

# INFORME GUESSS ESPAÑA 2021

El espíritu emprendedor de los  
estudiantes universitarios

## Autores

- » M<sup>a</sup> del Pilar Laguna Sánchez (Coordinadora)
- » Concepción de la Fuente Cabrero (Coordinadora)
- » Rosa Santero Sánchez
- » Rocío Calero de la Paz

Colaboran:



Seminario Permanente de  
EMPRENDEDORES  
Y LIDERAZGO



Patrocina:



Con la colaboración de:



### Agradecimientos:

Muy especialmente a todos los estudiantes de la Universidad Rey Juan Carlos por su gran disposición y ayuda.

Al Vicerrectorado de Planificación y Estrategia por la confianza depositada en las Coordinadoras del Proyecto haciendo posible la difusión del cuestionario entre los estudiantes.

A todos los delegados, decanos, directores de escuela y a nuestros profesores que hicieron posible la distribución de esta encuesta.

Al equipo del Proyecto GUESSS 2021, universidades nacionales e internacionales que hacen posible la consecución de este estudio.

Al Coordinador en España del Proyecto GUESSS, el Catedrático José Ruiz Navarro por su inestimable ayuda y disposición.

### Colaboran:



Informe GUESSS España 2021. El espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios.

### © Autores:

M<sup>a</sup> del Pilar Laguna Sánchez (Coordinadora GUESSS URJC)  
Concepción de la Fuente Cabrero (Coordinadora GUESSS URJC)  
Rosa Santero Sánchez  
Rocío Calero de la Paz

© Editado por: Editorial DYKINSON, S.L. y Servicio de Publicaciones de la Universidad Rey Juan Carlos 2022, las autoras: M<sup>a</sup> del Pilar Laguna Sánchez, Concepción de la Fuente Cabrero, Rosa Santero Sánchez y Rocío Calero de la Paz, han elegido que esta obra esté bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional.



Diseño: Daniel García Corrales  
Maquetación: Gonzalo Regueros Zapardiel  
ISBN: 978-84-1122-474-1



# ÍNDICE

<b>Presentaciones</b>		<b>4</b>
	Rector de la Universidad Rey Juan Carlos	4
	Coordinador Observatorio GUESSS España	5
<b>Resumen ejecutivo</b>		<b>7</b>
<b>Introducción Informe GUESSS Universidad Rey Juan Carlos</b>		<b>8</b>
<b>01</b>	<b>Intenciones de elección de carrera emprendedora de los estudiantes</b>	<b>10</b>
<b>02</b>	<b>Intenciones emprendedoras a lo largo del tiempo</b>	<b>14</b>
<b>03</b>	<b>Actividades emprendedoras</b>	<b>15</b>
	3.1 Emprendimiento naciente	15
	3.2 Emprendimiento activo	16
	3.3 Perspectiva territorial	20
<b>04</b>	<b>Emprendimiento universitario: factores contingentes</b>	<b>22</b>
	4.1 Contexto universitario	22
	4.2 Campo de estudio	25
	4.3 Género	26
<b>05</b>	<b>Impacto de la pandemia COVID-19</b>	<b>27</b>
<b>06</b>	<b>Información adicional</b>	<b>28</b>
	6.1 Factores explicativos de las intenciones emprendedoras	28
	6.2 Antecedentes familiares	31
<b>07</b>	<b>Conclusiones y recomendaciones</b>	<b>32</b>
<b>Algunos referentes emprendedores URJC</b>		<b>33</b>
<b>Índice de tablas</b>		<b>39</b>
<b>Índice de figuras</b>		<b>40</b>
<b>Bibliografía</b>		<b>41</b>



# PRESENTACIÓN RECTOR DE LA UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS

*Javier Ramos López*



## **Javier Ramos López**

Catedrático de Teoría de la Señal y Comunicaciones  
Rector de la Universidad Rey Juan Carlos

Las universidades españolas, y en concreto la Universidad Rey Juan Carlos, somos conscientes de la necesidad de fomentar el emprendimiento en los estudiantes.

El progreso de un país está relacionado directamente con la capacidad de los jóvenes para inventar, probar, intentar, investigar, equivocarse, empezar de nuevo y acertar.

Los universitarios somos responsables de fomentar la creatividad y la curiosidad de los estudiantes, pero no podemos hacerlo solos. Debemos trabajar juntamente con instituciones y empresas para así poder dar el marco integral en el que encajar las iniciativas. Un marco que ha de ser líquido. Un marco que de lugar a un cambio de cultura con respecto a los estudios y las expectativas. Un marco realista y a la vez ambicioso.

Esto es difícil si los docentes no están inmersos en esa cultura. Es por ello por lo que las universidades debemos comprometernos a facilitar que nuestros profesores inviertan tiempo en conocer posibilidades, y que buceen en otros países para encontrar las mejores prácticas.

Esto es una tarea ilusionante, por la que merece la pena trabajar y en la que la Universidad Rey Juan Carlos está implicada.

Tienen en sus manos un estudio que demuestra lo expresado. Donde se ve la preocupación por la formación integral de los estudiantes y la necesaria complicidad de los docentes.

Van a poder ver el diagnóstico, pero como corresponde a un centro de educación superior e investigación, también se ofrecen una serie de recomendaciones para mejorar en la educación empresarial.

Lean con detenimiento, cuestionen, mejoren e incorporen las ideas. Ganamos todos con ello.



# PRESENTACIÓN COORDINADOR OBSERVATORIO GUESSS ESPAÑA

*EL PROYECTO GUESSS ESPAÑA Y EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR DE LA UNIVERSIDAD*

*José Ruiz Navarro*



## **José Ruiz Navarro**

Coordinador en España del proyecto GUESSS  
Catedrático Emérito de Organización de  
Empresas por la Universidad de Cádiz

GUESSS es el proyecto internacional de investigación colaborativa más importante del mundo en el ámbito del fenómeno emprendedor. Esta relevancia le viene dada por su alcance territorial que abarca a más de cincuenta países, por su capacidad para involucrar a una extensa red de más de 3.000 universidades, por su sólido planteamiento conceptual respaldado por los conocimientos más recientes en la materia y, en el caso de España, por el compromiso de una red amplia red de investigadores de la práctica totalidad de las universidades.

Sus principales objetivos son impulsar el conocimiento de las intencionalidades y actividades emprendedoras de los estudiantes universitarios, investigar sus causas e influencia del contexto universitario y de la formación, y emitir recomendaciones que logren un emprendimiento de más alto rendimiento. No obstante, dos efectos estratégicos subyacen en sus resultados: la movilización y el interés suscitado en los universitarios por la materia; y, la generación de una amplísima base de datos nacional e internacional de gran valor para la toma de decisiones de las autoridades académicas y responsables institucionales que permite profundizar en muchos de los aspectos esbozados en los informes que GUESSS emite.

El proyecto ha logrado una movilización de los estudiantes sin precedentes. La participación en España, la mayor de todo el mundo, ha superado los 98.000 estudiantes, una muestra del interés y curiosidad de nuestros jóvenes que rompe algunos tópicos. La participación de la Universidad Rey Juan Carlos con una significativa participación superior a los 3.000 estudiantes es un magnífico ejemplo.

Este logro no hubiese sido posible sin el trabajo de las más de 120 personas, entre investigadores, responsables y equipos de las unidades de emprendimiento de las universidades públicas y privadas que se han involucrados en el reto de expandir la cultura emprendedora a través de GUESSS. En esa tarea, tenemos que agradecer el apoyo recibido a nivel nacional por SANFI, la CRUE y el Alto Comisionado para España Nación Emprendedora.



GUESSS España es un proyecto que se inscribe en las actividades del Observatorio del Emprendimiento de España (RED GEM) y que, consecuentemente, recibe el apoyo de su sólida estructura territorial y el respaldo estratégico de ENISA.

Como coordinador del proyecto en España es una gran satisfacción la presentación de los informes de las distintas universidades. En el caso de la Universidad Rey Juan Carlos es especial por el importante aporte de esta universidad al proyecto y por la valiosa dedicación de sus coordinadoras, las profesoras Concepción de la Fuente Cabrero y Pilar Laguna Sánchez. Mi más sincera felicitación y la de todo el equipo GUESSS por el buen trabajo realizado.



# RESUMEN EJECUTIVO

Se muestran a continuación los principales indicadores del informe:



## INTENCIONES Y ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES

- » Al finalizar sus estudios el 26,5% de los estudiantes manifiesta su intención o preferencia sobre emprender. Los datos muestran una mayor intención emprendedora 5 años después de finalizar sus estudios, con importantes brechas de género, el 19% de los hombres, frente a solo el 10,8% de las mujeres se identifica en esa situación. Dicha brecha se reduce ligeramente en la intención para 5 años después de finalizar estudios: el 31,8% de los hombres frente al 23,6% de las mujeres declaran su intención de emprender. No obstante, es interesante resaltar que, al analizar los factores explicativos de las intenciones emprendedoras, el 35% de los estudiantes muestra una actitud favorable hacia el emprendimiento, bien porque directamente se plantean comenzar un negocio en el futuro, o bien porque ven más ventajas que desventajas a emprender un negocio.
- » En relación con el emprendimiento activo, es el 5,6% en la URJC. Mas del 40% de las empresas fueron creadas por los estudiantes durante la etapa universitaria, o justo al finalizar los estudios (23,9% y 18,1% respectivamente). Casi la mitad de estas empresas se fundaron en solitario, frente a un 27,5% en colaboración con otra persona, y un 22,8% que ha necesitado de 2 o más cofundadores/as.



## EMPRESARIADO UNIVERSITARIO: FACTORES CONTINGENTES

- » En relación con el efecto del ambiente universitario sobre el emprendimiento, entre el 23% y el 33% muestran una actitud favorable sobre el clima emprendedor en URJC.
- » Respecto a si los cursos a los que han asistido en la universidad les han proporcionado las habilidades y conocimientos necesarios para el emprendimiento, el ítem mejor valorado es el que indica que los cursos y servicios recibidos aumentaron su conocimiento de las actitudes, valores y motivaciones de los emprendedores, entre el 31% y el 36%.



# INTRODUCCIÓN INFORME GUESS UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS

Incentivar las habilidades emprendedoras en los estudiantes es clave para conseguir los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas, siendo especialmente relevante el papel de las universidades en la consecución de dicho objetivo a través de los programas de Educación Emprendedora. En los últimos años, estos programas ponen el énfasis en la adquisición de competencias emprendedoras y de empleabilidad, con métodos pedagógicos más participativos que hace que los estudiantes sean los protagonistas de su proceso de aprendizaje (Nabi, Liñán, Fayolle, Krueger y Walmsley, 2017; Aparicio, Iturralde y Maseda, 2019; Laguna-Sánchez, Abad, de la Fuente-Cabrero y Calero, 2020).

En esta línea de enseñanza-aprendizaje se encuadra el Seminario de Emprendedores y Liderazgo (SEL) de la Universidad Rey Juan Carlos (URJC), con el que colabora la Obra Social la Caixa desde 2013. Los programas educativos de los talleres, cursos y actividades del SEL se centran en desarrollar y potenciar competencias y habilidades, tanto emprendedoras, como de liderazgo (Laguna-Sánchez, P., Segovia-Pérez, M., Vargas-Pérez, A. M. y Fuente-Cabrero, C., 2021).

