Spring. 91-104.

Krueger, N. y Casrud, A. (1993). Entrepreneurial Intentions: Applying the Theory of Planned Behavior. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5. 315-330.

Larroulet, C. y Couyoumdjian, J.P. (2009). Entrepreneurship and Growth. A Latin American Paradox? *Independent Review*, 14, 81-100.

Laspita, S., Breugst, N., Heblich, S., y Patzelt, H. (2012). Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 27(4), 414-435.

Lima, E., Lopes, R. A., Nassif, V. M. J., y Silva, D. (2014). Opportunities to improve entrepreneurship education: Contributions considering Brazilian challenges. *Journal of Small Business Management*, forthcoming.

Liñan, F., y Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.

Long, W. y McMullan, W. (1984). Mapping the new venture opportunity identification process. *Frontiers of Entrepreneurship Research 1984 Edition*. Center for Entrepreneurial Studies. Babson College. Wellesley, MA.

Luethje, C., y Franke, N. (2004). Entrepreneurial intentions of business students: A benchmarking study. *International Journal Innovation and Technology*, 1(3), 269- 288.

Ramos, A. R. y Ruiz, J. (2018). *Emprendimiento en la Universidad de Cádiz. Informe GUESSS 16/17*. Ed. Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz. Cádiz.

Sieger, P., Fueglistaller, U., y Zellweger, T. (2016). Student Entrepreneurship 2016: Insights From 50 Countries. St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU. Souitaris, V., Zerbini, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programs raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566-591.

Singer, S., Herrington, M. y Menipaz, E. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor 2017/2018 Global Report*. Global Entrepreneurship Research Association (GERA).

Solé-Parellada, F. (2016). *La contribución de la universidad al desarrollo económico y social como objeto de estudio en las Ciencias Económicas y de Gestión*. Ed. Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras. Barcelona.

Stenholm, P.; Acs, Z.J. y Wuebker, R. (2013). Exploring country-level institutional arrangements on the rate and type of entrepreneurial activity. *Journal of Business Venturing*, 28, 176-193.

Summers, L. H. (2012): *What you (really) need to know*. The New York Times, stat.wisc.edu.

Valliere, D. y Peterson, R. (2009). Entrepreneurship and economic growth: Evidence from emerging and developed countries. *Entrepreneurship and Regional Development*, 21, 459-480.

Veciana, J.M. (2005). *La creación de empresas Un enfoque gerencial*. Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona "la Caixa". Servicio de Estudios. Barcelona.

von Graevenitz, G.; Harhoff, D. y Weber, R. (2010). "The effects of entrepreneurship education". *Journal of Economic Behavior and Organization*, 76 (1), 90-112.

Volkman, Christine (2004): *Entrepreneurship Studies—An Ascending Academic Discipline in the Twenty-First Century Higher Education in*

*Europe*, Vol. XXIX, No. 2, July. Customer Services for Taylor & Francis Group Journals, 325 Chestnut Street, Suite 800, Philadelphia, PA 19106.

Westhead, P. y Wright, M. (1998). Novice, portfolio and serial founders in rural and urban areas. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 22 (4).

Zellweger, T., Sieger, P. y Halter, F. (2011). Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background. *Journal of Business Venturing*, 26 (5), 521-536.

### Fuentes electrónicas recomendadas

<http://www.guesssurvey.org>

[www.emturim2020.gemextremadura.es](http://www.emturim2020.gemextremadura.es)

<http://www.gemconsortium.org/>

<http://www.fundacionxavierdesalas.com>

# Anexos

## ANEXO I. FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN.

### ENCUESTAS A ESTUDIANTES DE LA UEX.

Universo (1)	Alumnos de la Universidad de Extremadura Curso 2015/16
Población objetivo	23.158 individuos
Muestra	1.513 individuos
Metodología	Encuesta online
Error muestral (+/-) (2)	+/- 2,4%
Nivel de confianza	95%
Periodo realización encuestas	Abril – Junio 2016
Trabajo de campo	Universidad de Extremadura / ESADE
Codificación y creación de base de datos	Instituto Suizo de Investigación de la Pyme y el Emprendimiento (KMU-HSG). Universidad de St. Gallen (Suiza)
Análisis estadísticos y tratamiento de datos	Equipo GUESS Extremadura. Programa estadístico SPSS V.19.0 y Microsoft Excel

(1) El cálculo del error muestral se ha realizado para poblaciones infinitas.

(2) Hipótesis: P=Q=50% o de máxima indeterminación.

## ANEXO II. PAÍSES, UNIVERSIDADES Y ENCUESTADOS

Number	Country (code)	Number of universities	Completed responses	Valid percent
1	Albania (ALB)	6	70	0.1
2	Argentina (ARG)	45	2625	2.1
3	Australia (AUS)	18	2359	1.9
4	Austria (AUT)	51	3755	3.1
5	Belarus (BLR)	16	716	0.6
6	Belgium (BEL)	6	771	0.6
7	Brazil (BRA)	83	1417	3.1
8	Canada (CAN)	2	297	0.2
9	Chile (CHI)	32	6077	5.0
10	China (CHN)	97	3274	2.7
11	Colombia (COL)	13	3832	3.1
12	Croatia (HRV)	26	1555	1.3
13	Czech Republic (CZE)	10	1135	0.9
14	Ecuador (ECU)	5	8211	6.7
15	El salvador (ESA)	14	4653	3.8
16	England (ENG)	16	1074	0.9
17	Estonia (EST)	25	811	0.7
18	Finland (FIN)	16	532	0.4
19	France (FRA)	16	714	0.6
20	Germany (GER)	50	15984	13.0
21	Greece (GRE)	12	649	0.5
22	Hungary (HUN)	23	5182	4.2
23	India (IND)	11	37	0.0
24	Ireland (IRL)	17	807	0.7
25	Italy (ITA)	39	4446	3.6
26	Japan (JPN)	25	1490	1.2

Number	Country (code)	Number of universities	Completed responses	Valid percent
27	Kazakhstan (KAZ)	22	253	0.2
28	Korea (KOR)	52	2603	2.1
29	Liechtenstein (LIE)	2	159	0.1
30	Lituania (LTU)	36	426	0.3
31	Luxembourg (LUX)	5	82	0.1
32	Macedonia (MKD)	3	124	0.1
33	Malaysia (MYS)	20	137	0.1
34	Mexico (MEX)	4	1207	1.0
35	Morocco (MAR)	11	2044	1.7
36	Norway (NOR)	4	41	0.0
37	Pakistan (PAK)	12	580	0.5
38	Panama (PAN)	5	3273	2.7
39	Peru (PER)	12	1297	1.1
40	Poland (POL)	58	6388	5.2
41	Portugal (POR)	11	4685	3.8
42	Russia (RUS)	34	4152	3.4
43	Slovakia (SVK)	17	3266	2.7
44	Slovenia (SLO)	5	875	0.5
45	Spain (ESP)	19	7373	6.0
46	Sweden (SWE)	10	606	0.5
47	Switzerland (SUI)	40	2943	2.4
48	Ukraine (UKR)	4	73	0.1
49	Uruguay (URY)	7	1396	1.1
50	USA (USA)	15	353	0.3
<b>TOTAL</b>		<b>1082</b>	<b>122509</b>	<b>100</b>

Fuente: Sieger, Fueglistaller y Zellweger (2016).



CÁCERES 2019





# GUESSS

Global University Entrepreneurial Spirit Students'



## SITUACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA

### Emprendimiento en la Universidad de Extremadura | GUESSS 2016

Director Ejecutivo: Ricardo Hernández Mogollón

Directores Técnicos: J. Carlos Díaz Casero y Antonio Fernández Portillo

Autores: Ricardo Hernández Mogollón, J. Carlos Díaz Casero, Antonio Fernández Portillo, Manuel Almodóvar González, Raúl Rodríguez Preciado y Yakira Fernández Torres



Swiss Research Institute of Small Business  
and Entrepreneurship

University of St.Gallen



Fundación Xavier de Salas



Extremadura  
European Entrepreneurial Region 2017

UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA





SITUACIÓN DE LA ACTIVIDAD  
EMPREDEDORA DE LOS ESTUDIANTES  
DE LA UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA



# SITUACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA

## **Proyecto GUESSS 2016. Universidad de Extremadura**

Director Ejecutivo: Ricardo Hernández Mogollón

Directores Técnicos: J. Carlos Díaz Casero y Antonio Fernández Portillo

Autores: Ricardo Hernández Mogollón, J. Carlos Díaz Casero,  
Antonio Fernández Portillo, Manuel Almodóvar González,  
Raúl Rodríguez Preciado y Yakira Fernández Torres

UNIVERSIDAD  DE EXTREMADURA

Cáceres 2019

GUESSS 2016 was generously supported by Ernst & Young (EY) as the international project partner.



We cordially thank EY for their support. Without it, GUESSS in its current form would not have been possible.



**ESADE**  
Business School

© Los autores  
© Universidad de Extremadura para esta 1ª edición

Diseño de portada:  
© Grupo Emturin. Facultad de Empresa, Finanzas y Turismo. Universidad de Extremadura.

Edita:  
Universidad de Extremadura. Servicio de Publicaciones  
C/ Caldereros, 2 - Planta 3ª. 10071 Cáceres (España).  
Tel. 927 257 041; Fax 927 257 046  
E-mail: [publicac@unex.es](mailto:publicac@unex.es)  
<http://www.unex.es/publicaciones>

ISBN de méritos: 978-84-09-12123-6

Maquetación: Control P. 927 233 223. [estudio@control-p.eu](mailto:estudio@control-p.eu)



# ÍNDICE GENERAL

---

<b>ÍNDICES</b> .....	9
Índice de gráficos .....	9
Índice de Figuras .....	10
Índice de Tablas .....	10
<b>CARTA DEL DIRECTOR EJECUTIVO</b> .....	11
<b>CARTA DE PRESENTACIÓN DE LOS COORDINADORES ACTUALES DE GUESSS ESPAÑA</b> .....	15
<b>PRÓLOGO</b> .....	17
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	21
<b>EXECUTIVE REPORT</b> .....	23
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	25
Punto de partida de los objetivos de GUESSS y sus beneficios .....	26
Marco teórico .....	28
Organización del proyecto y procedimiento de recogida de datos .....	30
Características de la muestra y participantes .....	30
Datos demográficos .....	31
<b>1. INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA PROFESIONAL EN LA UEX</b> .....	33
1.1. Intenciones de elección de carrera profesional al finalizar los estudios y cinco años después .....	33
1.2. Intenciones de elección por género .....	37
1.3. Intenciones de elección de carrera profesional por ramas de conocimiento ....	38

<b>2. DETERMINANTES DE LAS INTENCIONES EMPRENDEDORAS EN LA UEX.</b> .....	41
2.1. Una mirada más cercana a las intenciones emprendedoras. ....	41
2.2. El contexto universitario. ....	44
2.3. El contexto familiar. ....	47
<b>3. ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES UEX</b> .....	49
3.1. Características personales .....	49
3.2. Características de las futuras empresas. ....	52
<b>4. EMPRESARIOS ACTIVOS 4.1. CARACTERÍSTICAS PERSONALES.</b> .....	57
4.2. Características de las empresas. ....	60
<b>RESUMEN Y CONCLUSIONES</b> .....	67
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	75
<b>ANEXOS</b> .....	79
ANEXO I. Ficha técnica de la investigación .....	60
ANEXO II. Países, universidades y encuestados .....	61



# ÍNDICES

---

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.1. Intenciones de elección de carrera al finalizar los estudios y a los cinco años.....	33
Gráfico 1.2. Intenciones agrupadas de elección de carrera al finalizar los estudios y a los 5 años.....	34
Gráfico 1.3. Indicador de las intenciones empresariales por países participantes en porcentaje. ....	36
Gráfico 1.4. Intenciones de carrera profesional según el género de los estudiantes. ...	37
Gráfico 1.5. Elección de carrera por rama de conocimiento al finalizar la carrera y a los 5 años. ....	38
Gráfico 2.1. Fortaleza de las intenciones emprendedoras por ramas de conocimiento y género.....	42
Gráfico 2.3. Formación recibida en emprendimiento. ....	44
Gráfico 2.5. Clima del emprendimiento universitario en la UEx.....	46
Gráfico 2.6. Aprendizaje en emprendimiento sobre los cursos y servicios recibidos en la UEx. ....	47
Gráfico 2.8. El contexto familiar. ....	48
Gráfico 3.1. Porcentaje de emprendedores nacientes. ....	50
Gráfico 3.2. Porcentaje de emprendedores nacientes por ramas de conocimiento y género. ....	51
Gráfico 3.3. Actividades realizadas por los emprendedores nacientes para la puesta en marcha de la empresa (en %).....	52
Gráfico 3.4. Sectores en los que se está creando la empresa. ....	53
Gráfico 3.5. Número de socios con los que se pretende crear la empresa. ....	54
Gráfico 3.6. Novedad del producto/servicio y mejora del producto o servicio. ....	55
Gráfico 3.7. Mejoras del rendimiento competitivo. ....	56

Gráfico 4.1. Porcentaje de empresarios activos.. . . . .	58
Gráfico 4.2. Porcentaje de empresarios activos por rama de conocimiento.. . . . .	59
Gráfico 4.3. Porcentaje de empresarios activos por género y rama de conocimiento.. . . . .	59
Gráfico 4.4. Año de creación de la empresa.. . . . .	60
Gráfico 4.5. ¿En qué sector está activa tu empresa principalmente? . . . . .	61
Gráfico 4.6. Porcentaje de capital que posee el empresario.. . . . .	62
Gráfico 4.7. Número de cofundadores de la empresa.. . . . .	62
Gráfico 4.8. Porcentaje del número actual de empleados de la empresa (a tiempo completo) y esperado en cinco años.. . . . .	63
Gráfico 4.9. Rendimiento de la empresa desde su creación en comparación con los competidores.. . . . .	64

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 0.1. Marco teórico del GUESS 2016. . . . .	29
---	----

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1. Países, universidades y encuestados. . . . .	31
Tabla 1.2. Distribución de la muestra por ramas de conocimiento y género. . . . .	32
Tabla 2.1. Indicadores de la escala de intención emprendedora. . . . .	42

# CARTA

## del Director Ejecutivo

---

“Lo que necesitamos es una sociedad emprendedora en la que la innovación y el espíritu emprendedor sean normales y se den con regularidad y continuidad. De la misma forma que la dirección se ha convertido en un órgano específico de las instituciones contemporáneas y el elemento integrador de nuestra sociedad de organizaciones, la innovación y el espíritu emprendedor han de llegar a ser actividades integrales y críticas de nuestras organizaciones, nuestra economía y nuestra sociedad.”

**Drucker, P. (1985)**

Comenzamos esta Carta con una frase del profesor Peter Drucker, que es demostrativa del rumbo que debería tomar la sociedad extremeña y la sociedad española, en nuestra opinión, quizás empezando por esa organización humana e institución, que se llama Universidad de Extremadura.

Les confieso que me ha inspirado mucho el Prólogo con que nos honra la empresaria D<sup>a</sup> María del Pilar Acosta Llera.

Con respecto a los estudios en emprendimiento, coincidimos con Volkmann (2004) que manifiesta que son importantes para la salud de cualquier universidad, cualquier economía o cualquier región. El punto clave es que alguien se convierte en emprendedor no por nacimiento sino por educación y por experiencia.

En el mes de septiembre del año 2017 se produce el hecho de la salida de ESADE del Proyecto GUESSS, delegación de España, y la entrada del Instituto para el Desarrollo Social y Sostenible (INDESS) de la Universidad de Cádiz que asume la coordinación nacional del proyecto *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* (GUESSS), que organiza y dirige a nivel internacional el *Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship* de la Universidad de St. Gallen (KMU-HSG) y el *Department of Management and Entrepreneurship* de la Universidad de Berna (IMU-U). Este nueva estructura está codirigida por los profesores doctores José Ruiz Navarro y Antonio Rafael Ramos, que cuentan con una experiencia de primer nivel, en investigación y en proyectos internacionales especialmente en el campo de la Creación de Empresas, no en vano, fue

pionero en España en el proyecto GEM, junto con los equipos de Extremadura y Cataluña, lo que garantiza un prometedor futuro para GUESSS España y que se convierta la red de España en un referente del proyecto internacional.

Agradecemos, desde GUESSS Extremadura, a ESADE y a la Dra. Maika Valencia-Silva su labor en la fase inicial de GUESSS España.

Como novedades en esta edición, la 2ª, y fruto de la filosofía y los esfuerzos de mejora continua que lleva adelante el grupo de investigación EMTURIN, en sus actividades, se incorporan, tanto un Informe Ejecutivo, y su traducción al inglés, el *Executive Report*, así como un capítulo de Recomendaciones, cumpliendo las directrices de GUESSS, además de ser parte habitual en otros informes que produce el grupo, aunando la contribución del *ser*, del estado de la cuestión, con el *deber ser*, y que toman, entendemos, mayor relevancia, por el proceso regular de elección de nuevo Rector, que vive la UEx en el último trimestre del año 2018, en que se publica el Informe GUESSS Extremadura 2016.

En este trabajo, el lector puede encontrar evidencias, medidas, conocimiento, creo que muy interesantes y, sobre todo útiles, sobre la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de Extremadura, y sus condicionantes, fenómeno, el de la intención, que es consecuencia de la actitud, las normas subjetivas y la percepción, y predictor, directamente, del comportamiento emprendedor. En todos y cada uno de los centros y grados que oferta la Universidad de Extremadura hay estudiantes con potencial emprendedor. Estimamos que este conocimiento, aportado por GUESSS, puede y debe empujar hacia la construcción de un Modelo de Universidad Emprendedora, al servicio del desarrollo económico y social de su entorno, la Comunidad Autónoma de Extremadura. La Educación Emprendedora, como bien señala en estas mismas páginas la líder empresarial Pilar Acosta, es clave para cambiar, de fondo, la situación económica de Extremadura. Creemos que, con los adecuados modelos, metodologías y profesorado, debería implantarse en todo el sistema educativo, y, en la Universidad, en todos sus grados, posgrados y doctorados.

No se puede ignorar que hay consenso en la literatura científica que uno de los más importantes, sino el que más, de los nichos de nuevos emprendedores es la universidad. Las universidades están llamadas a ser el gran agente del cambio. Una vía para desarrollar este reto es el fomento del emprendimiento en los estudiantes.

## **Agradecimientos**

Muy especialmente al ex Vicerrector de Estudiantes, el catedrático Dr. Ciro Pérez Giraldo, por su ayuda, empuje al emprendimiento en la Universidad de Extremadura en un contexto, quizás poco favorable, y por su ejemplaridad como académico, de forma integral; en la docencia, en la investigación y en la gestión. A la empresaria D<sup>a</sup>. Pilar Acosta, por su Prólogo. A la Fundación Xavier de Salas, y a los investigadores que forman el equipo técnico, los codirectores doctores Juan Carlos Díaz, y Antonio Fernández y los investigadores doctores Manuel Almodóvar, Yakira Fernández y Raúl Rodríguez así como al Consejo de Estudiantes de la Universidad de Extremadura.

**Ricardo Hernández Mogollón**

Director Ejecutivo del Proyecto GUESSS Extremadura



# CARTA DE PRESENTACIÓN

de los coordinadores actuales de GUESSS España.

INDESS (Instituto de Investigación para el Desarrollo Social y Sostenible  
de la Universidad de Cádiz)

---

En una sociedad basada en el conocimiento, el espíritu emprendedor y la creación de empresas son recursos estratégicos que facilitan el desarrollo y el crecimiento basado en la sostenibilidad, la innovación y el bienestar social. En esta relación juega un papel fundamental la educación y la formación orientada hacia el emprendimiento y, particularmente, las universidades en su responsabilidad de formar personas capaces y motivadas para tal misión y acompañarlas con todos sus recursos en la aventura profesional y empresarial.

Para realizar el seguimiento de esta responsabilidad es imprescindible contar con un adecuado sistema de indicadores que permitan ofrecer un diagnóstico acertado del fenómeno y, a poder ser, en términos comparativos internacionales. Con este objetivo, hace ahora 15 años, el *Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship* de la Universidad de St. Gallen (KMU-HSG) diseñó el *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* (GUESSS) como un gran proyecto de investigación colaborativa, consagrado a la evaluación de las intenciones y actividades empresariales de los estudiantes universitarios de todo el mundo y que, desde entonces, está ofreciendo un acertado diagnóstico del fenómeno e importantes resultados académicos.

