

INFORME GUESS ESPAÑA 2024

El espíritu emprendedor de los
estudiantes universitarios

Equipo investigador

- » Pilar Laguna Sánchez (coordinadora)
- » Rosa Santero Sánchez (coordinadora)
- » Juan José Nájera Sánchez
- » Cristian Macías Domínguez
- » Cristina Pérez Pérez
- » Rocío Calero de la Paz



Universidad
Rey Juan Carlos

Desarrolla:



Universidad
Rey Juan Carlos

Colaboran:

Agradecimientos:

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

Al Vicerrectorado de Planificación y Estrategia por la confianza depositada en el equipo investigador, haciendo posible la difusión del cuestionario entre el alumnado.

A delegados/as, decanos/as, directores/as de escuela y profesorado que hicieron posible la distribución de esta encuesta.

Al equipo del Proyecto GUESSS 2024 en la URJC, y al resto de equipos en otras 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.

Informe GUESSS España 2024. El espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios.

Editado por la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid

Informe GUESSS España 2024. El espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios.

© Autores:

Pilar Laguna Sánchez (coordinadora)

Rosa Santero Sánchez (coordinadora)

Juan José Nájera Sánchez

Cristian Macías Domínguez

Cristina Pérez Pérez

Rocío Calero de la Paz

© Editado por: Editorial DYKINSON, S.L. y Servicio de Publicaciones de la Universidad Rey Juan Carlos 2025, las autoras: Pilar Laguna Sánchez, Rosa Santero Sánchez, Juan José Nájera Sánchez, Cristian Macías Domínguez, Cristina Pérez Pérez y Rocío Calero de la Paz han elegido que esta obra esté bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional.

ISBN: 979-13-7006-473-0

DOI: <https://doi.org/10.14679/4287>

Por favor, cite esta publicación como:

Laguna, P., Santero, R., Nájera, J.J., Macías, C., Pérez, C. y Calero, R. (2025). Informe GUESSS URJC 2024. El espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios. Editorial.



Diseño: Daniel García Corrales



ÍNDICE

Presentaciones	4
Rector de la Universidad Rey Juan Carlos	4
Director Observatorio GUESSS España	5
Resumen ejecutivo	7
01 Introducción Informe GUESSS Universidad Rey Juan Carlos	8
02 Intenciones de elección de carrera emprendedora de los estudiantes	11
03 Intenciones emprendedoras a lo largo del tiempo	14
04 Actividades emprendedoras	16
3.1 Emprendimiento naciente	16
3.2 Emprendimiento activo	17
3.3 Perspectiva territorial	20
05 Emprendimiento universitario: factores contingentes	22
4.1 Contexto universitario	22
4.2 Campo de estudio	25
06 Información adicional	27
6.1 Factores explicativos de las intenciones emprendedoras	27
6.2 Antecedentes familiares	29
07 Conclusiones y recomendaciones	30
08 Algunos referentes emprendedores URJC	31
8.1 NPC AGENT (ACTUALMENTE ZC&PARTNERS)	31
8.2 MIGRAEMPLO S.L	32
8.3 AVITAE	33
Índice de tablas	34
Índice de figuras	35
Bibliografía	36



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

El emprendimiento es un motor esencial para el desarrollo y la innovación en nuestra sociedad. En la Universidad Rey Juan Carlos, creemos firmemente en la importancia de fomentar el espíritu emprendedor entre nuestros estudiantes, brindándoles las herramientas y el conocimiento necesarios para no solo incorporarse al mercado laboral, sino también para liderar el cambio, generar nuevas oportunidades y contribuir activamente al progreso económico y social.

El futuro pertenece a aquellos que se atreven a imaginar, probar, asumir riesgos y transformar sus ideas en realidades. Pero este camino no puede recorrerse en solitario. Es fundamental que la universidad, las empresas y las instituciones trabajemos juntas para crear un ecosistema emprendedor sólido, flexible y adaptado a los desafíos actuales. Además, este compromiso debe extenderse también a los docentes, quienes desempeñan un papel clave en la transmisión de una cultura de innovación y emprendimiento. Facilitar su acceso a formación y buenas prácticas internacionales es crucial para consolidar este modelo.

El informe GUESSS España 2025 refleja el estado actual del emprendimiento universitario, identificando fortalezas, áreas de mejora y oportunidades de crecimiento. No solo ofrece un análisis detallado de la situación, sino que también presenta recomendaciones estratégicas para seguir avanzando en la educación empresarial y en la promoción de iniciativas innovadoras dentro del ámbito académico.

Os animamos a leer este informe con una visión crítica, a reflexionar sobre sus conclusiones y, sobre todo, a aportar ideas que nos permitan seguir evolucionando. La universidad es el punto de partida de muchas de las grandes transformaciones del futuro, y cada uno de nosotros tiene la capacidad de contribuir a ese cambio.

Trabajemos juntos para fortalecer el espíritu emprendedor y construir un futuro lleno de posibilidades.

Universidad Rey Juan Carlos



PRESENTACIÓN COORDINADOR OBSERVATORIO GUESSS ESPAÑA

EL PROYECTO GUESSS ESPAÑA Y EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR DE LA UNIVERSIDAD

José Ruiz Navarro



José Ruiz Navarro

Director del proyecto GUESSS en España
Catedrático Emérito por la Universidad de Cádiz
<https://observatoriodelemprendimiento.es/guesss>

Los retos a los que se enfrenta la economía de España demanda reforzar su tejido empresarial que presenta una densidad menor que la de otros países de nuestro entorno. Elevar su productividad pasa por crear y hacer crecer empresas más innovadoras y dinámicas. Las políticas de apoyo a este proceso se han orientado, principalmente hasta ahora, hacia sus etapas finales, obviando que para mejorar los resultados es preciso cuidar y nutrir sus semilleros naturales: el sistema educativo y las universidades.

El Observatorio del Emprendimiento de España, y más concretamente el proyecto internacional GUESSS que organiza en nuestro país, pone su atención en este reto. GUESSS es el proyecto internacional de investigación colaborativa más importante del mundo en el ámbito universitario del fenómeno emprendedor. Sus principales objetivos son impulsar el conocimiento de las intencionalidades y actividades emprendedoras de los estudiantes universitarios, investigando sus causas y factores contingentes, entre ellos la influencia del contexto universitario y de la formación, emitiendo recomendaciones que hagan de las universidades semilleros de empresas de alto potencial.

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

La alta participación y algunos de los resultados obtenidos muestran el interés y curiosidad de nuestros jóvenes por la materia y rompen algunos tópicos. La explotación de esta información por cada una de las universidades participantes les permite un análisis comparado con los indicadores nacionales e internacionales que es de gran valor para la investigación y la gobernanza de



las universidades. Un buen ejemplo es el comportamiento de la Universidad Rey Juan Carlos que ha tenido una sobresaliente participación con más de 1.600 estudiantes.

Este esfuerzo de los compañeros de la Universidad Rey Juan Carlos se ha visto complementado por el trabajo de las más de 120 personas, entre investigadores, responsables y equipos de las unidades de emprendimiento de las universidades públicas y privadas que se han involucrados en el proyecto GUESSS en España. En esa tarea, hay que agradecer el apoyo recibido a nivel nacional por parte del Santander Financial Institute (SANFI), la Fundación COTEC, la Fundación Colegio Decroly y el programa Acelera Startups de la EOI, además del soporte que ENISA presta al Observatorio del Emprendimiento de España que organiza y facilita sus recursos al proyecto. En esta edición, es muy relevante la atención que hemos recibido del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades cuya ministra, Diana Morant, ha realizado el prólogo al informe nacional.

Como director del proyecto en España, es un gran placer presentar los informes de las distintas universidades. En particular, el de la Universidad Rey Juan Carlos tiene un significado especial por el excelente trabajo desarrollado por el equipo formado por las profesoras y profesores, Pilar Laguna Sánchez, Rosa Santero Sánchez, Fernando Enrique García y Juan José Nájera Sánchez, que han dirigido el proyecto, mis más sinceras felicitaciones, junto con las de todo mi equipo, por la labor realizada.



RESUMEN EJECUTIVO

Se muestran a continuación los principales indicadores del informe:



INTENCIONES Y ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES

- » Al finalizar sus estudios el 13,7% de los estudiantes manifiesta su intención o preferencia sobre emprender. Los datos muestran una mayor intención emprendedora 5 años después de finalizar sus estudios, elevando este dato hasta un 27,8%.
- » Los resultados también reflejan importantes brechas de género. Al terminar sus estudios, el 19,8% de los hombres afirma querer emprender, frente a solo el 9,9% de las mujeres. Esta diferencia se mantiene al considerar un horizonte de cinco años después de concluir la formación: el 34 % de los hombres manifiesta su interés por emprender, en contraste con el 24,1% de las mujeres.
- » Aunque el emprendimiento naciente (20,7%) y activo (7,9%) en la URJC es ligeramente inferior a la media internacional, la Comunidad de Madrid se destaca como un entorno más favorable en comparación con el promedio nacional. De entre los emprendimientos nacientes, el 50,9% afirmaba que su emprendimiento sería su principal ocupación tras graduarse, mientras que, entre los activos, solo un 24,4% afirmó esto.



EMPENDIMIENTO UNIVERSITARIO: FACTORES CONTINGENTES

- » El entorno universitario juega un rol crucial en la formación y el impulso del espíritu emprendedor. Sin embargo, los datos apuntan a ciertas áreas de mejora. Casi la mitad del emprendimiento naciente (45,9%) y activo (50,4%) no han asistido nunca a cursos de emprendimiento. Además, solo un 6% de los nacientes y un 4,7% de los activos eligieron su universidad debido a su reputación en este ámbito.
- » La percepción del clima emprendedor universitario es variada: entre un 36% y un 49% de los encuestados considera que la universidad ofrece un ambiente favorable para emprender. Respecto a la utilidad de los cursos recibidos, entre el 35% y el 42% de los estudiantes señalan que estos les han proporcionado las habilidades y conocimientos necesarios, siendo particularmente valorados los contenidos relacionados con actitudes, valores y motivaciones hacia el emprendimiento. Estos datos coinciden con las opiniones de las experiencias emprendedoras que se presentan en este informe, en las que se destaca el apoyo de programas específicos de emprendimiento y consolidación de empresas llevadas a cabo dentro de la URJC y en los viveros de empresas asociados.
- » Esta información subraya la importancia de reforzar los programas de emprendimiento universitario y fomentar un entorno que no solo motive, sino que también capacite a los estudiantes para transformar sus ideas en negocios exitosos.

INTRODUCCIÓN INFORME GUESSS

UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS

La importancia del emprendimiento como motor económico, social y medioambiental está ampliamente reconocida tanto por las propias empresas como por los gobiernos, considerándolo un elemento decisivo en el desarrollo y bienestar de los países, así como en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (Acs et al., 2018; Muñoz y Cohen, 2018; Weiss et al., 2023). Es por esto por lo que se han establecido distintas políticas y directrices para el fomento de la actividad emprendedora, entre las que destacan aquellas enfocadas al emprendimiento universitario. La educación en emprendimiento es considerada un elemento clave del emprendimiento en los países, por lo que, en los últimos años, el desarrollo de estos programas ha tomado una gran importancia.

Es por esto por lo que este estudio analiza las intenciones de carrera emprendedora de los estudiantes de la URJC, considerando factores como género, área de estudio, nivel académico y contexto universitario. Se incluyen datos comparativos con España, Europa y la media internacional. Además, se examinan las características y motivaciones de los emprendedores nacies y activos, destacando la influencia del entorno académico. Este análisis busca identificar oportunidades para mejorar las estrategias educativas y promover el emprendimiento como una opción de carrera viable y sostenible.

En esta línea de enseñanza-aprendizaje se encuadra el taller de elaboración de TFG basados en planes de empresa, que tiene su origen en el Seminario de Emprendedores y Liderazgo (SEL) de la Universidad Rey Juan Carlos (URJC), con el que colaboró la Obra Social la Caixa desde 2013. Los programas educativos de los talleres, cursos y actividades del SEL se centraron 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).