Desde el SEL se promovió la incorporación de la URJC al Informe GUESS- 2018, por la oportunidad que suponía participar en este proyecto y realizar un diagnóstico de nuestros estudiantes ante el fenómeno emprendedor. Ha sido una gran satisfacción participar en la presente edición de 2021, por la alta participación general, con 58 países que han recogido 267.366 cuestionarios válidos, con España en primer lugar con un total de 98.266 encuestas completas logradas, y en particular de los estudiantes de la URJC, con una muestra de 3.129 estudiantes.

Finalmente mencionar las principales características sociodemográficas de los estudiantes de la URJC que han respondido a la encuesta. En relación con su edad (Tabla 1), el valor modal son 22 años, siendo mayoritariamente menores de 23 años en 2021 (un 73,1%) y respecto al género (Tabla 2), es mayoritariamente femenino, siendo un 63,9% de la muestra mujeres.

Tabla 1. Distribución porcentual de la muestra por grupo de edad

Rango de edad	FRECUENCIAS	%
23 años o menos	2.118	73,1
de 24 a 30 años	670	23,1
más de 30 años	108	3,7

Tabla 2. Distribución porcentual de la muestra por sexo

Género	FRECUENCIAS	%
Hombres	1.116	35,7
Mujeres	1.999	63,9
Otro	11	0,4



En cuanto a sus características educativas, hay que señalar que casi la totalidad de la muestra son estudiantes de grado (95,3%) (Tabla 3), y en cuanto al área de estudios, destacan las áreas de economía, empresa y derecho (31,95%), informática e ingenierías (23,2%) y ciencias sociales (21,4%) (Tabla 4).

Tabla 3. Análisis descriptivo de la variable “Nivel de estudio”

Nivel de estudios	FRECUENCIAS	%
(1) Grado	2.981	95,3
(2) Master	113	3,6
(3) Doctorado	22	0,7
(4) Otros (MBA, etc)	13	0,4

Tabla 4. Análisis descriptivo de la variable “Área de estudio”

Área de estudio	FRECUENCIAS	%
Humanidades	77	2,5
Economía, empresa y derecho	999	31,9
Informática e ingenierías	726	23,2
Ciencias de la Salud	259	8,3
Matemáticas y ciencias	83	2,7
Artes	75	2,4
Ciencias Sociales	671	21,4
Otros	239	7,6

# INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES

Para medir las intenciones de elección de carrera se han planteado a los estudiantes dos cuestiones: “Qué camino profesional vas a intentar emprender justo después de finalizar tus estudios?” y “Qué camino profesional vas a emprender 5 años después de finalizar tus estudios?”

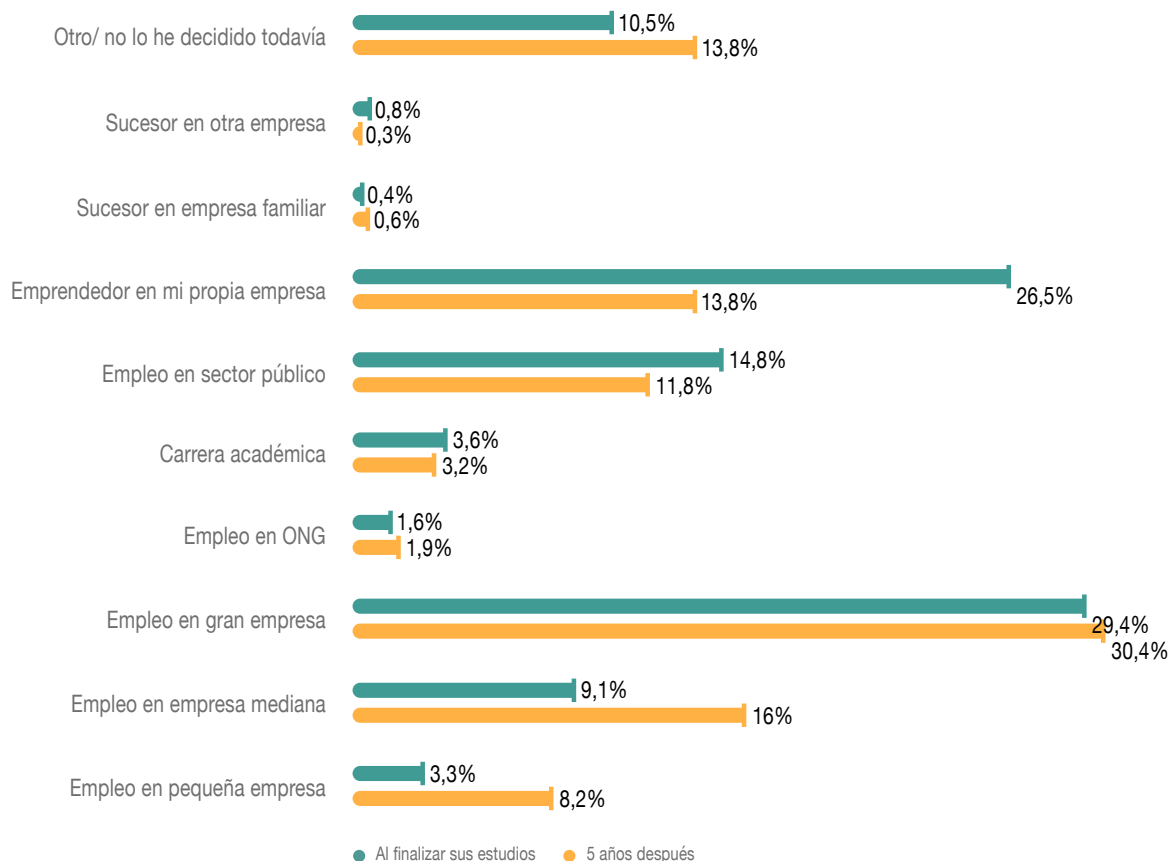
Los estudiantes deben elegir sólo una opción de entre las siguientes alternativas planteadas, representadas en diez ítems.

## Descripción de los ítems:

- 1-empleado/a en pequeños negocios (1-49 empleados)
- 2-empleado/a en un negocio mediano (50-249 empleados)
- 3-empleado/a en una gran empresa (250 o más empleados)
- 4-empleado/a en una ONG
- 5-empleado/a en la academia
- 6-empleado/a en sector público
- 7-fundador/a de mi propio negocio (emprendedor/a)
- 8-sucesor/a de un negocio familiar
- 9-sucesor/a de otro negocio
- 10-otros/ no sabe aún

Los resultados se muestran en la Figura 1. Al finalizar sus estudios, casi la mitad del estudiantado prefiere trabajar en medianas (16,0%) y grandes empresas (30,4%). A los 5 años después de finalizar, sigue ocupando el primer lugar en preferencia el trabajar en grandes empresas (29,4%) y ocupa el segundo lugar, el emprendimiento (26,5%).

Figura 1. Intenciones de elección de carrera al finalizar sus estudios y a los 5 años de acabar sus estudios, en porcentajes.



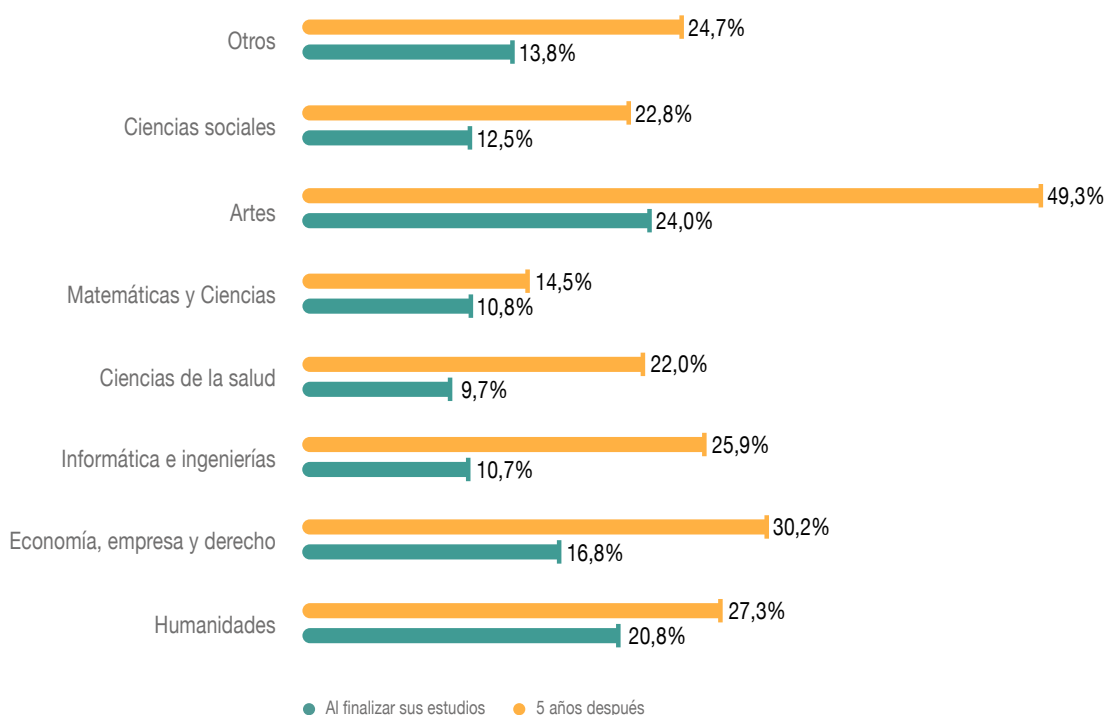
Centrando el análisis en la decisión de elegir de emprender su propio negocio, los datos generales muestran una mayor intención emprendedora 5 años después de finalizar sus estudios, con importantes brechas de género (Tabla 5). El 19% de los hombres tienen intención emprendedora al finalizar estudios, mientras que solo el 10,8% de las mujeres se identifica en esa situación. La brecha de género se reduce ligeramente 5 años después de finalizar estudios: el 31,8% de los hombres frente al 23,6% de las mujeres declaran su intención de emprender

Tabla 5. Intención emprendedora. Detalle por género.

Intención emprendedora	Total	Hombres	Mujeres
Al finalizar estudios	13,8	19,0	10,8
5 años después	26,5	31,8	23,6

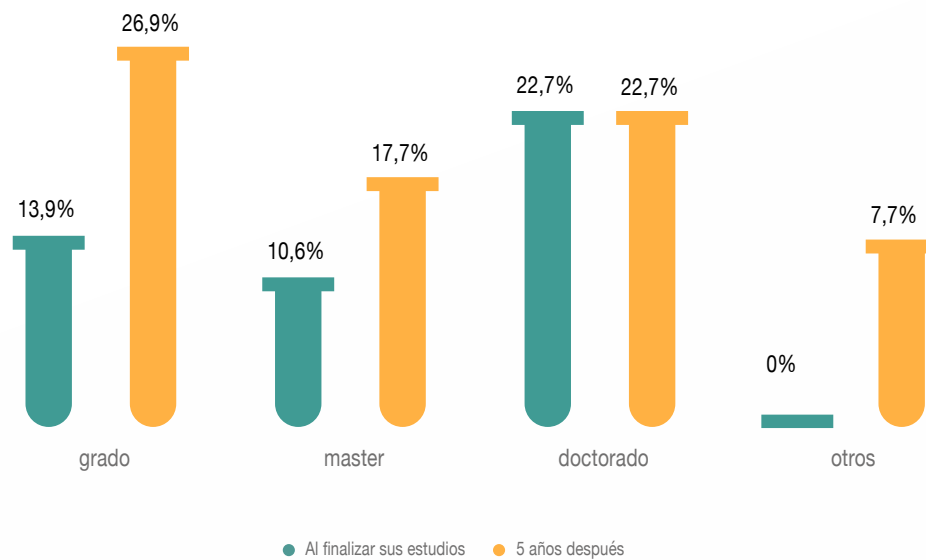
El análisis de las intenciones de carrera según el área de estudio identifica a los estudiantes de Artes como los de mayor espíritu emprendedor al finalizar sus estudios, seguidos de los estudiantes de Humanidades. Esta intención emprendedora 5 años después se mantiene en primer lugar para el estudiantado de Artes (49,3%) y le sigue el de Economía, empresa y derecho, con el 30,2% (Figura 2).