Nuestro país, se sumó al proyecto en la edición 13/14 y, desde entonces la Universidad de Extremadura ha tenido una participación destacada bajo la coordinación del profesor Ricardo Hernández-Mogollón y los miembros del Grupo de Investigación Emturin, Extremadura 2020. Tanto es así, que en las dos ediciones en las que ha participado ha obtenido los tamaños muestrales más grandes y representativos dentro de las 21 universidades españolas participantes.

El Informe que ahora se presenta ofrece una acertada evaluación de la percepción que tienen los estudiantes universitarios extremeños sobre sus intenciones de elección de cartera, sus habilidades y capacidades para emprender, su actitud hacia el emprendimiento, su aversión al riesgo y el apoyo de sus familiares y amigos si decidiesen crear una empresa. Además de lo anterior, se evalúan una serie de facto-

res relacionados con su entorno social y cultural, familiar y universitario.

Finalmente, a partir de 2018, la coordinación nacional del proyecto la ha asumido el Instituto de Investigación para el Desarrollo Social Sostenible (INDESS) de la Universidad de Cádiz, con el reto de ampliar la participación a todas las universidades españolas y consolidar un sistema nacional de indicadores del fenómeno emprendedor, con el propósito añadido de impulsar la investigación en nuestro país y posicionarlo como un referente de emprendimiento universitario. Con la colaboración de equipos de investigadores como el que ha realizado el presente informe en la Universidad de Extremadura será mucho más fácil.

**Antonio Rafael Ramos Rodríguez y José Ruiz Navarro**  
Coordinadores GUESS España



# PRÓLOGO

---

“Emprender no es ni una ciencia ni un arte. Es una práctica”. “El emprendedor siempre busca el cambio, responde a él y lo utiliza como oportunidad”.

Peter Drucker, filósofo

“El contexto nacional e internacional debería ser el aliciente necesario para fomentar entre los jóvenes de nuestro país la cultura emprendedora. La crisis económica ha puesto de manifiesto las debilidades de nuestro modelo económico y productivo, destacando, entre otras, la reducida dimensión y baja competitividad de nuestra PYME, en comparación con las de los países de nuestro entorno y la elevada tasa de desempleo (especialmente entre mujeres y jóvenes).”

Hoy, más que nunca, es necesaria una nueva generación de emprendedores que, utilizando las nuevas tecnologías en sus procesos de negocios, sean capaces de innovar y desarrollar ventajas competitivas sostenibles en el tiempo operando en sectores de alto valor añadido.

En este sentido “GUESSS es un proyecto de investigación internacional que versa sobre el contexto de la iniciativa empresarial, que pretende estudiar la intención emprendedora y la actividad de los estudiantes universitarios utilizando una comparación geográfica y temporal”. Entre sus objetivos destaca la identificación de los antecedentes y las condiciones de entorno que determinan las intenciones emprendedoras, la creación de nuevas empresas y la carrera empresarial.

Parece clara la preocupación de la Universidad por el estudio y la formación de habilidades emprendedoras ligadas a la necesidad de generar un modelo económico más activo y dinámico mediante la creación de empresas. Pero, aunque son conceptos muy interrelacionados, la iniciativa empresarial y la iniciativa emprendedora son también conceptos muy diferentes.

En mi doble condición de educadora y empresaria sostengo que esa generación de emprendedores, que están despertando por necesidad a la iniciativa empresarial, no será posible a corto-medio plazo sin el desarrollo previo de la educación para el emprendimiento. Objetivo político clave éste que viene marcado por la Unión Europea y sus Estados miembros desde hace muchos años. “Con el Plan de Acción sobre

Emprendimiento 2020 y la Comunicación «Replantear la educación», la Comisión Europea ha insistido en la necesidad de incorporar el aprendizaje emprendedor en todos los sectores de la educación”.

Debemos, desde la educación primaria, formar y enseñar a emprender para que en la práctica continuada de la vida se consiga **aprender a emprender**. Y este aprender a emprender hace referencia al desarrollo y aprendizaje de destrezas, actitudes y competencias personales que tienen que ver con la curiosidad, el optimismo, la creatividad, la autoconfianza, el espíritu crítico, la motivación al logro, la disposición a la innovación, la resistencia al fracaso, la colaboración, no aversión al riesgo, la empatía...etc. De esta forma seremos emprendedores en cualquier ámbito de la vida (social y empresarial) porque seremos capaces de transformar ideas creativas en acciones emprendedoras.

Este modelo de aprendizaje en las etapas iniciales de la educación, nos permitirían trabajar con mayor seguridad, desde la enseñanza secundaria hasta la superior, en la oportunidad de crear empresas como objetivo de carrera.

En definitiva, de lo que se trata es de implementar el desarrollo de las competencias transversales en contraposición a la persistencia de la visión vertical tanto en la enseñanza escolar como en la superior y universitaria. El profesor emprendedor debe ser más “un entrenador que un conferenciante”.

Los análisis realizados por el *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) reflejan siempre una fuerte correlación entre las capacidades (destrezas) de emprendimiento que se perciben y la tasa de actividad emprendedora (TEA), lo cual avala la importancia que tiene la educación en el desarrollo de competencias de emprendimiento.

La iniciativa empresarial por otra parte se vincula de manera directa a la disposición para generar autoempleo utilizando todas las cualidades, destrezas, actitudes y competencias descritas anteriormente. El bajo índice de iniciativa empresarial en los universitarios está muy vinculado a la falta de educación emprendedora y a la percepción negativa que de ellos tiene la sociedad.

Aunque la teoría y las directrices marcadas por la UE hacia sus Estados miembros son claras, lamentablemente la realidad es otra y de ello da muestras el proyecto GUESSS al afirmar que “en general, los estudiantes no perciben que estén recibiendo una formación orientada hacia el emprendimiento. La mayor parte de los estudiantes, independientemente de su ámbito geográfico, no habían asistido a ningún curso de emprendimiento hasta el momento de la realización de la encuesta. Para el conjunto GUESSS, el valor se estima en el 55,4% de estudiantes, siendo

más acusado para el caso español (62,9%) y extremeño (65,9%)”.

Si las políticas y las estrategias hubieran sido las adecuadas, los estudiantes universitarios no tendrían esta percepción, y los resultados obtenidos por GUESSS serían otros. Pero no hay nada como medir, reconocer y aceptar nuestras debilidades para transformarlas en oportunidades.

“Los alumnos del siglo XXI se enfrentan a una realidad diferente desde múltiples perspectivas, una realidad que demanda una alta capacidad de interacción y de resolución de problemas, una capacidad de filtrar información frente a la sobre estimulación y proliferación de fuentes diversas”, y a una visión global del mundo como nicho de oportunidades. Y para trabajar en este mundo cambiante se necesitan personas con altas dosis de iniciativa, con dotes de liderazgo y coraje para sobrepasar barreras.

Por lo tanto, no cesemos en el intento... “El apoyo al emprendimiento nunca ha sido tan importante como ahora. El refuerzo de la educación en emprendimiento en las escuelas, los centros de formación profesional y las universidades tendrá repercusiones positivas en el dinamismo emprendedor de nuestras economías. Además de contribuir a la creación de empresas sociales y nuevas empresas, la educación en emprendimiento ayudará a que los jóvenes sean más aptos para el empleo y más intraemprendedores en su trabajo en las organizaciones ya existentes en los sectores social, público y privado. Por lo tanto, la inversión en educación en emprendimiento es una de las más rentables que puede hacer Europa: los estudios indican que la probabilidad de que un alumno o estudiante cree una empresa en algún momento de su vida es de tres a seis veces mayor si ha recibido educación en emprendimiento.”

Y no me gustaría terminar estas líneas sin hacer un pequeño apunte sobre el emprendimiento en femenino tras mi experiencia como mujer empresaria. Hay que trabajar en fomentar el emprendimiento femenino porque soy una convencida de que ser mujer en el mundo de los negocios constituye una fortaleza, nunca una debilidad. Estamos dotadas de numerosas cualidades, destrezas y habilidades que son imprescindibles para las gestiones empresariales y gubernamentales. NOS COSTARÁ MÁS TIEMPO Y ESFUERZO, PERO LO CONSEGUIREMOS.

**M<sup>a</sup>. del Pilar Acosta Llera**  
Empresaria Emprendedora



## RESUMEN EJECUTIVO

---

En este apartado pretendemos señalar los principales datos obtenidos sobre las intenciones y actividades emprendedoras de los estudiantes de la Universidad de Extremadura en el año 2016.

De esta forma, a partir de los de los datos extraídos de las encuestas cumplimentadas por los estudiantes universitarios de la UEx, estamos en situación de decir, que el 4,2% de éstos quieren ser empresarios cuando finalicen su carrera, pero si le preguntamos cómo se ven cinco años después de finalizar la misma, el porcentaje que quiere ser empresario alcanza el 30,3%.

Por ramas de conocimiento, los alumnos de las titulaciones de Ingeniería y Arquitectura (5,2%) y Ciencias Sociales (4,9%) son los que tienen una mayor intención emprendedora al finalizar la carrera, y además, el 41,7% de los primeros prevén ser empresarios al cabo de cinco años, seguidos de los de Ciencias Sociales y Jurídicas (31,6%) y Ciencias de la Salud (22,4%).

El clima emprendedor en la Universidad, se mide en una escala Likert de 7 puntos, en la que se aprueba con 4 puntos. La percepción que tienen los estudiantes sobre el clima emprendedor de la UEx obtiene un claro suspenso con 2,69 puntos, situándose por debajo de la media nacional (3,6) y de la internacional (4,2), habiendo descendido un punto desde la pasada edición del 2013/14.

En cuanto a la formación emprendedora, ésta empeora desde el 2013/14, ya que el 65,9% de los estudiantes de la UEx no han asistido a un curso sobre emprendimiento, aunque el 27,7% ha recibido al menos un curso optativo de formación emprendedora, frente al 29,1% o el 23,2% de España y GUESSS respectivamente. La UEx tiene solo un 6,7% de formación emprendedora obligatoria, frente al 9,9% del resto de universidades españolas encuestadas y al 22,4% del conjunto de las que forman parte del GUESSS.

El contexto social, cultural y familiar es medido en una escala Likert de 7 puntos, donde se obtiene un aprobado con 4 puntos. La percepción de refuerzo social de los universitarios de la UEx es menor que la del resto de España (4,8 vs. 5,5) y la de la media internacional (5,5). No obstante, en el 29,3% de los hogares de los estudiantes de la UEx, el padre, la madre o ambos, son empresarios.

El número de estudiantes de la UEx, que están en proceso de creación de su

empresa es del 8,5%, frente al 9,9% y 21,9% de las medias española e internacional respectivamente. De éstos, la mayoría son hombres de las carreras de Ciencias Sociales y Jurídicas e Ingeniería y Arquitectura, aunque en las de Arte y Humanidades, las mujeres están parejas a los hombres. Están montando su empresa solos o con dos o tres socios más, en sectores como el tecnológico y de la comunicación, la ingeniería, consultoría, educación, publicidad, comercio, turismo o salud, vendiendo un producto/servicio novedoso para el mercado o que mejora a los existentes.

El número de empresarios entre los estudiantes de la UEx es del 8,5%, frente al 3,4% del resto de España y 8,8% de GUESS. La mayoría son varones de Ciencias Sociales y Jurídicas o de Ciencias de la Salud, que crearon una empresa innovadora con uno o dos socios en los años 2010 o 2011, y que ha tenido un crecimiento en ventas y cuota de mercado durante estos años, asentadas principalmente en los sectores de arquitectura e ingenierías y turismo, que poseen la mayoría del capital de su empresa, tienen dos empleados a tiempo completo de media, y esperan tener entre tres y cinco al cabo de cinco años.

# EXECUTIVE REPORT

---

In this paragraph, we try to indicate the principal obtained information, from the accomplishment of this study, which allows us to know first-hand the enterprising intentions on the part of the students of the University of Extremadura. Of this form, from those of the information extracted from the stuffed surveys for the university students of the UEx, we are in situation to say, that 4.2 % of these wants to be enterprising when they finish his career, but if we ask him how they are seen 5 years after finishing, the percentage that they want to be entrepreneurs reaches 30.3%.

For branches of knowledge, the pupils of the qualifications of Engineering and Architecture (5.2%) and Social Sciences (4.9%) they are those who have a major intention of being businessmen on having finished the career, and in addition, 41.7% of the first ones foresees to be businessmen after five years followed of those of Social and Juridical Sciences (31.6%) and Sciences of the Health (22.4 %). The enterprising climate in the University measures up in a scale Likert of 7 points, in which it is approved by 4 points. The perception that the students have on the enterprising climate of the UEx obtains a clear suspense with 2.69 points, placing below the national average (3.6) and of the international one (4.2), having got down a point from the past edition of 2013/14.

As for the enterprising, this formation it deteriorates from 2013/14, since 65.9% of the students of the UEx has not been present at a course on entrepreneurship, 27.7 % has received at least an optional course of enterprising formation, opposite to 29.1% or 23.2% of Spain and GUESSS respectively. The UEx has 6.7% of formation alone in enterprising obligatory, opposite to 9.9 % of the rest of Spanish polled universities and 22.4% of the set of which they form a part of GUESSS. In the social, cultural context and relative measured in a scale Likert of 7 points, where a pass is obtained by 4 points. The perception of social reinforcement of the university students of the UEx is minor that that of the rest of Spain (4.8 vs. 5.5) and that of the international average (5.5). Nevertheless, in 29.3% of the homes of the students of the UEx, the father, the mother or both, they are businessmen.

The number of students of the UEx, who are in process of creation of his company is 8.5%, opposite to 9.9% and 21.9% of the averages Spanish and inter-

national respectively. Of these, the majority they are men of the careers of Social and Juridical Sciences and Engineering and Architecture, though in those of Art and Humanities, the women are equal to the men. They are mounting his company alone or with two or three more partners, in sectors as the technological one and of the communication, the engineering, consultancy, education, advertising, trade, tourism or health, selling a new product / service for the market or that improves the existing ones.

The number of businessmen between the students of the UEx is 8.5%, opposite to 3.4% of the rest of Spain and 8.8% of GUESS. The majority they are males of Social and Juridical Sciences or of Sciences of the Health, who created an innovative company with one or two partners in the year 2010 or 2011, and that has had a growth in sales and market share during these years, seated principally in the sectors of architecture and engineering and tourism, possess the majority of the capital of his company, 2 full-time employees of average have, and that expects to have between 3 and 5 after five years.



# INTRODUCCIÓN

---

El emprendimiento se ha convertido en los últimos años en un tema destacado tanto en los planes de las diferentes administraciones públicas, como en las instituciones de educación superior. Los efectos que la aparición de nuevas empresas provoca sobre la creación de empleo, la innovación y el impacto socioeconómico en las zonas en las que se implantan, ha hecho que las miradas se vuelvan hacia los emprendedores en todos los ámbitos. En el universitario, cada vez con mayor frecuencia se viene exigiendo a la universidad un papel y una dimensión emprendedora (Clark, 1998), basada en el proceso de la comercialización tecnológica de los recursos universitarios y la creación de valor para la sociedad (Bueno y Casani, 2007), que sobrepasa las tradicionales misiones de la institución. Si a esto unimos que la investigación académica ha venido encontrando cada vez más relaciones entre la formación universitaria y la aparición de nuevos negocios (Álvarez y Urbano, 2012), podemos entender el creciente interés institucional, especialmente en el ámbito universitario, de seguir progresando en el conocimiento del papel de la universidad en la sociedad, en el desarrollo de las competencias emprendedoras de sus estudiantes, de sus intenciones hacia la carrera empresarial, su motivación, etc., con el objetivo de establecer mejores niveles de eficiencia en la distribución de los recursos destinados para este fin.

Las investigaciones llevadas a cabo están poniendo de manifiesto que la educación en emprendimiento facilita al estudiante el desarrollo de competencias emprendedoras que mejoran sus posibilidades de creación de una empresa y una mayor determinación en sus intenciones (von Graevenitz et al., 2010). En el caso de los estudiantes universitarios, la mayoría de las aproximaciones realizadas para analizar su iniciativa emprendedora, se han desarrollado desde la perspectiva psicológica, que concibe la intención como un predictor de la conducta planificada orientada a unas metas, especialmente cuando se desarrolla a largo plazo (Ajzen y Fishbein, 1980; Azjen, 1991; 2002).

Por ello, el proyecto GUESSS analiza las intenciones de los estudiantes universitarios, las motivaciones, sus actividades emprendedoras, así como el entorno (social/cultural, universitario, familiar) en el que éstas se desarrollan.

## **PUNTO DE PARTIDA DE LOS OBJETIVOS DE GUESS Y SUS BENEFICIOS**

El proyecto de investigación internacional GUESS (Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey) es un proyecto de investigación internacional que versa sobre el contexto de la iniciativa empresarial en el entorno universitario, que pretende estudiar la intención emprendedora y la actividad de los estudiantes universitarios utilizando una comparación geográfica y temporal. Además, el proyecto evalúa la eficacia y calidad de los programas de la Universidad en el contexto de la iniciativa empresarial, tratando de reconocer las debilidades y fortalezas de las propias Universidades participantes en este aspecto.

El liderazgo del proyecto de GUESS está en manos del Instituto Suizo de Investigación de la PYME y el Espíritu Empresarial en la Universidad de St. Gallen (HSG-KMU) en Suiza (representada por el Prof. Dr. Urs Fueglistaller). El responsable del proyecto es el Dr. Philipp Sieger. Como socio de proyectos internacionales que apoya el proyecto está presente la consultora Ernst & Young. En España el proyecto lo ha estado liderando hasta la edición del año 2016 la escuela de negocios ESADE. En el presente caso, en la Universidad de Extremadura, está liderado y soportado por el Grupo de Investigación Emturin.

GUESS se crea en 2003 con una vocación comparativa internacional con el fin de investigar sobre las intenciones de los estudiantes en la elección de la carrera profesional y otras actividades relacionadas. Con cada oleada de recogida de datos, que se produce cada dos o tres años, GUESS ha crecido y se ha vuelto más internacional, culminando en la séptima edición, en 2016 con 50 países participantes, 1000 universidades, 19 españolas, entre las que está la Universidad de Extremadura (UEx), y 122.000 encuestas recogidas en total.

- Los objetivos del proyecto internacional GUESS pueden resumirse como sigue:
- Observación sistemática y a largo plazo de las intenciones en la elección de carrera profesional y actividades emprendedoras de los estudiantes universitarios.
  - Identificación de los antecedentes y las condiciones de entorno que determinan las intenciones emprendedoras, la creación de nuevas empresas y la carrera empresarial.
  - Observación y evaluación de las actividades y las ofertas de las universidades en relación con la educación emprendedora de sus alumnos.

Además de la consecución de los objetivos, el proyecto aporta los siguientes beneficios para los siguientes grupos de interés:

**Beneficios prácticos para la política económica y la sociedad:**

- La comparación internacional proporciona una estimación y una evaluación de la intención de crear un negocio y de la actividad de los estudiantes en el país o región.
- Los resultados de la encuesta ofrecen recomendaciones para la acción de la política económica nacional y regional.
- El estudio de panel permite una evaluación de los efectos sobre los aspectos medidos en un periodo a largo plazo.
- Los resultados de la investigación contribuyen a sensibilizar a la sociedad acerca de la iniciativa emprendedora y empresarial.

**Beneficios prácticos para las universidades participantes:**

- El cambio en el espíritu emprendedor de los estudiantes de forma continua puede ser seguido por cada universidad.
- Los resultados muestran a las universidades los obstáculos y barreras de los programas e infraestructuras educativas relacionadas con el emprendimiento. Por lo tanto, permiten transmitir recomendaciones para la acción de las respectivas estrategias universitarias.
- Los resultados de la encuesta pueden servir como un reflejo de las propias fortalezas y debilidades de cada universidad.
- Con la participación en la encuesta se puede sensibilizar a los estudiantes de las universidades participantes sobre el campo de la iniciativa empresarial y se puede promover su intención y la actividad emprendedora.

**Beneficios para la comunidad científica:**

- Permite una comparación internacional en los aspectos relacionados con el espíritu emprendedor, por lo que apoya sustancialmente a la comunidad científica.
- Se forma una plataforma de investigación que, debido a la diferenciación entre el panel, el enfoque y las cuestiones específicas de cada país, permite flexibilidad, así como la evaluación sistemática y el establecimiento de construcciones explicativas.

- El aspecto internacional del proyecto constituye una buena base para su publicación en revistas científicas.
- El núcleo del equipo y de los países delegados del proyecto se reúnen cada dos años para intercambiar información, experiencias e ideas.
- Las publicaciones basadas en los datos GUESSSS se hacen accesibles (si es posible) para el público a través de la página web del proyecto.<sup>1</sup>

## MARCO TEÓRICO

Los estudios sobre el emprendimiento identifican en muchos casos a empresarios potenciales y empresas. Algunos siguen el proceso desde la fase de la idea hasta la última decisión para iniciar una empresa (Long y McMullan, 1984). En las últimas décadas han cobrado un interés relevante en la literatura los denominados modelos de intención, relacionados con el proceso de creación de empresas. Estos modelos tratan de acercarse a la influencia que ciertas variables medioambientales ejercen en las cualidades y el comportamiento empresarial. En ellos, se interpretan las percepciones e intenciones de los empresarios potenciales como predictores de la conducta empresarial (Ajzen, 1991; Krueger y Brazeal, 1994; Gnyawali y Fogel, 1994; Westhead y Wrigth, 1998).

Estas investigaciones se han dirigido hacia la situación previa a la decisión de crear la empresa, es decir, a la intención o estado de pre-decisión, en la que se han analizado aspectos tales como: la preferencia por una carrera empresarial o las características psicológicas y personales de los empresarios potenciales (Krueger y Casrud, 1993).

Las investigaciones sobre las intenciones demuestran claramente que son el mejor medio para predecir las conductas planeadas (Krueger, 1993). En el proceso global de la creación de empresas, las intenciones empresariales son vitales, pues establecen las características iniciales importantes para las nuevas organizaciones (Krueger y Casrud, 1993).

Respecto del marco teórico existente sobre las intenciones, el dominante en la investigación es el modelo de Ajzen y Fishbein sobre el comportamiento planeado. Un factor central de esta teoría es la intención del individuo para llevar a cabo una

---

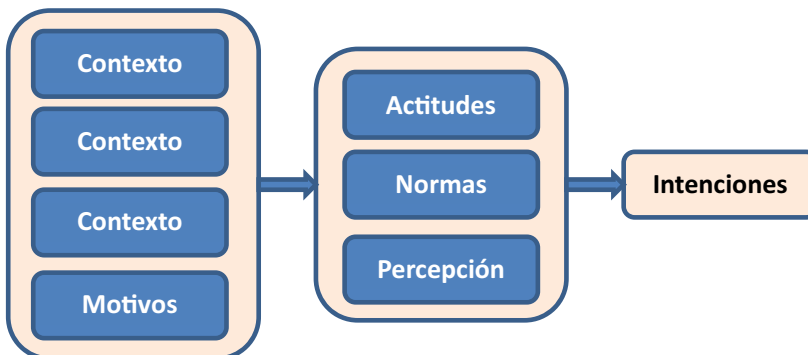
<sup>1</sup> <http://www.guesssurvey.org>

conducta dada (Ajzen, 1991). Así, las intenciones predicen y explican de manera contundente una conducta planificada, por ejemplo la creación de una empresa (Krueger, 1993). No obstante, la intención de realizar una conducta, sólo se hace realidad, es decir, deja de ser potencial para ser real, si la persona puede decidir, según su propia voluntad, realizar o no esa conducta (se hace con control de la voluntad).

Precisamente el fundamento teórico de GUESSS es la Teoría del Comportamiento Planeado (TPB) (Fishbein y Ajzen, 1975; Ajzen, 1991, 2002). Su argumento de fondo es que la intención de realizar un comportamiento específico está influenciada por tres factores principales: la actitud hacia el comportamiento, las normas subjetivas y el control percibido de la conducta. La actitud hacia el comportamiento se entiende como la opinión favorable o desfavorable que la persona tiene hacia la conducta. La norma subjetiva está referida a la presión social percibida por el individuo en cuanto a realizar o no la conducta. El grado de control percibido de la conducta, hace referencia a la percepción de dificultad o facilidad para realizar la conducta, que incluye la experiencia pasada y anuncia los obstáculos.

En GUESSS, nos centramos en las intenciones de elección de carrera en general y las intenciones empresariales en particular. Investigamos los factores adicionales que pueden afectar a la evolución de la elección de carrera profesional o las intenciones empresariales a través de los tres elementos principales de la TPB. Ejemplos de ello son el contexto universitario, el contexto familiar, los motivos personales y el contexto socio-cultural. El marco teórico general se ilustra en la siguiente figura.

**FIGURA 0.1. MARCO TEÓRICO DEL GUESS 2016.**



Fuente: Sieger, Fueglistaller y Zellweger (2014).

## **ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO Y PROCEDIMIENTO DE RECOGIDA DE DATOS**

El proyecto GUESS está organizado por el Instituto Suizo de Investigación de la Pyme y el Emprendimiento de la Universidad de St. Gallen (Suiza), que desarrolla una encuesta destinada a los estudiantes universitarios, que cumple con las mayores garantías académicas para asegurar la fiabilidad y validez de los datos. Una vez realizada se envía un enlace a una plataforma on-line para que los diferentes equipos nacionales distribuyan el mismo entre las universidades participantes de cada uno de los países. El coordinador español de esta edición, ESADE, remitió a la Universidad de Extremadura los enlaces definitivos en español e inglés a primeros del mes de abril de 2016. La plataforma estuvo abierta desde el 12 de abril de 2016 hasta el 17 de junio de 2016.

La distribución de los cuestionarios en la UEx se hizo con la colaboración esencial del Vicerrectorado de Estudiantes. Se contó también con el apoyo de los Decanos de los 17 centros de la UEx y el Consejo de Estudiantes de la Universidad de Extremadura.

Las respuestas se procesaron de forma centralizada en la Universidad de St. Gallen y posteriormente se remitieron a los equipos nacionales, que trasladaron a cada coordinador de las diferentes universidades los suyos. La ficha técnica de investigación se recoge en el Anexo 1.

## **CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA Y PARTICIPANTES**

A la población total de 23.158 estudiantes matriculados en la Universidad de Extremadura en el curso 2015/16, se les enviaron por email los enlaces en español e inglés para responder el cuestionario. Se recibieron un total de 2.446 respuestas, de las cuales, se consideraron completas 1.513, obteniendo una tasa de respuestas válidas del 6,53%. La muestra española ha sido de 7.373, por lo que sólo la UEx ha recogido el 20,52% del total de la muestra de España.

En la tabla 1 podemos ver el resumen de los datos por países<sup>2</sup>, universidades y encuestados.

---

<sup>2</sup> La tabla con todos los datos GUESS de los países participantes, el número de universidades y los encuestados podemos verla en el Anexo II.

TABLA 1.1. PAÍSES, UNIVERSIDADES Y ENCUESTADOS.

Participantes	Nº de países	Nº universidades participantes	Nº respuestas	Tasa de respuesta	Estudiantes contactados
GUESSS	34	1082	122.509	2,21	-
España	1	19	7.373	6,0	-
Uex	-	1	1.512	6,53	23.158

## Universidades españolas participantes en la edición GUESSS de 2016

## ESADE

Universidad de Almería	Universidad de Murcia
Universidad de Cádiz	Universidad de Salamanca
Universidad de Castilla-La Mancha	Universidad de Sevilla
Universidad de Extremadura	Universidad Jaume I
Universidad de Granada	Universidad Miguel Hernández de Elche
Universidad de Jaén	Universidad Pablo de Olavide
Universidad de La Laguna	Universidad Autónoma de Barcelona
Universidad de La Rioja	Universidad de Vic
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Universidad Abierta de Cataluña

## DATOS DEMOGRÁFICOS

El estudiante encuestado tiene una edad media de 23,52 años, de los cuales el 55,1% son mujeres y el resto hombres. El 96,2% son de nacionalidad española. El 90,5% son estudiantes de grado, pero también han participado un 7,5% de alumnos de master y un 2% de doctorado y postdoctorado.

La distribución según las ramas de conocimiento<sup>3</sup> que recoge el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, nos muestra que los grupos de participación más

<sup>3</sup> El Real Decreto 1393/2007 (BOE núm. 260, de 30/10/2007), establece las siguientes ramas de conocimiento: Artes y Humanidades: Antropología, Arte, Ética, Expresión Artística, Filosofía, Geografía, Historia, Idioma Moderno, Lengua, Lengua Clásica, Lingüística, Literatura y Sociología. Ciencias: Biología, Física, Geología, Matemáticas y Química. Ciencias de la Salud: Anatomía Animal, Anatomía Humana, Biología, Bioquímica, Estadística, Física, Fisiología y Psicología. Ciencias Sociales y Jurídicas: Antropología, Ciencia Política, Comunicación, Derecho, Economía, Educación, Empresa, Estadística, Geografía, Historia, Psicología y Sociología. Ingeniería y Arquitectura: Empresa, Expresión Gráfica, Física, Informática, Matemáticas y Química.

numerosos han sido los de Ciencias Sociales y Jurídicas (41,0%) y de Ingeniería y Arquitectura (24,1%). La tabla 1.2 refleja estos datos y la distribución por género en cada rama.

**TABLA 1.2. DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR RAMAS DE CONOCIMIENTO Y GÉNERO.**

Rama de Conocimiento	% Total de la Rama	Hombres	Mujeres
Artes y Humanidades	6,0%	33,3%	66,7%
Ciencias	8,7%	37,7%	62,3%
Ciencias de la Salud	20,3%	34,3%	65,7%
Ingeniería y Arquitectura	24,1%	71,7%	28,3%
Ciencias Sociales y Jurídicas	41,0%	37,7%	62,8%
Total	100,0%	44,9%	55,1%



# 1

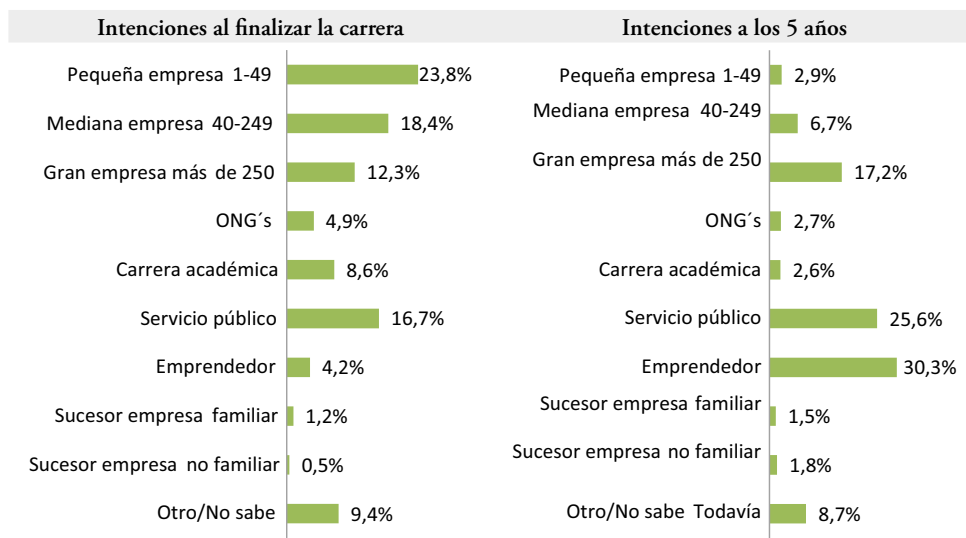
## INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA PROFESIONAL EN LA UEX

---

### 1.1. INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA PROFESIONAL AL FINALIZAR LOS ESTUDIOS Y CINCO AÑOS DESPUÉS

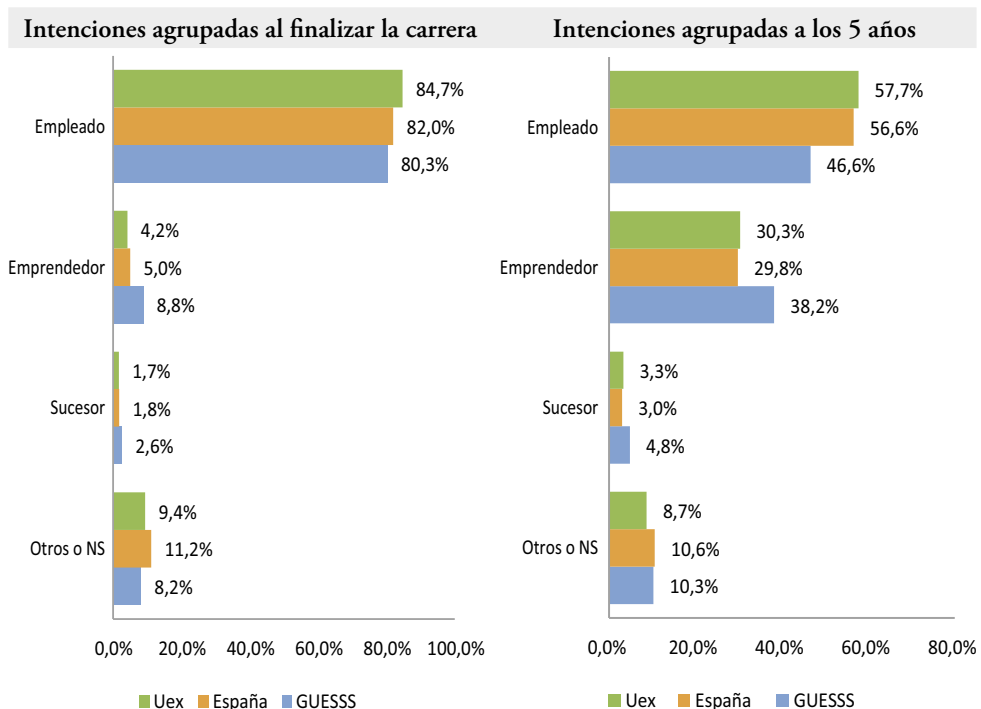
El proyecto GUESSS tiene unas claras metas, entre ellas, conocer las intenciones profesionales que manifiestan los estudiantes universitarios sobre lo que desean hacer una vez que finalicen sus estudios. Preguntas como ¿qué camino profesional intentan seguir en un futuro próximo? o ¿qué es lo que quieren hacer directamente después la finalización de sus estudios, y cuál es su plan de carrera a largo plazo? son fundamentales para poder acercarnos al conocimiento de las intenciones de los estudiantes de la UEx al finalizar sus estudios. Así, el gráfico 1.1 refleja las intenciones de carrera profesional al finalizar los estudios y cinco años más tarde.

**GRAFICO 1.1. INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA AL FINALIZAR LOS ESTUDIOS Y A LOS CINCO AÑOS.**



En las respuestas se recogen diez diferentes opciones profesionales para trabajar tanto por cuenta propia como por cuenta ajena. Las primeras seis opciones ilustran las trayectorias profesionales como empleado, ya sea en el sector privado, en el sector público, o en una organización sin fines de lucro. Las primeras tres opciones, es decir, empleado de una empresa pequeña, mediana o grande, son claramente las preferidas inmediatamente después de terminar los estudios con más de un 50% de respuestas entre los alumnos, aunque su atractivo cambia notablemente a los cinco años de haber finalizado sus estudios, al quedar reducido prácticamente a la mitad (26,8%). No obstante, las intenciones de trabajar en una gran empresa al cabo de cinco años son las únicas que crecen en el trabajo por cuenta ajena. Es de destacar también la mayor intención para dar el paso al emprendimiento entre los universitarios extremeños, intención que después de los cinco años de haber finalizado los estudios se multiplica por siete veces y se convierte en la opción preferida de los estudiantes, por encima de la de convertirse en empleado público.

**GRAFICO 1.2. INTENCIONES AGRUPADAS DE ELECCIÓN DE CARRERA AL FINALIZAR LOS ESTUDIOS Y A LOS 5 AÑOS.**



En referencia a las intenciones empresariales, sólo el 4,2% de todos los estudiantes de la UEx indican que quieren trabajar en su propia empresa después finalizar sus estudios. Cinco años después, es el 30,3% el que desea tener su propia empresa. Es destacable la evolución de las intenciones y el cambio de perspectiva de los estudiantes, ya que gran parte de los que pensaban trabajar por cuenta ajena al finalizar la carrera (25%) deciden probar la opción del trabajo por cuenta propia y emprender su propio proyecto tras cinco años en el mercado laboral.

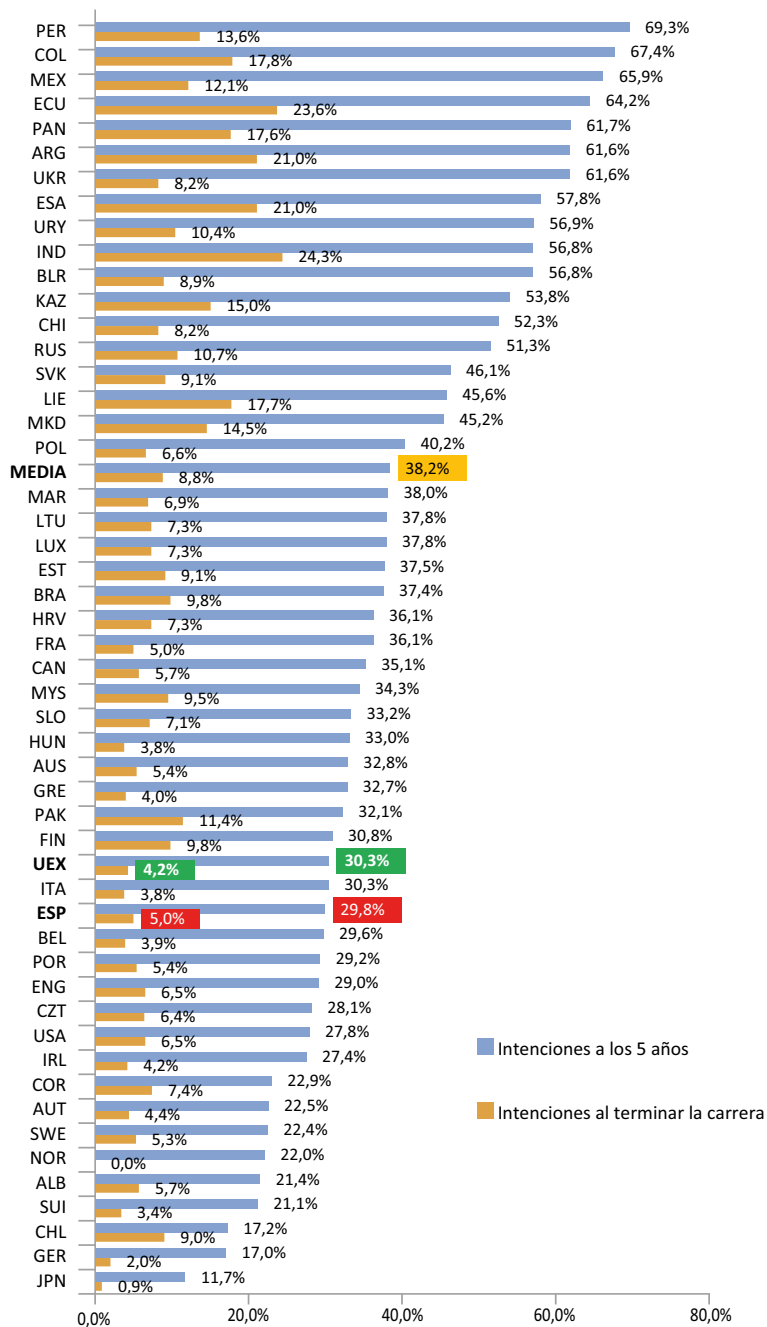
Al agrupar los resultados de las intenciones de elección de carrera profesional en el gráfico 1.2, vemos más claramente lo que ya hemos comentado. Los propósitos de ser empleados nada más acabar la carrera son los dominantes entre los estudiantes, pero éstos disminuyen al cabo de los cinco años, en los que las intenciones de crear la propia empresa crecen multiplicándose por siete. Y los indecisos representan un porcentaje significativo, casi un 10%, que no tiene claro su futuro ni ahora ni en cinco años. Al comparar con el resto de estudiantes, de España y del proyecto GUESSS, los extremeños se muestran algo menos emprendedores inmediatamente después de acabar sus estudios, pero con tantas intenciones como los demás al cabo de cinco años.

De forma complementaria, el gráfico 1.3 recoge la posición de la Universidad de Extremadura entre los países del GUESSS.

Como puede observarse, en todos los casos impera la lógica por la que la cantidad de alumnos dispuestos a emprender pasados cinco años tras terminar sus estudios, es mayor que la cantidad de alumnos con intenciones de emprender inmediatamente después de graduarse. Utilizamos el término lógica porque parece coherente que los individuos traten de adquirir cierta experiencia profesional antes de embarcarse en sus aventuras empresariales.

Si tomamos como referencia el valor medio del GUESSS respecto a la intención inmediata de emprendimiento (8,8%), observamos que el porcentaje para la UEx es menos de la mitad (4,2%). A este respecto, Extremadura se encuentra más alineada con el resto de España (5%) o países como Suiza (3,4%), Irlanda (4,2%) o Bélgica (3,9%) que con los países que ofrecen valores más altos tales como India, (24,3), Ecuador (23,6%), Argentina (21%) o Colombia (17,8%). Esta circunstancia puede reflejar que el tipo de emprendimiento que se halla detrás de estos altos valores se encuentre motivado más por la necesidad, puesto que los países con bajos niveles de ingresos y altos niveles de emprendimiento suelen caracterizarse porque sus negocios evidencian muchas actividades de subsistencia en vez de oportunidades de negocios. Así, valores relativamente discretos de intención emprendedora no deben interpretarse necesariamente como negativos, como señala el informe GEM, año tras año.

GRÁFICO 1.3. INDICADOR DE LAS INTENCIONES EMPRESARIALES POR PAÍSES PARTICIPANTES EN PORCENTAJE.



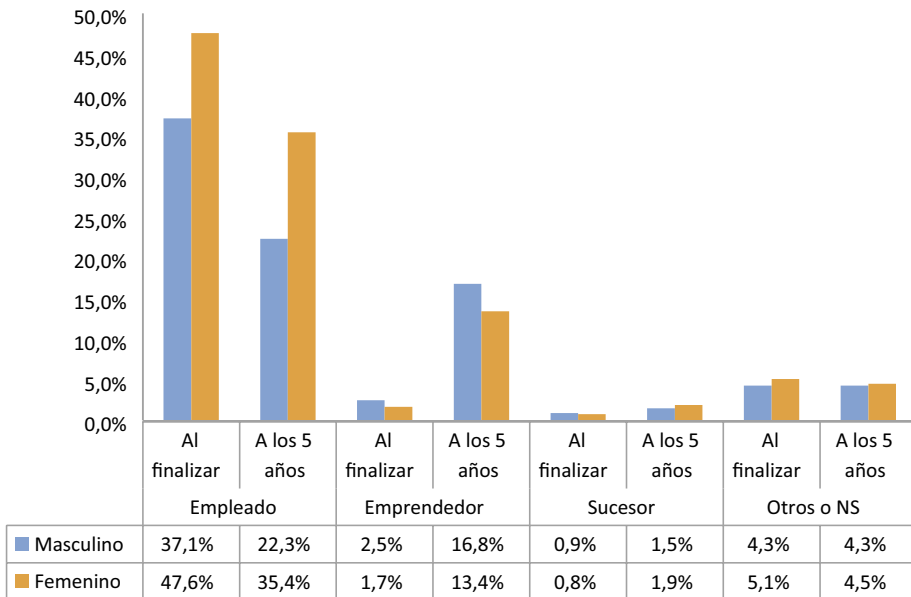
Fuente: Elaborado a partir de Sieger et. al. (2016).

El mismo análisis puede realizarse al observar la intención de emprendimiento a cinco años. Los egresados de la universidad extremeña muestran una intención similar al entorno español (30,3% y 29,8% respectivamente), y dicho porcentaje se encuentra en sintonía con países de un nivel de desarrollo económico análogo.

## 1.2. INTENCIONES DE ELECCIÓN POR GÉNERO

Al establecer una diferenciación en función del género entre los estudiantes de la UEx (gráfico 1.4), vemos que hay más mujeres que hombres que desean ser empleados después de terminar sus estudios y también a los cinco años. Sin embargo, el porcentaje de hombres es mayor entre los que desean ser empresarios, aunque al cabo de cinco años la intención femenina se multiplica por ocho, frente a la masculina que lo hace por siete, tras finalizar los estudios.

**GRAFICO 1.4. INTENCIONES DE CARRERA PROFESIONAL SEGÚN EL GÉNERO DE LOS ESTUDIANTES.**

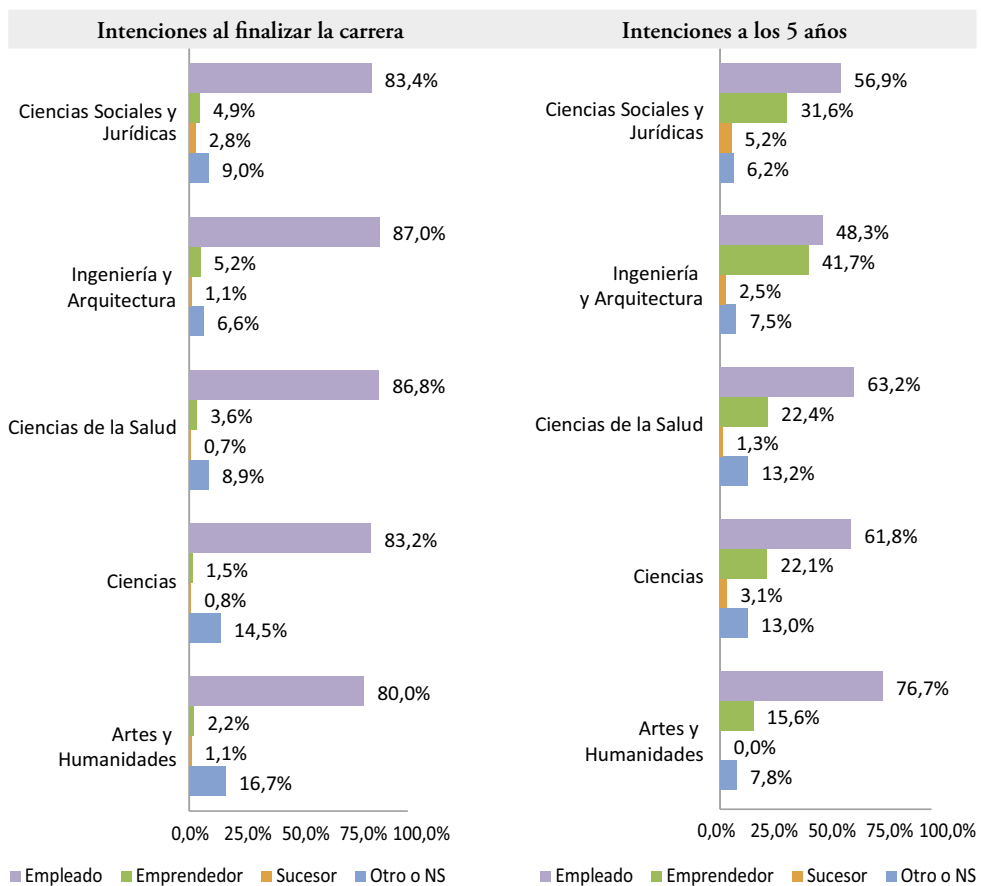


Entre los que esperan ser continuadores o sucesores de una empresa que ya está en marcha, sea familiar o no, están ambos géneros bastante compensados. Por último, entre los estudiantes que aún no tienen claros sus propósitos o esperan que sea otro no contemplado entre las opciones de respuesta, predomina el género femenino.

### 1.3. INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA PROFESIONAL POR RAMAS DE CONOCIMIENTO

Cuando analizamos la elección de carrera profesional por ramas de conocimiento (Gráfico 1.5), observamos que en todas las ramas la inmensa mayoría de los estudiantes ambicionan encontrar un trabajo por cuenta ajena nada más terminar sus estudios, especialmente los de Ingeniería y Arquitectura y Ciencias de la Salud. En los estudios de Artes y Humanidades, a pesar de ser inmensamente mayoritarios también los que desean trabajar por cuenta ajena, hay más estudiantes que se deciden por otras opciones o no saben qué hacer.

**GRAFICO 1.5 ELECCIÓN DE CARRERA POR RAMA DE CONOCIMIENTO AL FINALIZAR LA CARRERA Y A LOS 5 AÑOS.**



Los que tienen mayor intención emprendedora nada más terminar la carrera son los de Ingeniería y Arquitectura (5,2%) y Ciencias Sociales y Jurídicas (4,9%), siendo también los estudiantes de Ingeniería y Arquitectura los que más ven su futuro en el emprendimiento (41,7%), seguidos de los de Ciencias Sociales y Jurídicas (31,6%) y Ciencias de la Salud (24,4%). Por otro lado, los menos emprendedores y los que menos piensan en serlo después de un lustro de finalizar sus estudios son los de Artes y Humanidades, con valores del 15,6% en intención emprendedora, muy por debajo de las intenciones de convertirse en empresarios que tienen los estudiantes en áreas de Ingeniería y Arquitectura o Ciencias Sociales.





## 2

# DETERMINANTES DE LAS INTENCIONES EMPRENDEDORAS EN LA UEX

---

### 2.1. UNA MIRADA MÁS CERCANA A LAS INTENCIONES EMPRENDEDORAS

En este capítulo se abordará un estudio sobre los determinantes potenciales de las intenciones emprendedoras de los estudiantes de la Universidad de Extremadura, siguiendo el modelo GUESSS expuesto en la introducción, y haciendo comparaciones con otros participantes del proyecto. Si bien en el capítulo anterior se evaluaron las intenciones en la elección de carrera de los estudiantes de la UEx, dándole diversas opciones de respuestas en dos horizontes temporales, y dado que este enfoque de estudio es común y fiable (Zellweger et al., 2011), existe una debilidad en él, ya que los estudiantes que piensan seriamente en convertirse en empresarios en algún momento de su carrera, pero no ahora, son considerados como no emprendedores en el momento de preguntarles sobre su decisión. Es decir, este tipo de análisis no tiene en cuenta como emprendedores a los estudiantes cuya segunda opción sea convertirse en empresarios.

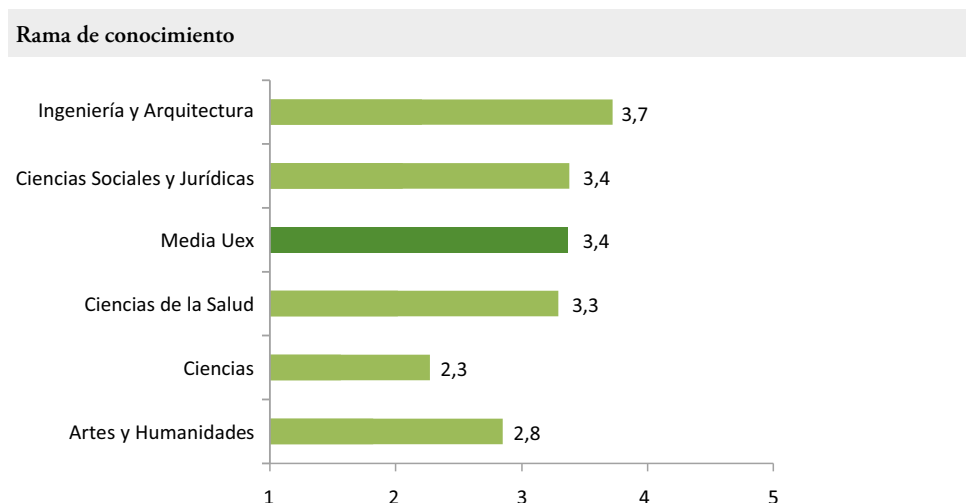
Para solucionar esto y obtener una visión más matizada en las intenciones empresariales, se ha utilizado la escala Likert de 7 puntos desarrollada por Liñán y Chen (2009), mediante la cual los estudiantes indican su nivel de acuerdo con una serie de declaraciones que captan su intención general para convertirse en un empresario en el futuro. Posteriormente se ha generado una medida de la intención emprendedora agregada mediante el cálculo de la media de las seis respuestas que fueron evaluadas desde 1 (muy en desacuerdo) a 7 (muy de acuerdo). La tabla siguiente recoge los diferentes ítems y la media obtenida en cada uno de ellos, así como el indicador de intención emprendedora final (tabla 2.1.).

**TABLA 2.1. INDICADORES DE LA ESCALA DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA.**

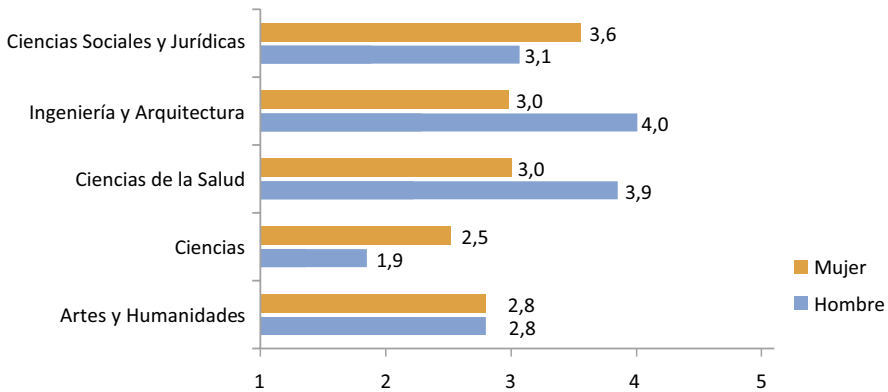
Nº	Ítems	Media
1	Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor	4,12
2	Mi meta profesional es llegar a ser emprendedor	4,14
3	Haré todo lo posible para crear y dirigir mi propia empresa	4,16
4	Estoy decidido a crear una empresa en el futuro	4,01
5	He pensado muy seriamente en iniciar una empresa	3,91
6	Tengo la firme intención de crear una empresa algún día	3,99
<b>Indicador de Intención Emprendedora en la UEx</b>		<b>4,05</b>

El gráfico 2.1. refleja un desglose de las fortalezas de las intenciones emprendedoras. Se recurre al término “fortaleza” porque los datos expresados en dicho gráfico se refieren exclusivamente a aquellos estudiantes que efectivamente están dispuestos a emprender, es decir, se centra únicamente en los individuos con firmes convicciones para crear negocios. Los resultados se ofrecen por ramas de conocimiento y género.

**GRÁFICO 2.1. FORTALEZA DE LAS INTENCIONES EMPRENDEDORAS POR RAMAS DE CONOCIMIENTO Y GÉNERO.**



## Género



En primer lugar, observamos una caída generalizada de la intención emprendedora si comparamos los valores actuales con los valores del informe anterior (Hernández et al., 2017). Por otro lado, la rama de conocimiento de mayor potencial empresarial es la de Ingeniería y Arquitectura, con un 3,72%, al igual que sucedía en la edición anterior. En la segunda posición encontramos a Ciencias Sociales y Jurídicas (3,38%), que en el informe anterior ocupaba la también la segunda posición, seguida de Ciencias de la Salud (3,37%). Por último, el área de conocimiento con menor espíritu empresarial es la de Ciencias. En este sentido, y al compararla con el informe anterior, se mantiene como una de las ramas menos emprendedoras.

Al enfocar el análisis sobre la distribución de género, el aspecto principal que se aprecia es la evolución hacia la igualdad respecto al informe anterior. Si bien en dicho informe, en la mayoría de los casos se evidenciaba la preeminencia masculina, en el informe actual se puede apreciar que de las cinco ramas analizadas, en dos existen mayor presencia de mujeres (Ciencias Sociales y Jurídicas y Ciencias), en dos mayor presencia de hombres (Ciencias de Salud e Ingeniería y Arquitectura), y en la rama de Arte y Humanidades los valores son prácticamente idénticos (3,84% vs. 3,86%).

A modo de conclusión, encontramos que la intención emprendedora en la Universidad de Extremadura se ha mantenido en valores muy cercanos al dato del informe anterior, y que está en consonancia con los países con características económicas similares, aunque la fortaleza de sus intenciones ha disminuido en todas

las ramas de conocimiento. Además, en el presente informe se evidencia la equiparación de géneros al considerar las diferentes áreas de conocimiento universitarias.

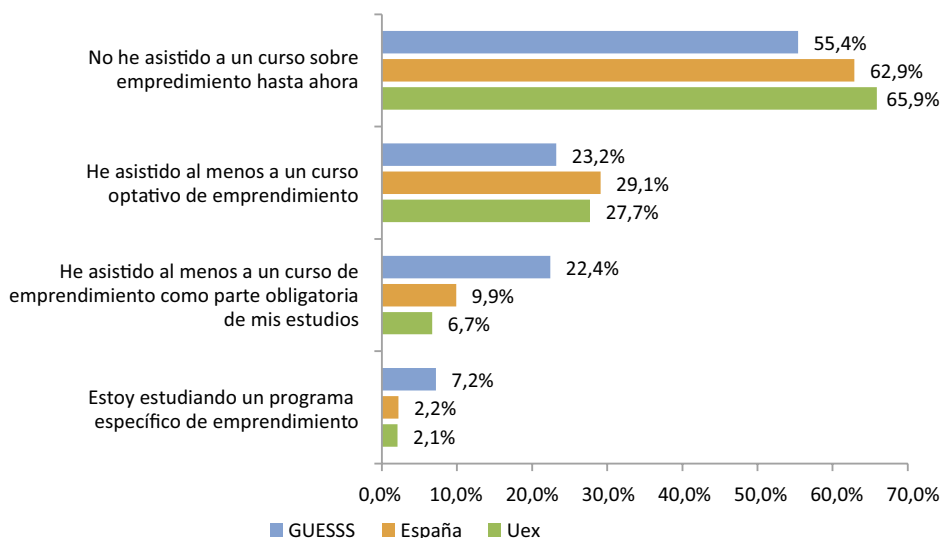
Una vez examinada la intención emprendedora de los estudiantes universitarios extremeños, resulta conveniente aproximarnos a los posibles determinantes de dichas intenciones. Así, y siguiendo el modelo de investigación GUESS, utilizaremos dos tipos de condicionantes, que se corresponden con el contexto universitario y el contexto familiar.

## 2.2. EL CONTEXTO UNIVERSITARIO

Siguiendo a Lima et al. (2014), la universidad representa un ente fundamental para la vocación emprendedora de sus estudiantes, pues solo si ofrecen una educación que promueva conocimientos y habilidades emprendedoras, sus alumnos tomarán conciencia e interés en estas actividades, así como conocimientos que les permitan abordar la creación de una empresa o negocio.

Para ofrecer un análisis completo, el informe no sólo analiza la formación recibida en la universidad, sino que amplía el estudio al clima de emprendimiento que se genera en la misma, así como el aprendizaje en emprendimiento sobre los cursos y servicios recibidos.

**GRÁFICO 2.3. FORMACIÓN RECIBIDA EN EMPRENDIMIENTO.**



El primer punto en este apartado, consiste en analizar la formación universitaria recibida respecto al emprendimiento (gráfico 2.3.). Aquí se plantean diferentes cuestiones, entre las que se encuentran los cursos relacionados con el emprendimiento en los que los universitarios han participado. Podemos observar que la mayor parte de los estudiantes, independientemente de su ámbito geográfico, no habían asistido a ningún curso de emprendimiento hasta el momento de la realización de la encuesta. Para el conjunto GUESSS el valor se estima en el 55,4% de los estudiantes, siendo más acusado para el caso español (62,9%) y extremeño (65,9%).

Continuando con la formación universitaria en emprendimiento, nos detendremos en los cursos optativos universitarios a los que los alumnos han asistido. Si bien el dato de España es el mayor (29,1%), el valor extremeño es relativamente cercano (27,7%), superando en ambos casos al del entorno GUESSS (23,2%).

Al contrario sucede con la formación obligatoria en emprendimiento, donde los universitarios extremeños representan la menor proporción de alumnos (6,7%), seguido de los españoles (9,9%) y muy distanciados en los casos anteriores de los alumnos del conjunto GUESSS (22,4%).

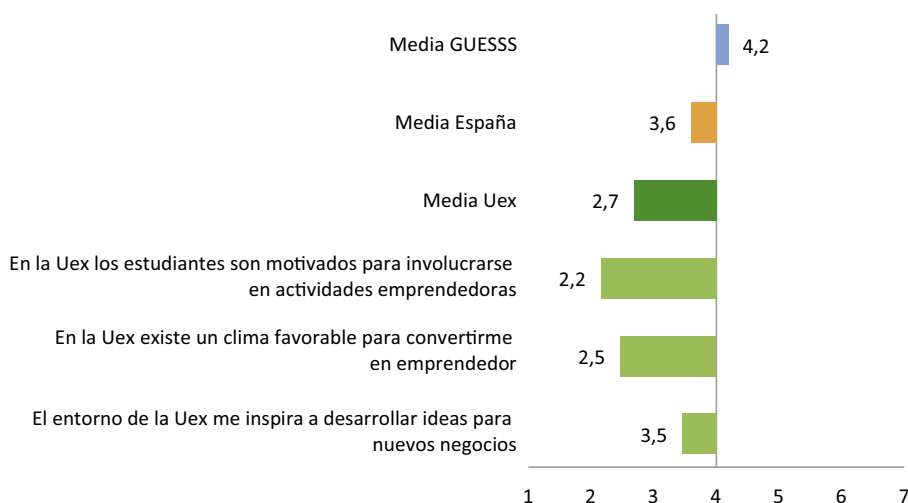
Para concluir con la formación universitaria en emprendimiento, se exponen los resultados sobre porcentaje del total de tiempo de estudio que los estudiantes dedicaron a cursos de emprendimiento, en caso de cursar programas optativos o específicos. Al igual que en el ítem anterior, resulta evidente la distancia entre la universidad extremeña y la española en cuanto a la proporción de sus estudiantes que se encuentran formándose específicamente en emprendimiento respecto al promedio del conjunto de países participantes en el proyecto.

Concluida la parte relativa a la formación universitaria sobre emprendimiento, se exponen los resultados obtenidos sobre el clima del emprendimiento universitario (Gráfico 2.5.). El ambiente creado en la Universidad de Extremadura para la promoción del emprendimiento se mide con tres ítems valorados con puntuaciones de 1 a 7, a partir del grado de acuerdo o desacuerdo (Luethje y Franke, 2004). La media de dichos ítems representa la valoración del clima de emprendimiento universitario.

Si tomamos como valor intermedio 4, observamos que la media de la UEx (2,69 puntos) está por debajo de dicho valor intermedio, al igual que la media de España (3,6 puntos), mientras que la de los países GUESSS está por encima del valor medio (4,2 puntos).

Por tanto, parece lógico analizar el motivo de este bajo resultado. Como se ha comentado en líneas anteriores, la media se calcula a partir de tres ítems. El primer ítem, que versa sobre el impulso motivador de la universidad para involucrarse en actividades de emprendimiento (2,16 puntos), el segundo ítem, que analiza la existencia de un clima favorable universitario para convertirse en emprendedor (2,47 puntos), mientras que el tercero se corresponde con el desarrollo de ideas para nuevos negocios (3,46 puntos). Los tres arrojan valores por debajo de 4, que podríamos considerar como un aprobado.

**GRÁFICO 2.5. CLIMA DEL EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO EN LA UEx.**



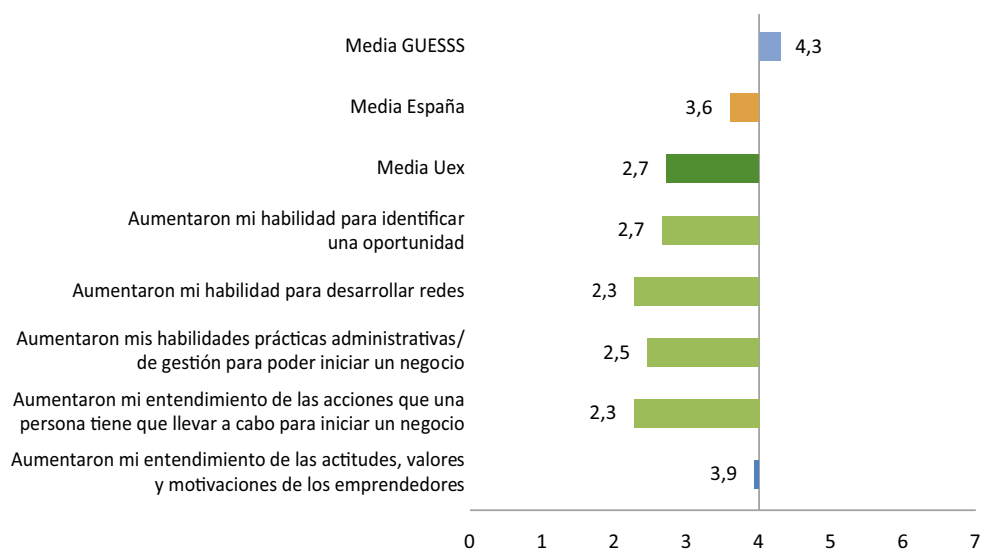
Habiendo reflexionado sobre la formación en emprendimiento ofertada desde la universidad, así como el clima existente para el fomento de actividades emprendedoras, el siguiente paso es ofrecer una aproximación al efecto que tal enseñanza ha ejercido en el aprendizaje en emprendimiento de los estudiantes de la Universidad de Extremadura. Para ello, en el gráfico 2.6, se muestran cinco medidas obtenidas de las respuestas emitidas por los alumnos en torno a sus afirmaciones cuyos valores oscilan entre 1 y 7 respectivamente. Con estas cinco medidas se calcula un valor medio que cifra numéricamente el aprendizaje en emprendimiento sobre los cursos y servicios recibidos en la UEx.

Al igual que en punto anterior, los resultados para la UEx son negativos si los comparamos con el resto de grupos: la media de la UEx es de 2,72 puntos frente a

los 3,6 puntos de resto de universidades españolas y los 4,3 puntos de las universidades del GUESSS.

Si consideramos el valor medio de 4 puntos como el aprobado, las cinco cuestiones están por debajo de este número, por lo que todos se postulan como mejora en la que debe incidirse para el futuro de la universidad.

**GRÁFICO 2.6. APRENDIZAJE EN EMPRENDIMIENTO SOBRE LOS CURSOS Y SERVICIOS RECIBIDOS EN LA UEX.**



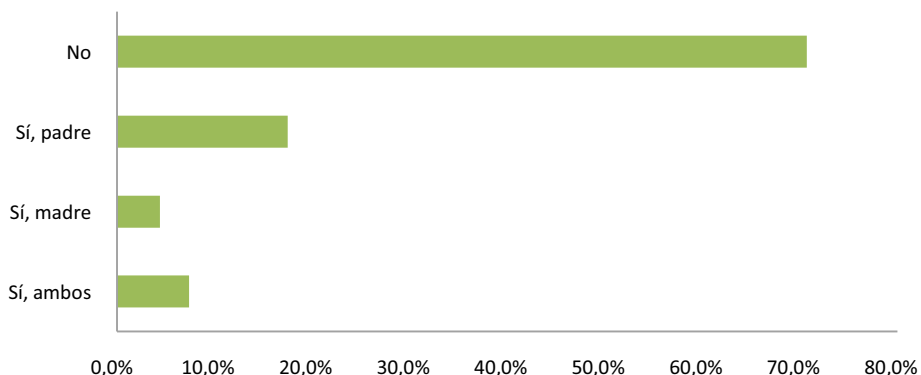
### 2.3. EL CONTEXTO FAMILIAR

La literatura científica señala un grado de consenso respecto a que los hijos de padres emprendedores tienen mayor probabilidad seguir el mismo camino (Laspita et al., 2012). Por esta razón, el presente apartado estudia el contexto familiar de los alumnos de la UEx, con el objetivo de conocer la tradición emprendedora en el seno familiar.

En el gráfico 2.8. se categoriza a los estudiantes en función del carácter emprendedor de sus progenitores, entendiéndose que los padres son (o han sido) empresarios. El mayor de los grupos, que representa un 70,7% de los encuestados, es aquél en el que, en la base familiar, no hay ningún individuo empresario. Por el contrario, un 29,3% de los alumnos tienen padres empresarios. Dentro de esta categoría, la

mayor proporción es aquélla en la que el padre es el empresario (17,5%), seguida de los casos en los que ambos progenitores lo son. Por último, encontramos un 4,4% de los alumnos en el que la madre es la propietaria del negocio.

**GRÁFICO 2.8. EL CONTEXTO FAMILIAR.**



	Sí, ambos	Sí, madre	Sí, padre	No
■ Uex	7,4	4,4	17,5	70,7

Estas proporciones se aproximan mucho a las reflejadas en el informe GUESSS anterior, y evidencian el hecho de que la estructura familiar permanece constante en el corto plazo, lo que por otro lado resulta lógico.



## 3

# ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES UEX

---

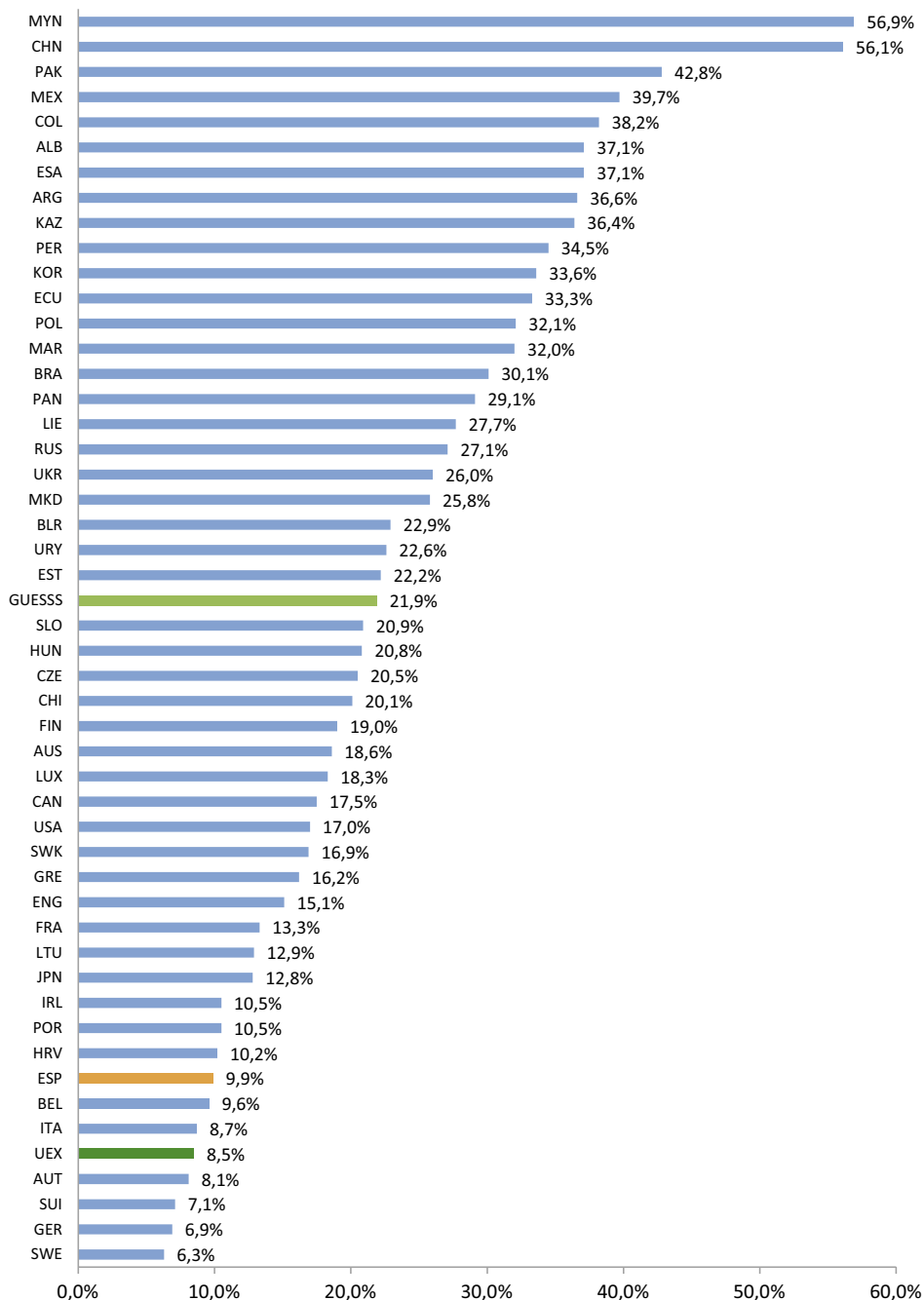
### 3.1. CARACTERÍSTICAS PERSONALES

Una vez descritas las intenciones de elección de carrera profesional y los condicionantes de las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios extremeños, en este capítulo se pretende prestar atención a aquéllos que ya están en el proceso de creación de una empresa, es decir, que son emprendedores nacientes según el modelo de proceso emprendedor del proyecto GEM. Por ello, en este primer apartado se realizará una aproximación a algunas de las características que los distinguen, para, en el siguiente destacar diversas peculiaridades de sus proyectos empresariales.

Así, el primer paso ha consistido en preguntar a los encuestados si actualmente están tratando de iniciar su propio negocio o de convertirse en auto-empleados. Las respuestas se pueden observar en el gráfico 3.1., con un 8,5% de afirmaciones para el caso de la Universidad de Extremadura, ponderación ligeramente superior a la del estudio anterior realizado en el curso 2013/2014 (Díaz-Casero et al., 2017), si bien ostenta la quinta posición más baja, por debajo del ratio nacional, que tampoco alcanza el 10% . A su vez, el promedio de respuestas positivas para el conjunto de participantes en el proyecto GUESSS está en el 21,9%, porcentaje que más que duplica tanto a la medida extremeña como a la española. Por tanto, tales resultados muestran una clara diferencia respecto a la intención de convertirse en emprendedores entre los universitarios extremeños y españoles y la mayor parte de los estudiantes del resto de universidades participantes, basada en una evidente menor intensidad en el caso de los primeros.

Sin embargo, existen diferencias notables entre países con distinto nivel de desarrollo económico en cuanto al tipo de actividad emprendedora predominante, tal que prevalecen los emprendedores por oportunidad en las economías desarrolladas mientras que en los países menos avanzados predominan los emprendedores por

**GRÁFICO 3.1. PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES NACIENTES.**

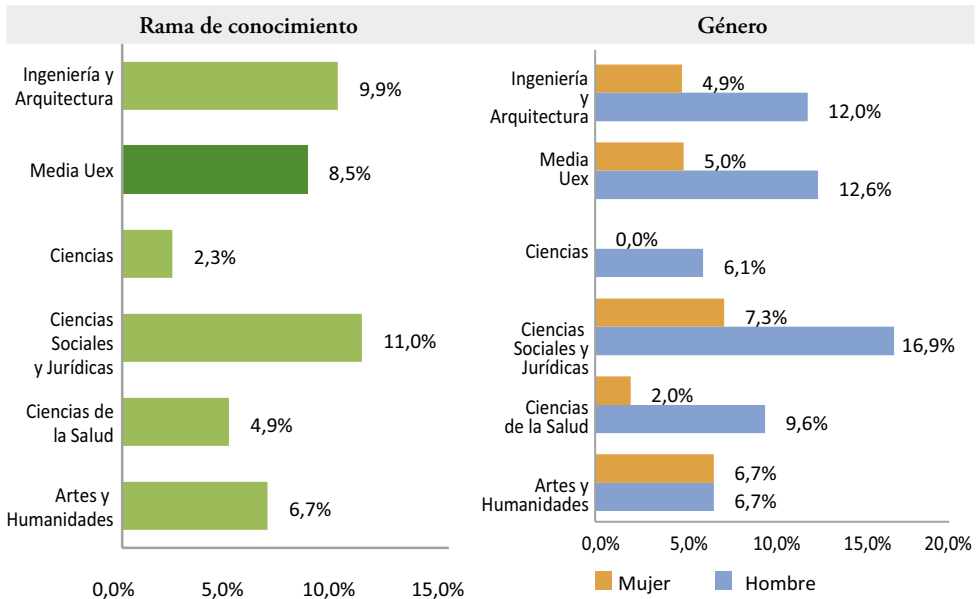


Fuente: Elaborado a partir de Sieger et. al., (2016).

necesidad (Amorós, Fernández y Tapia, 2012). Por ello, conviene refrendar el análisis con una comparativa bajo cierto nivel de homogenización, razón por la que se toma como referencia el promedio resultante para los países de la Unión Europea (27,7%), a partir de lo cual es posible afirmar la gran distancia existente respecto al caso español y extremeño, siendo el valor de este último más de tres veces inferior al referente.

Para finalizar, y en complemento a lo anterior, el gráfico 3.2. desagrega las respuestas por ramas de conocimiento y género, lo cual permite concretar dos cuestiones fundamentales. Por una parte, que existen diferencias notables entre dos conjuntos de ramas de conocimiento, ya que los valores más altos se muestran en la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas (confirmado por el 11% de los emprendedores nacientes) y en la de Ingeniería y Arquitectura (9,9%), mientras que para el resto de ramas se obtienen porcentajes más bajos y cercanos entre sí. Por otra, destacan las marcadas divergencias por género en prácticamente todas las ramas de conocimiento, como refleja el hecho de que la proporción masculina suele superar a la femenina en torno a siete puntos porcentuales, exceptuando la rama de Artes y Humanidades, único caso en el que coinciden los valores.

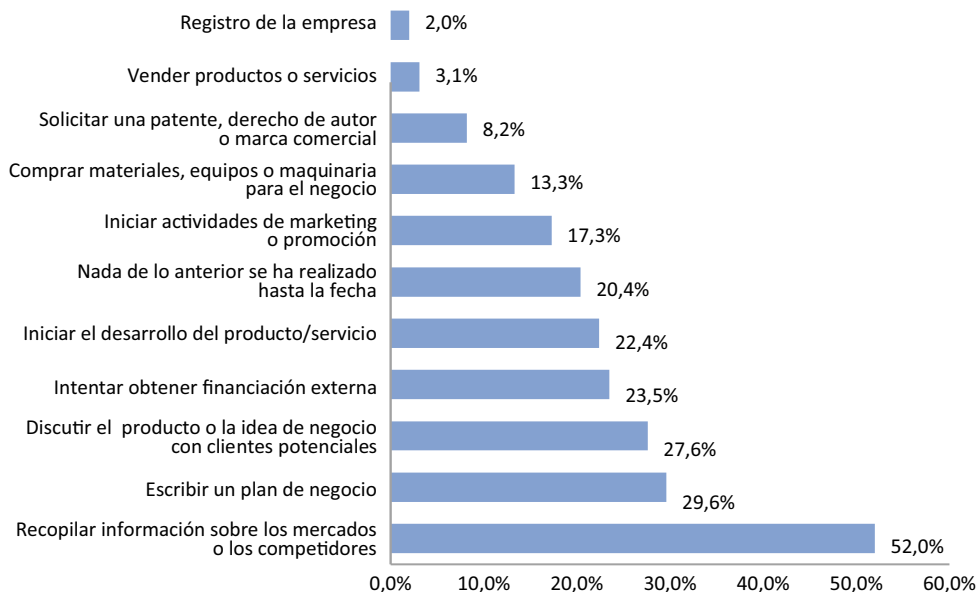
**GRÁFICO 3.2. PORCENTAJE DE EMPRENDEDORES NACIENTES POR RAMAS DE CONOCIMIENTO Y GÉNERO.**



### 3.2. CARACTERÍSTICAS DE LAS FUTURAS EMPRESAS

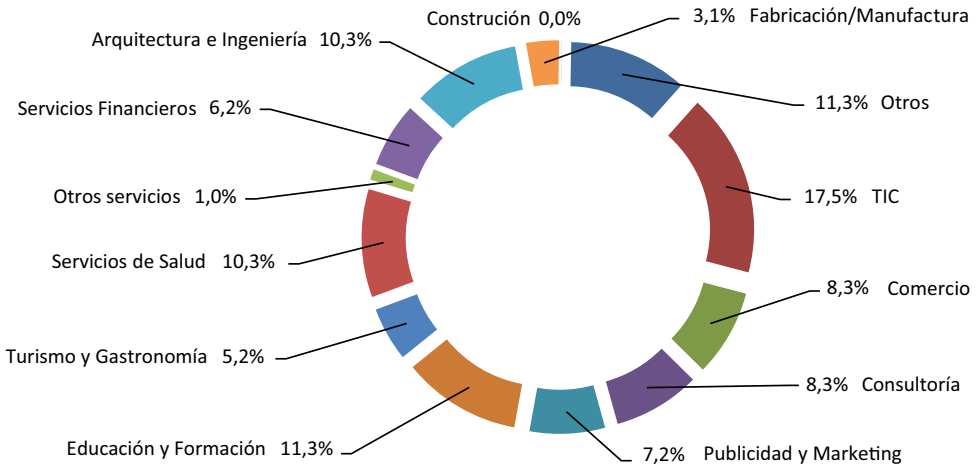
Este apartado tiene como finalidad ofrecer una aproximación sobre los pasos llevados a cabo por los estudiantes de la UEx que son emprendedores nacientes en el proceso de creación de la empresa, así como algunas características de sus incipientes proyectos empresariales. Respecto al primer punto, el gráfico 3.3. muestra el porcentaje de respuestas afirmativas por actividad realizada para la puesta en marcha de la empresa. Tal como se aprecia, la mayor parte de los emprendedores únicamente ha recopilado información sobre los mercados o competidores, concretamente un 52%, por lo que en su gran mayoría se encuentran en una fase muy primaria del proyecto; lo que se refrenda en el hecho de que tan solo el 27,6% ha presentado la idea de negocio a clientes potenciales y el 29,6% si se trata de los que han realizado el plan de negocio, a la vez que solamente el 22,4% ha iniciado el desarrollo del producto o servicio, proporción que se reduce de manera significativa si se hace referencia a los que han alcanzado la fase de venta de productos o servicios (3,1%) o de registro la empresa (2%). Por tanto, si bien, más de la mitad de los estudiantes encuestados tienen ideas emprendedoras, lo cierto es que la materialización de las mismas se erige como una meta difícil de alcanzar.

**GRÁFICO 3.3. ACTIVIDADES REALIZADAS POR LOS EMPRENDEDORES NACIENTES PARA LA PUESTA EN MARCHA DE LA EMPRESA (EN %)**



Continuando con las características que distinguen a tales proyectos empresariales, el gráfico 3.4. muestra una clasificación de los mismos por sectores de actividad, donde llama la atención, a priori, tanto la variedad como el mayor peso de respuestas en el ámbito de las tecnologías de la información y la comunicación (18%), cuestión ésta que puede explicarse por el cambio de paradigma ocurrido en el funcionamiento de las empresas en las últimas décadas, debido a la irrupción de internet y las ventajas que ofrece para el comercio. A su vez, ese 18% va en consonancia con que, aproximadamente, el 20% de las respuestas proviene de estudiantes pertenecientes a las ramas de Ingeniería y Arquitectura y Ciencias Sociales y Jurídicas (gráfico 3.2.), es decir, que posean una base de conocimiento que les permita desarrollar una idea empresarial de base tecnológica. No obstante, también adquieren importancia las proporciones en educación y formación (12%), en servicios de arquitectura e ingeniería (10%) y en servicios de salud (10%).

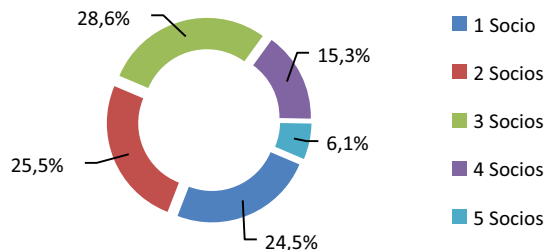
**GRÁFICO 3.4. SECTORES EN LOS QUE SE ESTÁ CREANDO LA EMPRESA.**



Haciendo referencia al número de socios con los que se pretende desarrollar la idea de negocio, el gráfico 3.5. muestra que existe una tendencia al trabajo en equipo, ya que las proporciones más altas hacen referencia a crear la empresa con tres (29%) y 2 (26%) socios, lo que aún el 55% de las respuestas. Además, si bien el trabajar como socio único representa el 24% de las respuestas, ello implica que la generalidad prefiere contar como mínimo con dos socios (76%). Esto puede

responder a razones como la necesidad de contar con talento multidisciplinar y el alto valor añadido que ello aporta al proyecto.

**GRAFICO 3.5. NÚMERO DE SOCIOS CON LOS QUE SE PRETENDE CREAR LA EMPRESA.**

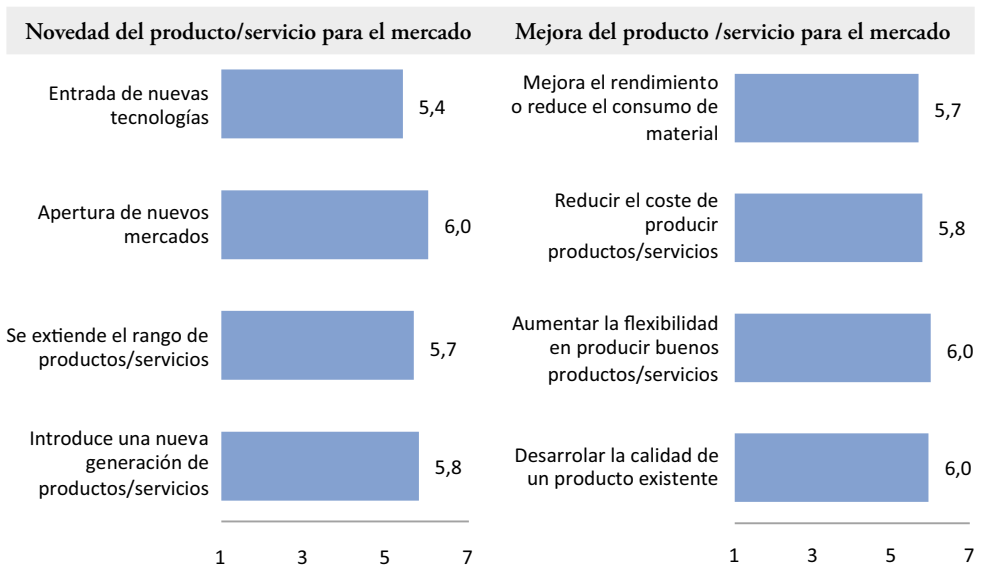


Unido a lo anterior, en los dos gráficos restantes se realiza un acercamiento a la valoración que los emprendedores nacientes de la UEx hacen tanto de su capacidad de innovación, mediante la pregunta sobre el grado de novedad y de mejora que aportan los productos o servicios que sustentan su actividad empresarial, como del desempeño de la empresa en relación con los competidores, pudiendo tomar la respuesta en ambos casos un valor entre 1 y 7, indicando peor y mejor resultado posibles, respectivamente. Para el primer caso, según refleja el gráfico 3.6., los resultados obtenidos se mueven en el rango 5,4 - 6,02, es decir, más próximos al 7, lo que indica que los estudiantes encuestados han otorgado puntuaciones altas al grado de novedad de los productos/servicios que ofrecen al mercado y de mejora que el desarrollo de tales productos/servicios supone para los ya existentes. Respecto al tipo de novedad que confiere el producto/servicio al mercado de acción, se puede comprobar que la valoración más alta (6,02) está asociada a la consideración de que dicho producto/servicio proporciona la apertura de nuevos mercados, es decir, que satisface tanto necesidades detectadas como no cubiertas. A su vez, tal estimación sobre la apertura de mercados puede estar justificada en la introducción de una nueva generación de productos/servicios, que recibe una elevada puntuación (5,79), en la extensión del rango de productos/servicios existentes (puntuación de 5,67) y en la entrada de nuevas tecnologías (puntuación de 5,4).

Además de las novedades mencionadas, las valoraciones sobre los beneficios que aportan los nuevos productos/servicios a los ya existentes (véase información de mejora para el mercado en gráfico 3.6.), reflejan datos muy cercanos en las cuatro situaciones planteadas y cercanos al máximo posible. Así, la mejora más apreciada

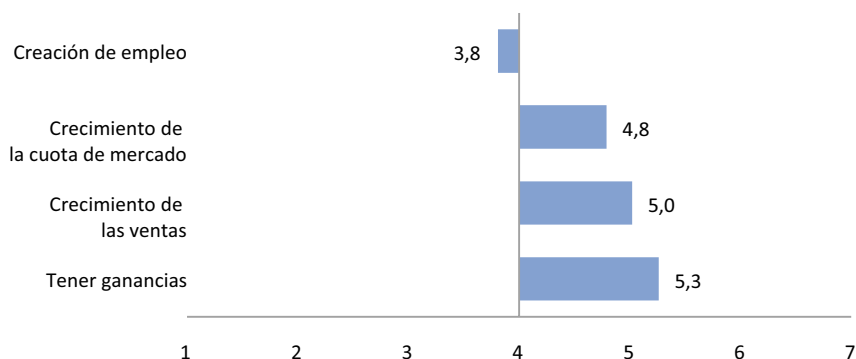
(con una puntuación de 6) se refiere a la contribución en la flexibilización de la producción de productos/servicios de calidad, seguida de una valoración de 6,0 que premia la capacidad de desarrollar la calidad de un producto existente, así como un 5,8 recibe la mejora basada en la reducción de costes de producción y un 5,7 la aportación asociada a la disminución del material de consumo o a la mejora del rendimiento.

**GRÁFICO 3.6. NOVEDAD DEL PRODUCTO/SERVICIO Y MEJORA DEL PRODUCTO O SERVICIO.**



Respecto a la calificación del desempeño de la empresa en comparación con el de los competidores (gráfico 3.7.), los emprendedores universitarios extremeños consideran que tres de los cuatro ítems analizados ostentan un mejor resultado, teniendo en cuenta que el valor medio sería 4. Sin embargo, donde más destacarían las iniciativas universitarias extremeñas en relación con la competencia sería en la obtención de ganancias y crecimiento de las ventas, casos en los que la valoración excede el 5. Es decir, los universitarios extremeños estiman sus proyectos más rentables y con mayor potencial de ventas, hecho éste que puede explicar la consideración de que poseen también mayor crecimiento de cuota de mercado (valoración de 4,79). No obstante, en términos de creación de empleo es donde menor diferencia manifiesta al compararse con sus competidores (valoración de 3,81).

**GRÁFICO 3.7. MEJORAS DEL RENDIMIENTO COMPETITIVO.**



Para dar por terminado este capítulo, se hará alusión a algunas de los resultados que merecen ser destacados, con vistas a su concreción. En primer lugar, la proporción de estudiantes extremeños encuestados que son emprendedores nacientes (8,5%) es muy inferior al promedio obtenido de las universidades de la Unión Europea participantes en este estudio (27,7%). Además, los valores más altos de participación provienen de las ramas de Ciencias Sociales y Jurídicas e Ingeniería y Arquitectura, con marcadas diferencias por género que revelan una preponderancia masculina. Por otra parte, la mayoría de estos emprendedores se encuentran en una fase muy primaria del proyecto, aunándose la mayor concentración de actividad en el sector de las tecnologías de la información y la comunicación, a la vez que se trata de proyectos empresariales concebidos, en general, para equipos de como mínimo dos socios, a través de cuyos productos/servicios dichos emprendedores se atribuyen una alta capacidad innovadora, así como estiman un mejor desempeño respecto a los competidores en términos de rendimiento.



## 4

# EMPRESARIOS ACTIVOS 4.1. CARACTERÍSTICAS PERSONALES

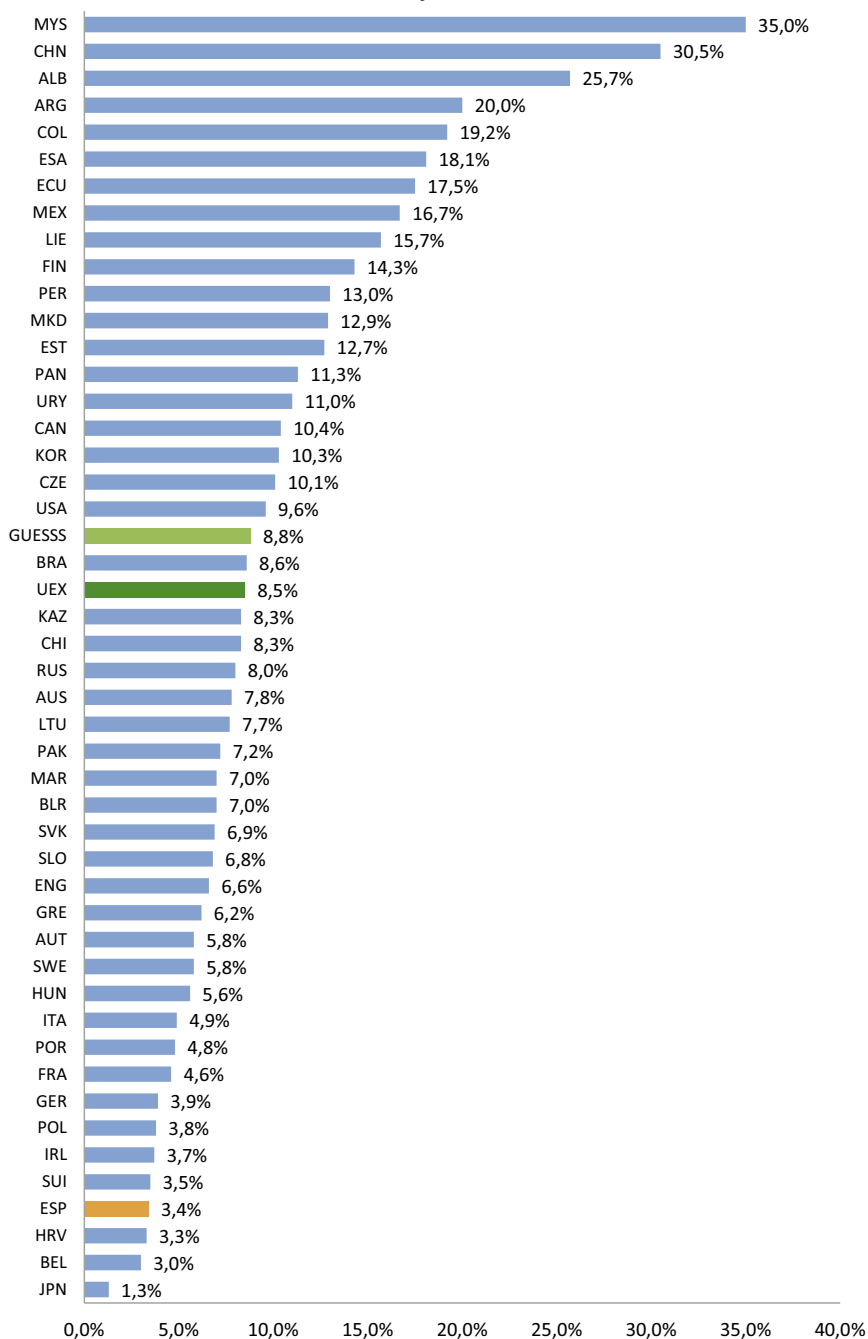
---

Este capítulo tiene como objetivo realizar una breve caracterización de los estudiantes universitarios de la UEx que son empresarios activos (apartado 4.1.) y de sus empresas (apartado 4.2.). Para ello, en primer lugar, se presentan las respuestas a la pregunta sobre si actualmente se está gestionando una empresa o se es auto-empleado (gráfico 4.1.). Así, en el caso de la Universidad de Extremadura, las respuestas afirmativas alcanzaron el 8,5%, superior al promedio español (3,4%), y que sitúa a la UEx cerca de la media del GUESSS (8,8%), junto a Brasil. En adición, el valor regional ha ascendido en 4,5 puntos porcentuales respecto al obtenido en el estudio GUESSS anterior, relativo a la edición 2013/14 (Díaz-Casero et al., 2017). Aunque, tal como se justifica en el capítulo anterior (apartado 3.1.), al realizar comparativas deben tomarse como referencia economías asimilables bajo el criterio de homogenización del desarrollo económico, por lo que podemos afirmar que la presencia de emprendedores activos en el entorno universitario español es inferior a la que se da en la mayor parte de la selección perteneciente a la UE, no ocurriendo lo mismo con los de la UEx, que han crecido más del doble.

Por último, llama la atención que las mayores proporciones las ostentan en general países en desarrollo, tomando los valores más altos Malasia (35%) y China (30%), todo lo cual va en consonancia con el argumento de la literatura del emprendimiento respecto a que los países en desarrollo tienen mayores tasas de actividad emprendedora que los desarrollados (Larroulet y Couyoumdjian, 2009; Singer et al., 2018).

Profundizando en las características de la población estudiantil de la UEx que son empresarios activos, el gráfico 4.2. los clasifica en función de la rama de conocimiento a la que pertenezcan y, dentro de éstas, se realiza posteriormente una distinción por género (gráfico 4.3.). En el primer caso, es posible apreciar que la mayor presencia de estos emprendedores se concentra en la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas (representando un 4,1%), seguido de Ingeniería y Arquitectura (con un 3%), a la vez que para las ramas restantes las proporciones están en torno

**GRÁFICO 4.1. PORCENTAJE DE EMPRESARIOS ACTIVOS.**

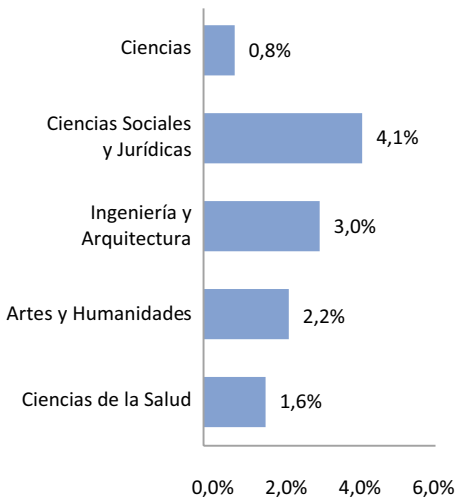


Fuente: Elaborado a partir de Sieger et. al., (2016).

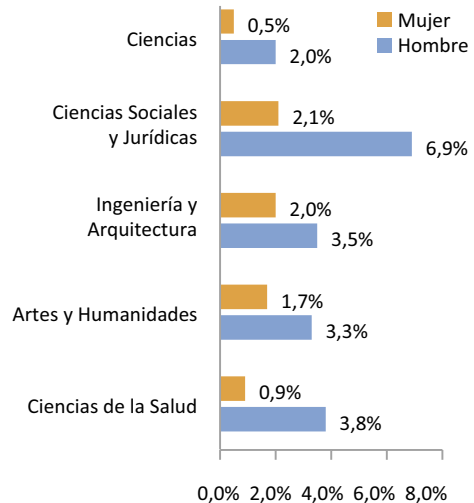
a la mitad o menos respecto al valor más alto. Todo ello va en consonancia con el hecho de que la mayor parte de los emprendedores nacientes también se localizan en el ámbito de las Ciencias Sociales y Jurídicas e Ingeniería y Arquitectura, como pudo comprobarse en el capítulo 3 (gráfico 3.2.). Es decir, ambos ámbitos aúnan la mayor parte de las iniciativas empresariales que, posteriormente, terminan estableciéndose.

Respecto a la distribución por género según rama de conocimiento, los datos del gráfico 4.3, revelan que la actividad emprendedora entre los estudiantes universitarios de la región está impulsada fundamentalmente por hombres. Así, se aprecian marcadas diferencias entre géneros, ya que en tres de las cinco ramas de conocimiento las mujeres no alcanzan a representar ni la mitad de los empresarios (Ciencias, Ciencias Sociales y Jurídicas y Ciencias de la Salud) y en las dos restantes la proporción femenina también es inferior a la masculina en más de un punto porcentual. Por tanto, las mayores divergencias se observan en las primeras, en cuyos casos la cantidad de hombres supera al número de mujeres en 4,22, 4 y 3,29 veces, si se trata de Ciencias de la Salud, Ciencias y Ciencias Sociales y Jurídicas, respectivamente.

**GRÁFICO 4.2. PORCENTAJE DE EMPRESARIOS ACTIVOS POR RAMA DE CONOCIMIENTO.**



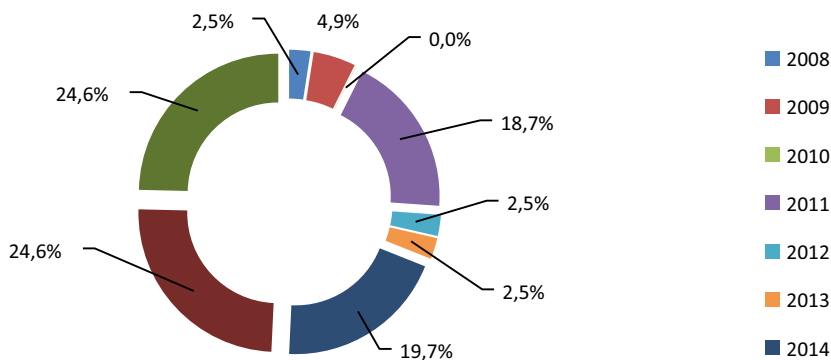
**GRÁFICO 4.3. PORCENTAJE DE EMPRESARIOS ACTIVOS POR GÉNERO Y RAMA DE CONOCIMIENTO.**



## 4.2. CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS

En este apartado se hace referencia a algunas de las cuestiones que caracterizan a las empresas de los empresarios activos de la muestra regional. En primer lugar, con el gráfico 4.4. se pretende ofrecer una visión de la antigüedad de las empresas, mediante la recopilación de sus años de creación. A partir de la información mostrada, llama la atención que las empresas más antiguas surgieron en 2008, lo que, teniendo en cuenta que los grados universitarios tienen una duración de cuatro años, indica que un 2% de éstas fueron creadas por estudiantes que ya estaban inmersos en alguna actividad empresarial previa al comienzo de su carrera. En el mismo caso estarían las que se crearon en 2009, cuya proporción alcanza el 5%, lo que hace pensar que en ambos grupos la trayectoria emprendedora estaría posiblemente favorecida por el entorno familiar. Si a las citadas proporciones adicionamos las de 2010 (25%) y 2011 (19%), entonces las empresas que como mínimo tienen una vida de cuatro años en el momento de la realización de la encuesta representan el 51% de la muestra. No obstante, la gran mayoría de las empresas son de muy reciente creación, ya que el 20% fueron establecidas en 2014, un 25% en 2015 y otro 25% en 2016, todo lo cual aúna el 70% de los casos.

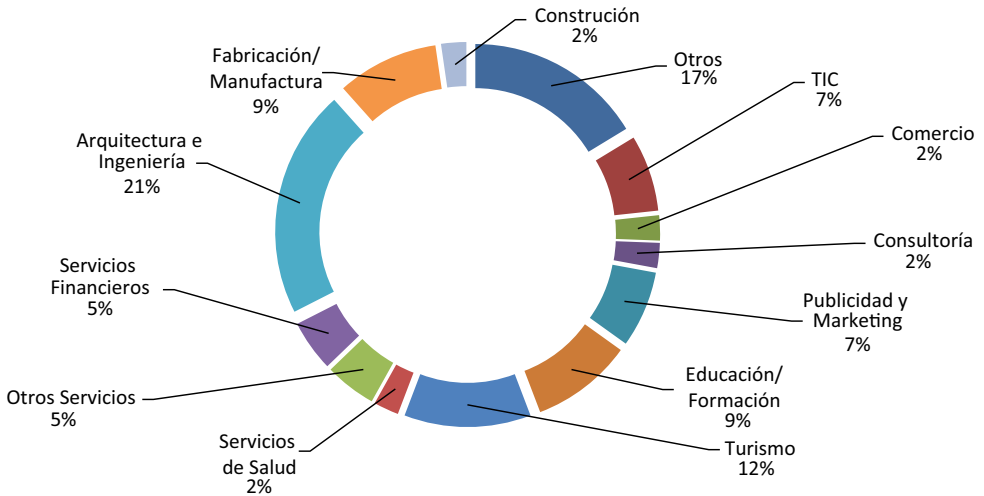
GRÁFICO 4.4. AÑO DE CREACIÓN DE LA EMPRESA.



Unido a lo anterior, a continuación, el gráfico 4.5. permite analizar la distribución por sectores de las empresas de interés. Tal como se aprecia, los valores más altos están asociados al sector de la Arquitectura e Ingeniería (21%), Otros (17%) y Turismo (12%). En el primer caso, la proporción puede explicarse en que la segunda mayor representación de emprendedores activos por rama de

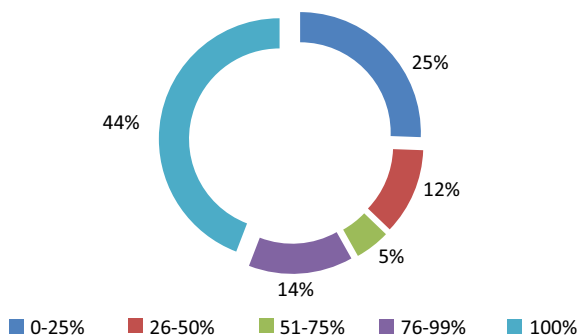
conocimiento proviene de la rama de Ingeniería y Arquitectura (véase gráfico 4.2.). Respecto al Turismo, el resultado puede ser un reflejo de la importancia del sector para Extremadura, dada la riqueza cultural, histórica y natural de la región, que hacen de éste uno de sus baluartes, así como que constituya una de las apuestas y líneas estratégicas de la política regional.

**GRÁFICO 4.5. ¿EN QUÉ SECTOR ESTÁ ACTIVA TU EMPRESA PRINCIPALMENTE?**

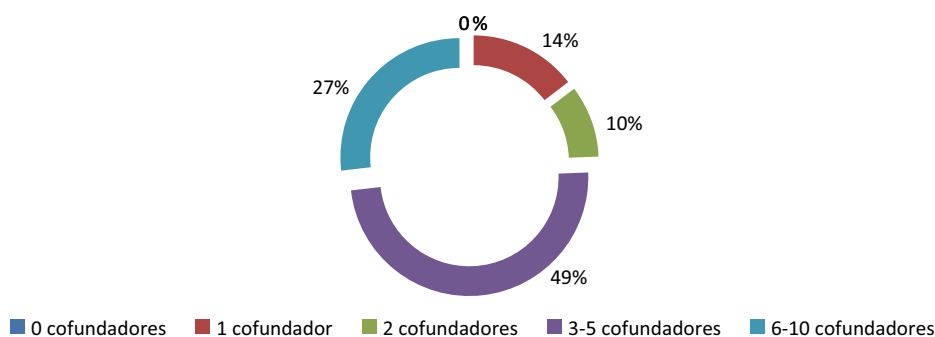


A su vez, resulta de interés la aproximación a la estructura de propiedad que define a las empresas de los estudiantes de la UEx, ya que ello define la capacidad de decisión de éstos en las mismas, así como al número de socios cofundadores de la empresa, que ofrece una idea de la diversidad de su gestión. Para ello se presentan el gráfico 4.6., a partir del cual se observa que el 44% de los empresarios encuestados afirmó aportar el 100% del capital de la empresa, proporción que destaca por superar ampliamente al resto de opciones. Si a lo anterior sumamos la ponderación relativa a los que contestaron contribuir con entre el 76% y 99% del capital (14%), entonces se puede concluir que más de la mitad de los emprendedores extremeños que están estudiando en la UEx (58%), son propietarios, como mínimo, del 75% del capital de su empresa, es decir, que ostentan ampliamente el control de la propiedad. No obstante, un 25% ha acudido fundamentalmente a la financiación de otros para dotar de capital al negocio.

**GRÁFICO 4.6. PORCENTAJE DE CAPITAL QUE POSEE EL EMPRESARIO.**



**GRÁFICO 4.7. NÚMERO DE COFUNDADORES DE LA EMPRESA.**

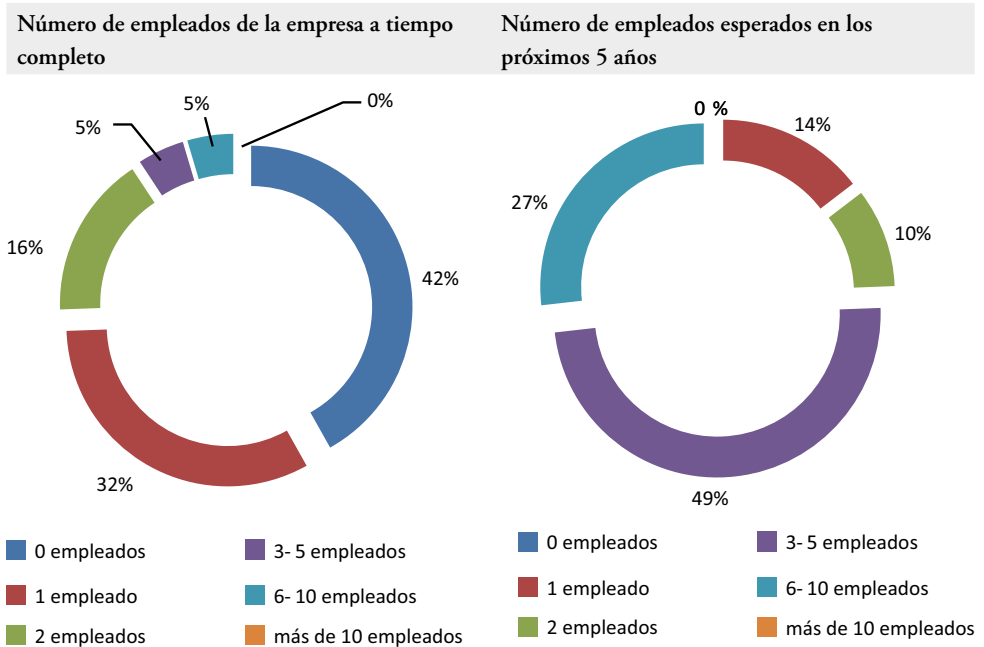


Respecto al tamaño del equipo propietario que fundó la empresa (gráfico 4.7), el mayor peso, con diferencia, está representado por grupos de entre 3 y 5 socios (49%), mientras que la segunda mayor ponderación está asociada a la tenencia de entre 6 y 10 socios (27%). Es decir, la gran mayoría de los proyectos empresariales analizados cuenta con entre 3 y 10 socios (76%). Por tanto, ello refleja una apuesta clara por el trabajo en equipo y su diversificación.

Los empleados representan un activo fundamental en la empresa, por lo que constituyen un buen indicativo tanto de su actividad como de su evolución. Por ello, en el gráfico 4.8. se muestra información del número de empleados a tiempo completo con que cuentan las empresas, así como de su evolución esperada del número de empleos en los próximos cinco años. Comenzando por la disposición de empleados a tiempo completo, cabe destacar que el 74% de las empresas tiene como máximo un empleado, dentro de lo cual adquieren mayor importancia las

que no tienen ningún empleado (42%). A su vez, sólo el 16% llega a tener dos empleados y el 10% restante incorpora entre tres y diez empleados. Por tanto, se trata, en general, de empresas de muy pequeño tamaño, con una infraestructura ligera, característico de empresas de servicios de reciente creación. Sin embargo, en los próximos cinco años los emprendedores encuestados auguran un panorama diferente, al esperar que el 100% de las empresas tenga como mínimo un empleado, que el 49% de éstas alcance a contar con entre tres y cinco disponer de entre tres y diez empleados para el desarrollo de su actividad.

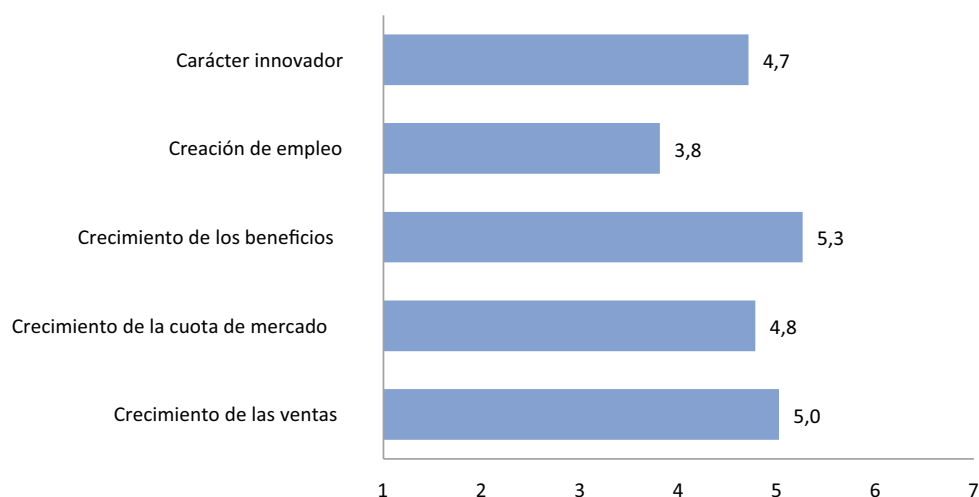
**GRÁFICO 4.8. PORCENTAJE DEL NÚMERO ACTUAL DE EMPLEADOS DE LA EMPRESA (A TIEMPO COMPLETO) Y ESPERADO EN CINCO AÑOS.**



Por último, con el gráfico 4.9. se pretende ofrecer una visión de la valoración que otorgan los estudiantes de la UEx a sus empresas respecto a sus competidores y de acuerdo a cinco ítems, visión comparativa que abarca desde la creación de la empresa y cuyos resultados pueden moverse en el rango de valores 0-7, por lo que la mitad (3,5) representaría la igualdad de condiciones. A priori, cabe destacar que los dos únicos ítems que superan la puntuación de 5 y que, por tanto, representan los mejores desempeños respecto a los competidores al ser los más

próximos a 7, son los que hacen referencia al crecimiento de los beneficios (5,26) y las ventas (5,02). En consecuencia, los estudiantes de la UEx empresarios, consideran tener mayor capacidad que sus competidores, de potenciar el crecimiento de la actividad de su empresa y de una manera más rentable, todo lo cual va relacionado con que estimen que ello les permitirá superar a los competidores en términos de ganancia de cuota de mercado (valoración de 4,78), así como que se consideren más innovadores (valoración de 4,71), factor éste esencial en la diferenciación respecto a la competencia. Sin embargo, donde menos optimistas se muestran respecto a sus competidores es en la capacidad de creación de empleo (valoración de 3,81), lo cual puede responder a la similitud percibida en términos de requerimientos de estructura de la empresa necesarios para el desarrollo de la actividad.

**GRÁFICO 4.9. RENDIMIENTO DE LA EMPRESA DESDE SU CREACIÓN EN COMPARACIÓN CON LOS COMPETIDORES.**



Con el fin de culminar este capítulo, se concretan a continuación una serie de cuestiones destacables del mismo. Por una parte, entre los estudiantes encuestados de la Universidad de Extremadura existe un dinamismo empresarial similar al de los universitarios de gran parte de los países de la Unión Europea participantes en este proyecto; a la vez que la mayor concentración de los universitarios de la UEx que son empresarios activos provienen de la rama de Ciencias Sociales y



Jurídicas, con importantes desequilibrios en términos de género basados en una infrarrepresentación femenina. Por otra, las empresas se caracterizan por ser en su mayor parte de muy reciente creación (la mitad surgió entre 2015 y 2016), cuya mayor representación se encuentra en el sector de la Arquitectura e Ingeniería, con una alta concentración en su estructura de propiedad, que apuestan en general por la gestión en equipos de como mínimo tres socios, que en su mayoría cuentan como máximo con un empleado a tiempo completo y que se trata de negocios a los que sus propietarios estiman con mayor potencial de ventas, rendimiento e innovación que los de sus competidores.



## RESUMEN Y CONCLUSIONES

---

Este estudio del proyecto GUESSS analiza en profundidad diferentes resultados sobre las intenciones y actividades emprendedoras de los estudiantes de la Universidad de Extremadura durante el año 2016. Los más significativos se muestran a continuación.

En términos generales, los propósitos de ser empleados nada más acabar la carrera son los dominantes entre los estudiantes de la UEx (84,7%), pero éstos disminuyen al cabo de los cinco años (57,7%), en los que las intenciones de crear la propia empresa crecen enormemente desde un 4,2% hasta un 30,3%. Solo un 1,7% de los estudiantes esperan ser sucesores de empresas (familiares o no) al terminar la carrera, porcentaje que crece hasta el 3,3% a los cinco años. Los indecisos representan un porcentaje significativo en torno al 9% que no tiene claro su futuro ni ahora ni en cinco años.

Así pues, casi el 85% de los estudiantes de la Universidad de Extremadura orientan su futuro profesional hacia el empleo por cuenta ajena nada más acabar su carrera, preferentemente hacia la PYME (42,2%) frente a la gran empresa (12,3%), lo que les permite adquirir experiencia para dar el salto a una gran empresa (17,2%), crear su propio negocio, o incluso, casi a un 10 %, entrar en el servicio público (16,7% vs. 25,6%).

Sólo el 4,2% de todos los estudiantes de la UEx quieren crear su propia empresa después de finalizar sus estudios, frente al 5% de la media española y el 8,8% de la internacional. Pero a los cinco años después de finalizar sus estudios, es el 30,3% el que espera tener su propia empresa, frente al 29,8% de la media nacional y al 38,2% de la internacional. Es decir, los estudiantes extremeños se muestran algo menos emprendedores inmediatamente después de acabar sus estudios, pero con tantas intenciones como los demás españoles al cabo de cinco años, si bien aún no llegamos a alcanzar los resultados de otros países que han participado en el estudio.

Aproximadamente uno de cada once estudiantes aún está indeciso ante su futuro (en torno al 9%), tanto para el momento en el que acaben sus estudios como para un lustro posterior. No obstante, esta indecisión ha caído más de 3 puntos con respecto a tres años atrás.

Por su parte, las mujeres tienen una mayor preferencia por trabajar como empleadas que los hombres, tanto para un futuro inmediato como al cabo de cinco años. Son menos emprendedoras al terminar sus estudios, pero acortan sus diferencias con los hombres a los cinco años. También se muestran más indecisas a la hora de elegir carrera profesional.

Por ramas de conocimiento, son los alumnos de las titulaciones Ingeniería y Arquitectura (5,2%) y Ciencias Sociales (4,9%) los que tienen una mayor intención de ser empresarios al finalizar la carrera, siendo también estos primeros los que más prevén ser empresarios al cabo de cinco años (41,7%), seguidos de los de Ciencias Sociales y Jurídicas (31,6%) y Ciencias de la Salud (22,4%). En cambio, los menos emprendedores al terminar su carrera son los de Ciencias, aunque cinco años después son los de Artes y Humanidades los que se ven con menor probabilidad de ser empresarios. Un sexto de ellos no tiene claro su futuro a la finalización de su carrera, pero este porcentaje baja a la mitad en su perspectiva a cinco años vista. Los estudiantes de Ciencias también ven su futuro incierto, tanto como hace tres años, pero apenas perciben que pueda mejorar al cabo de cinco años (14,5% vs. 13,0%).

El valor del indicador de las intenciones empresariales de los alumnos de la Universidad de Extremadura (4,05) es un poco superior al de la media española (3,8) e inferior a la media internacional (4,3).

En general, al igual que sucede en la mayor parte de los países participantes en el proyecto GUESSS, la intención de emprender se establece como una alternativa futura importante para los estudiantes de la UEx. Las ramas de Ingenierías y Arquitectura y Ciencias Sociales y Jurídicas son las que mayor propensión a emprender tienen, con promedios similares a la media de la UEx, de España y del GUESSS. Es de destacar la fuerte disposición femenina a emprender en Ciencias Sociales y Jurídicas y de Arte y Humanidades, superando las intenciones de los varones en el primer caso, y casi igualándolos en el segundo. Sin embargo, las carreras de Ciencias son las que tienen índices emprendedores menores, por debajo de todos los valores medios.

La influencia del entorno y la educación emprendedora de la universidad en la intención de crear un negocio por parte de los estudiantes universitarios puede ser muy importante. En el caso de la UEx, la percepción que tienen los estudiantes sobre el clima emprendedor que se vive en la Universidad de Extremadura (2,69) está por debajo de la media nacional (3,6) y de la internacional (4,2), habiendo

descendido prácticamente un punto desde la edición del 2013/14, en la que se situó en 3,70. En general, los estudiantes no perciben que estén recibiendo una formación orientada hacia el emprendimiento. El 65,9% de los estudiantes universitarios extremeños (tres puntos más que en el resto de España y 10 puntos más que en el conjunto de países del GUESS), no han asistido a un curso sobre emprendimiento. Y cuando lo han hecho, ha sido de manera optativa, y en el menor de los casos, de forma obligatoria en sus estudios o formando parte de un programa educativo de emprendimiento. En este sentido, la Universidad de Extremadura destaca en la oferta de formación optativa sobre emprendimiento, con respecto al promedio de las universidades participantes en este proyecto, aunque es menor que la media española. El 27,7% de los estudiantes UEx ha recibido al menos un curso en esta categoría, frente al 29,1% o el 23,2% de España y GUESS respectivamente. En definitiva, la Universidad de Extremadura adolece en el plano de formación en emprendimiento de índole obligatoria, con un peso relativo que representa menos de la tercera parte del que detentan el conjunto de países de la muestra y un 32,3% menos del resto de universidades encuestadas españolas. Además, estos datos han empeorado con respecto al informe 2013/14, e incluso, aquellos estudiantes que han recibido formación optativa o específica sobre emprendimiento reconocen que estos cursos le han aportado un aprendizaje en emprendimiento inferior a la media española (2,72 vs. 3,6) y algo inferior a la internacional (4,3), aunque sí es cierto que les ayudaron, aunque en menor medida que hace tres años, en su comprensión de las actitudes, valores y motivaciones de los emprendedores y aumentaron su habilidad para identificar oportunidades de negocio. En conclusión, el clima de emprendimiento universitario en la UEx ha empeorado en todos los sentidos.

Por otro lado, la importancia del contexto social, cultural y familiar para fomentar el emprendimiento también puede ser determinante, ya que los estudiantes esperan una respuesta positiva de sus familiares cercanos, amigos y compañeros ante la decisión de iniciar una carrera emprendedora. En este sentido, la percepción de refuerzo social de los universitarios de la UEx es menor que la del resto de España (4,8 vs. 5,5) y la de la media internacional (5,5). No obstante, en el 29,3% de los hogares de los estudiantes de la UEx, el padre, la madre o ambos, son empresarios, lo que siempre ha resultado un apoyo social.

El número de emprendedores nacientes, es decir, que están en proceso de creación de su empresa entre los estudiantes de la UEx es del 8,5%, frente al

9,9% y 21,9% de las medias española e internacional respectivamente. Este porcentaje ha crecido en medio punto con respecto a la edición pasada del informe. La mayoría son hombres que los localizamos en las carreras de Ciencias Sociales y Jurídicas e Ingeniería y Arquitectura, aunque en las de Arte y Humanidades las mujeres están parejas a los hombres. Los emprendedores nacientes están montando su empresa solos o con dos o tres socios más, en sectores como el sector tecnológico y de la comunicación, la ingeniería, consultoría, educación, publicidad, comercio, turismo o salud, vendiendo un producto/servicio novedoso para el mercado o que mejora a los existentes. La empresa se encuentra en una fase embrionaria en la que principalmente se está recogiendo información del mercado o los competidores, escribiendo el plan de empresa, discutiendo el producto o la idea de negocio con los clientes potenciales o intentando obtener financiación externa.

El número de empresarios activos entre los estudiantes de la UEx es del 8,5%, frente al 3,4% y 8,8% de las medias española e internacional respectivamente. La mayoría son varones de Ciencias Sociales y Jurídicas o de Ciencias de la Salud, que crearon una empresa innovadora con uno o dos socios en los años 2010 o 2011, y que ha tenido un crecimiento en ventas y cuota de mercado durante estos años. Su empresa la han ubicado en los sectores relacionados con la arquitectura e ingenierías, turismo, fabricación o la educación principalmente, y poseen la mayoría del capital de su empresa, que tiene dos empleados a tiempo completo de media, pero que espera tener entre tres y cinco al cabo de cinco años.

## RECOMENDACIONES

Los datos del estudio GUESSS Extremadura 2016 son bien claros, fundamentados y creíbles y nos deberían ayudar a reflexionar y a definirnos a todos, pues las cosas se pueden y deben mejorar.

Desde el equipo GUESSS Extremadura, que forma parte del *grupo de investigación EMTURIN*, el cual tiene líneas de investigación abiertas, como la *Educación Emprendedora*, y teniendo en su haber la creación de asignaturas de Creación de Empresas desde el año 1992 y de un *Microecosistema Emprendedor, EMFITUR*, en esta universidad; consideramos que hay una verdadera URGENCIA, en actuar, en la UEx, por lo que, de acuerdo con la filosofía de GUESSS aportamos las siguientes sugerencias:

1. Urge cambiar el Sistema Educativo.

Hay diversos movimientos, a nivel internacional y nacional, que defienden un cambio en el sistema educativo, como el liderado por Jimmy Freeman (2012), en el College of Charleston (Carolina del Sur, USA), que critica fuertemente el sistema actual, que, según ellos, prepara a los estudiantes para el pasado, en lugar de para el futuro. Ojo con este tema, que puede estar pasando. Recomendamos oír a los empresarios.

En el caso de la universidad pública, más concretamente, la española, es necesario, ya que existen frenos internos al cambio.

En este sentido, hay que tener en cuenta lo que señala Solé (2016:18):

“El marco jurídico crea modelos de actuación universitaria con rigideces notables que determinan que algunos comportamientos sean incompatibles con lo que proponen planes estratégicos e incluso, con la misión, y, finalmente, con la capacidad de adaptación de la acción universitaria a los retos que el tiempo va proponiendo a la universidad”.

A pesar de todo lo anterior, continua el profesor Solé (2016:18)

“La persistencia de una visión vertical de la universidad por parte de los gestores universitarios, frente a una realidad sistémica, transversal, y cambiante, es sorprendente, y sigue representando un freno al cambio”.

2. La UEx no puede dejar de pasar más tiempo sin abordar, en profundidad, con su propio modelo y estrategia, el tema del emprendimiento, en estudiantes, profesores, investigadores y personal de administración y servicios.
3. La literatura científica especializada y la realidad aconsejan, para la UEx, que cree su propio modelo de Universidad Emprendedora, con un definido compromiso con el territorio y con su desarrollo.
4. Se hace necesaria una estrategia de arriba abajo, de círculos concéntricos, compatible con estrategias de abajo a arriba (bottom up).
5. Profesorado comprometido con el Emprendimiento, dando participación a empresarios y personas emprendedoras en las metodologías a emplear, dentro y fuera del aula.

6. Una Universidad Emprendedora, para atender la demanda de la sociedad, debe comportarse de acuerdo a este nuevo rol. Dentro de este contexto, uno de los objetivos de una Universidad Emprendedora es el motivar al emprendimiento y el apoyo al desarrollo de negocios.
7. Activar las relaciones Universidad de Extremadura-Empresa, establecer conversaciones abiertas, selectivas y a largo plazo, incentivarlas, alineadas con el objetivo del “deber ser”, de una Universidad Emprendedora, al servicio del desarrollo económico de la Comunidad Autónoma.
8. En Extremadura, tan necesitada de un cambio social y económico, es absolutamente clave y urgente el introducir la Educación Emprendedora en todos los niveles, de forma metódica y a largo plazo. Ahora se tienen los instrumentos y el conocimiento para la toma de decisiones en este ámbito, que es estratégico.
9. No olvidar que emprendedor es un adjetivo, lo que define a una persona emprendedora no es tanto el tipo de empresa que genera, sino las actitudes y competencias que muestra en el proceso, por lo que el emprendimiento puede florecer y ser promovido dentro de organizaciones existentes.

Así, sugerimos trabajar en 3 tipos de emprendimiento:

- a. Emprendimiento empresarial.
  - b. Emprendimiento social.
  - c. Intraemprendimiento o emprendimiento corporativo
10. Nuestra sugerencia contiene los siguientes ejes de actuación:
    - a. Universalizar la formación en Cultura Emprendedora, incluyéndola en los planes de estudio.
    - b. Todo el sistema educativo, tanto formal como informal y educación a lo largo de toda la vida debe ofrecer asignaturas de Cultura Emprendedora.
    - c. Todos los grados y posgrados de la Universidad de Extremadura, igual. Ya hay asignaturas de Creación de Empresas. Basta con extenderla a todas las Facultades.
    - d. La UEx es clave, produce titulados, y también forma profesores para todo el sistema educativo.
    - e. Todo el ambiente en los centros educativos debe potenciar la actitud emprendedora de los estudiantes, incluyendo el aula. El desarrollo de la cultura emprendedora el espacio educativo puede y debe ser un factor más para lograrlo.



11. Todo lo anterior, sabiendo que toda innovación genera rechazo, y como Summers (2012) reconoció resulta más difícil “reformar un curriculum académico que mover un cementerio”.
12. Decisiones a tomar:
  - a. Fijar claramente el objetivo: trabajar por una sociedad emprendedora, desde el sistema educativo, lo que debe ser un objetivo a largo plazo, establecido por consenso de todos los grupos de interés.
  - b. Definir el Modelo de Educación Emprendedora Universitaria, dentro de un Ecosistema Emprendedor Universitario, a implantar, abierto y bien conectado.

Consecuencias de ello:

- a. Más oportunidades reales de trabajo para todos.
- b. Una economía más moderna, dinámica y diversificada.
- c. Fijar población y atraer talento emprendedor

En resumen, se propone trabajar a largo plazo, frente a lo más normal, las acciones cortoplacistas, justificadoras de presupuestos o de que “se está haciendo algo”, ya que una economía productiva, dinámica, diversificada y competitiva se debe basar en una sociedad emprendedora, y esto se consigue desde la Educación Emprendedora.

Hay que evitar algunas trampas de la Educación Emprendedora Universitaria:

- a. Trabajar sin modelo a largo plazo.
- b. *La siliconalización* (copiar el modelo de *Silicon Valley*, de Mondragón, etc. sin adaptarlo al contexto concreto).
- c. Uso prioritario o exclusivo del *Business Plan*, sin trabajo previo de pensamiento divergente.
- d. Egosistema vs. Ecosistema Emprendedor
- e. Profesorado no adecuado; necesidad de compromiso demostrado con el Emprendimiento por parte del profesor.
- f. Confundir y aplicar erróneamente pensamiento emprendedor (pensamiento divergente-convergente; la colcha de retazos) vs. pensamiento de administración, gerencial (pensamiento convergente; el puzzle).
- g. No considerar el contexto del emprendimiento.
- h. Ignorar la investigación y los informes periódicos sobre Actividad Emprendedora.



# BIBLIOGRAFÍA CITADA Y CONSULTADA

---

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(1), 1-20.
- Ajzen, I. y Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Alvarez, C. y Urbano, D. (2012). "Factores del entorno y creación de empresas: un análisis institucional". *Revista Venezolana de Gerencia*, 17(57), 9-38.
- Amorós, J.E; Fernández, C. y Tapia, J. (2012). Quantifying the relationship between entrepreneurship and competitiveness development stages in Latin America. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8, 249-270.
- Bueno, E. y Casani, F. (2007). La tercera misión de la universidad enfoques e indicadores básicos para su evaluación. *Revista de Economía Industrial*, 366, 43-59.
- Clark, B. (1998). *Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation*, International Association of Universities and Elsevier Science, New York.
- Comisión Europea (1995). *White Paper on Education*.
- Díaz, J.C.; Fernández, A.; Almodóvar, M.; Díaz, A., y Fernández, Y. (2017). *GUESSS. Intenciones y actividades emprendedoras de los estudiantes de la Universidad de Extremadura*. Cáceres. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Extremadura.
- Díaz-Casero, J.C.; Fernández-Portillo, A.; Sánchez-Escobedo, M. C. y Hernández-Mogollón, R. (2017): *The influence of university context on entrepreneurial intentions, en el libro "Entrepreneurial Universities. Exploring the Academic and Innovation Dimensions of Entrepreneurship in Higher Education"*. ED.: Springer Intemational Publishing. Cham/ Switzerland-65-82.
- Fishbein, M., y Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior. An introduction to theory and research*. New York: Addison-Wesley.
- Freeman, J. (2012): Changing the Face of Education. *College of Charleston Magazine*. Spring 2012. Pp.: 38-45. Vol. XVI. Issue, 2. Web site: <http://www.magazine.cofc.edu>. Friedman, A.L.; Miles.
- Gnyawali, R. D. y Fogel, D. S. (1994). Environments for Entrepreneurship Development: Key dimensions and Research Implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Summer, 43-62.
- Hernández, R. (2017): *El Gran Desafío de la Educación Emprendedora. Propuesta de un Modelo para la Educación superior*. Ed. Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras. Barcelona. España.

- Hernández, R.; Fernández, A.; Díaz, J. C.; Sánchez, M. C. (2017). *Formación emprendedora en educación superior y ecosistema para el emprendimiento*, en Libro de resúmenes “Dos décadas de investigación y docencia en Emprendimiento.” Coordinador: Juan José Jiménez Moreno. 47.
- Hernández-Mogollón, R., Fernández-Portillo, A., Sánchez-Escobedo, M.C. y Coca-Perez, J.L. (2018). The Approach of the Entrepreneur Microecosystem for University Entrepreneurial Education: Model M2E EMFITUR. *Economy, Business and Uncertainty: New Ideas for a Euro-Mediterranean Industrial Policy*. Gil-Lafuente, J., Marino, D., Morabito, F.C. (Eds.), Springer, Universitat de Barcelona, Barcelona, Spain, SSDC 180, 1–26, 2019. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-00677-8\\_21](https://doi.org/10.1007/978-3-030-00677-8_21).
- Hernández-Mogollón, R., Fernández-Portillo, A., Díaz-Casero, J.C. y Sánchez-Escobedo, M.C. (2018). ¿Es posible trabajar la educación emprendedora universitaria en contextos poco favorables para ello? *Journal of Management and Business Education*, 1(2), 160-181.
- Hernández, R. (2018). La Economía. Datos, interpretación y propuestas de futuro. En el libro: A los Extremeños, ¿Qué nos pasa para estar donde estamos...? Reflexiones autocríticas mirando al futuro. Autores: Barriga, J.J.; Cabeza de Herrera, R.; Castro, J.; Coletto J.M.; Cortés, F. y otros. Ed.: Club Senior de Extremadura. José Castro Serrano Ediciones Beturia. Madrid. España. PP: 127-152.
- Krueger, N. (1993). The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (1), 5-21.
- Krueger, N. y Brazael, D.V. (1994). Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Spring, 91-104.
- Krueger, N. y Casrud, A. (1993). Entrepreneurial Intentions: Applying the Theory of Planned Behavior. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5. 315-330.
- Larroulet, C. y Couyoumdjian, J.P. (2009). Entrepreneurship and Growth. A Latin American Paradox? *Independent Review*, 14, 81-100.
- Laspita, S., Breugst, N., Heblich, S., y Patzelt, H. (2012). Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 27(4), 414-435.
- Lima, E., Lopes, R. A., Nassif, V. M. J., y Silva, D. (2014). Opportunities to improve entrepreneurship education: Contributions considering Brazilian challenges. *Journal of Small Business Management*, forthcoming.
- Liñan, F., y Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- Long, W. y McMullan, W. (1984). Mapping the new venture opportunity identification process. *Frontiers of Entrepreneurship Research 1984 Edition*. Center for Entrepreneurial Studies. Babson College. Wellesley, MA.
- Luethje, C., y Franke, N. (2004). Entrepreneurial intentions of business students: A benchmarking study. *International Journal Innovation and Technology*, 1(3), 269- 288.
- Ramos, A. R. y Ruiz, J. (2018). *Emprendimiento en la Universidad de Cádiz. Informe GUESSS 16/17*. Ed. Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz. Cádiz.

- Sieger, P., Fueglistaller, U., y Zellweger, T. (2016). *Student Entrepreneurship 2016: Insights From 50 Countries*. St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU.
- Souitaris, V., Zerbini, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programs raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566-591.
- Singer, S., Herrington, M. y Menipaz, E. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor 2017/2018 Global Report*. Global Entrepreneurship Research Association (GERA).
- Solé-Parellada, F. (2016). *La contribución de la universidad al desarrollo económico y social como objeto de estudio en las Ciencias Económicas y de Gestión*. Ed. Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras. Barcelona.
- Stenholm, P.; Acs, Z.J. y Wuebker, R. (2013). Exploring country-level institutional arrangements on the rate and type of entrepreneurial activity. *Journal of Business Venturing*, 28, 176-193.
- Summers, L. H. (2012): *What you (really) need to know*. The New York Times, stat.wisc.edu.
- Valliere, D. y Peterson, R. (2009). Entrepreneurship and economic growth: Evidence from emerging and developed countries. *Entrepreneurship and Regional Development*, 21, 459-480.
- Veciana, J.M. (2005). *La creación de empresas Un enfoque gerencial*. Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona “la Caixa”. Servicio de Estudios. Barcelona.
- von Graevenitz, G.; Harhoff, D. y Weber, R. (2010). “The effects of entrepreneurship education”. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 76 (1), 90-112.
- Volkman, Christine (2004): *Entrepreneurship Studies—An Ascending Academic Discipline in the Twenty-First Century Higher Education in Europe*, Vol. XXIX, No. 2, July. Customer Services for Taylor & Francis Group Journals, 325 Chestnut Street, Suite 800, Philadelphia, PA 19106.
- Westhead, P. y Wright, M. (1998). Novice, portfolio and serial founders in rural and urban areas. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 22 (4).
- Zellweger, T., Sieger, P. y Halter, F. (2011). Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background. *Journal of Business Venturing*, 26 (5), 521-536.

### Fuentes electrónicas recomendadas

- <http://www.guesssurvey.org>  
[www.emturim2020.gemextremadura.es](http://www.emturim2020.gemextremadura.es)  
<http://www.gemconsortium.org/>  
<http://www.fundacionxavierdesalas.com>



# ANEXOS

---





## ANEXO I. FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN.

### ENCUESTAS A ESTUDIANTES DE LA UEX.

Universo (1)	Alumnos de la Universidad de Extremadura Curso 2015/16
Población objetivo	23.158 individuos
Muestra	1.513 individuos
Metodología	Encuesta online
Error muestral (+/-) (2)	+/- 2,4%
Nivel de confianza	95%
Periodo realización encuestas	Abril – Junio 2016
Trabajo de campo	Universidad de Extremadura / ESADE
Codificación y creación de base de datos	Instituto Suizo de Investigación de la Pyme y el Emprendimiento (KMU-HSG). Universidad de St. Gallen (Suiza)
Análisis estadísticos y tratamiento de datos	Equipo GUESSS Extremadura. Programa estadístico SPSS V.19.0 y Microsoft Excel

(1) El cálculo del error muestral se ha realizado para poblaciones infinitas.

(2) Hipótesis: P=Q=50% o de máxima indeterminación.

## ANEXO II. PAÍSES, UNIVERSIDADES Y ENCUESTADOS

Number	Country (code)	Number of universities	Completed responses	Valid percent
1	Albania (ALB)	6	70	0.1
2	Argentina (ARG)	45	2625	2.1
3	Australia (AUS)	18	2359	1.9
4	Austria (AUT)	51	3755	3.1
5	Belarus (BLR)	16	716	0.6
6	Belgium (BEL)	6	771	0.6
7	Brazil (BRA)	83	1417	3.1
8	Canada (CAN)	2	297	0.2
9	Chile (CHI)	32	6077	5.0
10	China (CHN)	97	3274	2.7
11	Colombia (COL)	13	3832	3.1
12	Croatia (HRV)	26	1555	1.3
13	Czech Republic (CZE)	10	1135	0.9
14	Ecuador (ECU)	5	8211	6.7
15	El Salvador (ESA)	14	4653	3.8
16	England (ENG)	16	1074	0.9
17	Estonia (EST)	25	811	0.7
18	Finland (FIN)	16	532	0.4
19	France (FRA)	16	714	0.6
20	Germany (GER)	50	15984	13.0
21	Greece (GRE)	12	649	0.5
22	Hungary (HUN)	23	5182	4.2
23	India (IND)	11	37	0.0
24	Ireland (IRL)	17	807	0.7
25	Italy (ITA)	39	4446	3.6

Number	Country (code)	Number of universities	Completed responses	Valid percent
26	Japan (JPN)	25	1490	1.2
27	Kazakhstan (KAZ)	22	253	0.2
28	Korea (KOR)	52	2603	2.1
29	Liechtenstein (LIE)	2	159	0.1
30	Lituania (LTU)	36	426	0.3
31	Luxembourg (LUX)	5	82	0.1
32	Macedonia (MKD)	3	124	0.1
33	Malaysia (MYS)	20	137	0.1
34	Mexico (MEX)	4	1207	1.0
35	Morocco (MAR)	11	2044	1.7
36	Norway (NOR)	4	41	0.0
37	Pakistan (PAK)	12	580	0.5
38	Panama (PAN)	5	3273	2.7
39	Peru (PER)	12	1297	1.1
40	Poland (POL)	58	6388	5.2
41	Portugal (POR)	11	4685	3.8
42	Russia (RUS)	34	4152	3.4
43	Slovakia (SVK)	17	3266	2.7
44	Slovenia (SLO)	5	875	0.5
45	Spain (ESP)	19	7373	6.0
46	Sweden (SWE)	10	606	0.5
47	Switzerland (SUI)	40	2943	2.4
48	Ukraine (UKR)	4	73	0.1
49	Uruguay (URY)	7	1396	1.1
50	USA (USA)	15	353	0.3
<b>TOTAL</b>		<b>1082</b>	<b>122509</b>	<b>100</b>

Fuente: Sieger, Fueglistaller y Zellweger (2016).