En cuanto a las características sociodemográficas de los estudiantes participantes de la URJC, destaca que el 67,8% de la muestra tiene 23 años o menos (Tabla 1), mientras que las mujeres representan una mayoría del 61,3% (Tabla 2).

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

Rango de edad	FRECUENCIAS	%
23 años o menos	1023	67,8%
de 24 a 30 años	387	25,6%
más de 30 años	99	6,6%

Tabla 2. Distribución porcentual de la muestra por sexo

Género	FRECUENCIAS	%
Hombres	606	37,9%
Mujeres	983	61,3%
Otro	11	0,7%



En cuanto a las características educativas, la mayoría de los encuestados son estudiantes de grado (84,3%) (Tabla 3) y principalmente pertenecen a áreas de estudio relacionadas con economía, empresa y derecho (45,5%) o informática e ingenierías (22,3%) (Tabla 4).

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

Nivel de estudios	FRECUENCIAS	%
(1) Grado	1351	84,3%
(2) Master	228	14,2%
(3) Doctorado	18	1,1%
(4) Otros (MBA, etc)	5	0,3%

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

Área de estudio	FRECUENCIAS	%
Humanidades	67	4,2%
Economía, empresa y derecho	729	45,5%
Informática e ingenierías	358	22,3%
Ciencias de la Salud	55	3,4%
Matemáticas y ciencias	88	5,5%
Artes	15	0,9%
Ciencias Sociales	220	13,7%
Otros	70	4,4%

INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES

Para medir las intenciones de elección de carrera de los estudiantes, la encuesta incluyó dos preguntas centradas en este tema, abarcando diferentes momentos temporales: al finalizar sus estudios (“¿Qué camino intentarás seguir una vez que termines tus estudios? Quiero ser...”) y cinco años después (“¿Qué camino intentarás seguir 5 años después de terminar tus estudios? Quiero ser...”).

Para ambas preguntas, se ofrecieron 10 opciones como respuesta, de las cuales los estudiantes debían seleccionar únicamente una:

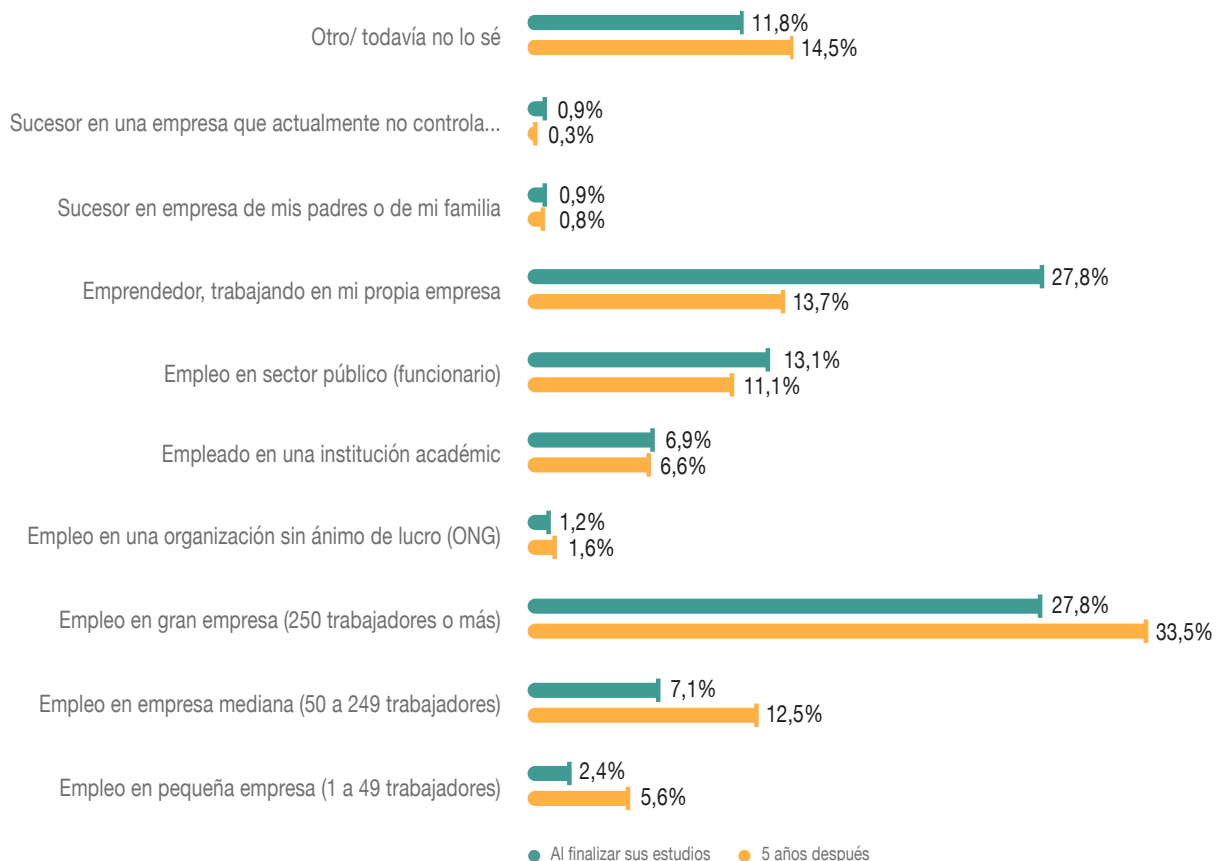
Descripción de los ítems:

1. Empleado/a en una pequeña empresa (1-49 trabajadores)
2. Empleado/a en una mediana empresa (50-249 trabajadores)
3. Empleado/a en una gran empresa (250 o más trabajadores)
4. Empleado/a en una organización sin ánimo de lucro (ONG)
5. Empleado/a en una institución académica (Colegio, Instituto, Universidad)
6. Empleado/a público (funcionario)
7. Emprendedor/a, trabajando en mi propia empresa
8. Sucesor/a en una empresa de mis padres o mi familia
9. Sucesor/a en una empresa que actualmente no controla mi familia
10. Otro/Todavía no lo sabe

Los resultados de estas cuestiones se presentan en la Figura 1. Al finalizar sus estudios, la opción más elegida por los encuestados es el empleo en una gran empresa (33,5%). No obstante, esta cifra disminuye a 27,8% cinco años después. En contraste, la intención de emprender gana relevancia con el tiempo: pasa de un 13,7% al finalizar los estudios a un significativo 27,8% cinco años después, igualando así el interés por trabajar en grandes empresas.

Estos resultados sugieren que, inicialmente, los estudiantes muestran preferencia por emplearse en grandes empresas, pero con el tiempo y la experiencia adquirida, el interés por el emprendimiento crece. Además, un 14,5% de los encuestados manifiesta incertidumbre sobre su futuro al terminar los estudios, cifra que se reduce ligeramente a 11,8% cinco años más tarde. Por otro lado, opciones como trabajar en una ONG o ser sucesor en la empresa familiar presentan porcentajes muy bajos en ambos momentos.

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

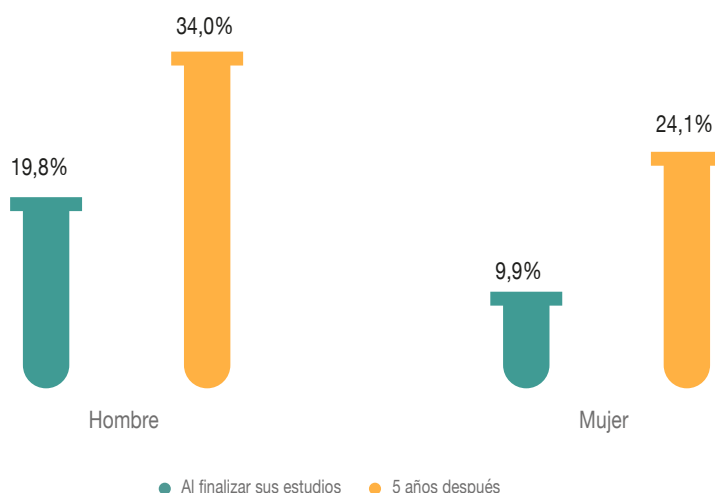


Al analizar en detalle a quienes eligieron emprender su propio negocio, se observa que la intención emprendedora entre los hombres alcanza un 19,8%, prácticamente el doble que la de las mujeres (9,9%). Cinco años después, aunque ambos porcentajes aumentan, la diferencia entre géneros persiste: el interés de los hombres crece hasta un 34%, mientras que en las mujeres llega al 24,1% (Figura 2).

Estos resultados muestran que, si bien la intención emprendedora aumenta con el tiempo para ambos géneros, los hombres mantienen un interés significativamente mayor en ambos momentos.

INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES

Figura 2. Intención emprendedora. Detalle por género.



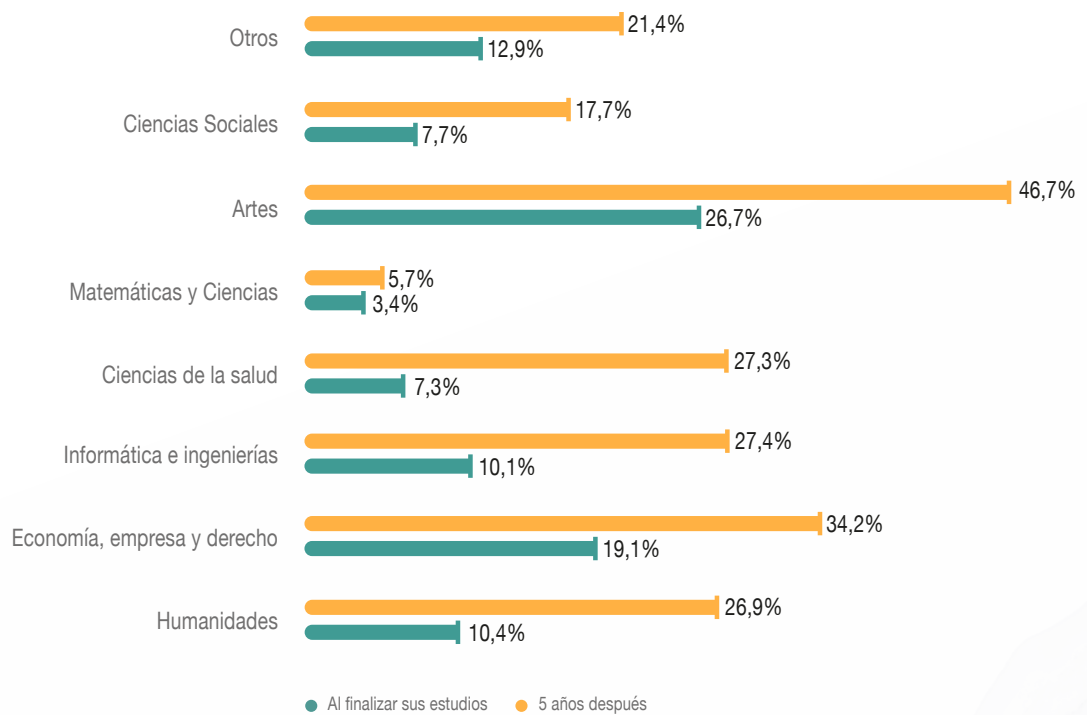
Al analizar la intención emprendedora por área de estudio al finalizar los estudios y cinco años después, destacan las áreas de Artes y Economía, Empresa y Derecho por mostrar los mayores niveles e incrementos en el tiempo.

En el caso de Ciencias de la salud, el aumento es el más significativo, pasando del 7,3% al 27,3%, lo que refleja una alta predisposición hacia el emprendimiento con el paso del tiempo. Por su parte, los estudiantes de Economía, Empresa y Derecho evidencian una clara vocación emprendedora, creciendo del 19,1% al 34,2%.

En contraste, el área de Matemáticas y Ciencias presenta las cifras más bajas en intención emprendedora, tanto al finalizar los estudios (3,4%) como cinco años después, con un aumento mínimo hasta el 5,7%.