Figura 2. Intenciones emprendedoras al finalizar sus estudios y a los 5 años de acabar sus estudios, en porcentajes y agrupados por área de estudio



En relación con el nivel de estudios (Figura 3), se detecta la mayor intención emprendedora en estudiantes de grado 5 años después de finalizar sus estudios (26,9%), duplicando su cifra al finalizar los estudios. Destaca una significativa intención emprendedora entre estudiantes de doctorado, tanto al finalizar sus estudios como 5 años después (22%).

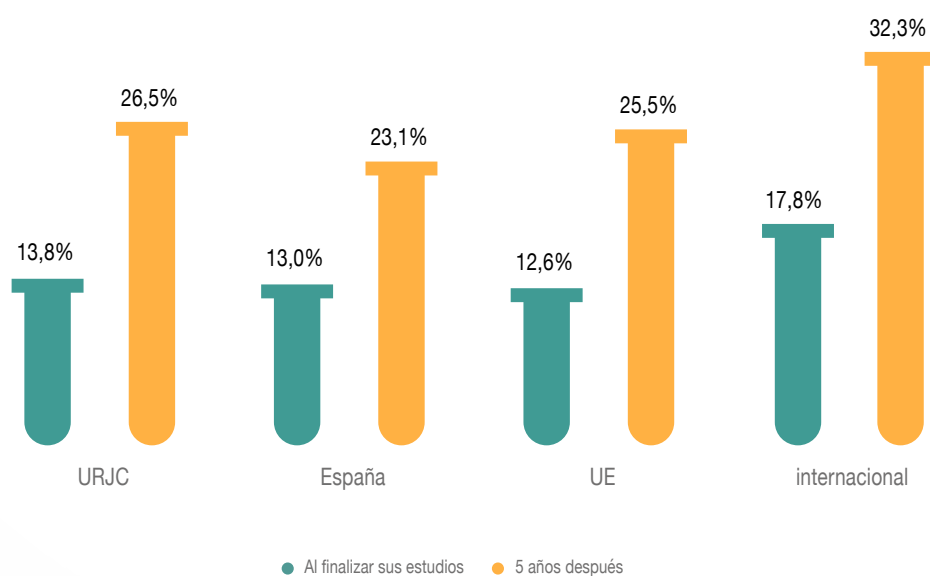
Figura 3. Intenciones emprendedoras al finalizar sus estudios y a los 5 años de acabar sus estudios, en porcentajes y agrupados por nivel de estudios



## INTENCIONES EMPRENDEDORAS A LO LARGO DEL TIEMPO

Comparando los datos de la URJC con la media de España, la Unión Europea (UE) y la media internacional de la muestra del año que ocupa este estudio, se observa que el estudiantado de la URJC presenta iniciativas emprendedoras similares a la media de España y de la UE, con valores ligeramente superiores tanto al finalizar los estudios como 5 años después (Figura 4). Sin embargo, la iniciativa emprendedora queda por debajo de los valores medios que se presentan a nivel internacional.

Figura 4. Intenciones de elección de carrera al finalizar sus estudios y a los 5 años de acabar sus estudios, en porcentajes. Valores medios para URJC, España, UE e internacional.



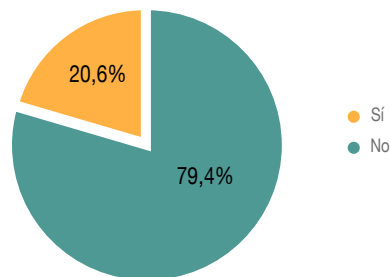
## ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS

### 3.1 EMPRENDIMIENTO NACIENTE

El emprendimiento naciente surge cuando una persona, de forma individual o junto con otras, está tratando de desarrollar su propia empresa o decide trabajar por cuenta propia. Es decir, se trata de personas que manifiestan su intención de emprender y están dando algunos pasos para ello, aunque las empresas no estén necesariamente activas en el momento de responder a la encuesta.

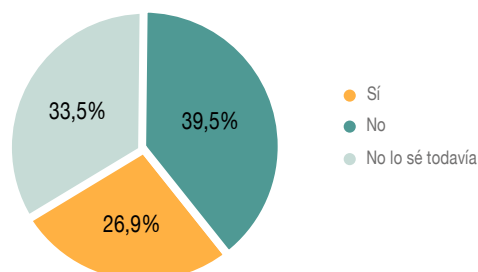
Para identificar la proporción de estudiantes que están intentando crear su negocio en el momento de la encuesta o están intentando trabajar por cuenta propia, llamados emprendedores nacientes, se formuló una pregunta: “¿Estás intentando comenzar tu propio negocio/ser auto-empleado?”. En la URJC, contestaron afirmativamente el 20,6% de los participantes en la encuesta (Figura 5).

Figura 5. Porcentaje de emprendedores nacientes en URJC



Entre el grupo de emprendedores nacientes, hay un 26,9% que tiene claro que será este negocio será su principal ocupación tras graduarse y un 33,5% no lo sabe todavía. Un 39,5% no quiere que la empresa actual sea su ocupación futura (Figura 6).

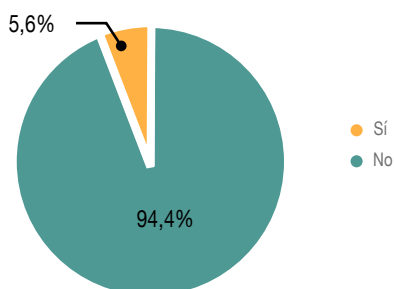
Figura 6. ¿Quieres que este negocio sea tu principal ocupación tras graduarte?



### 3.2 EMPRENDIMIENTO ACTIVO

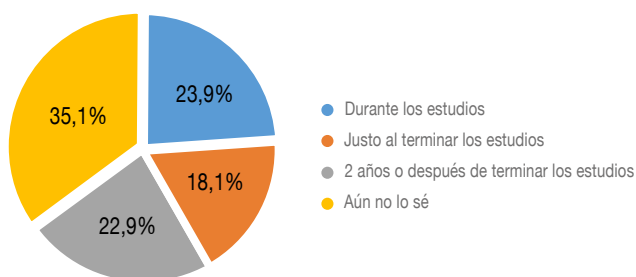
Por otra parte, para conocer los estudiantes que ya han puesto en marcha su negocio, considerando que el emprendimiento está activo, en la encuesta se formula la siguiente pregunta: “¿Ya has puesto en marcha tu propio negocio/ estás ya auto-empleado?”. En esta situación, únicamente se encuentra el 5,6%, los que pueden considerarse como emprendedores activos (Figura 7).

Figura 7. Porcentaje de emprendedores activos en URJC



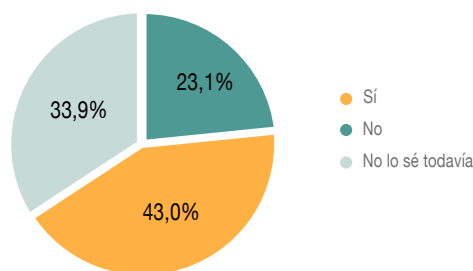
Algo más del 40% de las empresas fueron creadas durante sus estudios o justo al finalizar los mismos (23,9% y 18,1% respectivamente) (Figura 8). El 22,9% de las empresas fueron creadas posteriormente, 2 años o más después de la finalización de los estudios.

Figura 8. Momento de completar el proceso de creación de la empresa



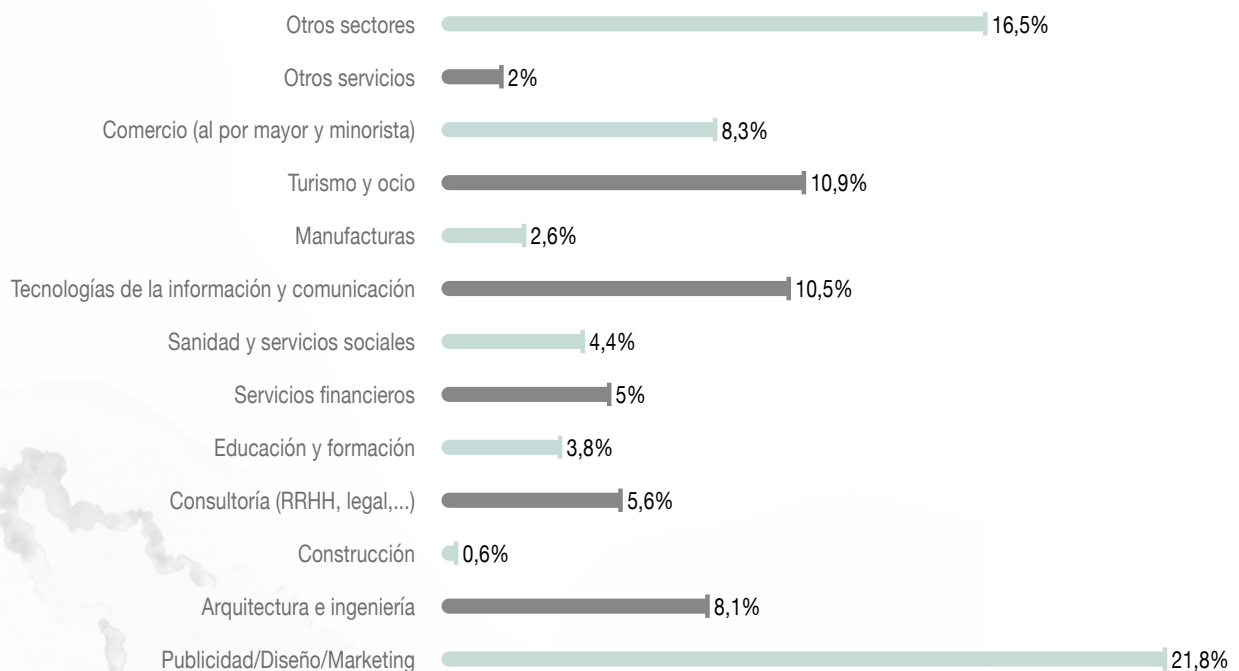
Hay un 33,9% de los emprendedores activos que no saben todavía con seguridad si esta empresa se convertirá en su principal ocupación, aunque un 43% sí tiene claro que será su ocupación (Figura 9). Esta cifra de personas convencidas en que será su ocupación futura es 20 puntos porcentuales más elevada que la correspondiente en emprendimiento naciente.

Figura 9. Nueva empresa será su principal ocupación después de graduarse



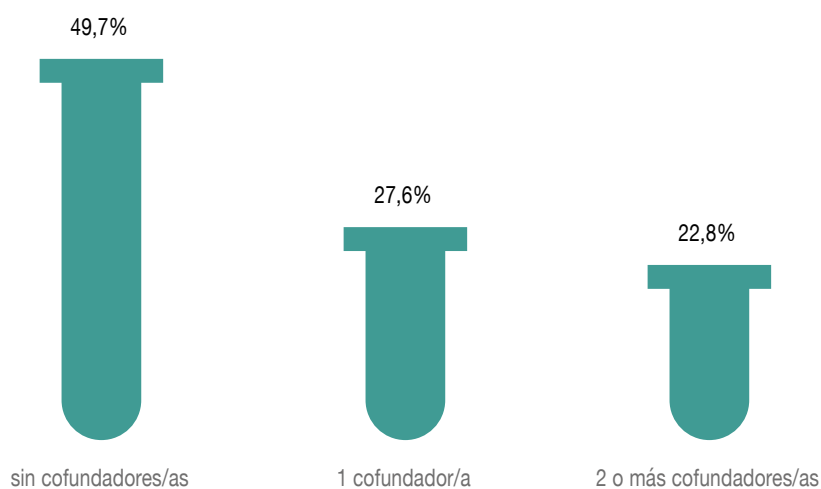
Con relación al sector económico en el que se desarrollan estos emprendimientos, el 21,8% de las empresas lo hacen en el sector de Publicidad/Marketing/Diseño, el 10,9% en Turismo y ocio, y un 10,5% en Tecnologías de la información y comunicación (Figura 10).

Figura 10. Distribución porcentual de emprendimiento activo por sector económico.



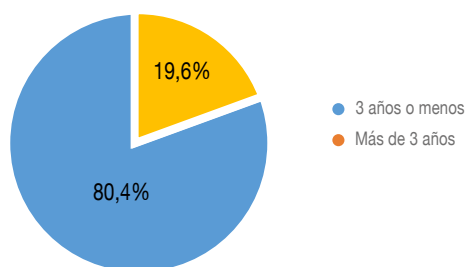
Respecto al detalle de la fundación de la empresa activa en solitario o con otras personas cofundadoras, la Figura 11 muestra que casi la mitad de las empresas se han fundado en solitario, frente a un 27,5% que ha sido en colaboración con otra persona, y un 22,8% restante que ha necesitado de 2 o más cofundadores/as.

Figura 11. Distribución de las empresas activas en relación con el número de personas cofundadoras



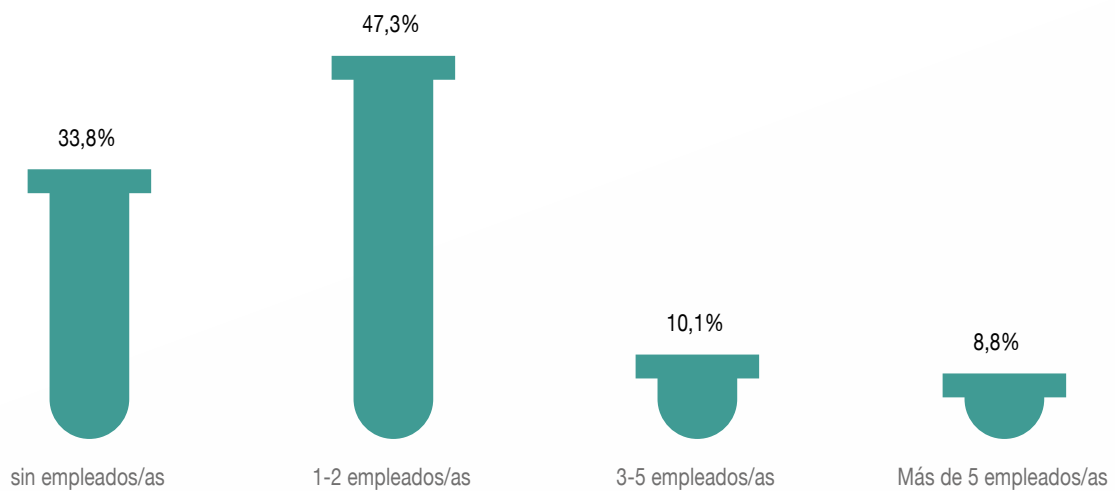
El año de creación de los negocios es reciente (Figura 12). El 80% de las empresas activas son jóvenes, de 3 años de antigüedad o menos, y el 20% pueden considerarse consolidadas, con más de 3 años.

Figura 12. Distribución de las empresas activas según años de antigüedad



Respecto al tamaño de estas empresas, la práctica totalidad se puede considerar micropyme, ya que el 90% de las mismas tiene menos de 5 trabajadores/as y solo el 8,8% tiene 5 o más, sin especificar si este número supera los 10 trabajadores/as y alcanzaría la condición de pequeña empresa (Figura 13). Una de cada tres empresas no tiene empleados/as por lo que desarrolla su actividad únicamente con la persona que ha emprendido.

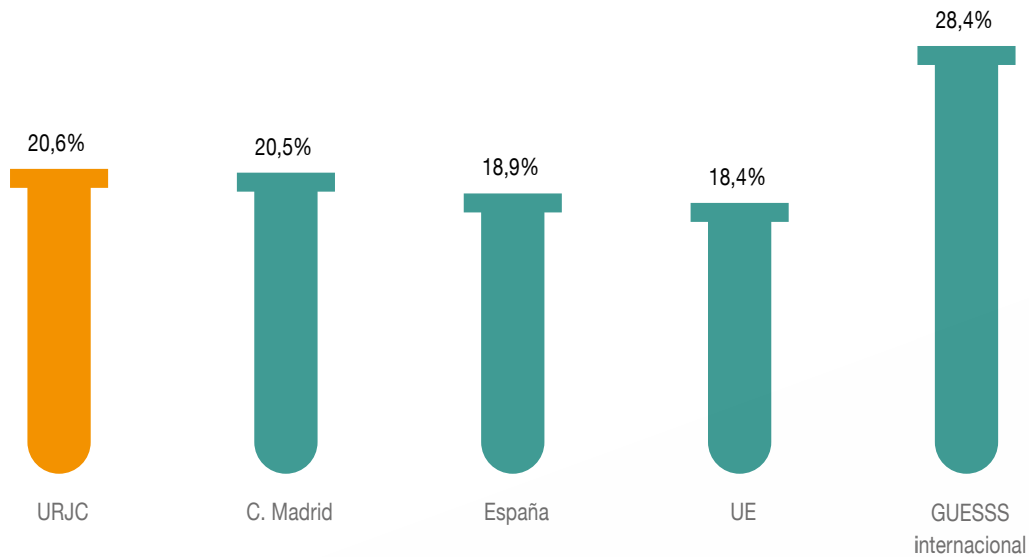
Figura 13. Distribución de las empresas activas en función del nº trabajadores/as



### 3.3 PERSPECTIVA TERRITORIAL

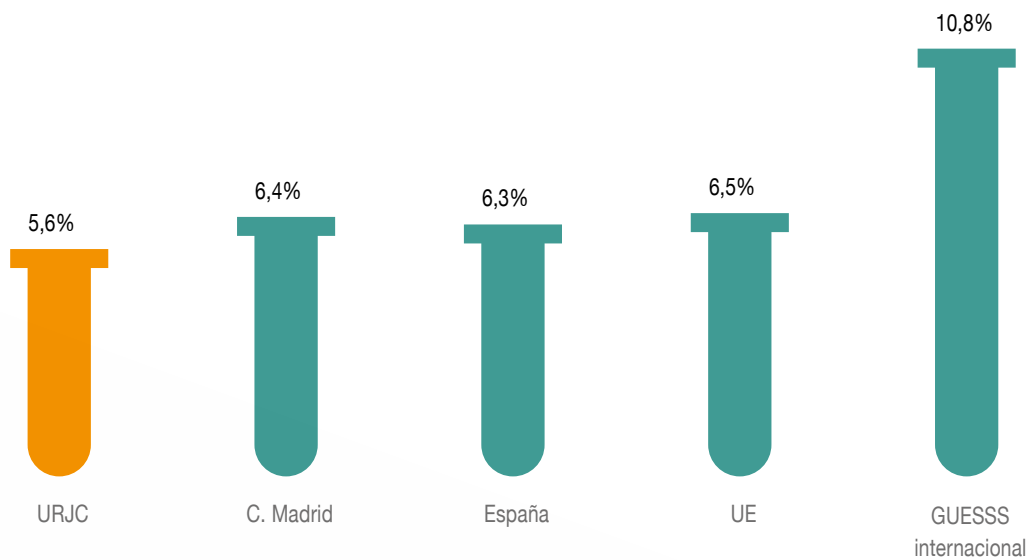
Si se comparan los datos del emprendimiento naciente en la URJC en perspectiva territorial, los resultados obtenidos con esta encuesta son positivos si se compara con la media de la Comunidad de Madrid, la media nacional y la de la Unión Europea (Figura 14). La posición de la universidad es ligeramente superior a la media española y europea, pero muy baja en relación a la media del resto de países del estudio que alcanza el 28,4% (Sieger, Fueglistaller, Zellweger, & Braun, 2019).

Figura 14. Comparación emprendimiento naciente de URJC, Comunidad de Madrid, España, UE e internacional



En la Figura 15 se presenta la comparativa regional del peso que tiene el emprendimiento activo en la URJC. El 5,6% de emprendimiento activo en la universidad muestra un valor inferior al emprendimiento activo en la Comunidad de Madrid (6,4%), a la media española (6,3%) y a la media europea (6,5%) y muy por debajo de la media del estudio internacional GUESSS, que presenta un porcentaje del 10,8% (Sieger et al., 2019).

Figura 15. Comparación del emprendimiento activos en URJC, Comunidad de Madrid, España, UE e internacional



# EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO: FACTORES CONTINGENTES

## 4.1 CONTEXTO UNIVERSITARIO

Para analizar el efecto del contexto universitario de los estudiantes sobre el emprendimiento, se han identificado 3 ítems (1-3) asociados al ambiente universitario (Franke & Lüthje 2004) y 5 ítems (4-8) asociados de manera particular a los cursos que reciben (Souitaris, Zerbinati, y Al-Laham, 2007).

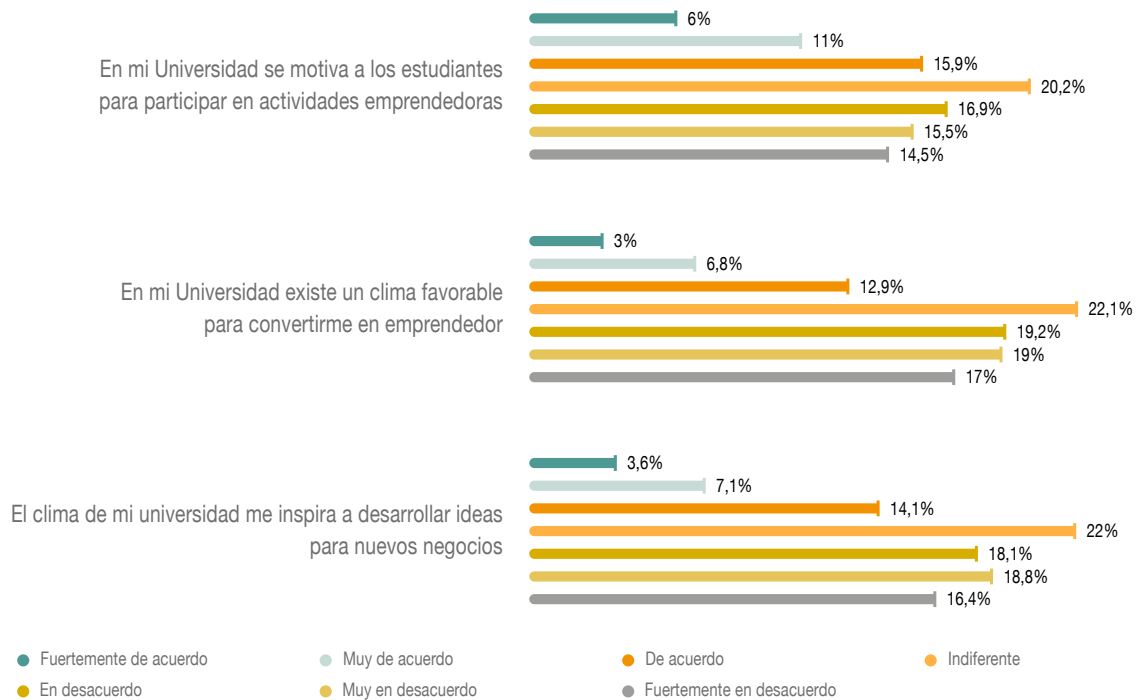
En esta sección se pide a los estudiantes que contesten el nivel de acuerdo con cada uno de los ítems planteados (1=fuertemente en desacuerdo, 7=fuertemente de acuerdo).

Los ítems son:

- 1-La atmósfera en mi universidad me inspira para el desarrollo de ideas para nuevos negocios.
- 2-En mi universidad hay un clima favorable para emprender.
- 3-En mi universidad, a los estudiantes se les incentiva para que participen en actividades emprendedoras.
- 4-Los cursos en los que participo incrementan mi comprensión de las actitudes, valores y motivaciones de los emprendedores.
- 5-Los cursos en los que participo incrementan mi comprensión sobre las acciones que debe hacer alguien para comenzar un nuevo negocio.
- 6- Los cursos en los que participo mejoran mis habilidades de gestión práctica para comenzar un negocio.
- 7- Los cursos en los que participo mejoran mi habilidad para desarrollar redes.
- 8-Los cursos en los que participo mejoran mi habilidad para identificar oportunidades.

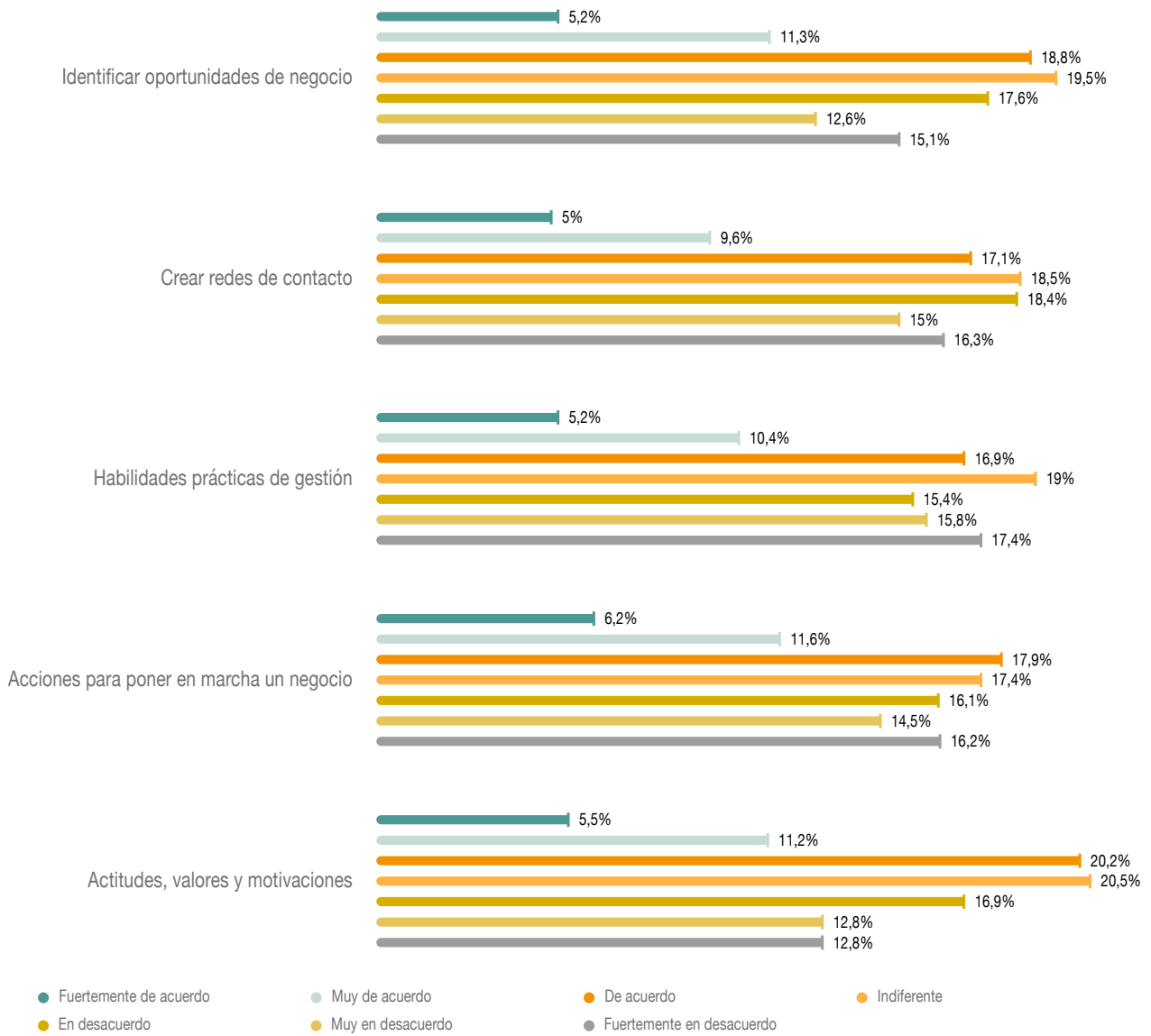
Los resultados obtenidos respecto al efecto del ambiente universitario sobre el emprendimiento muestran que aproximadamente, entre el 23% y el 33% muestran una actitud favorable sobre el clima emprendedor en la universidad, y alrededor del 20% tiene una actitud neutra cuando se les ha preguntado si consideran que en la URJC existe un ambiente que favorece e incentiva el emprendimiento (Figura 16).

Figura 16. Comparación entre las valoraciones de los ítems asociados al ambiente universitario (1-3) en porcentajes



Los resultados obtenidos respecto al efecto del ambiente universitario sobre el emprendimiento muestran que aproximadamente, entre el 31% y el 36% de los estudiantes han mostrado una actitud favorable, y algo menos del 20%, presentan una actitud neutra cuando se les ha preguntado si consideran que los cursos a los que han asistido en la URJC les proporcionan las habilidades y conocimientos necesarios para el emprendimiento. El ítem mejor valorado es el que indica que los cursos y servicios recibidos aumentaron su conocimiento de las actitudes, valores y motivaciones de los emprendedores. La figura 17 muestra los porcentajes de estudiantes que han valorado su grado de acuerdo con cada uno de estos ítems.

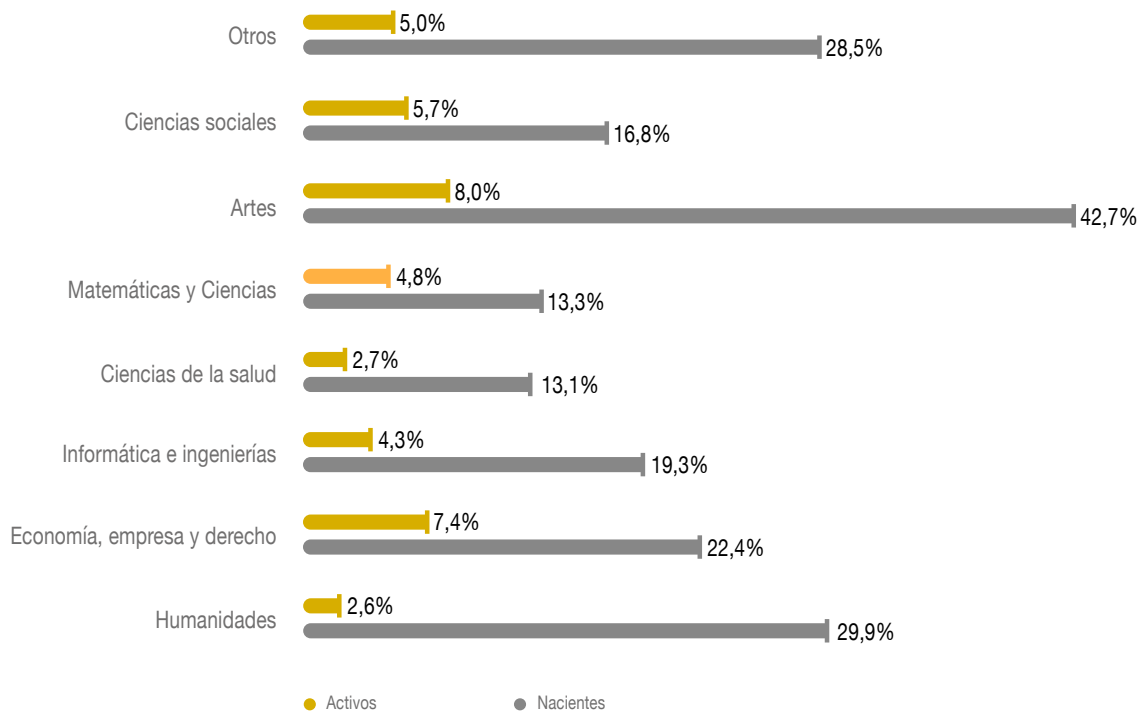
Figura 17. Comparación entre las valoraciones de los ítems asociados a los cursos (4-8)



## 4.2 CAMPO DE ESTUDIO

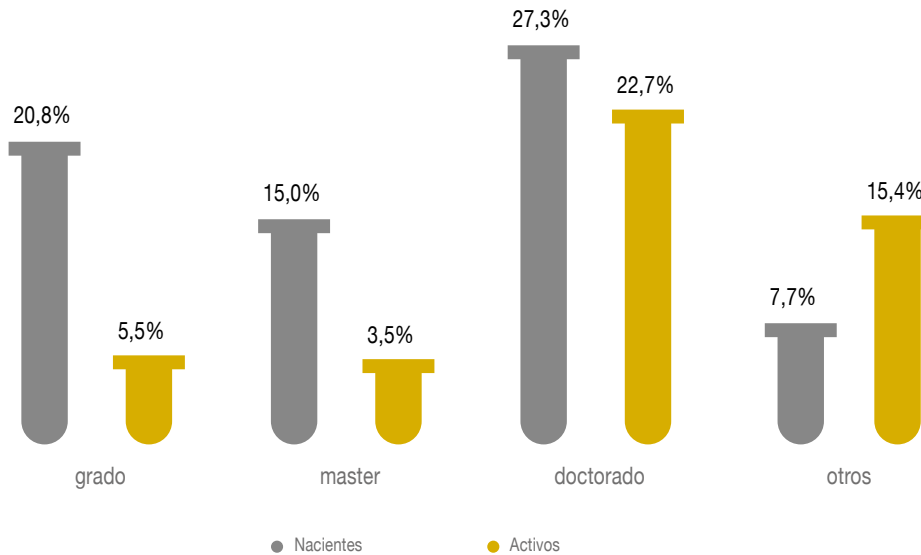
Entre el emprendimiento naciente, el área de estudios que presenta una mayor actividad emprendedora es el de Artes, con un 42,7%, seguido de Humanidades (29,9%) y Economía, empresa y derecho (22,4%) (Figura 18). Esta actividad emprendedora se consolida, considerándose activa, y se mantiene en el ranking la especialidad de Artes (8%), siguiéndole en importancia el área de Economía, empresa y derecho (7,4%).

Figura 18. Emprendedores nacientes y emprendedores activos, en porcentajes y agrupados por área de estudio



En relación con el nivel de estudios, tanto la actividad emprendedora naciente como activa se mantiene en mayor proporción entre los estudiantes de doctorado (Figura 19), aunque los valores absolutos son pequeños (6 y 5 casos respectivamente). Se observan grandes diferencias entre el emprendimiento naciente entre los estudiantes de grado (20,8%) y el activo (5,5%), mayores que en el caso del estudiantado de másteres o de otros estudios, que tienen un comportamiento inverso al resto, con una actividad emprendedora naciente menor (7,7%) que la que resulta activa (15,4%). Este resultado puede estar mostrando la posibilidad de que personas con carreras laborales asentadas y con su propia empresa, estén a la vez realizando estudios de especialidad.

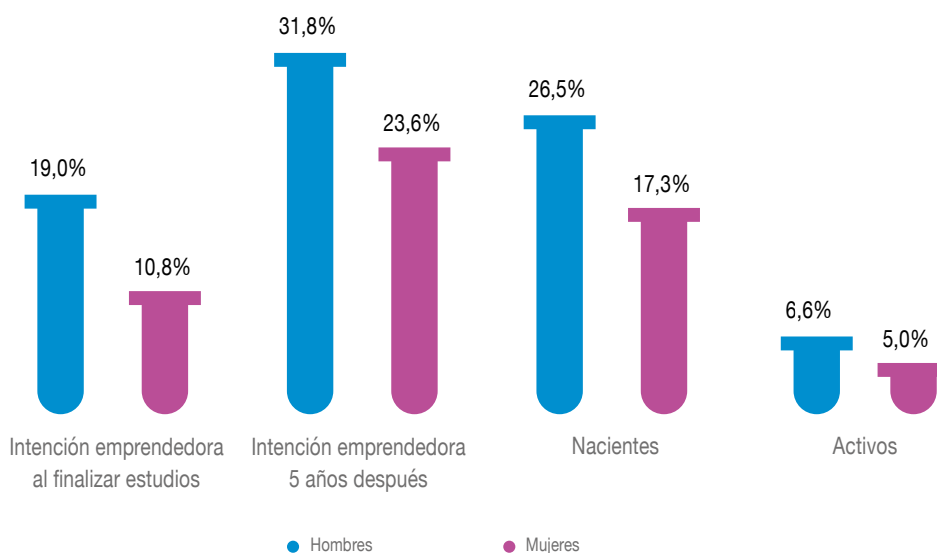
Figura 19. Emprendedores nacientes y emprendedores activos, en porcentajes y agrupados por nivel de estudio



### 4.3 GÉNERO

La figura 20 muestra el porcentaje de emprendedores nacientes y activos, y las intenciones de elección de carrera al acabar los estudios y 5 años después de acabar, diferenciados por género. Claramente se identifica una importante brecha de género en todos estos elementos de análisis, existiendo una predisposición mayor al emprendimiento de los hombres que de las mujeres. Las menores brechas de género se presentan en el emprendimiento activo, con un 6,6% de hombres frente a un 5% de mujeres.

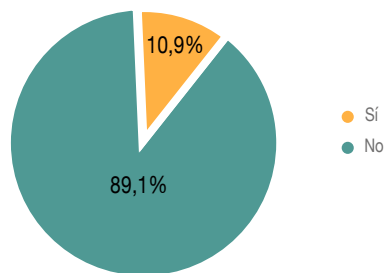
Figura 20. Emprendedores nacientes, emprendedores activos, intenciones emprendedoras al finalizar sus estudios y a los 5 años de acabar sus estudios, en porcentajes y detalle por género



## IMPACTO DE LA PANDEMIA COVID-19

Para finalizar el análisis del emprendimiento activo y relacionado con la situación actual postpandémica de la COVID-19, la Figura 21 muestra que casi la totalidad de las empresas creadas no tienen una vinculación con la pandemia, y sólo el 10% indican que sí tienen relación con la misma.

Figura 21. Vinculación de la empresa con la COVID-19



## 6.1 FACTORES EXPLICATIVOS DE LAS INTENCIONES EMPRENDEDORAS

Utilizando la información de la muestra para analizar las intenciones emprendedoras de los estudiantes, se revisan 6 ítems (1-6) asociados a la intención de emprender y 5 ítems (7-11) asociados a la actitud frente al emprendimiento (Linan & Chen, 2009).

En esta sección se pide a los estudiantes que contesten el nivel de acuerdo con cada uno de los ítems planteados (1=fuertemente en desacuerdo, 7=fuertemente de acuerdo).

### Los ítems son:

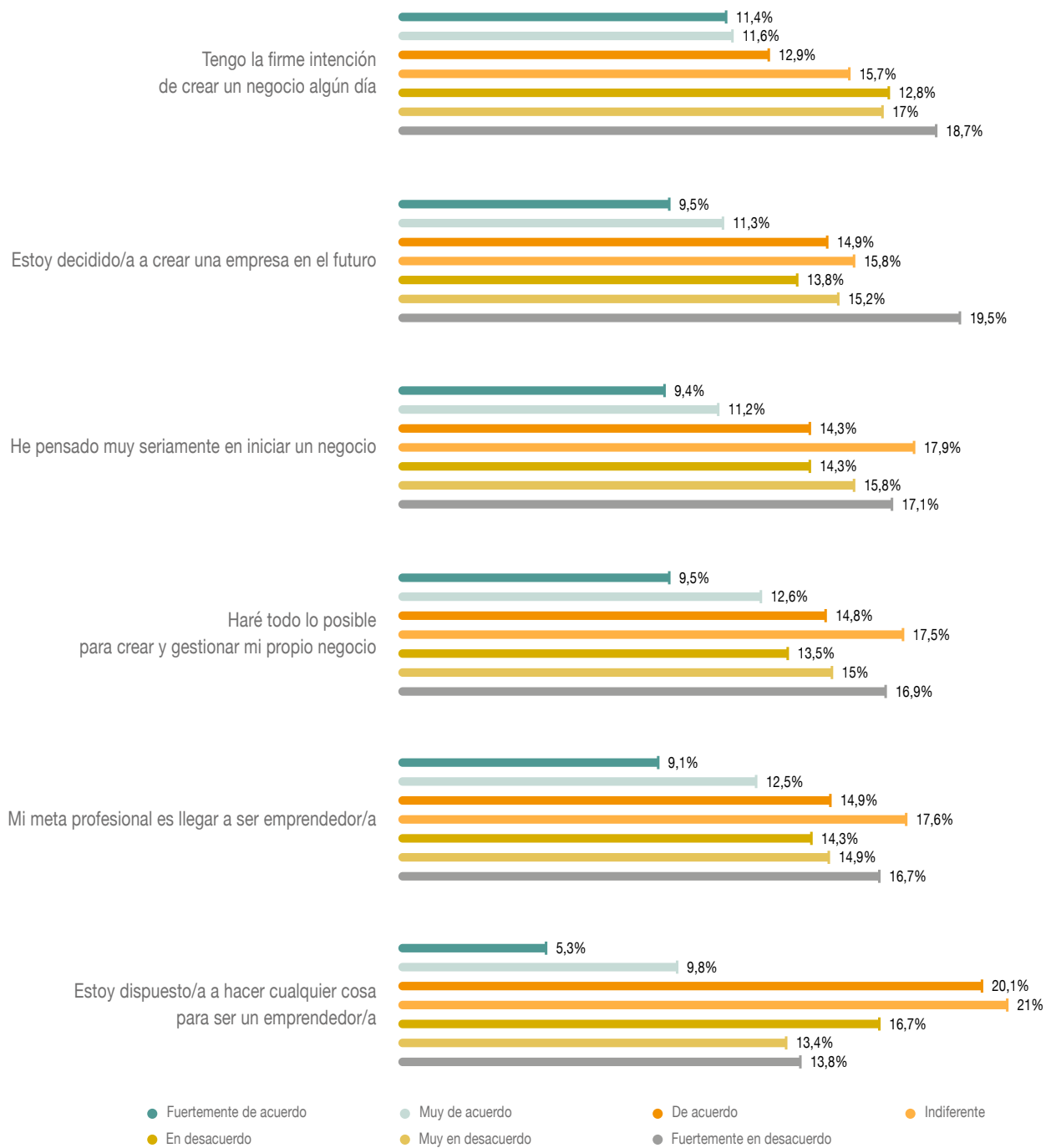
- 1-Estoy preparado/a para hacer cualquier cosa para emprender un negocio.
- 2-Mi objetivo profesional es convertirme en un/a emprendedor/a.
- 3-Haré un gran esfuerzo para comenzar y poner en marcha mi propio negocio.
- 4-Estoy determinado a crear un negocio en el futuro.
- 5-Me planteo seriamente crear un negocio.
- 6-Tengo el firme convencimiento de comenzar un negocio algún día.
- 7-Ser emprendedor/a implica más ventajas que desventajas para mí.
- 8-Una carrera como emprendedor/a me resulta atractiva.
- 9-Si tuviera la oportunidad y los medios, me convertiría en emprendedor/a.
- 10-Ser emprendedor/a me reportaría grandes satisfacciones.
- 11-Entre varias opciones, preferiría ser emprendedor/a.

La tabla 6 detalla las frecuencias absolutas y la figura 22 muestra los porcentajes de estudiantes que han valorado su grado de acuerdo con cada uno de estos ítems. Los resultados obtenidos respecto a la actitud emprendedora muestran que aproximadamente el 35% del estudiantado muestra una actitud favorable hacia el emprendimiento, considerando la suma de los que valoran de 5 a 7 el grupo de ítems 1-6.

Tabla 6. Frecuencias de las valoraciones de los ítems asociados a la intención (1-6)

Valoraciones	ítem 1	ítem 2	ítem 3	ítem 4	ítem 5	ítem 6
Fuertemente en desacuerdo	337	409	414	419	477	456
Muy en desacuerdo	328	364	366	387	371	414
En desacuerdo	409	351	331	349	338	312
Indiferente	514	430	428	439	386	384
De acuerdo	493	365	362	349	365	314
Muy de acuerdo	239	306	309	273	275	282
Fuertemente de acuerdo	129	224	233	231	232	279

Figura 22. Comparación entre las valoraciones de los ítems asociados a la intención (1-6) en porcentajes.



La actitud personal hacia el emprendimiento está ligada con las creencias y el reconocimiento que realizan las personas sobre su comportamiento emprendedor, y que estará unido al nivel de satisfacción que obtengan al poner en marcha su iniciativa emprendedora. La figura 23 muestra los porcentajes de estudiantes que han valorado su grado de acuerdo con el grupo de ítems 7-11 y la tabla 7 detalla las frecuencias absolutas. Los resultados son positivos: entre un 35% y un 63% apuntan un grado de acuerdo (de 5 a 7). Por ejemplo, un 63% de estudiantes señala que, si tuviera la oportunidad y los recursos necesarios, sería emprendedor y el 40,7% indica que, entre varias opciones, preferiría emprender.

Figura 23. Comparación entre las valoraciones de los ítems asociados a la actitud (7-11) en porcentajes

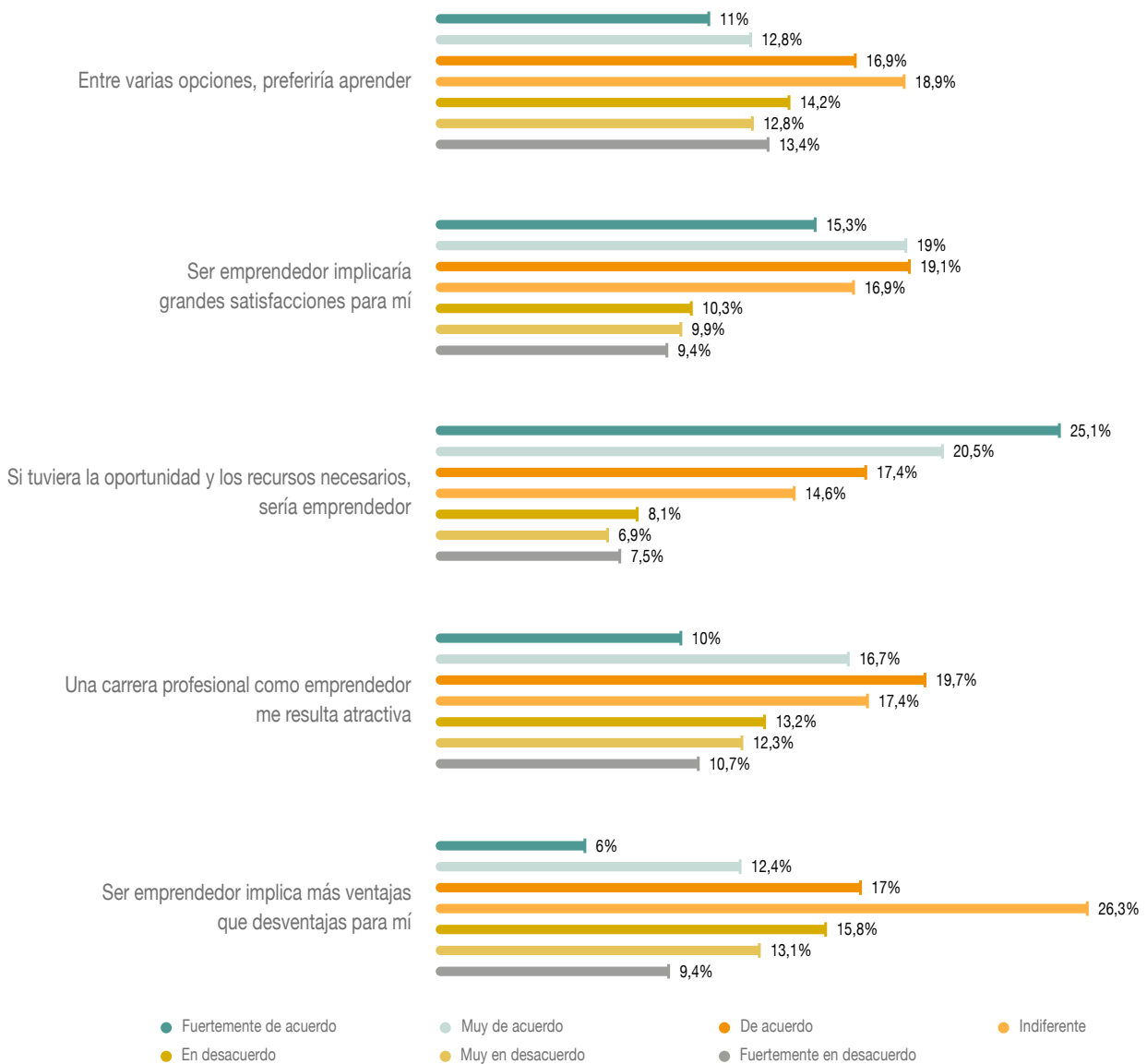


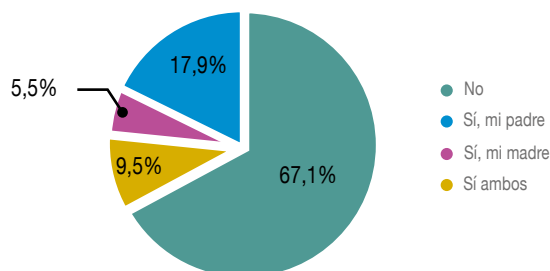
Tabla 7. Frecuencias de las valoraciones de los ítems asociados a la actitud (7-11)

Valoraciones	ítem 7	ítem 8	ítem 9	ítem 10	ítem 11
Fuertemente en desacuerdo	231	261	183	231	327
Muy en desacuerdo	321	300	169	243	312
En desacuerdo	386	324	197	251	347
Indiferente	645	425	356	414	463
De acuerdo	416	483	425	467	413
Muy de acuerdo	304	410	501	465	312
Fuertemente de acuerdo	146	245	612	374	270

## 6.2 ANTECEDENTES FAMILIARES

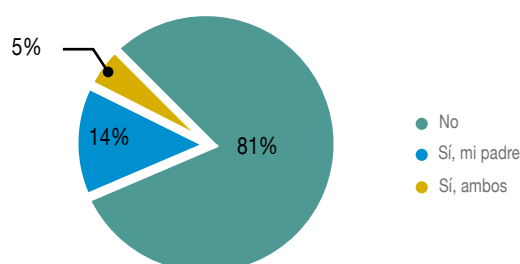
Para recoger el nivel de emprendimiento del entorno familiar, se han formulado dos preguntas. La primera cuestión se refiere a si los padres/madres de los estudiantes son auto-empleados y se plantearon cuatro posibles respuestas: No (1), Sí, el padre (2), Sí, la madre (3), Sí, ambos (4). El 32,9% de los estudiantes tienen uno de sus dos progenitores, o ambos, trabajando por cuenta propia (Figura 24). Entre ese grupo de estudiantes, es más generalizado que sea el padre el que trabaja por cuenta propia (17,9%), que lo haga la madre únicamente (5,5%).

Figura 21. Vinculación de la empresa con la COVID-19



La segunda cuestión se refiere a si los padres/madres de los estudiantes son propietarios mayoritarios de un negocio y se plantearon cuatro posibles respuestas: No (1), Sí, el padre (2), Sí, la madre (3), Sí, ambos (4). En este caso, el 14% tiene a su padre como propietario mayoritario de un negocio y un 5% la propiedad es de ambos. Sin embargo, no se da el caso en que sólo la madre sea propietaria mayoritaria de la empresa (Figura 25).

Figura 25. Propiedad mayoritaria de la empresa familiar en porcentajes



## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



### RECOMENDACIONES A LOS ESTUDIANTES:

1. Tomar en consideración el emprendimiento como una opción, tanto en la creación de un nuevo negocio, como en la sucesión de los negocios familiares, si los hubiera.
2. Nutrirse de los casos de empresas analizados en las asignaturas, los cuales evidencian éxitos y fracasos en la actividad emprendedora.
3. Prepararse activamente asistiendo a las ofertas sobre emprendimiento en la universidad (talleres, cursos, conferencias de emprendedores etc.) y visitando incubadoras de empresas, que facilitan el conocimiento y sirven como plataforma para hacer networking.



### RECOMENDACIONES A LA UNIVERSIDAD:

1. Mejorar el ambiente emprendedor en la universidad desde los primeros cursos con actividades que aproximen a los estudiantes al mundo emprendedor y asegurar la adquisición de competencias relacionadas con el emprendimiento.
2. Ampliar las ofertas de educación empresarial, potenciando cursos en asociación con bancos, avalista y plataformas de emprendimiento, organizando conferencias que transmitan las experiencias emprendedoras a los estudiantes e incentivando especialmente a las mujeres emprendedoras.
3. Promover convenios de cooperación con otras instituciones que faciliten la orientación de expertos en las fases de planificación y fundación de una nueva empresa. Por su parte, la universidad puede proporcionar talento emprendedor y experiencia de los académicos en la investigación.
4. Desarrollar programas académicos de emprendimiento que promuevan las habilidades empresariales y la creación de startups en los perfiles tecnológicos en la universidad (Ingeniería y Tecnología).



### RECOMENDACIONES A LOS ACADÉMICOS SOBRE EMPRENDIMIENTO:

1. Identificar las carencias de competencias y habilidades emprendedoras por tipo de carrera y plantear programas de innovación docente en aquellas que lo requieran.
2. Analizar las emociones de los estudiantes en los programas de formación emprendedora y determinar su influencia en la intención emprendedora.
3. Realizar investigaciones regionales, nacionales e internacionales, comparando los resultados para entender mejor las causas y aprender de otros países y/o regiones.



## UN BUEN DÍA EN...MADRID Y BARCELONA

[unbuendiaenmadrid.com](http://unbuendiaenmadrid.com) [enlace](#)

[unbuendiaenbarcelona.com](http://unbuendiaenbarcelona.com) [enlace](#)

### PRESENTACIÓN DEL EQUIPO FUNDADOR E IDEA GENERAL DE EMPRESA

Carlos Cebrián y Enrique Hipólito son socios y antiguos alumnos de la URJC. Ambos crearon dos webs de ocio en las que se facilita información acerca de todo tipo de planes para hacer con amigos, en familia, en pareja o en solitario. Escriben sobre eventos (gastronómicos, culturales, musicales, etc), restaurantes, bares, cafeterías, planes turísticos, gratuitos, originales o románticos. Ambas webs basan su éxito en el posicionamiento SEO, ocupan las primeras posiciones del ranking para más de 3000 keywords entre ambas. Por ejemplo: “planes originales” “terrazas” “hamburgueserías” etc. Madrid cuenta con 500.000 páginas vistas mensuales y más de 200.000 seguidores en redes sociales. Fue creada hace 12 años. Barcelona llega a las 200.000 páginas vistas mensuales y 50.000 seguidores en redes sociales.

### MOTIVO PRINCIPAL QUE TE LLEVÓ A EMPRENDER

Hacer un curso en el Centro Universitario de Estudios Sociales Aplicados (CUESA) en la URJC de créditos de libre elección. El curso se llamaba “Crea y gestiona tu empresa online”. Al principio entramos para obtener los créditos, continuamos por la diversión e invitaciones de los locales, y ahora es un negocio en el que intentamos maximizar los beneficios. También nos resultó muy útil asistir al primer taller de “cómo crear tu empresa” del Seminario Permanente de Emprendedores y Liderazgo.

### PRINCIPALES DIFICULTADES ENCONTRADAS

Aprendimos marketing digital de forma autodidacta, ya que aunque estudié Marketing en la carrera, en esa época no se explicaba la parte digital.

Se fue dando todo solo, en cuanto empezamos a tener ingresos nos dimos de alta como autónomos. Quizás lo que más nos costó fue abordar los aspectos legales del emprendimiento, es la parte más difícil para el comienzo: seguridad social, hacienda, registro de marca, seguros, dominios, hosting...





### **¿Quién o quiénes ayudaron en el momento de arrancar?**

Amigos y compañeros nos ayudaron a escribir en la web y así poder tener contenido. Para los temas legales acudimos al Vivero de Empresas de Vicálvaro.

También vas conociendo gente a la que preguntas y a veces te echan una mano con los aspectos técnicos de un negocio online.

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

Les animaría. Hay que vivir la sensación de trabajar para uno mismo, gestionar tu tiempo y la satisfacción de conseguir logros.

El principal consejo que daría es que comiencen, que no esperen a tener todo perfecto para arrancar. Que salgan con la idea y lo básico, y una vez estén en la rueda no paren de intentar mejorar y situarse en lo más alto.



*Carlos Cebrián*



*Enrique Hipólito*



## ESPECIALISTAS WEB

[especialistasweb.es](http://especialistasweb.es) [enlace](#)

### PRESENTACIÓN DEL EQUIPO FUNDADOR E IDEA GENERAL DE EMPRESA

Especialistas Web surge de dos estudiantes de la URJC. Gonzalo de la Cruz, alumno del doble grado de ADE e Ingeniería Informática y Samuel San Valentín, del grado de Publicidad y Relaciones Públicas. Ambos se conocieron en la asociación de estudiantes Union Campus. Samuel era profesor de cursos de photoshop en la asociación y Gonzalo había fundado la asociación con otros compañeros. Juntos se dieron cuenta que les molaba emprender y se tiraron a la piscina a montar una consultora de diseño y desarrollo de web. Después de 5 años juntos tienen más de 200 clientes entre los que se encuentran la propia universidad, el Banco Santander, el grupo Adecco, etc. Actualmente el equipo lo conforman 7 personas, 6 de ellos ex alumnos de la URJC.

### MOTIVO PRINCIPAL QUE TE LLEVÓ A EMPRENDER

Siempre nos ha inquietado montar cosas por nuestra cuenta donde la creatividad y las ganas de llevarlo a cabo no se ven limitadas por un jefe o el alcance de un proyecto.

### PRINCIPALES DIFICULTADES ENCONTRADAS

Pues como todo, empezar de cero no es fácil. Por un lado el embrollo legal-administrativo para poder facturar legalmente en España es lo que mas echa para atrás. Pero todo se salva y se aprende en el camino, ahora somos expertos en fiscalidad, porque en la carrera esto solo lo vimos de manera teórica.





### *¿Quién o quiénes ayudaron en el momento de arrancar?*

Por un lado, la universidad nos prestó un espacio para poder trabajar juntos al principio mientras terminábamos nuestras carreras, porque este proyecto lo iniciamos cuando todavía éramos estudiantes. Por otro lado, nos aprovechamos de la tarifa plana de autónomos y de la gestoría del padre de un amigo. Pero para ser sincero, no necesitamos tampoco mucha ayuda, al final esto es tirarse a la piscina y buscar clientes.

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

Emprender es una montaña rusa de emociones constantes tan pronto estás arriba y ves tu idea super viable y tan pronto no, es normal, no hay que desanimarse. Recomendamos probar el producto antes entre familiares y amigos. Esto te ayudará a recibir feedback sobre tu idea y perfilarla. Intenta no hacer grandes inversiones al principio, actualmente no necesitas gastar casi nada para montar una web salvo un perfil en una red social para empezar a echar a rodar.



*Gonzalo de la Cruz*



*Samuel San Valentín*



## ENTRADIUM.COM

[especialistasweb.es](http://especialistasweb.es) [enlace](#)

### PRESENTACIÓN DEL EQUIPO FUNDADOR E IDEA GENERAL DE EMPRESA

Francisco José Ruiz García y Luis Monge Malo tras crear varias empresas a la vez que estudiaban fundan entradium en 2014 con la premisa de revolucionar el sector del ticketing sin tener idea del mismo y, sorpresa, lo consiguen.

Fran es Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad Rey Juan Carlos y Luis Monge Malo es ingeniero en Telecomunicación e Ingeniero en Organización Industrial por la Universidad Europea.

entradium es la plataforma de venta de entradas con mayor número de eventos en España y con unos gastos de gestión muy bajos que ha hecho posible que cualquier pequeño, mediano y gran organizador de eventos pueda utilizar la tecnología más potente para gestionar su evento.

### MOTIVO PRINCIPAL QUE TE LLEVÓ A EMPRENDER

¡El miedo! El miedo a dedicar los próximos años de nuestra vida a cumplir el sueño de otro. El miedo a no decidir qué hacer, a burocracias internas, a superiores incompetentes y con menos talento que nosotros. Y por tanto la búsqueda de la libertad: de decisión, de horario, de agenda y de ubicación. De tratar a clientes, proveedores y trabajadores como nosotros queríamos.

### PRINCIPALES DIFICULTADES ENCONTRADAS

Muchas. Sobre todo el desconocimiento. Al no ser entradium nuestro primer proyecto pudimos ir sobrepasando el día a día mejor. La otra dificultad fue llegar a los clientes, creíamos que era tan sencillo como tener mejor producto y más barato, y no lo era. Por eso seguimos mejorando y profundizando en nuestras habilidades de venta y por eso ahora tenemos proyectos personales enfocados a que la gente venda más y mejor y que emprenda más y mejor.





## *¿Quién o quiénes ayudaron en el momento de arrancar?*

Especialmente nuestras parejas y nosotros mismos.

Nadie que no esté en la posición de emprender y/o en el día a día de sacar adelante tu proyecto puede llegar a entenderte. Por eso es tan importante estar cerca o tener acceso a personas que han pasado ya por tu misma situación y problemas.

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

Que lo hagan. Sobre todo cuando no tienen grandes responsabilidades. Que lo hagan porque va a ser el mayor aprendizaje que van a obtener nunca y aunque el proyecto no triunfe (que casi seguro pasará) y aunque nunca lleguen a montar nada con lo que poder vivir (que puede que pase), el aprendizaje les servirá para ser mejor trabajadores y personas más completas y preparadas.

*Francisco José Ruiz García  
y Luis Monge Malo*



# ÍNDICE DE TABLAS



TABLA 01	Distribución porcentual de la muestra por grupo de edad	8
TABLA 02	Distribución porcentual de la muestra por sexo	8
TABLA 03	Análisis descriptivo de la variable “Nivel de estudio”	9
TABLA 04	Análisis descriptivo de la variable “Área de estudio”	9
TABLA 05	Intención emprendedora. Detalle por género.	11
TABLA 06	Frecuencias de las valoraciones de los ítems asociados a la intención (1-6)	28
TABLA 07	Frecuencias de las valoraciones de los ítems asociados a la actitud (7-11)	31



# ÍNDICE DE FIGURAS

FIG. 01	Intenciones de elección de carrera al finalizar sus estudios y a los 5 años de acabar sus estudios, en porcentajes.	11
FIG. 02	Intenciones emprendedoras al finalizar sus estudios y a los 5 años de acabar sus estudios, en porcentajes y agrupados por área de estudio	12
FIG. 03	Intenciones emprendedoras al finalizar sus estudios y a los 5 años de acabar sus estudios, en porcentajes y agrupados por nivel de estudios	13
FIG. 04	Intenciones de elección de carrera al finalizar sus estudios y a los 5 años de acabar sus estudios, en porcentajes. Valores medios para URJC, España, UE e internacional.	14
FIG. 05	Porcentaje de emprendedores nacientes en URJC	15
FIG. 06	¿Quieres que este negocio sea tu principal ocupación tras graduarte?	15
FIG. 07	Porcentaje de emprendedores activos en URJC	16
FIG. 08	Momento de completar el proceso de creación de la empresa	16
FIG. 09	Nueva empresa será su principal ocupación después de graduarse	17
FIG. 10	Distribución porcentual de emprendimiento activo por sector económico.	17
FIG. 11	Distribución de las empresas activas en relación con el número de personas cofundadoras	18
FIG. 12	Distribución de las empresas activas según años de antigüedad	18
FIG. 13	Distribución de las empresas activas en función del nº trabajadores/as	19
FIG. 14	Comparación emprendimiento naciente de URJC, Comunidad de Madrid, España, UE e internacional	20
FIG. 15	Comparación del emprendimiento activos en URJC, Comunidad de Madrid, España, UE e internacional	21
FIG. 16	Comparación entre las valoraciones de los ítems asociados al ambiente universitario (1-3) en porcentajes	23
FIG. 17	Comparación entre las valoraciones de los ítems asociados a los cursos (4-8)	24
FIG. 18	Emprendedores nacientes y emprendedores activos, en porcentajes y agrupados por área de estudio	25
FIG. 19	Emprendedores nacientes y emprendedores activos, en porcentajes y agrupados por nivel de estudio	26
FIG. 20	Emprendedores nacientes, emprendedores activos, intenciones emprendedoras al finalizar sus estudios y a los 5 años de acabar sus estudios, en porcentajes y detalle por género	26
FIG. 21	Vinculación de la empresa con la COVID-19	27
FIG. 22	Comparación entre las valoraciones de los ítems asociados a la intención (1-6) en porcentajes.	29
FIG. 23	Comparación entre las valoraciones de los ítems asociados a la actitud (7-11) en porcentajes	30
FIG. 24	Auto-empleo familiar en porcentajes	31
FIG. 25	Propiedad mayoritaria de la empresa familiar en porcentajes	32

# BIBLIOGRAFÍA



Aparicio, G., Iturralde, T., & Maseda, A. (2019). Conceptual structure and perspectives on Entrepreneurship education research: A bibliometric review. *European Research on Management and Business Economics*, 25(3), 105-113.

Franke, N., y Lüthje, C. (2004). Entrepreneurial intentions of business students—A benchmarking study. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 1(03), 269-288.

Laguna-Sánchez, P., Segovia-Pérez, M., & Vargas-Pérez, A. M. (2021). A Collaborative Model for Leadership Education in High-Potential *University Women Students*. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2), 138.

Laguna-Sánchez, P., Abad, P., de la Fuente-Cabrero, C., & Calero, R. (2020). A University Training Programme for Acquiring *Entrepreneurial and Transversal Employability Skills, a Students' Assessment*. *Sustainability*, 12(3), 796.

Liñán, F., & 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.

Sieger, P., Fueglistaller, U., Zellweger, T. y Braun, I. (2019). *Global Student Entrepreneurship 2018: Insights From 54 Countries*. St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU.

Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277-299.

Souitaris, V., Zerbinati, S., y Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business venturing*, 22(4), 566-591.

# INFORME GUESS ESPAÑA 2021

El espíritu emprendedor de los  
estudiantes universitarios

## Autores

 Universidad  
Rey Juan Carlos

- » M<sup>a</sup> del Pilar Laguna Sánchez (Coordinadora)
- » Concepción de la Fuente Cabrero (Coordinadora)
- » Rosa Santero Sánchez
- » Rocío Calero de la Paz

Colaboran:



Patrocina:



Con la colaboración de:

