



**Espíritu emprendedor de los universitarios
españoles**

Informe GUESSS 2018

Resumen ejecutivo y recomendaciones

José Ruiz-Navarro, Antonio R. Ramos-Rodríguez & M. Paula Lechuga-Sancho

INDESS (Universidad de Cádiz), 2019

Informe completo en
http://www.guesssurvey.org/resources/nat_2018/GUESSS_Report_2018_Spain.pdf

Índice de contenidos

PRESENTACIÓN	3
RESUMEN EJECUTIVO	4
Intenciones de elección de carrera de los universitarios españoles	4
Intenciones emprendedoras por género	4
Intenciones emprendedoras por curso	4
Intenciones emprendedoras por ramas de conocimiento	4
Índice de intenciones emprendedoras de los universitarios españoles	4
Determinantes directos de la intención emprendedora	5
Actitud hacia el emprendimiento	5
Apoyo social, familiar y de los amigos ante la decisión de emprender	5
Autoconfianza, competencias y habilidades para emprender	5
El contexto universitario	5
Clima favorable hacia el emprendimiento	5
Reputación como universidad emprendedora	5
Formación general orientada hacia el emprendimiento	5
Formación específica en emprendimiento	6
Emprendimiento naciente en España	6
Tasa de emprendimiento naciente	6
Tasa de emprendimiento naciente por género	6
Tasa de emprendimiento naciente por ramas de conocimiento	6
Emprendimiento activo España	6
Tasa de emprendimiento activo	6
Tasa de emprendimiento activo por género	6
Tasa de emprendimiento activo por ramas de conocimiento	6
RECOMENDACIONES	7
En relación a los estudiantes	7
En relación a las instituciones y autoridades académica	7
En relación a los académicos y profesores	8
UNIVERSIDADES Y DELEGADOS DEL LA RED GUESS 2018 EN ESPAÑA	9
MÁS INFORMACIÓN Y CONTACTO	11
PATROCINADORES Y COLABORADORES	12

Presentación

El fenómeno emprendedor tiene un reconocido impacto económico y social en la sociedad basada en el conocimiento. Las iniciativas emprendedoras de alto potencial estratégico que utilizan el conocimiento crean valor económico, cultural y social y tienen en las universidades un importante semillero.

Las universidades son parte esencial del ecosistema económico de un territorio. Una forma de dinamizar ese ecosistema es inculcando el espíritu emprendedor en los estudiantes universitarios y capacitándolos para reconocer oportunidades y explotarlas con éxito. Este proceso emprendedor comienza con la movilización de las intenciones de los estudiantes y su posterior movilización y capacitación hacia conductas e iniciativas relacionadas con el conocimiento.

El objetivo principal del proyecto GUESSS (*Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey*), que nace en 2003, es medir ese espíritu emprendedor y ofrecer recomendaciones para fomentarlo. Sus objetivos, contenidos y publicaciones pueden verse en <http://www.guesssurvey.org/goals/>

En la edición de 2018 han participado más de 3.000 universidades de 54 países. España es el país que más ha contribuido, por número de estudiantes, en la muestral internacional.

Resumen ejecutivo

España participa por tercera vez consecutiva en el proyecto GUESS. En esta edición participaron 50 universidades (45 públicas y 5 privadas) y más de 32.000 universitarios. Es el país que más alumnos ha aportado a la muestra internacional en la edición actual en la que tomaron parte 208.000 estudiantes de 54 países y de más de 3.100 universidades de todo el mundo.

Intenciones de elección de carrera de los universitarios españoles

Un 4,5% de los universitarios españoles tiene intención de ser emprendedor al finalizar sus estudios. Este porcentaje se eleva hasta el 24,5% cuando se plantea esta posibilidad transcurridos 5 años desde la finalización de su titulación. Este modelo de comportamiento de trabajar por cuenta ajena antes de intentarlo por cuenta propia es algo habitual en todos los ámbitos territoriales estudiados.

Independientemente del horizonte temporal en el que se plantea la decisión, España ocupa una posición muy baja en el ranking de países por intenciones emprendedoras de sus universitarios, algo común a la gran mayoría de economías desarrolladas.

Intenciones emprendedoras por género

En España existen diferencias de género en las intenciones de elección de carrera entre sus universitarios, al igual que ocurre en los países de nuestro entorno y en el total de países que han participado. No obstante, la brecha de género en intenciones emprendedoras es mayor en nuestro país (9,8 puntos porcentuales más alta en los hombres) que en el resto de ámbitos territoriales analizados.

Intenciones emprendedoras por curso

Los mayores niveles de intenciones emprendedoras se dan entre estudiantes de primer curso (29,4%) y éstas decrecen a medida que los estudiantes avanzan por su itinerario curricular, 24,0% en los de cuarto. Este comportamiento también se ha observado en la UE pero no tan claramente en el resto de países que han participado.

Intenciones emprendedoras por ramas de conocimiento

Los mayores porcentajes de alumnos que quieren trabajar por cuenta propia se alcanzan en las titulaciones de las ramas de Ingeniería y Arquitectura (32,2%) y Ciencias Sociales y Jurídicas (28,5%), mientras que el porcentaje más bajo se observa en los alumnos de la rama de Ciencias (16,5%).

Índice de intenciones emprendedoras de los universitarios españoles

En nuestro país se puede hacer una valoración relativamente positiva de las intenciones emprendedoras de aquellos alumnos que solamente están estudiando y no están involucrados en ninguna actividad empresarial. Así, el índice de intención emprendedora de los universitarios está algo por encima de la media de la UE (3,5 frente a 3,4) si bien, en ambos casos es inferior a la media de los países que han participado en esta edición del proyecto GUESS, que se situó justo en el valor central de la escala (4,0).

Determinantes directos de la intención emprendedora

Actitud hacia el emprendimiento

El valor medio en la escala de actitud hacia el emprendimiento es similar a la media de los países de la UE, pero está por debajo de la media de los países que han participado en esta edición de GUESS. En particular, presenta valores por encima de la media en los indicadores relativos al grado de satisfacción que les podría generar una carrera como empresario y, muy importante, con el relacionado con la opinión de que si tuvieran la oportunidad y los recursos se convertirían en emprendedores.

Apoyo social, familiar y de los amigos ante la decisión de emprender

Si decidieran crear su propia empresa, los universitarios españoles perciben que sus amigos, compañeros de estudios y familia más cercana aprobarían su decisión, destacando el apoyo de los amigos frente a los otros grupos de referencia. El valor medio de este indicador es similar al de los países de la Unión Europea pero más bajo que el global GUESS.

Autoconfianza, competencias y habilidades para emprender

España obtiene un valor medio de los indicadores de la escala de autoeficacia emprendedora algo superior a la media de los países de la UE (4,3 frente a 4,2), pero por debajo de la media de los países que han participado en esta edición de GUESS (4,5). En particular, el indicador que obtiene una puntuación más elevada es el relacionado con la capacidad de liderazgo y comunicación, por el contrario obtienen las valoraciones más bajas dos indicadores íntimamente relacionados, como son con la habilidad para generar nuevos productos y servicios y la capacidad para identificar buenas oportunidades de negocio.

El contexto universitario

Clima favorable hacia el emprendimiento

La percepción media de clima emprendedor de los universitarios españoles (4,1) está ligeramente por encima de la media de los países de la Unión Europea (4,0), en ambos casos bastante por debajo de la media GUESS (4,4).

Reputación como universidad emprendedora

El indicador de reputación emprendedora de la universidad española está un punto porcentual por debajo de la media de los países de la Unión Europea (6,1 frente a 7,1) y, es menos de la mitad del porcentaje de alumnos que elige su universidad por la reputación emprendedora en el resto de países participantes (13,0).

Formación general orientada hacia el emprendimiento

La impresión de haber recibido una formación general orientada hacia el emprendimiento en la universidad española (3,8) no llega al valor medio de la escala, si bien es similar a la media de la Unión Europea. En cualquier caso está muy por debajo de la media de los países GUESS (4,4).

Formación específica en emprendimiento

Un 62,3% de los universitarios españoles participantes en el estudio nunca han recibido formación específica en emprendimiento. Es un porcentaje muy elevado, superior a la media de los países europeos (60,9%), a la media del conjunto de países participantes (51,9%) y lejos del valor de países como China (24%).

Emprendimiento naciente en España

Tasa de emprendimiento naciente

España ocupa una posición más bien baja entre los países participantes, con un 15,2% de alumnos intentando poner en marcha un negocio o trabajar por cuenta propia. Este valor es muy similar al de la UE (15,5%) pero casi la mitad que el promedio observado en el resto de países participantes (30,7%).

Tasa de emprendimiento naciente por género

En España son más hombres que mujeres los que están involucrados en una iniciativa naciente mientras están estudiando (46,4% frente al restante 53,4%), si bien la brecha de género es menor que la observada en el resto de países que han participado en el estudio.

Tasa de emprendimiento naciente por ramas de conocimiento

Los mayores porcentajes de emprendimiento naciente se observan en las titulaciones de las ramas de Ciencias Sociales y Jurídicas (45,4%) e Ingeniería y Arquitectura (25,1%), mientras que los alumnos de las titulaciones de la rama de Ciencias (6,9%) y Ciencias de la Salud (9,6%) son los que presentan menores tasas.

Emprendimiento activo España

Tasa de emprendimiento activo

España ocupa una posición más bien baja en la clasificación de países por tasa de alumnos que son empresarios mientras estudian, con un 4,8%, por debajo de la media de la UE (5,2%), y muy lejos de la tasa observada en el resto de países GUESS que llega al 11,2%

Tasa de emprendimiento activo por género

En línea con lo observado en los países de la UE, la tasa de emprendimiento activo vuelve a ser mayor en los varones (47,6% frente a 52,4%). No obstante, esta diferencia es mucho mayor en la media de países GUESS (38,6% de mujeres frente al 61,4% de hombres).

Tasa de emprendimiento activo por ramas de conocimiento

Los mayores porcentajes de actividad empresarial se observan en las titulaciones de las ramas de Ciencias Sociales y Jurídicas, con un importante 45,9%, y en las de Ingeniería y Arquitectura, con un 21,9%. Los porcentajes más bajos se dan en titulaciones de Ciencias (6,3%) y Ciencias de la Salud (10,0%).

Recomendaciones

El análisis comparado de los principales indicadores permite emitir las siguientes recomendaciones para los principales actores implicados (estudiantes; autoridades académicas; y, profesores) en impulsar un ecosistema emprendedor más innovador y dinámico en el que la universidad debe tener un papel destacado.

En relación a los estudiantes

1. El comportamiento generalizado de “primero trabajar y luego emprender” puede obedecer a una falta de autoconfianza en sus conocimientos y habilidades que se piensa suplir con la experiencia laboral. Este comportamiento tiene un coste de oportunidad que puede ser reducido con una mejora en el proceso formativo
2. Este coste de oportunidad está relacionado con una equívoca concepción de las capacidades emprendedoras. Deben ser entendidas como la capacidad de poder actuar sobre problemas, oportunidades e ideas y transformarlas en valor cultural, social o económico, y es preciso asumir que son requeridas cada vez más para obtener un empleo, intraemprender o iniciar un proyecto innovador
3. La adquisición de estas capacidades debe ser un objetivo formativo prioritario y debería formar parte de los intereses formativos desde los primeros cursos y para todas las especialidades
4. Un énfasis especial en la adquisición de tales capacidades debe hacerse para las carreras técnicas y científicas como semilleros de oportunidades tecnológicas
5. Las características del entorno empresarial y social recomiendan reforzar el carácter social de la adquisición de las capacidades emprendedoras. En esta dirección, los alumnos deben aprovechar las oportunidades de su paso por la universidad para mejorar su capital relacional, lo que le permitirá reconocer o crear oportunidades con compañeros de su propia carrera o, especialmente, complementando los conocimientos de los de otras especialidades
6. La fortaleza de las iniciativas emprendedoras tienden a crecer si se construyen sobre la diversidad de los equipos promotores. Ello incluye la búsqueda de complementariedades en conocimientos y la diversidad de género en los equipos promotores

En relación a las instituciones y autoridades académica

7. El emprendimiento debe estar contemplado en los planes estratégicos de las universidades y en los de sus consejos sociales con indicadores que permitan su gobernanza, medición, analizar su evolución y comparación con otras universidades
8. La universidad debe generar igualdad de oportunidades. Para su logro, un recurso destacado es desarrollar capacidades emprendedoras en toda la comunidad universitaria
9. La formación de universitarios con conocimientos y capacidades para emprender es un requisito del encaje de la universidad con una sociedad dinámica y emprendedora. Para ello, debe ofrecerse en la formación reglada asignaturas relacionadas con la adquisición de capacidades emprendedoras (emprendimiento orientado a la acción) desde los primeros cursos y en todas las especialidades.
10. Es preciso corregir el importante déficit de alumnos que no han recibido nunca en España formación en emprendimiento (62,3%) frente a países, como por ejemplo China (24%), que son conscientes de la importancia del reto

11. Los programas de formación deberían contemplar acciones específicas para motivar las intenciones emprendedoras, capacitar en dicho ámbito y mejorar el capital relacional de los estudiantes, con especial atención a las políticas de género
12. La mejora del capital relacional tiene una importante oportunidad si se aprovecha la experiencia de la red de egresados de las universidades
13. Es preciso atraer más empresarios a formarse en las aulas (actualmente solo son el 4,8%; en China el 36,9%). Pueden visibilizar la importancia de la función empresarial, mejorar las complementariedades entre individuos emprendedores, generar iniciativas más ligadas a problemas reales y facilitar las relaciones universidad-empresa
14. Las acciones de las autoridades de las comunidades autónomas deberían incentivar y ligar la financiación de las universidades a sus resultados en políticas de emprendimiento estableciendo indicadores homogéneos y comparables con otros territorios
15. La Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (CRUE) debe utilizar la información de los resultados del GUESS para identificar buenas prácticas e intercambiar experiencias entre las universidades.

En relación a los académicos y profesores

16. Los profesores deben incorporar a sus retos formativos la necesidad de innovar y formar en capacidades emprendedoras a sus alumnos
17. Los métodos de enseñanza deberían estar alineados con la innovación y los métodos activos en formación emprendedora.
18. Los indicadores de GUESS pueden inspirar la evaluación de las acciones formativas de una manera más precisa por ramas de conocimiento y materias
19. Los investigadores en materia de emprendimiento y empresa deberían ser capaces de divulgar con mayor intensidad la importancia de alcanzar una universidad emprendedora y convencer a los universitarios de la importancia de saber y poder emprender.

Universidades y delegados del la red GUESS 2018 en España

UNIVERSIDAD	CCAA	DELEGADOS
Universidad de Almería	Andalucía	Carlos Cano Guillén
Universidad de Cádiz	Andalucía	Antonio R. Ramos Rodríguez y Paula Lechuga Sancho
Universidad de Córdoba	Andalucía	Librado Carrasco Otero
Universidad de Granada	Andalucía	María del Mar Fuentes
Universidad de Huelva	Andalucía	Juan Diego Borrego Sánchez
Universidad de Jaén	Andalucía	Juan Carlos Sánchez Rodríguez y María Jesús Hernández Ortiz
Universidad de Málaga	Andalucía	Rafael Ventura
Universidad de Sevilla	Andalucía	Francisco Liñán
Universidad Pablo de Olavide	Andalucía	Francisco Javier Ramos
Universidad de Zaragoza	Aragón	Lucio Fuentelsaz y Consuelo González
Universidad de Oviedo	Asturias	Beatriz Junquera Cimadevilla y Jesús Ángel del Brío González
Universidad de La Laguna	Canarias	Francisco García-Rodríguez e Inés Ruiz de la Rosa
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Canarias	M ^a del Pino Medina y Rosa María Batista
Universidad de Cantabria	Cantabria	Ana Fernández-Laviada
Universidad de Burgos	Castilla y León	Juan Bautista Delgado García y Celia Díaz Portugal
Universidad de León	Castilla y León	Mariano Nieto, Nuría González
Universidad de Salamanca	Castilla y León	José Carlos Sánchez
Universidad de Valladolid	Castilla y León	Natalia Martín Cruz
Universidad de Castilla-La Mancha	Castilla-La Mancha	Juan José Jiménez
EAE Business School	Cataluña	Meysam Zolfaghari
Universidad Abierta de Cataluña	Cataluña	Laura Lamolla
Universidad Autónoma de Barcelona	Cataluña	David Urbano
Universidad de Barcelona	Cataluña	Esther Hormiga
Universidad de Gerona	Cataluña	Laura Vall-Ilosera Casanovas
Universidad de Lérida	Cataluña	Antonio Colom Gorgues
Universidad de Vich	Cataluña	Elisenda Tarrats
Universidad Politécnica de Cataluña	Cataluña	Jordi Olivella y Santiago Roca

Universidad Rovira i Virgili	Cataluña	Mercedes Teruel Carrizosa
Universidad Autónoma de Madrid	Comunidad de Madrid	Isidro de Pablo López
Universidad Carlos III de Madrid	Comunidad de Madrid	María José Sánchez Bueno y Fernando Muñoz Bullón
Universidad Complutense de Madrid	Comunidad de Madrid	María Ángeles Montoro Sánchez
Universidad de Alcalá	Comunidad de Madrid	Fernando Javier Crecente Romero y Rubén Garrido Yserte
Universidad Francisco de Vitoria	Comunidad de Madrid	Caridad Maylin y Ramón Fernández de Caleyá
Universidad Rey Juan Carlos	Comunidad de Madrid	Concepción de la Fuente Cabrero y Pilar Laguna Sánchez
Universidad de Alicante	Comunidad Valenciana	Diego Quer Ramón y Rosario Andreu Guerrero
Universidad de Valencia	Comunidad Valenciana	Lorenzo Revuelto Taboada
Universidad Jaime I	Comunidad Valenciana	María Ripollés
Universidad Miguel Hernández de Elche	Comunidad Valenciana	José María Gómez Gras y Marina Estrada De la Cruz
Universidad Politécnica de Valencia	Comunidad Valenciana	Elies Seguí Mas
Universidad de Extremadura	Extremadura	Juan Carlos Díaz
Universidad de La Coruña	Galicia	José Rodrigo Sanjurjo Amado
Universidad de Santiago de Compostela	Galicia	Isabel Neira Gómez
Universidad de Vigo	Galicia	Ana Gueimonde Canto y M ^a Isabel Diéguez Castrillón
Universidad de las Islas Baleares	Islas Baleares	Julio Batle Lorente y Jordi Llabrés Bordoy
Universidad de La Rioja	La Rioja	Pilar Vargas
Universidad Pública de Navarra	Navarra	Ignacio Contín y Martín Larraza
Universidad del País Vasco	País Vasco	Noemí Peña y María Saiz
Universidad Católica San Antonio	Región de Murcia	Rocio Arteaga Sánchez
Universidad de Murcia	Región de Murcia	Alicia Rubio
Universidad Politécnica de Cartagena	Región de Murcia	Mario Rosique Blasco

Más información y contacto

Para más información sobre el proyecto GUESS, visite: <http://www.guesssurvey.org>. El informe completo sobre España puede obtenerse en:

http://www.guesssurvey.org/resources/nat_2018/GUESS_Report_2018_Spain.pdf

En España el Proyecto ha estado coordinado por INDESS (Instituto Universitario de Investigación para el Desarrollo Social Sostenible de la Universidad de Cádiz).

Las universidades españolas interesadas en participar en la edición GUESS de 2021, pueden contactar con el Prof. Dr. José Ruiz Navarro (jose.ruiznavarro@uca.es) coordinador del proyecto en España.

GUESS España 2018 ha estado patrocinado por Mooving Ecosystem, Santander Universidades e INDESS. Su amplia y rápida implantación ha sido posible gracias al apoyo de la RED GEM España Observatorio de Emprendimiento y a la Asociación Científica de Economía y Dirección de Empresas (ACEDE).

Para citar:

Ruiz-Navarro, J., Ramos-Rodríguez, A.R., Lechuga-Sancho, P. (2019). Espíritu emprendedor de los universitarios españoles. Informe GUESS España 2018. INDESS.

Patrocinadores y colaboradores

INTERNACIONALES



NACIONALES