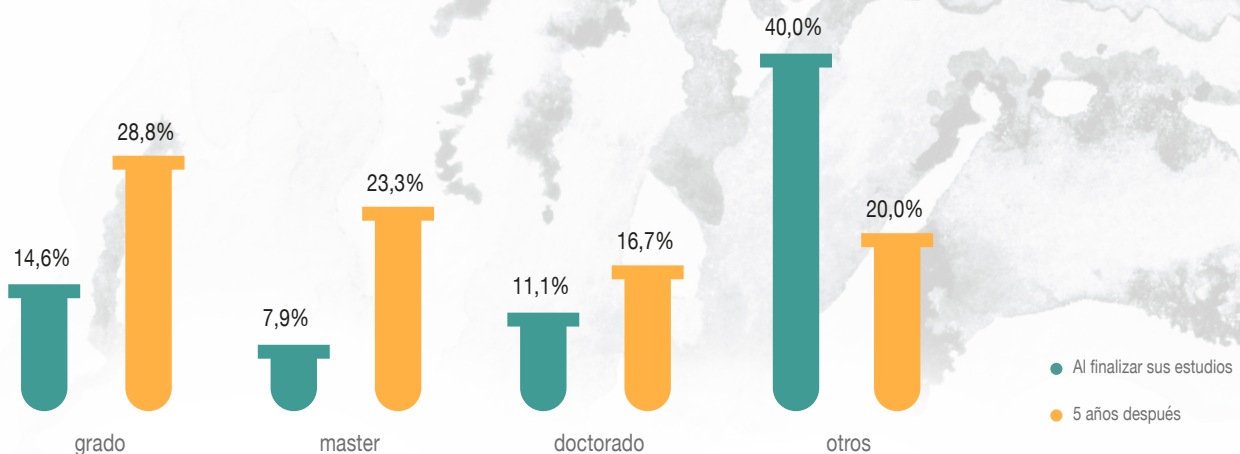
En términos generales, la intención emprendedora aumenta en casi todas las áreas con el paso del tiempo, lo que sugiere que factores como la experiencia laboral o el contexto profesional pueden influir en el desarrollo de este interés. (Figura 3)

Figura 3. 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 4), en las tres categorías educativas principales (Grado, Máster y Doctorado), la intención emprendedora aumenta con el tiempo, especialmente en el Grado (del 14,6% al 28,8%) y en el Máster (del 7,9% al 23,3%). Este aumento generalizado sugiere que las experiencias laborales y las circunstancias personales pueden influir sobre la percepción del emprendimiento con el tiempo

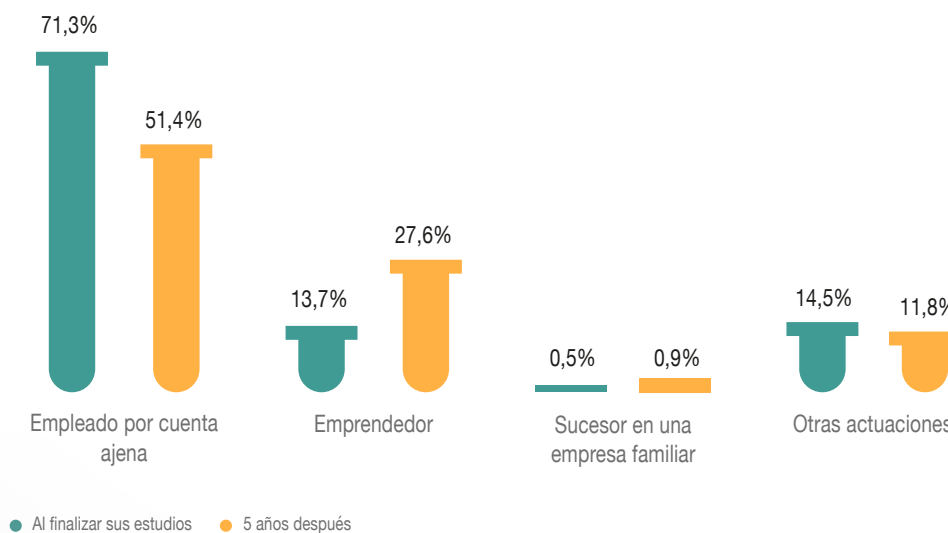
Figura 4. Intenciones emprendedoras al finalizar sus estudios y a los 5 años de acabar sus estudios, en porcentajes y agrupados por nivel de estudios



INTENCIONES EMPRENDEDORAS A LO LARGO DEL TIEMPO

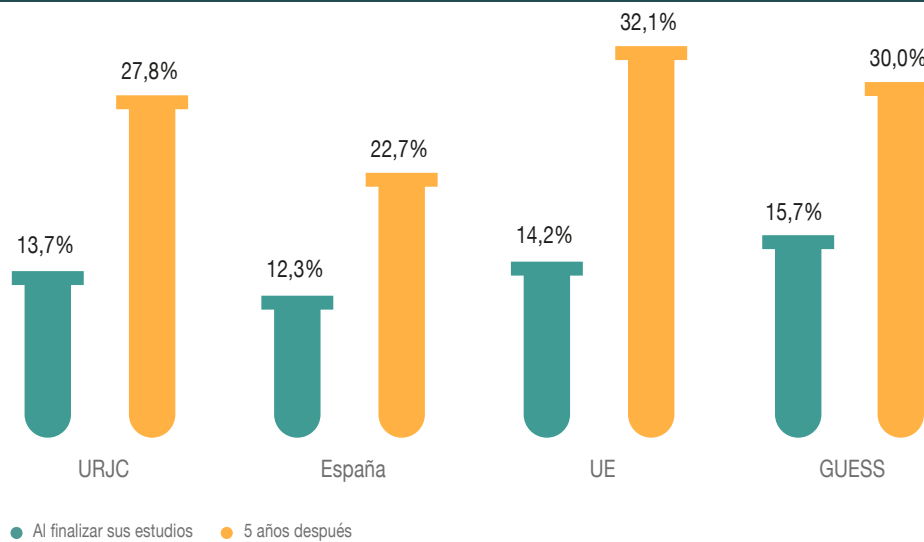
Al analizar las intenciones emprendedoras a lo largo del tiempo, la Figura 5 muestra las intenciones de elección de carrera al finalizar los estudios y 5 años después. Se puede observar cómo, aunque el trabajo por cuenta ajena es la opción predominante en ambos momentos temporales (71,3% y 51,4%), la reducción de esta intención sugiere que con el tiempo los estudiantes buscan caminos más independientes o alternativos, reflejándose esta tendencia a la inversa en la intención emprendedora, la cual se duplica con el tiempo, pasando de un 13,7% a un 27,8%. Por otro lado, la categoría de sucesor en una empresa familiar, muestra una cifra muy baja (0,5% y 0,9% respectivamente).

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



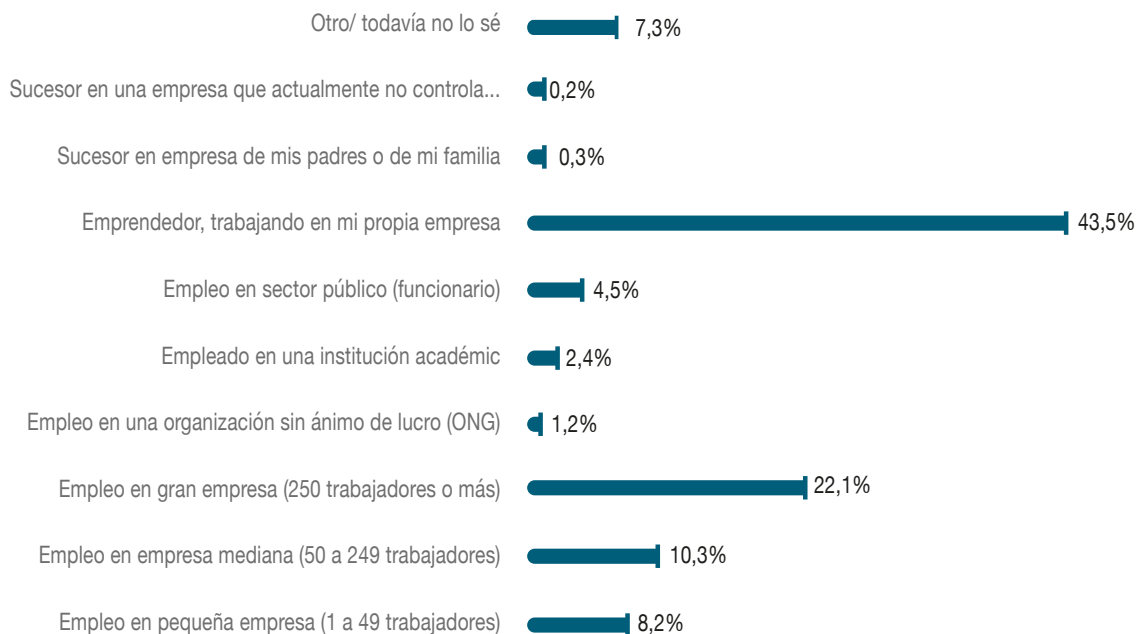
Al comparar los datos de intención emprendedora de la URJC, España, la Unión Europea (UE) y la media internacional de GUESSS (Figura 6), se observa un aumento significativo en los cuatro niveles 5 años después de finalizar los estudios. La UE destaca con el mayor crecimiento, pasando del 14,2% al 32,1%, mientras que España presenta el aumento más moderado, del 12,3% al 22,7%. En cuanto a la URJC, el incremento es similar al de la media internacional de GUESSS, pasando del 13,7% al 27,8%. Aunque la URJC queda ligeramente por debajo de la media internacional, supera a la media española.

Figura 6. Intenciones de elección de carrera emprendedora al finalizar sus estudios y 5 años después. URJC, España, Unión Europa y países GUESS.



Finalmente, la Figura 7 muestra la trayectoria profesional de aquellos estudiantes que se declararon emprendedores intencionales a corto plazo una vez pasados 5 años. La mayoría de los encuestados (43,5%) mantiene su preferencia de ser emprendedores, lo que confirma un claro interés por la creación de sus propios negocios. Pero, aunque este elemento es el predominante, un porcentaje considerable considera alternativas como trabajar en grandes empresas (22,1%) o medianas empresas (10,3%). Finalmente, hay un pequeño grupo (7,3%) que no tiene definido su camino.

Figura 7. Trayectoria profesional que los universitarios pretenden seguir 5 años después de terminar su formación habiéndose declarado emprendedor intencional a corto plazo



● 5 años después

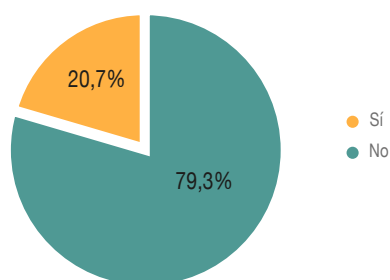
ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS

4.1 EMPRENDIMIENTO NACIENTE

El emprendimiento naciente se origina cuando una persona, ya sea de manera individual o en colaboración con otras, busca desarrollar su propia empresa o iniciar una actividad por cuenta propia. Esto incluye a quienes expresan la intención de emprender y han comenzado a dar pasos en esa dirección, aunque las empresas aún no estén operativas en el momento de participar en la encuesta.

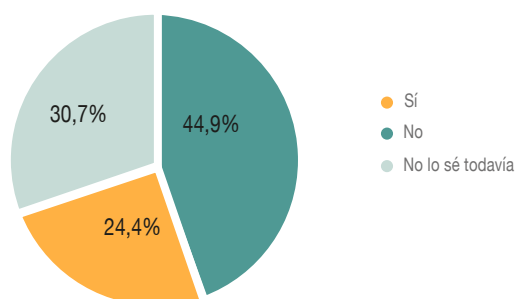
Teniendo en cuenta esta premisa, para identificar a los emprendedores nacientes entre los encuestados se formuló la pregunta “¿Estás actualmente tratando de montar tu propio negocio o intentando trabajar por cuenta propia?”. Dentro de la muestra correspondiente a la URJC, el 20,7% contestaron afirmativamente (Figura 8)

Figura 8. Porcentaje de emprendedores nacientes en URJC



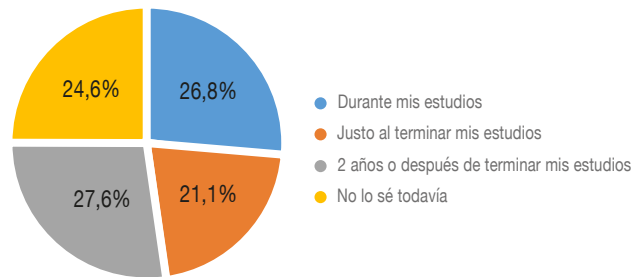
De entre estos, un 50,9% afirmaron que el proyecto de empresa en el que estaban trabajando en ese momento sería su ocupación tras graduarse frente al 18,9% que no quería que fuera así. El 30,3% se mostró indeciso frente a esta continuación del proyecto de emprendimiento a lo largo del tiempo (Figura 9).

Figura 9. ¿Quieres que este negocio sea tu principal ocupación tras graduarte?



Al ser preguntados por el momento en el que planeaban completar la creación de la empresa, los resultados se dividieron de manera prácticamente igualitaria. El segmento más grande afirma querer hacerlo a partir de los dos años de terminar los estudios (27,6%), seguido por un porcentaje similar que dice querer hacerlo mientras aún cursa sus estudios (26,8%). Un 21,1% afirma querer completar la fundación justo al finalizar los estudios, mientras un 24,6% aún no lo tiene claro (Figura 10).

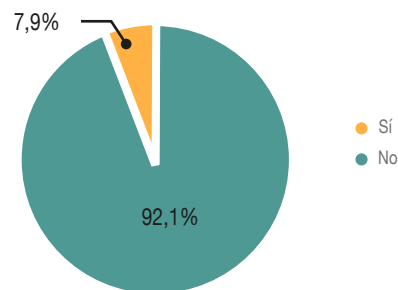
Figura 10. Momento de completar el proceso de creación de la empresa



4.2 EMPRENDIMIENTO ACTIVO

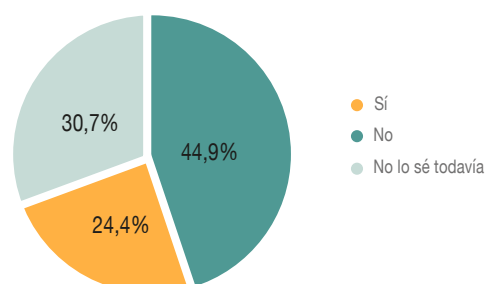
Para profundizar en las características y motivaciones de aquellos estudiantes que ya han puesto en marcha su negocio, lo que se considera emprendimiento activo, se realizaron una serie de preguntas, empezando por “¿Has creado alguna empresa antes?”. Ante esta pregunta, el 7,9% de los encuestados respondieron afirmativamente, pudiendo ser considerados emprendedores activos (Figura 11).

Figura 11. Porcentaje de emprendedores activos en URJC



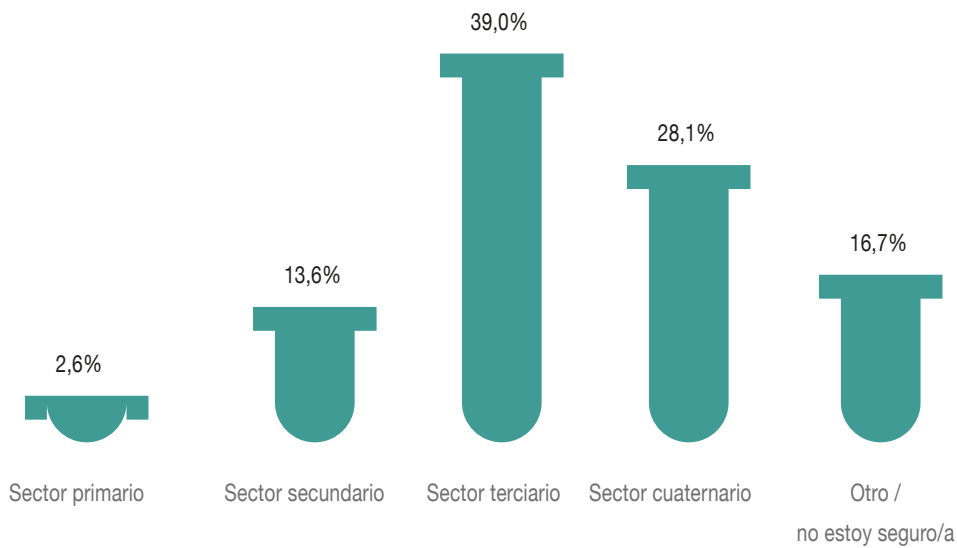
Al ser consultados sobre su intención de continuar con sus empresas tras graduarse, solo el 24,4% expresó su deseo de que este proyecto se convierta en su ocupación principal, mientras que el 44,9% afirmó lo contrario (Figura 12). La proporción de quienes desean mantener estas empresas como actividad principal es la mitad en comparación con el emprendimiento naciente. Esto podría indicar que haber completado el proceso emprendedor, con los desafíos que implica, influye significativamente en la disposición de enfocarse o no en dicho proyecto a largo plazo.

Figura 12. Nueva empresa será su principal ocupación después de graduarse



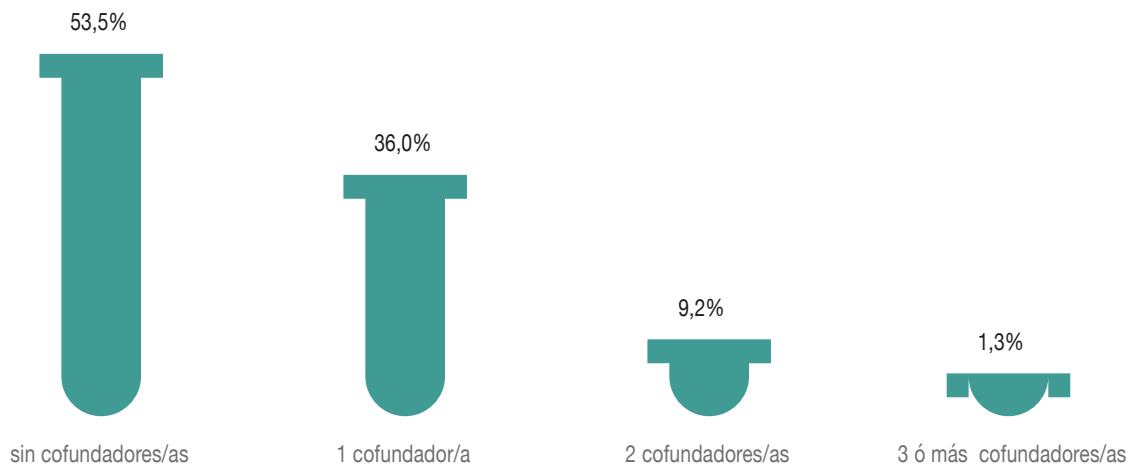
Con relación al sector económico en el que se desarrollan estos emprendimientos, el 39% se sitúa en el sector terciario, seguido por el sector cuaternario con un 28,1%. El sector primario es el menos representado, con solo un 2,6% de las empresas (Figura 13).

Figura 13. Distribución porcentual de emprendimiento activo por sector económico.



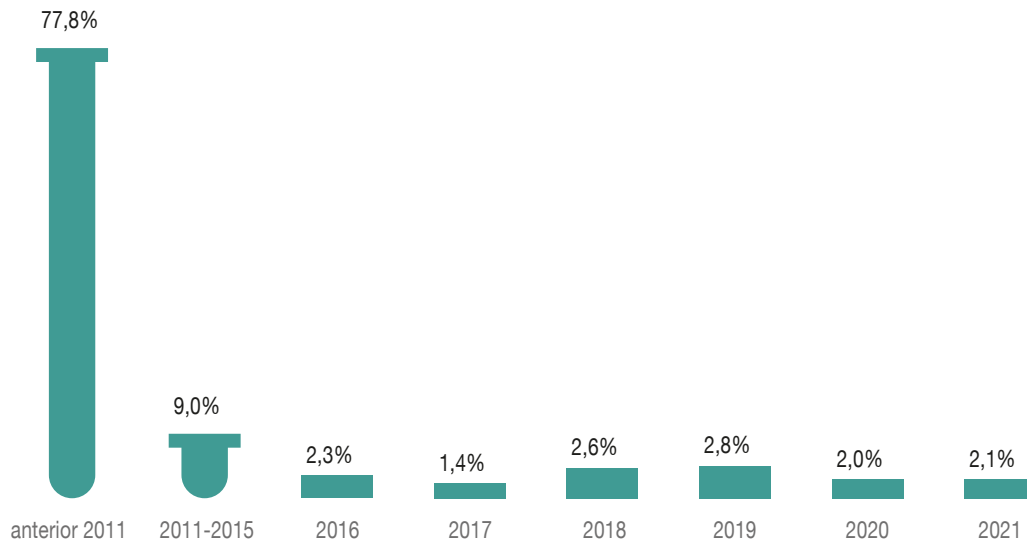
De estas empresas fundadas, más de la mitad (53,5%) se fundaron en solitario, mientras que el 36% se hizo con un 1 cofundador. Solo el 1,3% de las empresas se fundaron con 3 o más cofundadores, lo que deja un 9,2% que lo hizo con 2 cofundadores (Figura 14).

Figura 14. Distribución de las empresas activas en relación con el número de personas cofundadoras



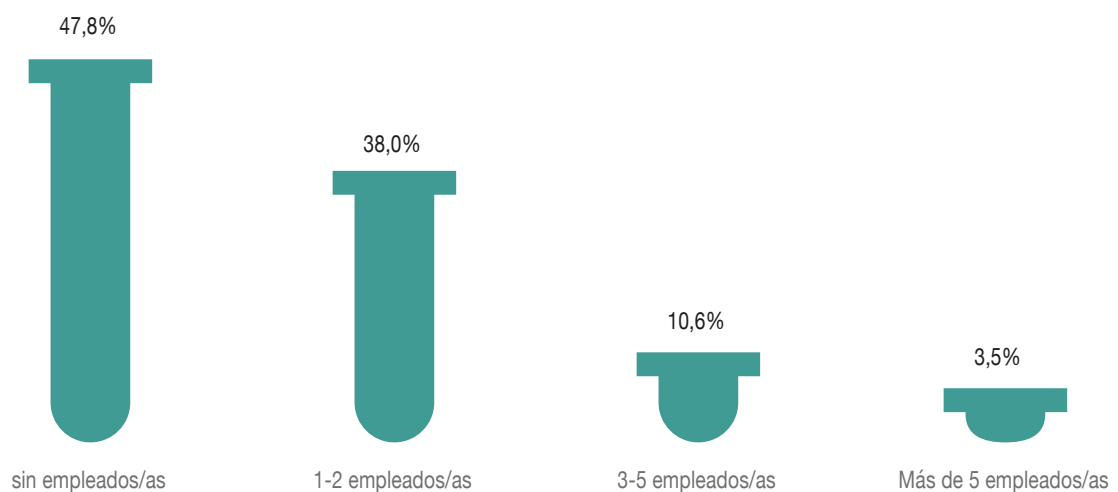
Respecto al año de creación en el que se fundaron estos negocios, la gran mayoría (77,8%) fueron fundadas antes del 2011, pudiendo considerarse empresas consolidadas (Figura 15). El periodo 2011-2015 acumula el 9% de empresas activas y en los últimos años, se encuentran entre el 2 y 2,8%.

Figura 15. Distribución de las empresas activas según años de antigüedad



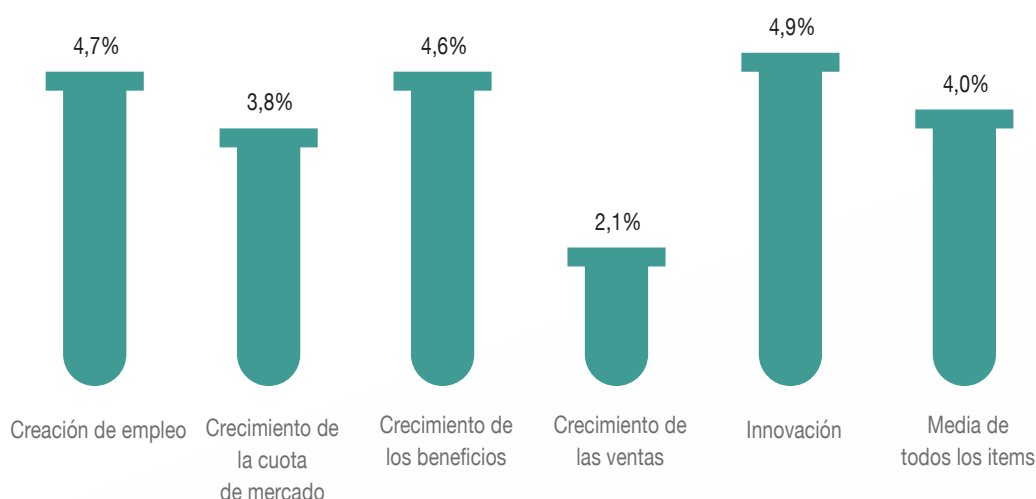
Respecto al tamaño de estas empresas, prácticamente la mitad (47,8%) desarrolla su actividad únicamente con la persona que emprendió y sólo el 3,5% tiene 5 o más empleados/as (Figura 16).

Figura 16. Distribución de las empresas activas en función del nº trabajadores/as



Al ser preguntados por el desempeño de sus empresas frente a las de sus competidores en relación a los aspectos contemplados en la Figura 17, la innovación es el aspecto con la mayor puntuación (4,9%), indicando que los emprendedores están más satisfechos con la capacidad innovadora de sus negocios. Los siguientes aspectos más valorado es la creación de empleo (4,7%) y el crecimiento de los beneficios (4,6%). Por el contrario, el crecimiento de las ventas es el aspecto con la menor puntuación (2,1%), muy por debajo de la media general (4%). Esto indica que, aunque hay satisfacción en áreas como la innovación y la creación de empleo, el crecimiento en ventas es un área crítica que requiere atención, ya que esto podría implicar problemas en estrategias de comercialización o dificultades para competir en el mercado.

Figura 17. Percepción del desempeño en comparación con los competidores



4.3 PERSPECTIVA TERRITORIAL

Al comparar los datos del emprendimiento naciente en la URJC con los resultados obtenidos en la Comunidad de Madrid, España, la Unión Europea y la comunidad internacional se puede ver una brecha entre el promedio internacional (25,7%) y las cifras de la URJC (20,7%) y España (17,5%). En esta ocasión, la media más cerca al promedio internacional es la de la Comunidad de Madrid (22,2%), lo cual puede sugerir un entorno más favorable para los emprendedores nacentes en esta comunidad (Figura 18).

Figura 18. Comparación emprendimiento naciente de URJC, Comunidad de Madrid, España, UE e internacional

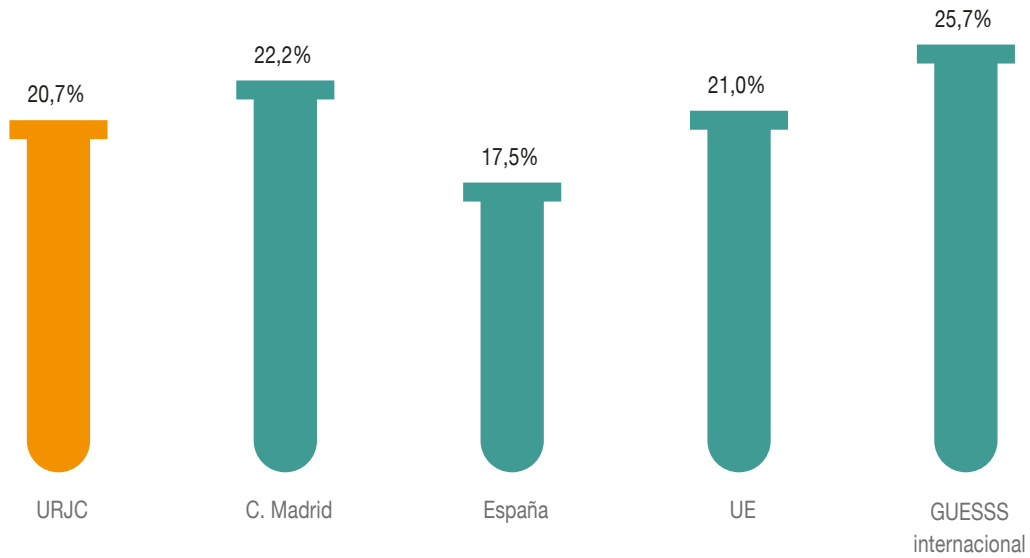
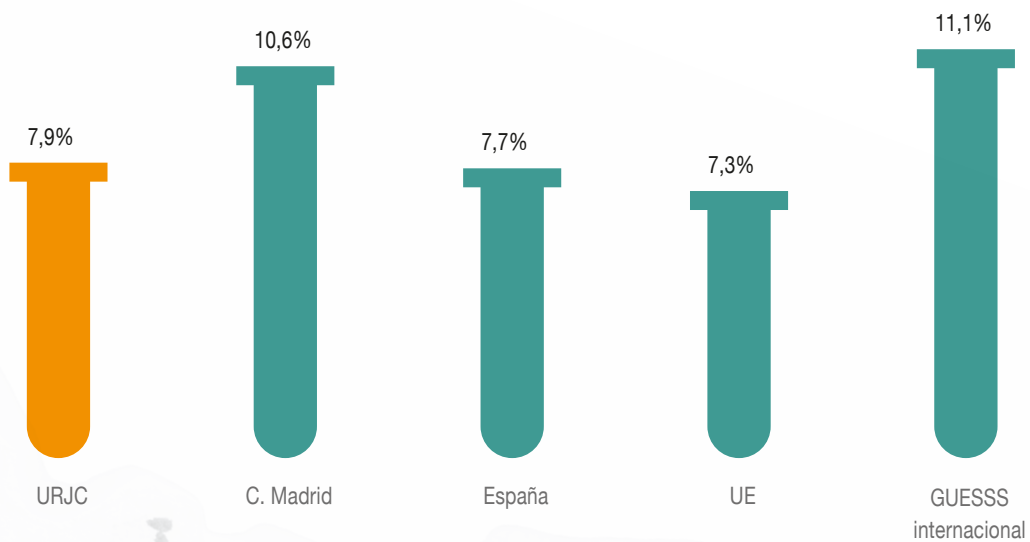


Figura 19. Comparación del emprendimiento activos en URJC, Comunidad de Madrid, España, UE e internacional

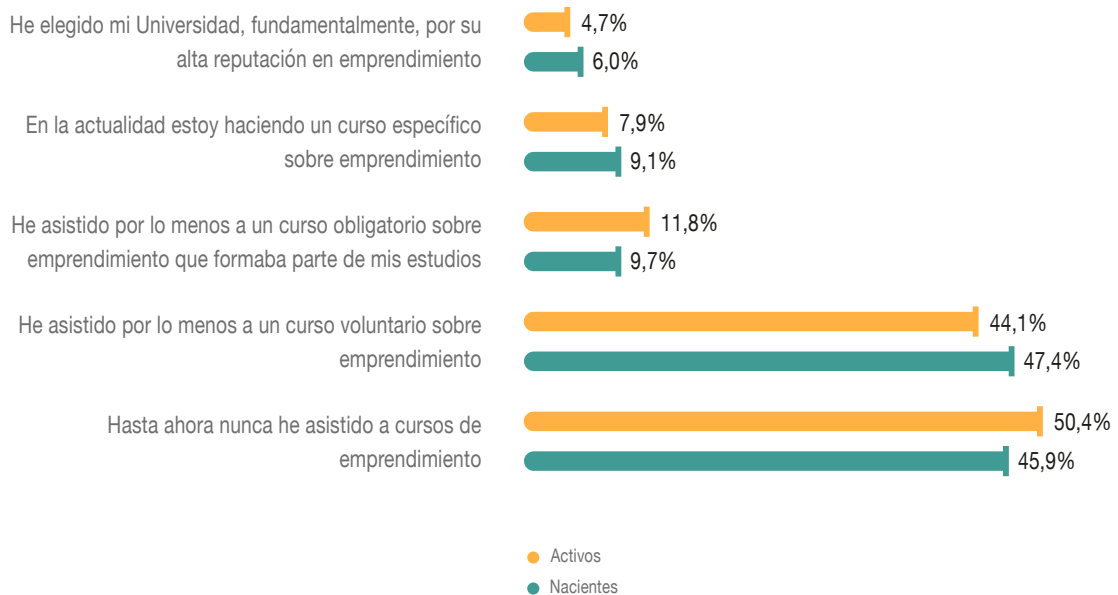


EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO: FACTORES CONTINGENTES

5.1 CONTEXTO UNIVERSITARIO

Al preguntar a los emprendedores nacientes y activos acerca de su participación en cursos de emprendimiento, un 45,9% de los emprendedores nacientes y un 50,4% de los emprendedores activos afirman no haber asistido nunca a ningún curso de emprendimiento. Esto indica una falta de formación en emprendimiento relativamente común, lo cual sugiere que los emprendedores inician sus proyectos sin una formación estructurada previa. Por el contrario, un 47,4% de los nacientes y un 44,1% de los activos han tomado cursos voluntarios, lo cual podría reflejar que los nacientes están más interesados en adquirir conocimientos iniciales antes de avanzar con su idea de negocio. Finalmente, solo un 6% de nacientes y un 4,7% de activos eligieron su universidad por su reputación en emprendimiento (Figura 20).

Figura 20. Asistencia a cursos de emprendimiento por los emprendedores nacientes y activos.



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

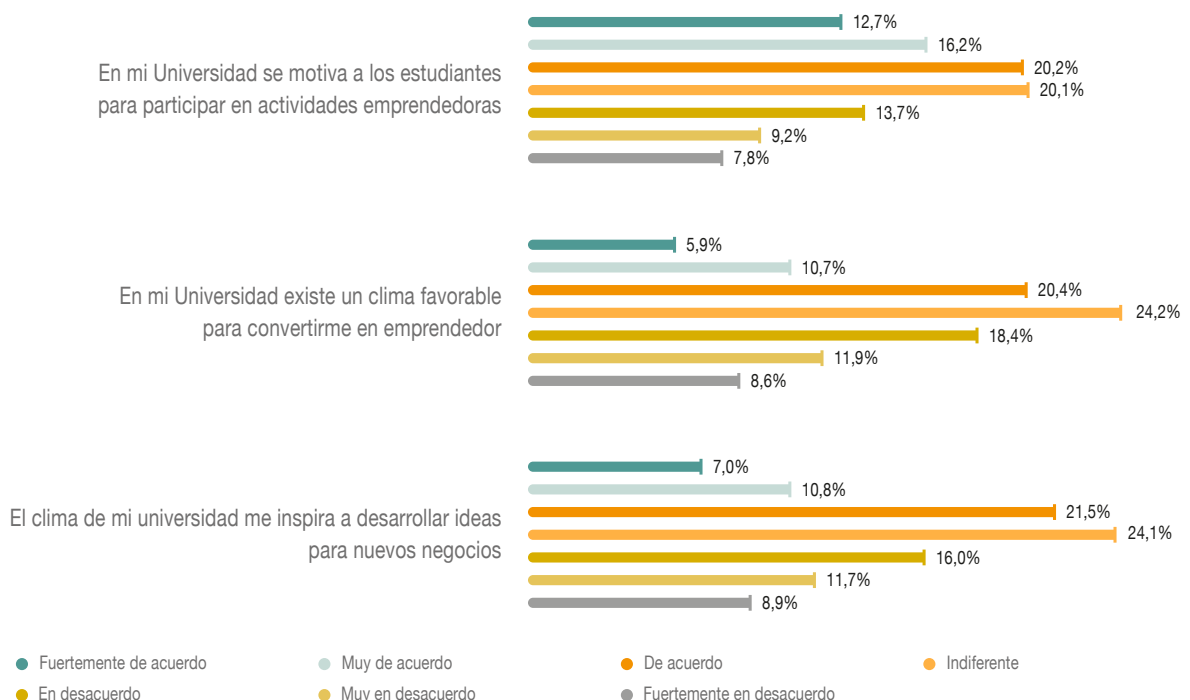
En esta sección se pide a los estudiantes que contesten el nivel de acuerdo con cada uno de los ítems planteados (1=fuertemente en desacuerdo, 7=fuertemente de acuerdo).

Los ítems son:

1. El clima de mi universidad me inspira a desarrollar ideas para crear nuevos negocios.
2. En mi universidad existe un clima favorable para convertirme en emprendedor/a.
3. En mi universidad me motivan para participar en actividades emprendedoras.
4. En mi universidad puedo obtener fácilmente asesoramiento y orientación en materia de emprendimiento
5. Los cursos o servicios que he recibido aumentaron mi conocimiento de las actitudes, valores y motivaciones para emprender.
6. Los cursos o servicios que he recibido aumentaron mi conocimiento de las actividades que hay que realizar para crear una empresa.
7. Los cursos o servicios que he recibido mejoraron mis habilidades prácticas de gestión para la creación de una empresa.
8. Los cursos o servicios que he recibido mejoraron mis habilidades para crear redes de contactos.
9. Los cursos o servicios que he recibido me animaron a identificar oportunidades de negocio alineados con mis conocimientos e intereses.
10. Los cursos o servicios que he recibido me animaron a identificar oportunidades de negocios estrechamente relacionadas con tendencias, discontinuidades, impactos tecnológicos y otros cambios en el entorno.

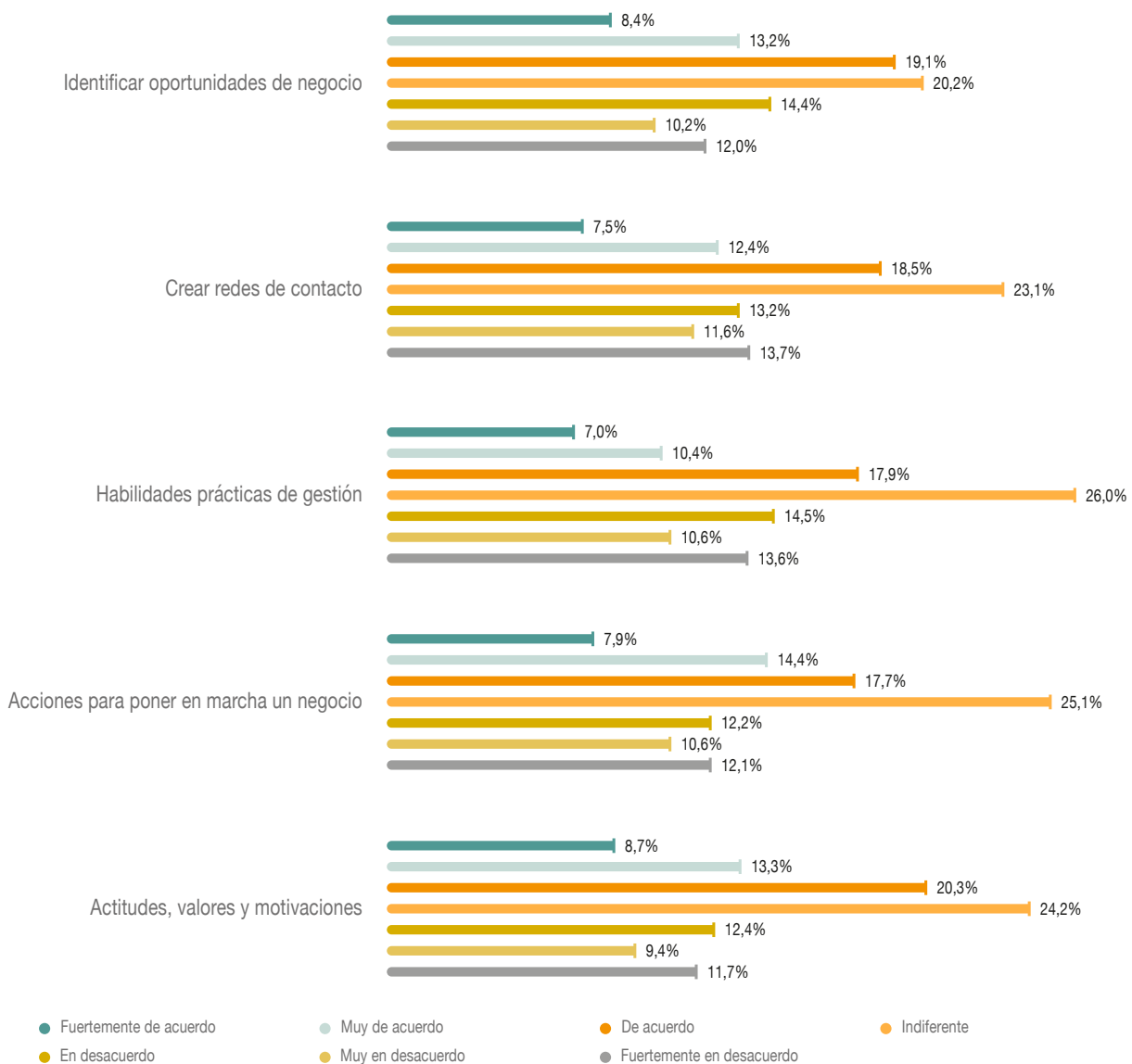
Los resultados sobre el impacto del entorno universitario en el emprendimiento revelan que entre el 36 % y el 49 % del estudiantado percibe de forma positiva el clima emprendedor en la universidad. Esta actitud favorable incluye a quienes respondieron “de acuerdo”, “muy de acuerdo” o “totalmente de acuerdo” ante las afirmaciones planteadas. En contraste, entre el 20 % y el 24 % mantiene una postura neutral (indiferente) respecto a si consideran que la URJC ofrece un ambiente que fomenta e impulsa el emprendimiento (Figura 21).

Figura 21. Comparación entre las valoraciones de los ítems asociados al ambiente universitario (1-3) en porcentajes



Los resultados sobre el impacto del entorno universitario en el emprendimiento indican que entre el 35 % y el 42 % de los estudiantes manifiestan una actitud favorable, al responder “de acuerdo”, “muy de acuerdo” o “totalmente de acuerdo” a las afirmaciones planteadas. Por otro lado, aproximadamente el 23 % adopta una postura neutral o indiferente al ser consultado sobre si los cursos que han recibido en la URJC les han proporcionado las habilidades y conocimientos necesarios para emprender. 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 22 muestra los porcentajes de estudiantes que han valorado su grado de acuerdo con cada uno de estos ítems.

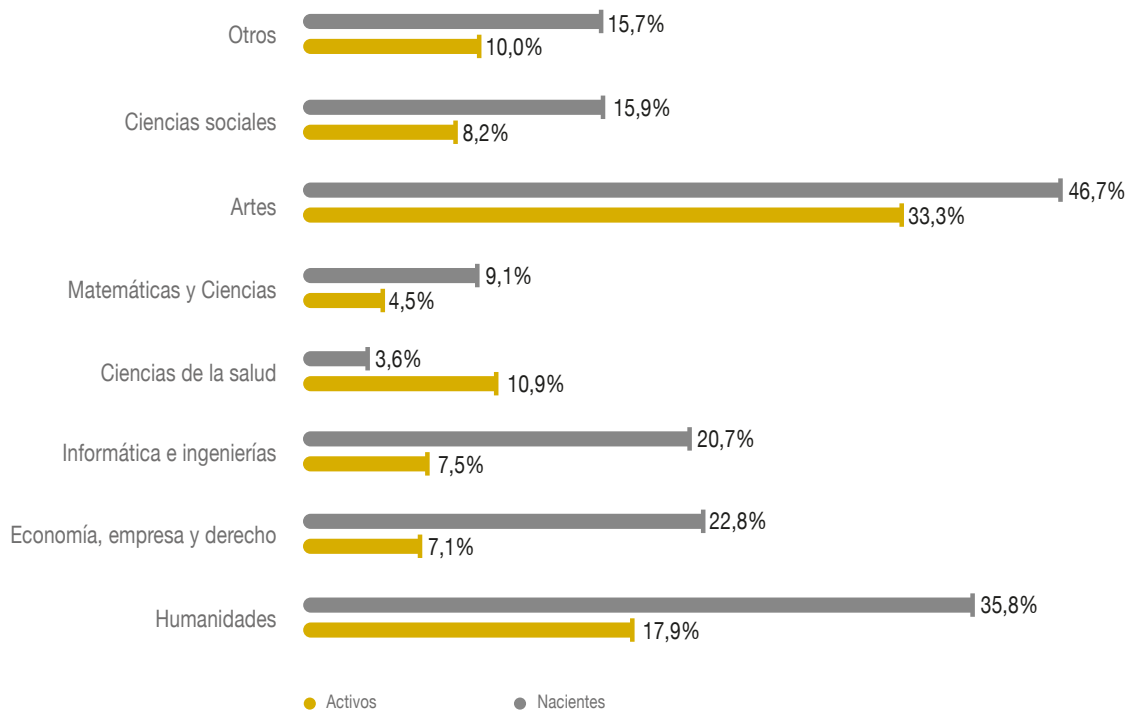
Figura 22. Comparación entre las valoraciones de los ítems asociados a los cursos (4-8)



5.2 CAMPO DE ESTUDIO

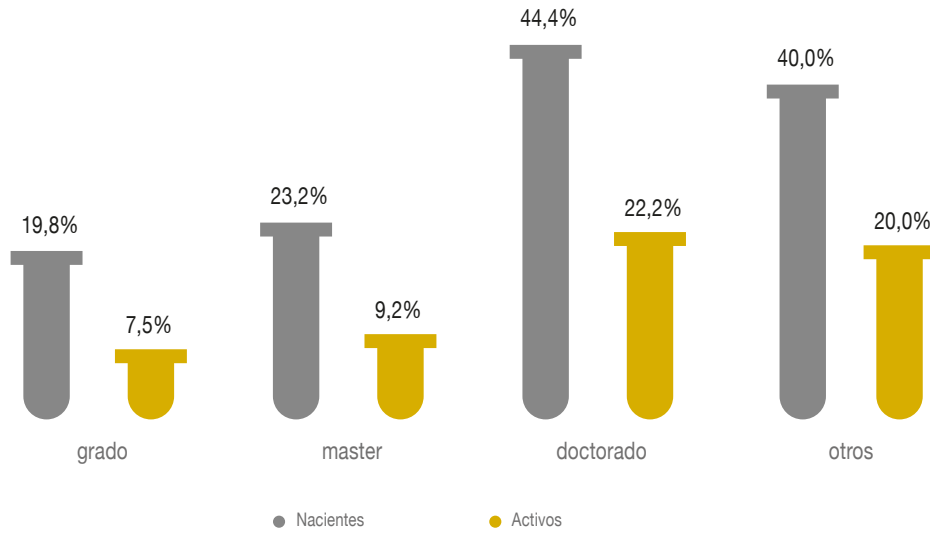
El análisis de la actividad emprendedora según el área de estudio pone de manifiesto importantes diferencias en cuanto a la intención de emprender y la consolidación de los proyectos. El área de Artes sobresale por registrar los porcentajes más elevados de emprendimientos nacientes (46,7 %) y activos (33,3 %), lo que sugiere un entorno especialmente propicio para la creación de nuevos proyectos y una alta tasa de sostenibilidad a largo plazo. Este mismo patrón se puede encontrar en el área de Humanidades. En contraste, áreas como Ciencias de la Salud, Ingeniería y Economía muestran un considerable interés inicial por emprender, 10,9%, 20,7% y 22,8% respectivamente, pero con una tasa de emprendimiento activo notablemente inferior, lo que podría reflejar dificultades en la implementación o en la viabilidad a largo plazo de los proyectos (Figura 23).

Figura 23. Emprendedores nacientes y activos (porcentajes). Detalle por área de estudio.



En relación con el nivel de estudios, el gráfico revela que a medida que el nivel educativo aumenta, la representación de emprendedores nacientes crece significativamente, llegando a un 44,4% en el caso del doctorado y a un 23,2% en el de máster. Un nivel de emprendimiento similar al de quienes poseen un doctorado se observa entre aquellos con formación no reglada o complementaria (40%) – categoría “Otros”-, lo que podría estar vinculado a perfiles más flexibles o de carácter multidisciplinar. En el caso de emprendedores activos, la mayor representación sigue siendo aquellos encuestados que cuentan con un doctorado (22,2%) seguido por aquellos que afirman tener otro tipo de educación (20%) (Figura 24). Esta diferencia entre nacientes y activos podría reflejar la diferencia entre las habilidades teóricas y las necesarias para la creación y gestión de un negocio.

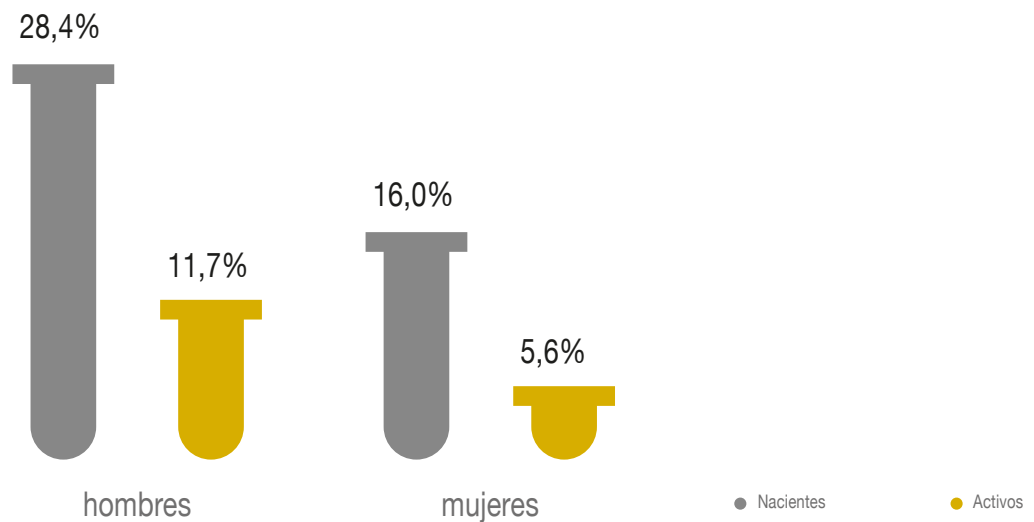
Figura 24. Emprendedores nacientes y activos (porcentajes). Detalle por nivel de estudio.



5.3 GÉNERO

La Figura 25 muestra el porcentaje de emprendedores nacientes y activos diferenciados por género. En ambos casos, se puede ver una importante brecha de género, existiendo una mayor predisposición al emprendimiento de los hombres que de las mujeres, la cual supera los 12 puntos porcentuales en el caso del emprendimiento naciente (28,4% de hombres frente al 16% de mujeres), reduciéndose a la mitad en el caso de los activos (11,7% frente al 5,6%).

Figura 25. Emprendedores nacientes y activos (porcentaje). Detalle por género.



INFORMACIÓN ADICIONAL

6.1 FACTORES EXPLICATIVOS DE LAS INTENCIONES EMPRENDEDORAS

Utilizando la información de la muestra para analizar las intenciones emprendedoras de los estudiantes, se revisan seis ítems (1-6) asociados a la intención de emprender (Liñán y 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 dispuesto/a a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor/a.
- 2-Mi meta profesional es llegar a ser emprendedor/a.
- 3-Haré todo lo posible para crear y gestionar mi propio negocio.
- 4-He pensado muy seriamente en iniciar un negocio.
- 5-Estoy decidido/a a crear una empresa en el futuro.
- 6-Tengo la firme intención de crear un negocio algún día.

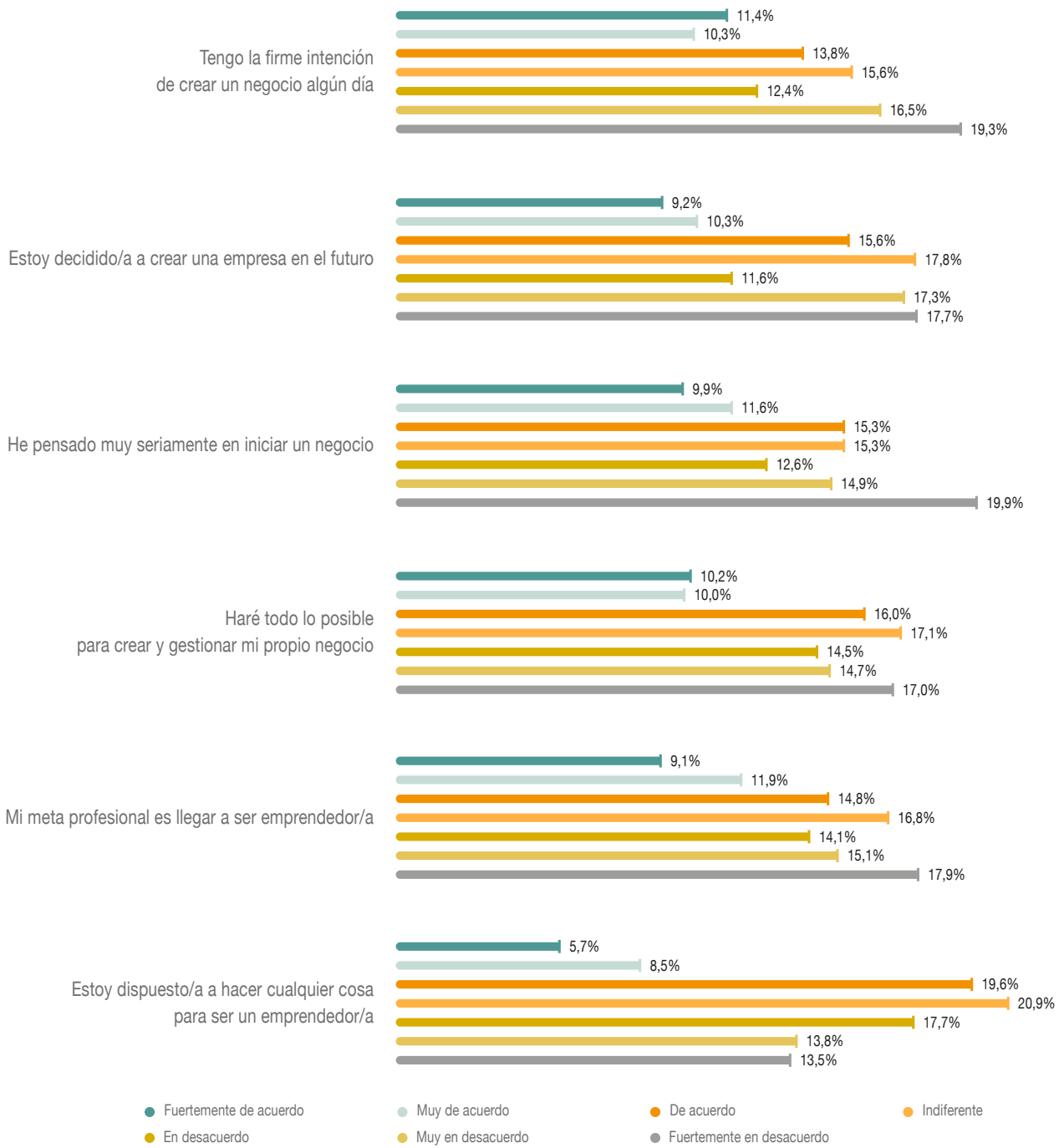
La Tabla 5 detalla las frecuencias absolutas y la Figura 26 muestra los porcentajes de estudiantes que han valorado su grado de acuerdo con cada uno de estos ítems. Los resultados obtenidos respecto a la actitud emprendedora muestran que aproximadamente el 35% del estudiantado muestra una actitud favorable hacia el emprendimiento, considerando la suma de los que valoran de 5 a 7 el grupo de ítems 1-6.

Tabla 5. 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	168	223	212	221	248	241
Muy en desacuerdo	172	188	183	216	186	206
En desacuerdo	221	176	181	145	157	155
Indiferente	261	209	213	222	191	195
De acuerdo	244	185	200	194	191	172
Muy de acuerdo	106	148	125	129	144	129
Fuertemente de acuerdo	71	113	127	115	124	142

INFORMACIÓN ADICIONAL

Figura 26. Comparación entre las valoraciones de los ítems asociados a la intención (1-6) en porcentajes.

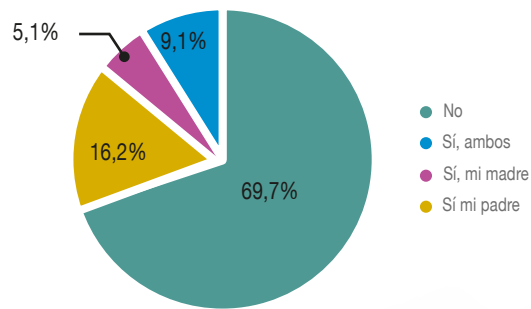


Presentaciones

6.2 ANTECEDENTES FAMILIARES

Para recoger el nivel de emprendimiento del entorno familiar, se ha formulado una pregunta referente a si los padres/madres de los estudiantes trabajan por cuenta propia o son propietarios mayoritarios de una empresa y se plantearon cuatro posibles respuestas: No (1), Sí, mi padre (2), Sí, mi madre (3), Sí, ambos (4). El 31% de los estudiantes tienen uno de sus dos progenitores, o ambos, trabajando por cuenta propia o siendo propietario mayoritario de una empresa (Figura 27). Entre ese grupo de estudiantes, es más habitual que sea el padre el que esté en esta situación (16,2%), que lo esté la madre (5,1%).

Figura 27. Padres/Madres trabajando por cuenta propia o propietarios mayoritarios



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Crecimiento de la intención emprendedora: La preferencia por el emprendimiento aumenta significativamente con el tiempo, especialmente en áreas como Artes y Economía, Empresa y Derecho, lo que refleja el impacto de la experiencia profesional y personal.
2. Desigualdad de género: Los hombres muestran una intención emprendedora consistentemente mayor que las mujeres, lo que destaca la necesidad de fomentar la participación femenina.
3. Formación insuficiente: Una gran proporción de emprendedores nacientes y activos no ha recibido formación en emprendimiento, lo que podría limitar el éxito y sostenibilidad de sus iniciativas.
4. Limitado impacto del entorno universitario: Aunque algunos estudiantes reconocen un ambiente favorable, muchos no consideran que la universidad ofrezca un apoyo efectivo para desarrollar habilidades emprendedoras.
5. Diferencias territoriales: La Comunidad de Madrid presenta un entorno más favorable para el emprendimiento naciente y activo en comparación con España en general, pero aún por debajo de la media internacional.

RECOMENDACIONES A LOS ESTUDIANTES:

1. Participar activamente en cursos y talleres de emprendimiento para adquirir habilidades prácticas y construir redes de contactos.
2. Buscar mentores o asesoramiento en incubadoras y programas especializados para desarrollar ideas de negocio.
3. Aprovechar oportunidades de prácticas o proyectos que fomenten la experiencia empresarial.

RECOMENDACIONES A LA UNIVERSIDAD:

1. Diseñar programas de formación más específicos y prácticos en emprendimiento, integrando habilidades como gestión de empresas, innovación y networking.
2. Incluir el emprendimiento como un componente transversal en los planes de estudio de todas las áreas académicas.
3. Crear un ecosistema de apoyo emprendedor, incluyendo incubadoras, asesoramiento personalizado y espacios de coworking.
4. Promover campañas que fomenten la participación femenina en emprendimiento, abordando barreras de género y ofreciendo apoyo especializado.
5. Mejorar la comunicación sobre los recursos y oportunidades disponibles para emprendedores dentro de la universidad.

RECOMENDACIONES A LOS ACADÉMICOS SOBRE EMPRENDIMIENTO:

1. Realizar investigaciones que exploren las barreras y motivaciones de los estudiantes hacia el emprendimiento, para adaptar las estrategias educativas.
2. Colaborar con empresas y organismos externos para ofrecer casos prácticos y proyectos reales en los cursos relacionados con el emprendimiento.
3. Evaluar periódicamente el impacto de las iniciativas académicas sobre el emprendimiento estudiantil para ajustarlas a las necesidades actuales del mercado.

A continuación, se presentan algunas iniciativas emprendedoras que han surgido durante los años 2023 y 2024, y se incluyen tanto experiencias de estudiantes como de personal docente e investigador.

8.1 NPC AGENT (ACTUALMENTE ZC&PARTNERS)

Soy David Correas Oliver, CTO de la empresa. Tengo una sólida formación académica: un Doble Grado en Ingeniería Informática y Computadores, complementado con un Máster en Visión Artificial. Comencé mi aventura emprendedora en solitario en 2023, y posteriormente evolucioné hacia la creación de NPC. Actualmente, estamos en proceso de constitución de la empresa, habiendo establecido una UTE con nuestros socios en octubre de 2024.

¿Cuál fue el motivo principal para emprender?

Mi motivación surgió cuando me di cuenta del enorme potencial que tenía la Inteligencia Artificial como tecnología emergente para mejorar mi trabajo como QA y DevOps. Lo interesante es que tuve esta visión incluso antes de que ChatGPT saliera al mercado. Mi intuición resultó ser acertada, ya que la tecnología ha avanzado muchísimo. Durante este tiempo, logré desarrollar con éxito una IA multimodal capaz de realizar tareas de QA y automatización, llegando incluso a manejar el teclado y ratón para ejecutar pruebas repetitivas.

¿Qué dificultad(es) encontraste?

En mi sector, la IA, los principales obstáculos que he encontrado están relacionados con el mercado. Los contratos pequeños con empresas menores, aunque son más accesibles, no ofrecen mucha estabilidad ni grandes beneficios. Por otro lado, las grandes empresas buscan proveedores con una sólida reputación, certificaciones y un historial probado. Echo en falta más espacios empresariales de apoyo, ya que las subvenciones son soluciones temporales. Necesitamos más incubadoras para startups en empresas privadas que, aunque nos movemos más rápido que las empresas tradicionales, tenemos un potencial enorme. Programas como el Santander Explorer existen, pero no son suficientes para cubrir las necesidades del sector.

¿Quién(es) te (os) ayudaron en el momento de arrancar?

Mi apoyo fundamental vino del sistema de viveros de empresas, especialmente el de Móstoles y los gestionados por la URJC. Los profesionales que trabajan allí son excelentes y me ayudaron a establecer conexiones valiosas en el mundo empresarial.

¿Qué consejos le darías a las personas de vuestra universidad relacionadas con la aventura de emprender?

Por mi experiencia, tengo que ser realista: emprender no es un camino para todos. Aunque es muy gratificante cuando las cosas salen bien, puede ser tremendamente duro cuando no funcionan como esperabas. Te da una perspectiva única del mundo laboral, muy diferente a la que se tiene como empleado. Considero fundamental tener experiencia laboral previa antes de lanzarse a emprender, porque te enfrentarás a un mercado lleno de gente muy competente que ya tiene su lugar establecido. Entrar desde cero y necesitas construir tu reputación desde la base. Por eso, la motivación es clave: necesitas estar realmente comprometido para ganarte tu lugar en el mercado.



8.2 MIGRAEMPLEO S.L.

Esta empresa es propiedad de dos investigadores de la URJC: Guillermo Duque Silva y Diana Marcela Pérez Bolaños (web: <https://migraempleo.com>).

Guillermo Duque Silva

Investigador “Cesar Nombela” Talento 2023 CAM. Trabaja en el ámbito de la justicia global, las migraciones, el repoblamiento y la dimensión espacial de las desigualdades demográficas a través de proyectos de investigación. Tuvo una posición posdoctoral, 2020-2023 del programa Atracción de Talento Modalidad II y actualmente (2024-2029) ocupa una posición posdoctoral de Talento “César Nombela”. Recientemente Profesor Visitante de posgrado en Argentina, Investigador Visitante en Italia y Consultor del Banco Mundial en proyectos sobre flujos migratorios. Ha gestionado dos proyectos de Cooperación Internacional en España generando impactos favorables en la ruralidad colombiana y ha participado en un proyecto UE Horizon Europe Seeds contribuyendo a la creación de un modelo mediterráneo de gestión de las migraciones.

Diana Marcela Pérez Bolaños

Profesora acreditada contratada doctora e investigadora posdoctoral con amplia experiencia en proyectos de investigación y vinculación en actividades de cooperación internacional, convenios, contratos y movilidades de I+D con universidades y entidades de Colombia, España e Italia, específicamente, en temas de derechos humanos, conflictos armados, análisis de políticas públicas, sistemas democráticos y gobernanza, construcción de paz y resolución de conflictos, seguridad nacional, migración, educación, entre otros. Ha desarrollado actividades de investigación y de formación en instituciones como el Centro de Análisis de Prospectiva de la Guardia Civil de España, el Parlamento Europeo, la Comisión Europea y el Tribunal de Justicia de la UE sobre políticas de refugiados de la Unión Europea y diseño de programas y políticas públicas y en la Universidad Rey Juan Carlos.

¿Cuándo se plantean emprender y cuál fue el motivo principal?

Emprendimos en noviembre de 2022 con el apoyo del programa Spinoff de la URJC, aunque la fecha real en la que empezamos a operar fue en marzo de 2023

La motivación para este emprendimiento surge de querer hacer un aporte a la sociedad, hacer valer los resultados de nuestra investigación.

¿Qué dificultad(es) encontraste?

Entender y llevar a cabo la gestión económica, de cuentas y Hacienda. Captar clientes y encontrar estrategias para promocionarnos.

¿Quién(es) te (os) ayudaron en el momento de arrancar?

El personal de SPINOUT de la URJC: David Moya, Isabel Asensio, Francisco Blanco. Fueron determinantes para nuestro proceso como empresa.

¿Qué consejos le darías a las personas de vuestra universidad relacionadas con la aventura de emprender?

Que lo hagan sin pensarlo. Hace que todo nuestro trabajo académico, de impacto, valga la pena. El apoyo de SPINOUT fue determinante para llevar nuestro trabajo académico a una idea empresarial.



8.3 AVITAE

¿Cuál fue el motivo principal para emprender?

Nuestra empresa se dedica a la producción de pistacho y olivo ecológico y hemos iniciado nuestro plan de diversificación: construcción de cabañas ecológicas en entorno rural, en la montaña y también la comercialización de estas bajo la marca comercial AVITAE.

La primera motivación fue crear nuestro “plan de pensiones”, pero más tarde y tras la pandemia y el fenómeno Glamping o Cabin, pensamos que podíamos hacer un cambio de vida dejando Madrid y aunando nuestros esfuerzos y ahorros en un emplazamiento poco explotado, a 150 km de Madrid en los Montes de Toledo y “barato” para poder invertir en terrenos rústicos y urbanizables y así crear una economía circular con cabañas ecológicas (donde alojarte y/ o comprar una de ellas), turismo sostenible, actividades de ocio, caballos, cultivos ecológicos, etc.

¿Qué dificultad(es) encontraste?

La financiación y las subvenciones, hay tantas barreras, que es imposible conseguirlas. Aunque finalmente acabamos de firmar dos financiaciones con fondos FEDER, una para inversión -construcción de la fábrica de cabañas- y la otra para circulante.

¿Quién(es) te (os) ayudaron en el momento de arrancar?

La principal ayuda está en ti mismo y seguir adelante pese a todas las trabas que hay. Tener ahorros es muy importante y por supuesto, haber realizado la formación de SPINOUT en la URJC (estoy realizando del doctorado). Nos ha dado herramientas para diseñar nuestro plan de negocio y financiero.

¿Qué consejos le darías a las personas de vuestra universidad relacionadas con la aventura de emprender?

Buscar cualquier tipo de curso, formación o Máster dirigido al emprendimiento. Pedir ayuda para saber dónde dirigirte a la hora de conseguir financiación.

Solicitar, en cualquiera de los grados que se esté estudiando, que haya asignaturas o seminarios de emprendimiento. Así como un compromiso y un objetivo por parte de la universidad que se vea reflejado en las Guías Docentes de las diferentes asignaturas.



ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 01	Distribución porcentual de la muestra por grupo de edad	8
TABLA 02	Distribución porcentual de la muestra por género	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	Frecuencias de las valoraciones de los ítems asociados a la intención (1-6)	27

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	Intención emprendedora. Detalle por género.	12
FIG. 03	Intenciones emprendedoras al finalizar sus estudios y a los 5 años de acabar sus estudios, en porcentajes y agrupados por área de estudio	13
FIG. 04	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. 05	Intenciones de elección de carrera al finalizar sus estudios y a los 5 años de acabar sus estudios, en porcentajes.	14
FIG. 06	Intenciones de elección de carrera emprendedora al finalizar sus estudios y 5 años después. URJC, España, Unión Europa y países GUESSSS.	15
FIG. 07	Trayectoria profesional que los universitarios pretenden seguir 5 años después de terminar su formación habiéndose declarado emprendedor intencional a corto plazo	15
FIG. 08	Porcentaje de emprendedores nacies en URJC	16
FIG. 09	¿Quieres que este negocio sea tu principal ocupación tras graduarte?	17
FIG. 10	Momento de completar el proceso de creación de la empresa	17
FIG. 11	Porcentaje de emprendedores activos en URJC	17
FIG. 12	Nueva empresa será su principal ocupación después de graduarse	17
FIG. 13	Distribución porcentual de emprendimiento activo por sector económico.	18
FIG. 14	Distribución de las empresas activas en relación con el número de personas cofundadoras	18
FIG. 15	Distribución de las empresas activas según años de antigüedad	19
FIG. 16	Distribución de las empresas activas en función del nº trabajadores/as	19
FIG. 17	Percepción del desempeño en comparación con los competidores	20
FIG. 18	Comparación emprendimiento naciente de URJC, Comunidad de Madrid, España, UE e internacional	21
FIG. 19	Comparación del emprendimiento activos en URJC, Comunidad de Madrid, España, UE e internacional	21
FIG. 20	Asistencia a cursos de emprendimiento por los emprendedores nacies y activos.	22
FIG. 21	Comparación entre las valoraciones de los ítems asociados al ambiente universitario (1-3) en porcentajes	23
FIG. 22	Comparación entre las valoraciones de los ítems asociados a los cursos (4-8)	24
FIG. 23	Emprendedores nacies y activos (porcentajes). Detalle por área de estudio.	25
FIG. 24	Emprendedores nacies y activos (porcentajes). Detalle por nivel de estudio.	26
FIG. 25	Emprendedores nacies y activos (porcentaje). Detalle por género.	26
FIG. 26	Comparación entre las valoraciones de los ítems asociados a la intención (1-6) en porcentajes.	28
FIG. 27	Padres/Madres trabajando por cuenta propia o propietarios mayoritarios	29



BIBLIOGRAFÍA

Acs, Z. J., Estrin, S., Mickiewicz, T., & Szerb, L. (2018). Entrepreneurship, institutional economics, and economic growth: an ecosystem perspective. *Small Business Economics*, 51(2), 501–514. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0013-9>

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.

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.

Muñoz, P., & Cohen, B. (2018). Sustainable entrepreneurship research: Taking stock and looking ahead. *Business Strategy and the Environment*, 27(3), 300-322. <https://doi.org/10.1002/bse.2000>

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.

Weiss, T. et al. (2023). The Social Effects of Entrepreneurship on Society and Some Potential Remedies: Four Provocations. *Journal of Management Inquiry*, 32(4), 251–277. <https://doi.org/10.1177/10564926231181555>

INFORME GUESS ESPAÑA 2024

El espíritu emprendedor de los
estudiantes universitarios

Equipo investigador

- » Pilar Laguna Sánchez (coordinadora)
- » Rosa Santero Sánchez (coordinadora)
- » Juan José Nájera Sánchez
- » Cristian Macías Domínguez
- » Cristina Pérez Pérez
- » Rocío Calero de la Paz



Universidad
Rey Juan Carlos

Desarrolla:



Universidad
Rey Juan Carlos

Colaboran: