



INFORME 2021 GUESSS UNIVERSIDAD DE SEVILLA

El espíritu emprendedor
de los estudiantes universitarios

Coordinación:
Inmaculada Jaén
Francisco Liñán

Redacción:
Francisco López Martínez
Claudia María Ibáñez López



Con la colaboración de:





Informe GUESSSS 2021 Universidad de Sevilla.

Coordinación:
Inmaculada Jaén
Francisco Liñán

Redacción:
Francisco López Martínez
Claudia María Ibáñez López

Informe GUESSS 2021 Universidad de Sevilla.

Por favor, cite esta publicación como:

Jaén, I.; López-Martínez, F.; Ibáñez-López, C.M. & Liñán, F. (2024): *Informe GUESSS Universidad de Sevilla 2021. El espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios*. Entrepreneurship & Innovation (E&I) Research Group, Universidad de Sevilla. DOI: 10.13140/RG.2.2.22268.04480

© Los autores

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Capítulo 1. Introducción.....	5
1.1. Objetivos	8
1.2. Marco teórico.....	9
1.3. Metodología	14
Capítulo 2. Análisis GUESSS 2021	17
2.1. Análisis Descriptivo de la muestra	17
2.2. Intenciones de elección de carrera.	18
2.2.1. Descripción general, al finalizar sus estudios y 5 años después.	18
2.2.2. Descripción comparativa por género, al finalizar sus estudios y 5 años después.	21
2.3. Determinantes de las intenciones emprendedoras.....	23
2.3.1. Intención Emprendedora.	24
2.3.2. Intención Emprendedora, comparativa por género.....	25
2.3.3. Determinantes directos de la intención emprendedora.....	26
2.3.4. El contexto universitario.....	37
2.3.5. Determinantes familiares de la intención emprendedora.	41
2.4. Emprendedores nacientes y en activo.	49
2.4.1. Emprendedores nacientes.	50
2.4.2. Emprendedores en Activo.....	54
2.4.3. Emprendedoras Nacientes y en Activo. Comparativa por género.....	57
Capítulo 3. Resultados comparativos GUESSS 2016-2018-2021.....	59
3.1. Análisis descriptivo de la muestra.....	59
3.2. Intenciones de elección de carrera.	60
3.2.1. Descripción general, al finalizar sus estudios y dentro de 5 años después.	60
3.2.2. Determinantes de las intenciones emprendedoras.....	62
3.2.3. El contexto universitario.	67
3.2.4. Determinantes familiares de las intenciones emprendedoras.	71
3.3. Emprendedor naciente y en activo.	75
Capítulo 4. Características de las empresas creadas	77
4.1. Influencia del COVID en el emprendimiento.....	77
4.2. Los sectores de actividad de las empresas creadas.	78

4.3. Experiencia emprendedora previa.....	79
Capítulo 5. Conclusiones y recomendaciones.....	81
5.1. Conclusiones.....	81
5.1.1. Perfil de la población estudiantil de la Universidad de Sevilla.....	81
5.1.2. Expectativas de carrera profesional y motivación de su elección.	81
5.1.3. Intención emprendedora y sus condicionantes.....	82
5.1.4. Educación en emprendimiento y Clima emprendedor en la Universidad de Sevilla.	83
5.1.5. Determinantes familiares de las intenciones emprendedoras.	83
5.1.6. Emprendedores nacientes y en activos.	83
5.1.7. Influencia del COVID-19	84
5.2. Recomendaciones	84
Bibliografía.....	87

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Teoría de la Acción Planificada	11
Ilustración 2. Marco Teórico GUESSS	14

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Perfil de la muestra	57
Figura 2. Cambios en las expectativas de carrera profesional de los estudiantes, en porcentajes. Comparación Universidad de Sevilla e informe GUESSS internacional 2021.....	20
Figura 3. Cambios en las expectativas de carrera profesional de los estudiantes, en porcentajes. Comparación por género	22
Figura 4. Valor promedio de los ítems sobre actitud emprendedora de la US.....	24
Figura 5. Valor promedio de ítems sobre intención emprendedora. Comparativa por género. 26	
Figura 6. Grado de acuerdo/desacuerdo sobre ítems de actitud emprendedora en porcentaje.	27

Figura 7. Valoración promedio de los estudiantes de la Universidad de Sevilla sobre los ítems sobre actitud emprendedora.	29
Figura 8. Grado de acuerdo/desacuerdo sobre ítems de control percibido, en porcentaje.	30
Figura 9. Valor medio de los ítems sobre control percibido.	32
Figura 10. Autoevaluación sobre competencias emprendedoras.	33
Figura 11. Norma subjetiva, distribución porcentual para la valoración de las reacciones del entorno más próximo ante la elección emprendedora.	35
Figura 12. Promedio para la valoración de las reacciones del entorno próximo ante la elección emprendedora.	36
Figura 13. Papel de la Universidad en materia de emprendimiento, en porcentajes. Comparación Universidad de Sevilla y GUESSS 2021.	37
Figura 14. Evaluación del aprendizaje en relación con el emprendimiento.	38
Figura 15. Evaluación del clima emprendedor en la Universidad en porcentaje.	39
Figura 16. Promedios de evaluación del clima emprendedor de la Universidad de Sevilla.	40
Figura 17. Porcentaje de padres que trabajan por cuenta propia.	41
Figura 18. Porcentaje de padres que son accionistas mayoritarios en empresa privada.	42
Figura 19. Porcentaje de participación directa de los padres en la gestión de la empresa.	43
Figura 20. Porcentaje de la empresa en manos de la familia.	44
Figura 21. Porcentaje de estudiantes que trabajan en la empresa de sus padres autoempleados.	44
Figura 22. Rendimientos de la empresa de los padres en relación con la competencia.	45
Figura 23. Intenciones de los estudiantes en convertirse en sucesores de sus padres en la empresa.	47
Figura 24. Porcentaje de estudiantes que están creando una empresa (Nacientes) y que están gestionando su propia empresa (Activo). Comparación Universidad de Sevilla y media internacional GUESSS 2021.	49
Figura 25. Comparación de empresarios nacientes en porcentaje.	50
Figura 26. Grado de desarrollo del negocio de los empresarios nacientes.	53
Figura 27. Descripción general de los alumnos empresarios en activo.	54
Figura 28. Fecha de creación de las empresas de los alumnos empresarios en activo.	55
Figura 29. Número de trabajadores de los negocios de los empresarios en activo.	56
Figura 30. Porcentaje de empresarios nacientes y en activo, en porcentaje. Comparativa de género.	57
Figura 31. Perfil de la muestra 2016, 2018 y 2021.	59

Figura 32. Cambios en las expectativas de carrera profesional de los estudiantes. Comparativa años 2016, 2018 y 2021.	61
Figura 33. Valor promedio de los ítems sobre intención emprendedora. Comparativa años 2016, 2018 y 2021.	62
Figura 34. Promedio de la Actitud Emprendedora 2016, 2018 y 2021.	63
Figura 35. Valor promedio de los ítems sobre control percibido. Comparativa años 2016, 2018 y 2021.	64
Figura 36. Valor promedio de los ítems sobre la autoevaluación sobre competencias emprendedoras. Comparativa años 2016, 2018 y 2021.	65
Figura 37. Valor promedio de los ítems sobre la norma subjetiva. Comparativa años 2016, 2018 y 2021.	66
Figura 38. Papel de la Universidad de Sevilla en materia de emprendimiento, en porcentajes. Comparativa años 2016, 2018 y 2021.	67
Figura 39. Evaluación del aprendizaje con relación al emprendimiento. Comparativa años 2016, 2018 y 2021.	68
Figura 40. Promedios de evaluación del clima emprendedor de la universidad de Sevilla. Comparativa años 2016, 2018 y 2021.	70
Figura 41. Padres que trabajan por cuenta propia en porcentaje. Comparativa años 2016, 2018 y 2021.	71
Figura 42. Porcentaje de estudiantes que trabajan en la empresa de sus padres autoempleados. Comparativa años 2016, 2018 y 2021.	72
Figura 43. Valor promedio de las intenciones de los estudiantes en convertirse en sucesores de sus padres en la empresa. Comparativa años 2016, 2018 y 2021.	73
Figura 44. Porcentaje de empresarios nacientes y en activo. Comparativa 2016, 2018 y 2021.	75
Figura 45. Porcentaje de encuestados que crearon un negocio antes o debido a la pandemia	77
Figura 46. Porcentaje de mayor actividad económica en los negocios.	78
Figura 47. Porcentaje de encuestados que habían creado otro negocio	79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cambios en las expectativas de carrera profesional de los estudiantes (%).....	19
---	----

Capítulo 1. Introducción

El emprendimiento puede ser definido como el fenómeno en el que las personas que lo protagonizan tienen la voluntad de comenzar un proceso de creación y diseño de un nuevo negocio con el objetivo de ofrecer un producto o servicio para satisfacer una carencia presente en el mercado. Según Schumpeter (1976), un emprendedor está dispuesto y es capaz de convertir una nueva idea en una innovación exitosa.

En la sociedad globalizada y cambiante en la que vivimos, el emprendimiento es uno de los fenómenos más valorados. Podemos definir a un emprendedor en términos generales como aquella persona que pone en marcha nuevas ideas o tecnologías, nuevos inventos, diseños o mercados, y al hacerlo contribuye a la innovación tecnológica, a la mejora de procesos o la productividad o a la reducción de costes. El concepto de emprendedor está ligado al concepto de innovación, y una de las mejores formas de poder innovar es creando nuevas empresas para desarrollar e implementar nuevas soluciones a problemas desatendidos que tienen cabida en el mercado para concretar las soluciones antes mencionadas.

El papel del emprendimiento a nivel socioeconómico posee una gran importancia, no solo contribuyendo al crecimiento económico, sino también potenciando la empleabilidad a través de la creación de empleo y aportando nuevas ideas que ayuden a enriquecer la innovación. El emprendimiento se convierte en una de las variables clave del crecimiento económico de un país. Además, tiene especial importancia en España, ya que la gran mayoría de empresas que componen el parque empresarial son Pymes, y el futuro dependerá de las innovaciones que en muchos casos aportarán las pequeñas empresas de nueva creación.

Dado el papel vital del emprendimiento para un futuro más próspero en la sociedad, diversas instituciones sociales han puesto en marcha iniciativas para profundizar en este fenómeno. Dentro de esas instituciones, las más involucradas en el proceso de identificación y promoción del espíritu emprendedor, se encuentran las universidades. Este Informe GUESSS que se elabora en la Universidad de Sevilla, es el primer informe después de la pandemia de la COVID-19, un fenómeno que ha sacudido los cimientos del orden socioeconómico mundial, y que puede tener unos efectos notables en la configuración del espíritu emprendedor de los universitarios en la actualidad, y de sus expectativas de futuro.

En todas las regiones es importante el desarrollo de iniciativas emprendedoras para potenciar el desarrollo económico y el tejido productivo de dichas zonas. El emprendimiento es un factor de impulso, a más iniciativas emprendedoras en un territorio, más empleo, mayor creación de valor, mejorando también la competitividad empresarial e internacional. No sólo es importante estudiar el fenómeno emprendedor en general, sino también el fenómeno entre los jóvenes y el mundo universitario, ya que aquellas personas que cuentan con estudios superiores pueden llegar a ser capaces de crear negocios donde puedan aplicar los conocimientos aprendidos durante la etapa universitaria que les lleven a desarrollar tecnologías y formas de trabajo más sofisticadas e innovadoras.

Los jóvenes son un componente clave en el desarrollo económico de las sociedades, puesto que sientan los primeros cimientos del desarrollo económico y social. Además, debido a la rápida evolución que están presentando las tecnologías de la información y comunicación en la sociedad actual, el punto de vista de los jóvenes acerca de las tecnologías, que en muchos casos han crecido con el uso cotidiano de las mismas, potencia la aplicación de las mismas en los negocios buscando la mejora continua y ofreciendo al mercado soluciones innovadoras. Por ello, desarrollar el espíritu emprendedor entre los universitarios es clave para que el conocimiento aprendido y desarrollado en las universidades pueda aplicarse de forma efectiva en la satisfacción de las necesidades de la sociedad en forma de soluciones empresariales.

Para poder arrojar luz sobre el fenómeno emprendedor en el entorno universitario, se creó el proyecto GUESSS que genera información que nos permite conocer e impulsar el espíritu emprendedor entre los estudiantes universitarios. Para ello, analiza el comportamiento emprendedor de los jóvenes universitarios a través de distintas variables para medir las intenciones de elección de carreras de los estudiantes universitarios (entre ellas la de iniciar una empresa), su actividad emprendedora y el contexto universitario y familiar en el que se desarrollan.

La Universidad de Sevilla (US), conocedora de la importancia de este proyecto, sigue participando en el estudio GUESSS, acrónimo que hace referencia a sus siglas en inglés (Global University Entrepreneurial Spirit Students's Survey), el cual es un proyecto de investigación de emprendimiento realizado a nivel internacional que analiza los elementos más importantes del contexto y las motivaciones que alienta la actividad emprendedora, observando qué elementos influyen en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios.

El proyecto surgió en la Universidad de St. Gallen (Suiza) en el año 2003 a iniciativa del Dr. Philipp Sieger (Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St.Gallen) para poder conocer y analizar el espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios y estudiar las variables que determinan la intención emprendedora, pudiendo establecer comparativas con numerosas universidades y países a nivel mundial. Se trata del proyecto de investigación en emprendimiento universitario más grande del mundo en el que participan más de 3.000 universidades de 58 países. En España participan más de 70 universidades, lo que supone el primer puesto a nivel mundial en participación.

Con la presente edición para la Universidad de Sevilla, se estudiarán los parámetros que permitan plasmar en esta investigación el análisis del espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios, a través de la interpretación de los resultados del estudio GUESSS 2021, y a continuación, comparar con los hallazgos obtenidos en los informes anteriores de 2018 y 2016. Se pretende analizar la existencia de cambios en la intención emprendedora de los estudiantes. Posteriormente, se

planteará la magnitud de los cambios encontrados y sus efectos, y cómo se puede responder ante esos resultados.

El proyecto de investigación GUESSS busca comprender las actividades, proyecciones profesionales y actitudes de los estudiantes universitarios en contextos específicos y en relación con sus intenciones emprendedoras, todo para comprender mejor los elementos que fomentan su iniciativa emprendedora y ayudar a las universidades e instituciones a mejorar sus estrategias para estimular la actitud emprendedora de los universitarios. Para ello, se diseñaron una serie de preguntas enfocadas en torno a la formación académica de los estudiantes, las conexiones de los encuestados con amigos y familiares y el entorno empresarial, además de una serie de preguntas diseñadas para articular el deseo de los estudiantes de crear su propia compañía.

Por último, se presentará algunos resultados sobre el comportamiento de las mujeres estudiantes universitarias, analizando las diferencias con los hombres estudiantes universitarios. El emprendimiento femenino genera oportunidades de empleo para sí mismas y para los demás, proporcionando bienes y servicios con el fin de satisfacer necesidades. Por esta razón, el fomento de la iniciativa emprendedora de la mujer debe ser una tarea fundamental, ya que, en la actualidad sigue siendo relativamente escasa. Las mujeres se enfrentan a barreras diferentes que los hombres, por ello, es importante examinar los factores que inciden en sus decisiones de crear empresas y las diferencias que existen con respecto a los hombres.

1.1. Objetivos

Para poder estructurar y analizar los diferentes parámetros que conforman el espíritu emprendedor de los estudiantes de la Universidad de Sevilla, se procederá a la elaboración del proyecto GUESSS en la Universidad de Sevilla, pudiendo arrojar luz sobre aquellos elementos fundamentales que incentivan o desincentivan en los universitarios la idea de emprender.

El marco estructural en el que se detalla el proceso a seguir para lograr el propósito de realizar un análisis del espíritu emprendedor, viene definido por la metodología

propia del GUESSS, usada por diferentes universidades y en diferentes países a nivel global, posibilitando la comparabilidad entre diferentes informes al tratarse de un modelo estandarizado que incide en las variables clave que ayudan a comprender mejor los parámetros más significativos en la determinación de las intenciones emprendedoras de los encuestados.

Los principales objetivos que se quieren conseguir con la realización del presente Informe GUESSS de la Universidad de Sevilla son los siguientes:

1. Realizar un análisis estructurado de los factores que determinan la intencionalidad de los estudiantes de elegir, como opción profesional principal, la creación de una iniciativa emprendedora, conociendo los parámetros que ayudan a configurar esa decisión, y poniendo un foco especial en qué rol desempeñan las actividades y estudios relacionados con el emprendimiento en este sentido.

2. Destacar y estudiar cuáles son los elementos clave que están presentes en el contexto profesional, familiar, y universitario que tienen una influencia significativa en las intenciones de los universitarios para llevar a cabo el proyecto de crear una empresa o no.

3. Contrastar los resultados obtenidos en el presente estudio con otros datos de estudios anteriores, a nivel nacional e internacional, pudiendo detectar patrones y sacar conclusiones sobre cuál ha sido la evolución del espíritu emprendedor de los estudiantes de la Universidad de Sevilla.

El presente estudio permitirá analizar las variables clave que determinan la conducta que llevan a los universitarios a iniciar una actividad emprendedora. Esta información podrá servir a los intereses de todas aquellas personas involucradas en la elaboración de diferentes programas de fomento de la intención emprendedora, para detectar en qué aspectos se ha de incidir de forma significativa para lograr un mayor impacto positivo en la intención emprendedora.

1.2. Marco teórico

Para poder mejorar la comprensión del espíritu emprendedor se tratará de detectar y analizar las variables que tienen una influencia significativa en las intenciones, principalmente de aquellos individuos que quieren llevar a cabo una iniciativa

empresadora, ya que estas variables son relevantes para acometer tal iniciativa. Los estudios que se han realizado para comprender mejor los factores que influyen en la creación de nuevas empresas suponen una aproximación adecuada para conocer con profundidad el fenómeno emprendedor, que potencia sustancialmente la creación de valor y el desarrollo económico gracias al nacimiento de nuevas actividades empresariales.

El proyecto GUESSS se realiza cada dos años en diferentes partes del mundo, esto permite adaptar la metodología en el caso de que se detectase esa necesidad, además, se trata de una metodología común que permite la realización de comparaciones temporales en la misma universidad o región. Los resultados obtenidos de las diferentes comparaciones nos proporcionan información valiosa para detectar qué variables influyen en el espíritu emprendedor de los estudiantes, y cómo la modificación de estas produce efectos que potencian o disminuyen las intenciones de emprender de los universitarios. Esta información puede ayudar a que surjan iniciativas públicas de fomento del emprendimiento.

La actividad emprendedora no es igual entre los diferentes países del mundo (Liñán, et al., 2013) y aun no se ha podido explicar completamente el motivo de esta diferencia. Por lo tanto, el interés sobre el estudio del emprendimiento se ha enfocado de manera que se pueda comprender cómo se origina, cómo actúa el emprendedor, y cómo se prevé que actuará en el futuro, de esta forma se comprenderá mejor cómo impulsarlo y contribuir al desarrollo económico y social.

Uno de los pilares teóricos fundamentales sobre el que se basa la metodología usada por el proyecto GUESSS, es la Teoría de la Acción Planificada o en inglés Theory of Planned Behaviour (TPB) (Ajzen, 1991). Este modelo teórico plantea que la intencionalidad conductual de las personas que quieren llevar a cabo un determinado comportamiento puede ser explicado gracias al análisis de tres factores principales, estos son la actitud hacia la conducta, la norma subjetiva y el control percibido. El estudio de estos factores puede ayudar a conocer mejor los determinantes que han llevado a un sujeto a adoptar un determinado comportamiento en una situación dada (Ajzen, 1991).

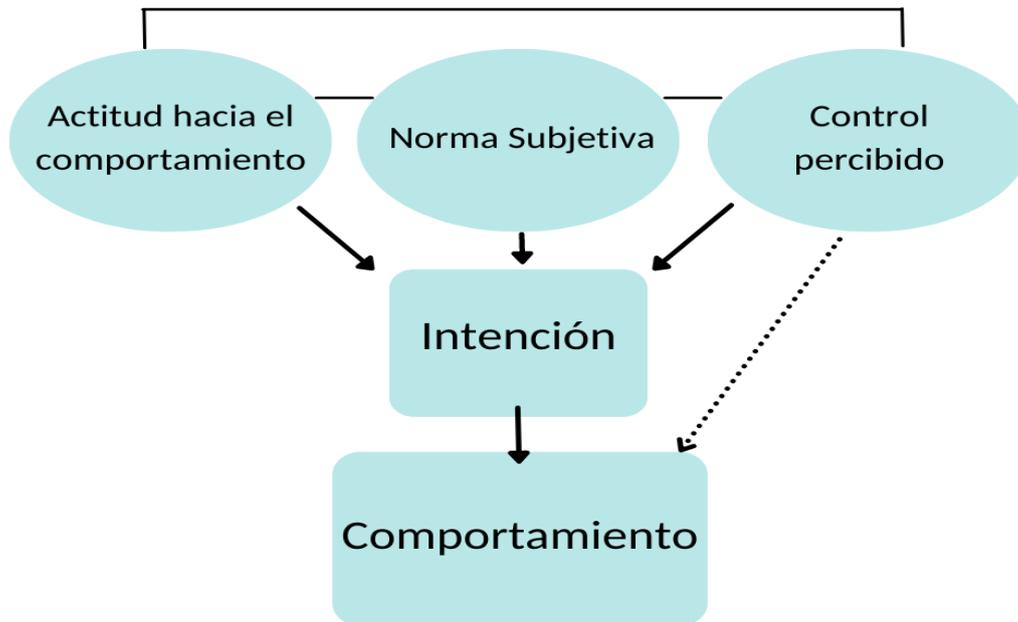


Ilustración 1. Teoría de la Acción Planificada

Fuente: Ajzen, 1991.

La Teoría de la Acción Planificada nos ayuda a poder predecir qué comportamiento puede presentar un sujeto ante una situación determinada si analizamos estas tres variables que pueden llegar a suponer una gran influencia en el modo de proceder. La Teoría de la Acción Planificada (Ajzen, 1991), es una de las más utilizadas y aceptadas en el mundo de la investigación para poder concretar los factores determinantes del comportamiento de las personas, aplicable en este caso para determinar el espíritu emprendedor.

Algunos de los condicionantes que tienen relevancia en la determinación de la conducta de las personas de acuerdo con esta teoría, son los valores culturales y personales de las mismas, por lo que un conocimiento de estos condicionantes puede ayudar a determinar con certeza qué conductas puede adoptar esa persona en determinadas situaciones, haciendo que la Teoría de la Acción Planificada tenga una gran validez respecto a la determinación de la intención emprendedora. El Informe GUESSS hace uso de esta teoría como base para poder configurar la metodología a

seguir, creando un modelo estandarizado que permite la comparación entre distintas universidades y países.

La Teoría de la Acción Planificada nos permite tener un mayor conocimiento sobre cuáles son los factores determinantes que incitan a las personas a llevar a cabo una actividad emprendedora o no (Liñán y Chen, 2009), lo que nos ayuda a poder realizar una investigación sobre la intención emprendedora. Como uno de los objetivos principales del GUESSS es analizar el espíritu emprendedor de los universitarios para favorecer el impulso de las iniciativas emprendedoras, un estudio de las variables que determinan el comportamiento planeado sobre el emprendimiento puede suponer un enfoque adecuado para lograr alcanzar este objetivo.

En el estudio concreto sobre el espíritu emprendedor, si analizamos estas tres variables básicas de la Teoría de la Acción Planificada en un intento de predecir el comportamiento de los agentes en relación con el fenómeno emprendedor, podemos determinar la intención de una persona de crear una empresa. En el futuro, este puede ser un tema muy interesante para los investigadores en emprendimiento, al realizar las actividades, capacitaciones o actividades necesarias para permitir que el espíritu emprendedor de los estudiantes se potencie, brindando información sobre qué vías elegir para impulsar aún más el espíritu emprendedor. Es decir, identificar los esfuerzos de investigadores, universidades e instituciones para promover el emprendimiento en la sociedad.

Los tres antecedentes de la Teoría de la Acción Planificada (Ajzen, 1991), pueden llegar a tener un gran peso a la hora de determinar, e incluso predecir, un comportamiento concreto, según Ajzen, (1991). El primer factor o determinante es la actitud hacia el comportamiento, que se refiere al grado en el que una persona tiene una evaluación favorable o desfavorable hacia las consecuencias esperadas de realizar el comportamiento en cuestión. El segundo determinante es el factor social, denominado en este estudio norma subjetiva. Este concepto hace referencia a la presión social percibida a la hora de realizar o no una conducta. Por último, el tercer antecedente de la intención es el grado de control percibido sobre una acción, que se refiere a la dificultad percibida de realizar esa acción, y se supone que este control percibido refleja

la experiencia pasada y la comprensión esperada de los obstáculos y dificultades a las que tendrá que hacer frente con posterioridad.

De forma que, cuanto más favorables sean las actitudes y las normas subjetivas sobre el comportamiento, así como su control percibido de la situación, mayor será la voluntad del individuo para desempeñar el comportamiento analizado (Ajzen, 1991).

La actitud, la norma subjetiva y el control percibido son importantes para definir la conducta posterior de un sujeto, aunque también va a depender de la naturaleza y las circunstancias de la conducta esperada. Entre los múltiples comportamientos, podemos observar que solo un factor, como la actitud, puede tener un impacto significativo en la determinación del comportamiento, aunque el informe GUESSS utiliza estos tres factores para analizar el espíritu emprendedor de los estudiantes e intenta mejorar la certeza del análisis.

Además de los factores estudiados en la Teoría de la Acción Planificada, el marco teórico del proyecto GUESSS sostiene que el emprendimiento de los estudiantes universitarios también está influenciado por otras variables que son relevantes. La universidad, la familia y los antecedentes socioculturales, así como las motivaciones personales de los estudiantes, juegan un papel importante en el momento de concretar las perspectivas de futuro del universitario (Sieger, Fueglistaler y Zellweger, 2014).

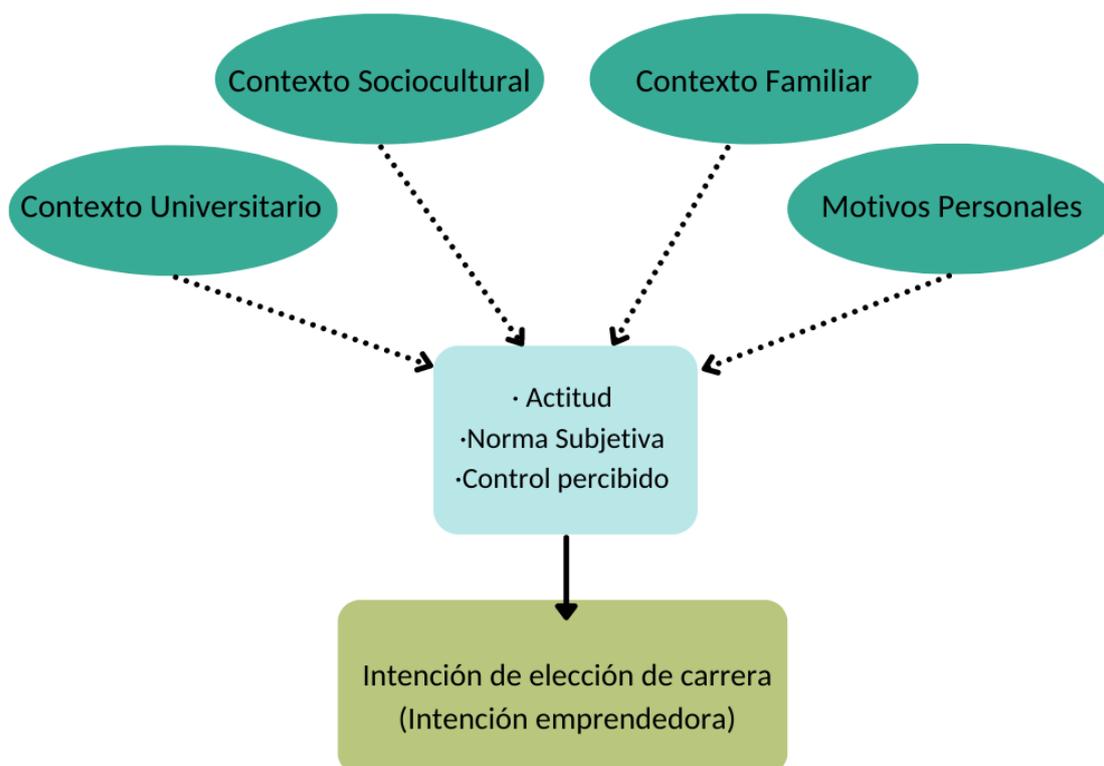


Ilustración 2. Marco Teórico GUESSS

Fuente: Informe GUESSS Universidad de Granada (UGR, 2015)

Liñán et al. (2011), afirma que la educación emprendedora tiene un papel importante a la hora de configurar la intención emprendedora de los estudiantes, pero se ha ignorado este fenómeno a la hora de diseñar e implementar las diferentes iniciativas educativas que tienen como objetivo impulsar el espíritu emprendedor, por lo que la educación es una variable clave a impulsar para que el espíritu emprendedor se potencie (Liñán et al., 2011, pg. 209).

1.3. Metodología

La metodología seguida para la creación del informe GUESSS ha sido establecida internacionalmente por el Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St.Gallen coordinada por el Dr. Philipp Sieger.

Dicha institución es la encargada de la elaboración y mejora de los cuestionarios que han de realizar posteriormente los estudiantes para la recolección de datos y su

posterior análisis. Dicha recolección tiene lugar en una plataforma online creada a tal efecto a través de los equipos nacionales. En el caso español, el proyecto es organizado por el Observatorio de Emprendimiento de España, bajo la dirección de José Ruiz Navarro, catedrático emérito de la Universidad de Cádiz.

La Universidad de Sevilla participa en el proyecto GUESSS desde el año 2013, elaborando informes GUESSS en el año 2016 y 2018. En el estudio actual se realizó la encuesta a estudiantes entre los meses de abril y mayo de 2021, compuesto dicho cuestionario por un total de 11 secciones que agrupan más de 90 preguntas relativas a información del estudiante relevante para el estudio. Esta información comprendía datos de la más diversa índole: datos demográficos, estudios en curso o cursados, intenciones en la elección de carrera profesional, motivaciones personales, datos y opiniones sobre la Universidad, su relación con el emprendimiento, entorno social y familiar y su relación con el mundo empresarial.

Gran parte de las preguntas respondían a una variable de escala que medían el grado de satisfacción o insatisfacción, de acuerdo o no de acuerdo, entre otros tipos de respuesta que variaba en una escala tipo Likert de 1 a 7. También había preguntas que había que contestar con un sí o un no. Algunas secciones están específicamente dirigidas a aquellos estudiantes que estuviesen creando una empresa, ya la tuvieran creada, o su familia fuese propietaria de una firma ya constituida.

El software específico que se utilizó para realizar el análisis estadístico fue el software IBM SPSS Statistics en su versión 29, con el cual se realizó análisis de frecuencias en las distintas variables a estudiar, y análisis descriptivo de las diferentes variables. Para ordenar los datos obtenidos y realizar las diferentes tablas y gráficas, se ha utilizado el software Microsoft Excel en su versión 2021.

Capítulo 2. Análisis GUESSS 2021

2.1. Análisis Descriptivo de la muestra

En este primer apartado, se describe la muestra con la que estamos trabajando y las características principales que presentan los encuestados.

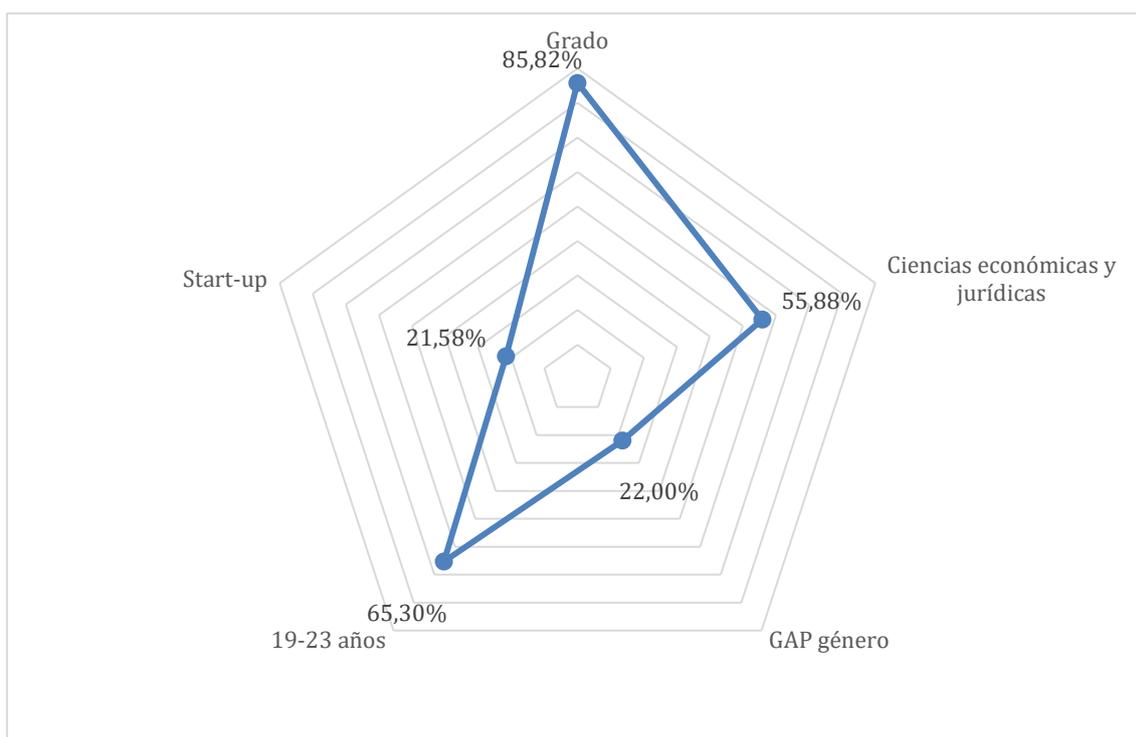


Figura 1. Perfil de la muestra

Fuente: Elaboración propia.

La figura 1, recoge las características más relevantes de la muestra con la que estamos trabajando, es decir, los aspectos sociodemográficos de los encuestados. Como punto de partida, hemos querido mostrar los datos más representativos describiendo cada uno de los perfiles.

Así podemos decir que son estudiantes de grado el 85,82% de los encuestados, el 10,75% son estudiantes de máster, el 2,84% son estudiantes de doctorados y el 0,59% restante tienen un nivel de estudios diferentes.

Respecto al campo de estudio, las ciencias económicas y jurídicas son las que predominan, ya que suponen el 55,88% de todos los encuestados, no obstante, también contamos con otras áreas de estudios, como la ingeniería que supone el 22,29%, Medicina que alcanza el 7,65%, Artes y humanidades con un 6,11%, Ciencias matemáticas y naturales con un 1% y un 1,97% respectivamente.

En cuanto al género, tenemos una diferencia o GAP de un 22%, esto es debido a que el 39% de los encuestados pertenecen al género masculino, mientras que el 61% pertenece al género femenino. Por lo que podemos afirmar que en este informe predominan las mujeres.

La edad es otro factor descriptivo de esta muestra, el 65% de los encuestados, como podemos observar, pertenecen al grupo que tienen entre 19 y 23 años de edad, supone el grupo más grande de los encuestados, por eso lo hemos querido reflejar en la gráfica. El segundo grupo de edad con mayor encuestados es el que se encuentra recogido entre los 24 y 29 años. Y en el último grupo donde se encuentran los mayores de 30 años encontramos un porcentaje de encuestados de un 8%.

Como podemos observar en la gráfica, también queríamos añadir cuántos individuos se encuentran actualmente iniciando una empresa, es decir, una Startup, lo cual ronda el 21,58% del total de los encuestados.

2.2. Intenciones de elección de carrera.

2.2.1. Descripción general, al finalizar sus estudios y 5 años después.

Para comenzar con el estudio, se les ha planteado a los encuestados una serie de preguntas relacionadas con las expectativas de elección de carrera. Para ello, se les pregunta qué esperan ser o hacer una vez finalizados sus estudios y 5 años más tarde. Ante las respuestas proporcionadas por los encuestados, hemos querido analizarlas

teniendo en consideración lo recogido en el GUESSS 2021 Global, de este modo se puede comparar los datos obtenidos a nivel local con los obtenidos a nivel internacional.

	Al terminar estudios	Dentro de 5 años	INTERNACIONAL al terminar los estudios	INTERNACIONAL en 5 años
Empleado	70,64%	62,86%	64,90%	52,60%
Un empleado en una pequeña empresa (1-49 empleados)	6,06%	3,26%	7,10%	3,40%
Un empleado en una mediana empresa (50-249 empleados)	12,17%	6,86%	12,00%	6,90%
Un empleado en una gran empresa (250 o más empleados)	23,13%	21,20%	20,60%	17,70%
Empleado en una ONG	1,42%	1,30%	2,40%	2,30%
Empleado en la Academia (seguir una carrera académica)	13,30%	12,25%	9,50%	8,80%
Empleado en el Servicio Público	14,55%	17,98%	13,30%	13,50%
Emprendedor	15,73%	26,77%	17,80%	32,30%
un fundador (emprendedor) trabajando en mi propia empresa	15,73%	26,77%	17,80%	32,30%
Sucesor	1,59%	1,71%	2,00%	2,50%
Sucesor en la empresa de mis padres o de mi familia	1,13%	0,79%	1,40%	1,40%
Sucesor en empresa no controlada actualmente por mi familia	0,46%	0,92%	0,60%	1,10%
Otro, no lo he decidido aún	12,05%	8,66%	15,30%	12,50%

Tabla 1. Cambios en las expectativas de carrera profesional de los estudiantes, en porcentajes.

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 1 podemos observar la comparación de resultados entre la Universidad de Sevilla y a nivel internacional de las respuestas a las preguntas relacionadas con la intención de carrera al finalizar los estudios y dentro de 5 años. Entre los encuestados de la Universidad de Sevilla en el presente estudio, se puede observar cómo al terminar los estudios el 70,64% de los encuestados consideran ser empleados, ya sea de una PYME o de una gran empresa entre otros, el 15,73% quiere ser emprendedor, mientras que el 1,59% prevé ser sucesor por parte de algún familiar. Por otro lado, si a los encuestados se les realiza las mismas preguntas para un horizonte

temporal más largo (dentro de 5 años), los resultados obtenidos varían hacia un espíritu más emprendedor, puesto que como podemos observar en los datos obtenidos, el porcentaje de los que se vean como empleados por cuenta ajena cae hasta el 62,86%, mientras que los que se ven como emprendedores aumenta del 15,73% al 26,77%. También podemos ver una subida de los que creen o piensan que acabaran como sucesores un 1,71%, mientras que los indecisos caen hasta el 8,66%.

A nivel internacional, la secuencia es similar, en el momento de terminar los estudios un 64,90% cree ser empleador por cuenta ajena mientras que, tras 5 años, este porcentaje desciende hasta el 52,60%. De quienes creen ser emprendedores al terminar los estudios 17,80% aumenta hasta el 32,30% después de 5 años. Y lo mismo ocurre con los que esperan ser sucesores de una empresa, tras terminar los estudios un 2,00% frente a los que lo esperan 5 años después, un 2,50%. Mientras que los que aún no lo han decidido, al igual que ocurre con los datos nacionales, también bajan del 15,30% al terminar los estudios, frente al 12,50% tras 5 años.

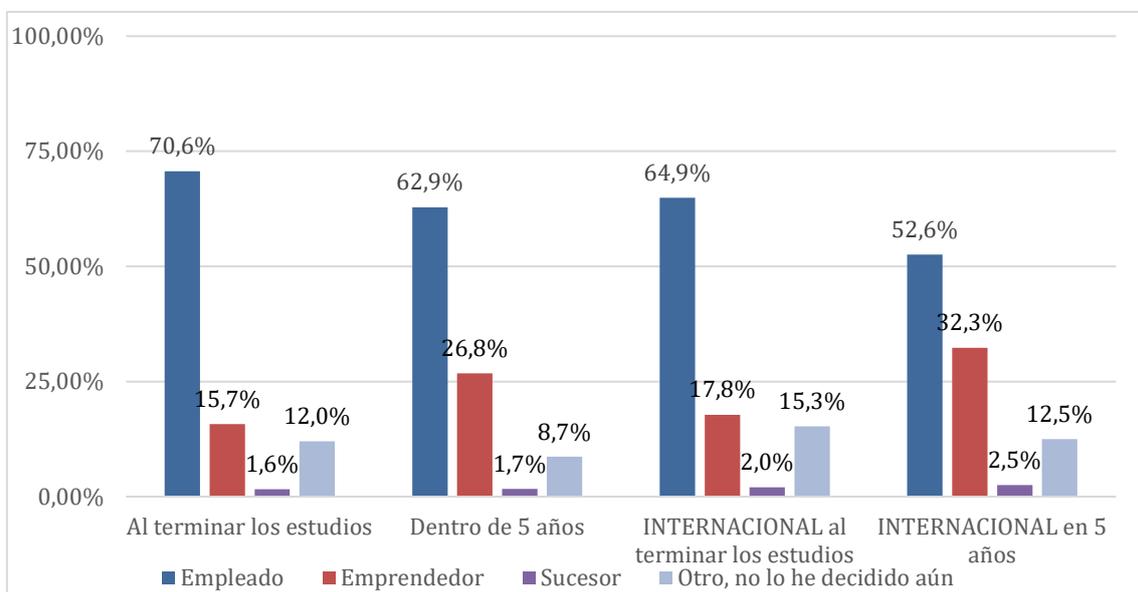


Figura 2. Cambios en las expectativas de carrera profesional de los estudiantes, en porcentajes. Comparación Universidad de Sevilla e informe GUESSS internacional 2021.

Fuente: Elaboración propia.

En la figura 2, podemos ver los datos anteriormente vistos en la tabla 1 pero de una manera más visual. Como comentamos anteriormente, podemos ver como en los

datos nacionales, la barra de empleado (color azul) disminuye del 70,64% (al terminar los estudios) al 62,86% (dentro de 5 años). Por el lado contrario, las barras de emprendedor (color naranja) aumenta del 15,73% (al terminar los estudios) al 26,77% (dentro de 5 años), y lo mismo ocurre con los sucesores (color amarillo), este aumento es poco significativo, pasa del 1,59% (al terminar los estudios) al 1,71% (dentro de 5 años).

En el informe internacional, como ya venimos comentando, sigue la misma línea que los datos obtenidos a nivel nacional. Por un lado, observamos una bajada en la barra de los que se ven empleados (color azul) bajando del 64,90% (al terminar los estudios) al 52,60% (dentro de 5 años) y lo mismo ocurre con los que aún no lo tienen decididos (color gris) baja del 15,30% (al terminar los estudios) al 12,50% (dentro de 5 años). Por el lado contrario y al igual que ocurre con los datos nacionales, el porcentaje de encuestados que se ven como emprendedores (color naranja) aumenta del 17,80% (al terminar los estudios) al 32,30% (dentro de 5 años), y ocurre igual con los sucesores (color amarillo) aunque en un porcentaje muy inferior, ya que solo aumenta 0.5% de los que terminan los estudios a dentro de 5 años.

2.2.2. Descripción comparativa por género, al finalizar sus estudios y 5 años después

En la figura 3 se presentan las preferencias de elección de carrera profesional de los alumnos, tanto al terminar los estudios como cinco años después, pero analizando los resultados de forma segregada por géneros podemos observar los siguientes resultados.

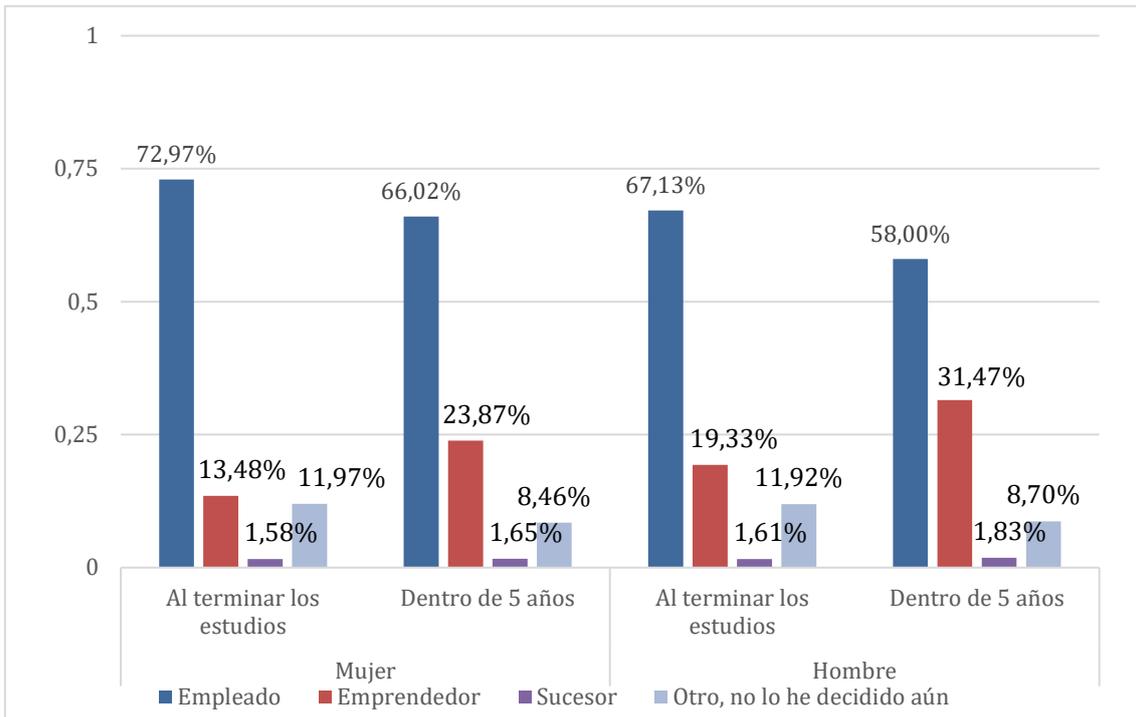


Figura 3. Cambios en las expectativas de carrera profesional de los estudiantes (%). Comparación por género

Fuente: Elaboración propia.

Se aprecia que al terminar los estudios el 67,13% de los hombres prefieren trabajar por cuenta ajena en una empresa, proporción que en las mujeres es del 72,97%. Por su parte, las mujeres, presentan un porcentaje del 11,97% en empleados otros (ONG, carrera académica y empleado de la Administración Pública). Donde destaca la carrera académica, y los hombres presentan el 8,70%. Ahora bien, los alumnos que quieren dedicarse a crear su propia empresa al finalizar sus estudios son un 19,33% para los hombres y un 13,48% para las mujeres. Los sucesores representan la mínima proporción tanto en hombres como en mujeres, 1,58% y 1,65%, respectivamente.

Se observa que la proporción de alumnos que quieren dedicarse a trabajar por cuenta ajena en una empresa cinco años después de finalizar los estudios no ha disminuido tan drásticamente como los resultados que presentaba este informe en 2018, donde se reducía del 65% al 29% en hombres y del 60% al 28% en mujeres, según los datos de 2021, si podemos observar una disminución, pero no tan drástica, de 72,97% a 66,02% y de 67,13% al 58%, en mujeres y hombres, respectivamente.

Por otro lado, tanto hombres como mujeres han aumentado su intención de ser emprendedor tras cinco años de finalizar sus estudios. Sin embargo, la proporción de hombres que quieren emprender ha aumentado respecto al Informe de 2018, caso contrario es el de las mujeres, que presenta una relativa menor intención emprendedora respecto al 2018 pero creciente en el presente análisis. En suma, para el presente informe, la proporción de hombres que quieren ser emprendedores sigue siendo más alta que la de las mujeres.

2.3. Determinantes de las intenciones emprendedoras

En este apartado analizaremos hasta qué punto los encuestados tienen la intención de convertirse en emprendedores. Para ello vamos a analizar diferentes apartados. Por un lado, veremos la intención emprendedora de los encuestados mediante una serie de cuestiones referentes a su proactividad para ser emprendedores. Por otro lado, la actitud que tienen ellos hacia ser un emprendedor, es decir, su actitud emprendedora, el control percibido o control interno que tienen sobre lo que se comprometen a realizar, una autoevaluación sobre las competencias emprendedoras que creen tener, el contexto universitario en el que se encuentran y el apoyo social que reciben por parte de la familia, amigos y compañeros.

El índice de intención emprendedora calculado para los estudiantes de la Universidad de Sevilla usa la escala propuesta por Liñán & Chen (2009). En este estudio los encuestados tienen que valorar en una escala Likert que va desde el número 1 (totalmente en desacuerdo) al 7 (muy de acuerdo), que se usa para dilucidar la inquietud emprendedora que tienen los estudiantes y si presentan una fuerte intención para abrir una empresa en el futuro.

2.3.1. Intención Emprendedora.

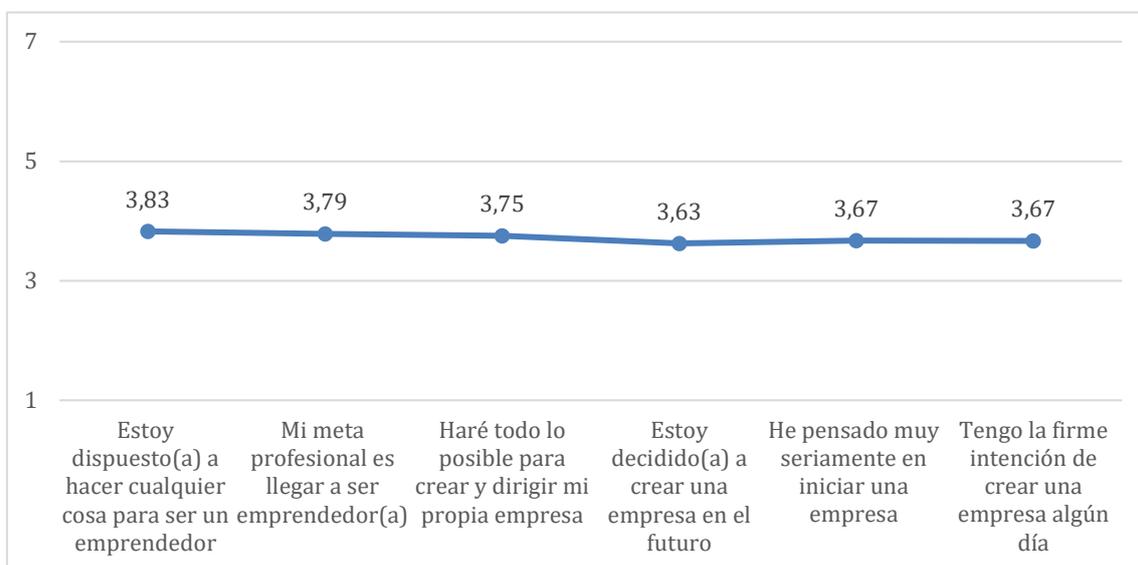


Figura 4. Valor promedio de los ítems sobre actitud emprendedora de la US.

Fuente: Elaboración propia.

Respecto a la intención emprendedora, se les hizo diferentes preguntas a los encuestados sobre lo decididos o dispuestos que están a tener en el futuro un papel emprendedor, es decir, la intención de emprender en un futuro tras haber terminado los estudios. Tras analizar las respuestas proporcionadas por dichos encuestados, obtuvimos como resultado los diferentes datos que se muestran en la figura 4.

De las seis preguntas que se les realizó, vemos que todas las respuestas se encuentran en sintonía, es decir, en la misma línea. La primera pregunta (Estoy dispuesto(a) a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor) obtuvo de media un 3,83. De la segunda (Mi meta profesional es llegar a ser emprendedor(a)) mantiene un 3,79. La tercera pregunta (Haré todo lo posible para crear y dirigir mi propia empresa) sigue las líneas anteriores 3,75. La cuarta pregunta (Estoy decidido(a) a crear una empresa en el futuro) es la que encontramos más bajo porcentaje de los analizados aquí, aunque sigue no sugiere un cambio significativo, ya que se mantiene en los mismos porcentajes 3,63. La quinta pregunta (He pensado muy seriamente en iniciar una empresa) tiene una media de 6,67. Y la sexta y última pregunta respecto a la intención emprendedora (Tengo la firme intención de crear una empresa algún día) obtuvo un promedio de 3,67,

mismo resultado que la prueba anterior. Como podemos ver todas siguen una misma línea, sin tener una diferencia significativa entre unos y otros.

2.3.2. Intención Emprendedora, comparativa por género

En la figura 5 podemos observar datos relevantes acerca de la intención emprendedora entre hombres y mujeres, como podrá observarse, existe una brecha de género en todas las afirmaciones, con los hombres buscando mayor valor en todos los ítems.

Aunque, debemos tener en cuenta que esta brecha ha sido suavizada respecto a los datos de la pasada edición, en general, las puntuaciones entre ambos géneros, aunque presenta ciertas diferencias, se sitúa en torno a valores medios de la escala.

Para las mujeres, los ítems que presentan menor valor son “Estoy decidido(a) a crear una empresa en el futuro” y “Tengo la firme intención de crear una empresa algún día”, con una puntuación de 3,47, por otro lado, para los hombres, “Estoy dispuesto(a) a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor” es aquel que presenta menor puntuación.

Por otro lado, aquel ítem que mayor diferencia presenta entre géneros es “Tengo la firme intención de crear una empresa algún día” con una diferencia de 0,55, positiva para los hombres, que además es su ítem mayor valorado, siendo “Estoy dispuesto(a) a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor” como aquel más puntuado por las mujeres (superando el valor alcanzado por los hombres, de 3,82 frente a 3,84). Algo que diferencia a este informe de su edición anterior, donde los hombres presentaban mayor intención emprendedora en todos los ítems, esto puede ser consecuencia de un uso de políticas que están favoreciendo la reducción de la brecha de género en este aspecto.

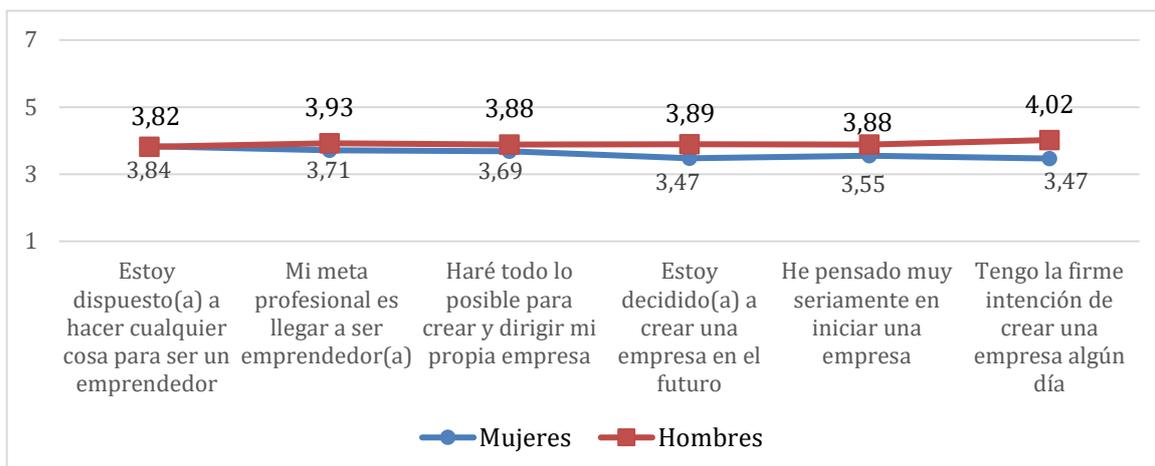


Figura 5. Valor promedio de ítems sobre intención emprendedora. Comparativa por género.
Fuente: Elaboración propia.

2.3.3. Determinantes directos de la intención emprendedora

Aquí veremos, como hemos comentado anteriormente, la opinión de los encuestados sobre la actitud emprendedora que creen tener, el control interno o percibido que poseen, el contexto universitario donde se encuentran y la norma subjetiva (apoyo familiar, de amigos y de compañeros).

Del mismo modo que se usó para medir las intenciones emprendedoras, para analizar estas variables, se usó escalas tipo Likert de 7 posibles niveles, con el nivel 7 indicando la valoración “muy de acuerdo”, y el nivel 1 para la valoración “completamente en desacuerdo”. A continuación, analizamos cada uno de los tres antecedentes de la intención según la Teoría de la Acción Planificada (Ajzen, 1991).

2.3.3.1. Actitud emprendedora.

La actitud emprendedora, como hemos comentado anteriormente, hace referencia a la valoración que tienen los estudiantes o encuestados, ya sea positiva o negativa, sobre las consecuencias de ser un emprendedor.

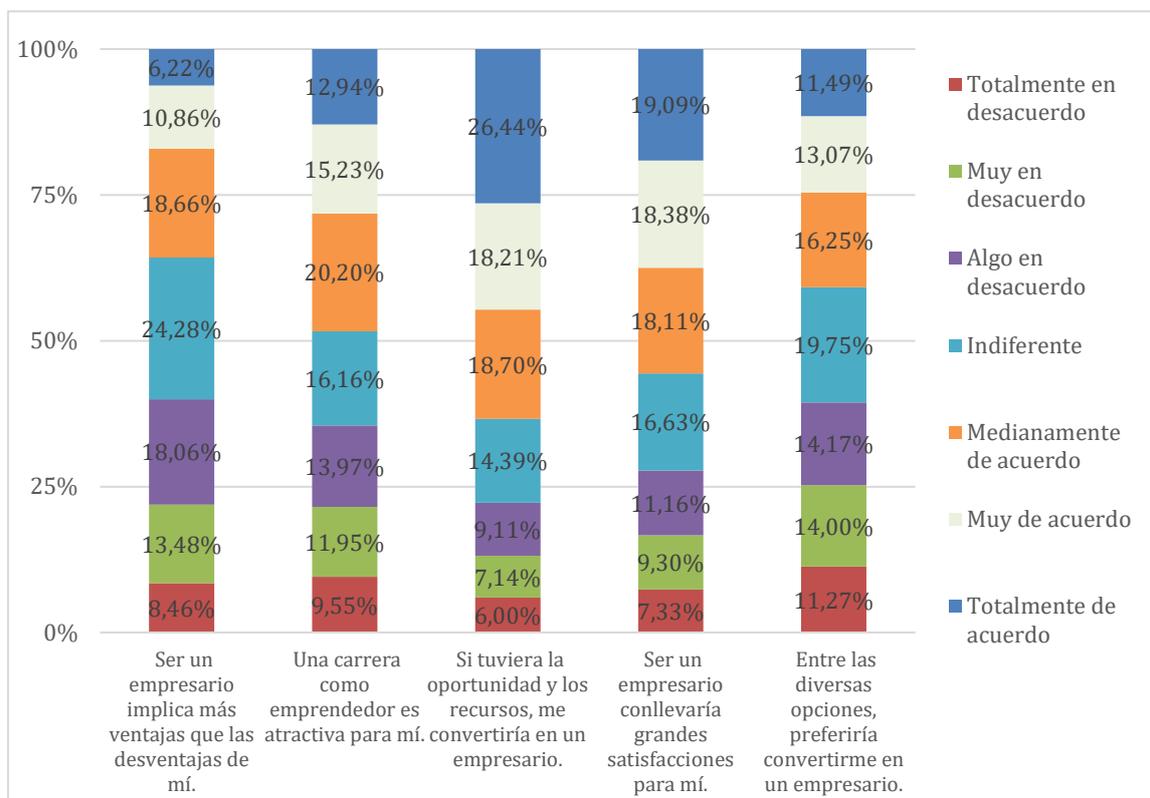


Figura 6. Grado de acuerdo/desacuerdo sobre ítems de actitud emprendedora en porcentaje.
Fuente: Elaboración propia.

La figura 6, analiza la actitud emprendedora de los encuestados mediante el grado de desacuerdo o de acuerdo respecto a varias preguntas. Ser un empresario implica más ventajas que desventajas para mí: En esta pregunta hemos obtenido un porcentaje de 8,46 de los que se encuentran totalmente desacuerdo, seguido de un 13,48% de los que están muy en desacuerdo, un 18,06% se encuentran algo en desacuerdo. Un 24,18% se mantienen indiferente. El 18,66% se encuentran medianamente de acuerdo. El 10,86 responden estar muy de acuerdo. Y el 6,22% se encuentran totalmente de acuerdo. Como se puede comprobar el 35,74% dan una respuesta positiva frente al 40% que dan una respuesta más negativa respecto a esta pregunta.

Una carrera como emprendedor es atractiva para mí: En esta pregunta hemos obtenido un porcentaje de 9,55% de los que se encuentran totalmente desacuerdo, seguido de un 11,95% de los que están muy en desacuerdo, un 13,97% se encuentran

algo en desacuerdo. Un 16,16% se mantienen indiferentes. El 20,20% se encuentran medianamente de acuerdo. El 15,23% responde estar muy de acuerdo. Y el 15,94% se encuentran totalmente de acuerdo. Como se puede comprobar el 48,37% dan una respuesta positiva frente al 35,47% que dan una respuesta más negativa respecto a esta pregunta.

Si tuviera la oportunidad y recursos, me convertiría en empresario: En esta pregunta hemos obtenido un porcentaje de 6% de los que se encuentran totalmente desacuerdo, seguido de un 7,14% de los que están muy en desacuerdo, un 9,11% se encuentran algo en desacuerdo. Un 14,39% se mantienen indiferentes. El 18,70% se encuentran medianamente de acuerdo. El 18,21% responde estar muy de acuerdo. Y el 26,44% se encuentran totalmente de acuerdo. Como se puede comprobar, en esta pregunta obtenemos un mayor número de respuestas positivas. El 63,35% dan una respuesta positiva frente al 22,25% que dan una respuesta más negativa respecto a esta pregunta.

Ser empresario conlleva grandes satisfacciones para mí: En esta pregunta hemos obtenido un porcentaje de 7,33% de los que se encuentran totalmente desacuerdo, seguido de un 9,30% de los que están muy en desacuerdo, un 11,16% se encuentran algo en desacuerdo. Un 16,63% se mantienen indiferentes. El 18,11% se encuentran medianamente de acuerdo. El 18,38% responde estar muy de acuerdo. Y el 19,09% se encuentran totalmente de acuerdo. Como se puede comprobar el 55,58% dan una respuesta positiva frente al 27,79% que dan una respuesta más negativa respecto a esta pregunta.

Entre las diversas opciones, preferiría convertirme en un empresario: Podríamos considerar esta pregunta como la más importante entre las que hemos visto, puesto que en esta podemos ver la expresamente la intención emprendedora de los encuestados frente a otras alternativas. En esta pregunta hemos obtenido un porcentaje de 11,27% de los que se encuentran totalmente desacuerdo, seguido de un 14% de los que están muy en desacuerdo, un 14,17% se encuentran algo en desacuerdo. Un 19,75% se mantienen indiferentes. El 16,25% se encuentran medianamente de acuerdo. El 13,07% responde estar muy de acuerdo. Y el 11,49% se encuentran totalmente de

acuerdo. Como se puede comprobar el 40,81% dan una respuesta positiva frente al 39,44% que dan una respuesta más negativa respecto a esta pregunta.

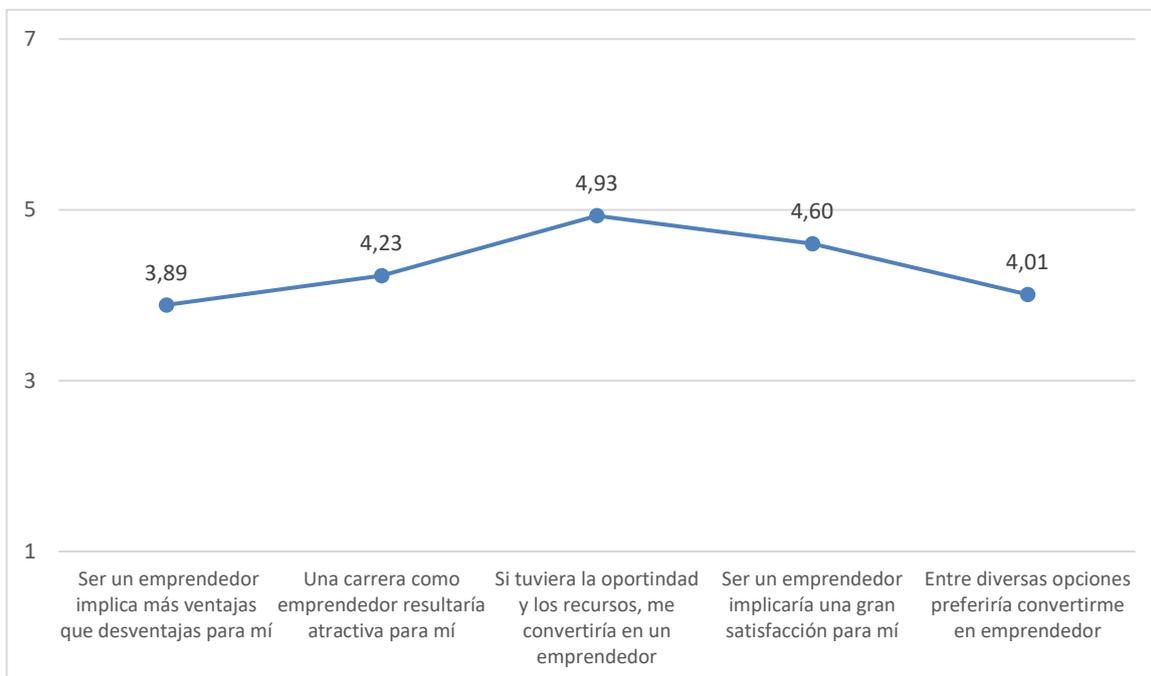


Figura 7. Valoración promedio de los estudiantes de la Universidad de Sevilla sobre los ítems sobre actitud emprendedora.

Fuente: Elaboración propia.

En la figura 7, podemos apreciar el promedio obtenido en cada pregunta realizada respecto al grado de acuerdo o desacuerdo contestado por los encuestados, de este modo, para la primera pregunta (Ser un emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí), se obtiene un 3,89 de promedio. Para la segunda pregunta (Una carrera como emprendedor resultaría atractiva para mí), tiene un 4,23 de promedio según las respuestas obtenidas por parte de los encuestados. Respecto a la tercera pregunta (Si tuviera la oportunidad y los recursos, me convertiría en un emprendedor) es donde podemos observar un pico relevante, puesto que el promedio obtenido en esta pregunta alcanza el 4,93.

La cuarta pregunta (Ser un emprendedor implicaría una gran satisfacción para mí) baja otra vez el porcentaje de promedio hasta el 4,60, dejando aún ver más claramente la importancia de la tercera pregunta. Respecto a la última pregunta analizada en este apartado (Entre diversas opciones preferiría convertirme en

emprendedor), aunque también es una pregunta muy relevante, obtiene por parte de los encuestados un 4,01 de promedio de todas las respuestas analizadas. De este modo se hace evidente la importancia de las respuestas obtenidas respecto de las preguntas formuladas a los encuestados.

2.3.3.2. Control percibido (Control interno).

El control percibido hace referencia a la capacidad que tienen las personas para percibir el grado de mayor o menor dificultad para desempeñar una determinada tarea o presentar una determinada conducta. Para poder realizar una evaluación del control conductual percibido, Ajzen (2002) resalta como variables fundamentales la controlabilidad y autoeficacia para valorar cuál es el control percibido por el sujeto.

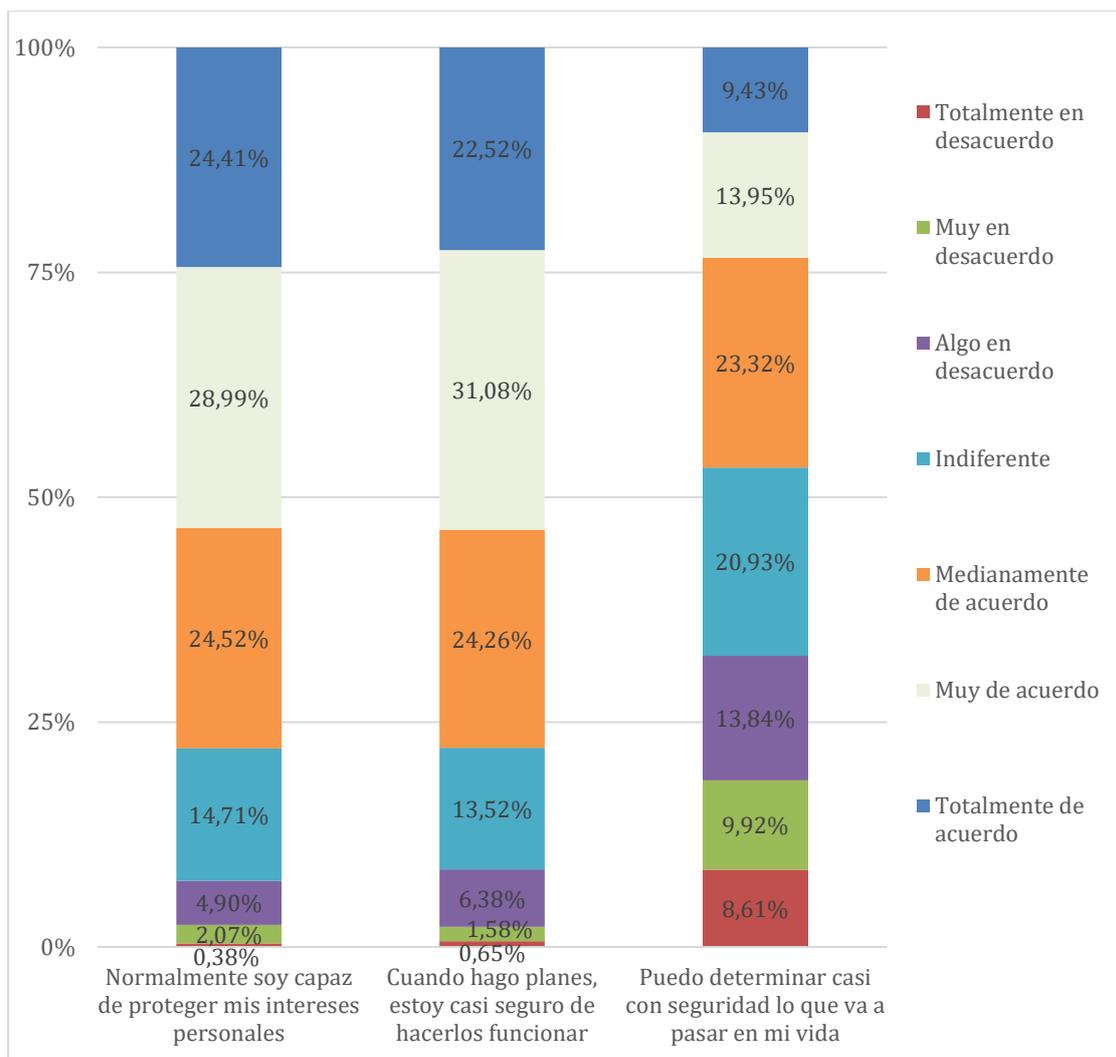


Figura 8. Grado de acuerdo/desacuerdo sobre ítems de control percibido, en porcentaje.
Fuente: Elaboración propia.

En la figura 8, recopilamos las respuestas proporcionadas por los encuestados a lo que conocemos por control percibido o control interno, es decir, el concepto psicológico de la teoría de la acción planificada. Para ello y mediante tres preguntas realizadas a los encuestados, los cuales contestaron mediante una escala Likert (1-7), su grado de acuerdo o desacuerdo obtuvimos la siguiente información:

- Normalmente soy capaz de proteger mis intereses personales: En esta pregunta hemos obtenido unas respuestas bastante positivas. El 24,41% admite estar totalmente de acuerdo, el 28,99% muy de acuerdo y el 24,52% medianamente de acuerdo. Por el otro extremo, el 0,38% dice estar totalmente desacuerdo, el 2,07% muy en desacuerdo y el 4,90% admite estar algo en desacuerdo. Y como punto intermedio, el 14,71% se muestran indiferentes respecto de esta pregunta.

- Cuando hago planes, estoy casi seguro de hacerlos funcionar: Esta pregunta hace referencia a la iniciativa y el esfuerzo de los encuestados de llevar a cabo las tareas que se proponen. En este caso, el 22,25% asegura estar totalmente de acuerdo, el 31,08% dicen estar muy de acuerdo, y el 24,26% admiten estar medianamente de acuerdo. En el punto intermedio, un 13,25% instan a sentirse indiferentes respecto a esta pregunta. Y por el lado más negativo, el 0,65% se encuentran totalmente desacuerdo hacia esta pregunta, el 1,58% muy en desacuerdo, y el 6,38% medianamente desacuerdo.

- Puedo determinar casi con seguridad lo que va a pasar en mi vida: En esta pregunta, al hacer referencia hacia un futuro aún incierto para muchos de los encuestados, es donde a diferencia de las dos anteriores hemos obtenido más respuestas de desacuerdo. De este modo, el 8,61% dice estar totalmente en desacuerdo, el 9,92% admiten estar muy desacuerdo y el 13,84% medianamente desacuerdo. Por el lado contrario, el 9,43% se encuentran totalmente de acuerdo, el 13,95% dicen estar muy de acuerdo y el 23,32% admiten estar medianamente de acuerdo. De los encuestados el 20,93% dicen estar indiferente ante esta pregunta.

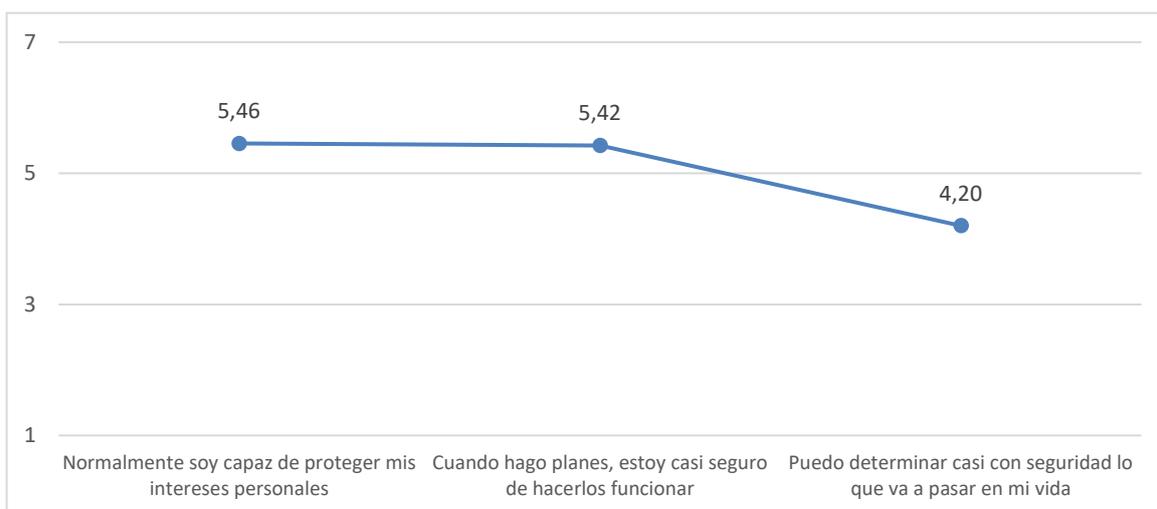


Figura 9. Valor medio de los ítems sobre control percibido.

Fuente: Elaboración propia.

En la figura 9, se analiza y recopila el promedio de las respuestas dadas por los encuestados a las preguntas que vimos en la figura anterior. De este modo, para la primera pregunta “Normalmente soy capaz de proteger mis intereses personales” hemos obtenido un 5,46 de promedio. Para la segunda pregunta realizada a los encuestados “Cuando hago planes, estoy casi seguro de hacerlos funcionar” hemos obtenido como término medio un 5,42. Y para la tercera pregunta, más referente hacia el futuro de los encuestados, “Puedo determinar casi con seguridad lo que va a pasar en mi vida” hemos obtenido un 4,20, el promedio más bajo de los tres analizados respecto al valor percibido o control interno.

2.3.3.3. Autoevaluación sobre competencias emprendedoras.

La autoevaluación sobre las competencias emprendedoras se puede entender como otro de los componentes del control percibido. Aquí lo que se quiere ver es la creencia que tienen las personas, en nuestro caso los estudiantes encuestados, sobre sus propias capacidades para llevar a cabo una actividad o proyecto de la mejor manera posible llegando a alcanzar el éxito de lo que se propongan.



Figura 10. Autoevaluación sobre competencias emprendedoras.

Fuente: Elaboración propia.

En la figura 10, podemos observar el promedio o media de las respuestas proporcionada por los encuestados a los que se les sometió diferentes preguntas para que se auto analizaran sobre las competencias emprendedoras que creen poseer o que carecen de ellas. Las respuestas recogidas, fueron proporcionadas mediante una escala Likert, es decir, de 1 a 7, siendo 1 la respuesta más en desacuerdo y 7 la más de acuerdo.

De este modo para la pregunta de si son capaces de identificar nuevas oportunidades se obtuvo un 4,32 de media de los que creen que si son capaces de identificar nuevas oportunidades. Respecto a la pregunta de si se ven capaz de crear nuevos productos y servicios obtuvimos una media de 4,26. La tercera pregunta hace referencia a la gestión de la innovación dentro de un negocio, en esta pregunta y tras analizar las diversas respuestas, obtuvimos un promedio de 4,58. La siguiente y cuarta pregunta realizada a los encuestados trata sobre ser líder y comunicador, aquí es donde obtenemos mayor promedio de los analizados hasta ahora referentes a la autoevaluación sobre competencias emprendedoras, ya que obtuvimos un 5,11 de media.

La quinta pregunta donde se les pregunta por construir una red profesional obtuvo de media un 4,60. La siguiente pregunta hace referencia al comercializado de

una nueva idea o desarrollo dio como promedio un 4,56 de las respuestas analizadas. Y la última pregunta realizada a los encuestados respecto a la autoevaluación de competencias emprendedoras es si sabrán gestionar con éxito un negocio, de las respuestas volcadas por los encuestados ante esta pregunta, se obtuvo una media o promedio de 4,69.

2.3.3.4. Apoyo social, familiar y de los amigos (Norma subjetiva)

Con apoyo social, familiar y de los amigos, nos estamos refiriendo a la norma subjetiva. Esta norma hace referencia a la creencia o expectativa que tienen los estudiantes encuestados en el informe acerca de la reacción o el apoyo que esperan tener de su círculo más cercano a la hora de emprender una iniciativa empresarial, (Ajzen, 2002).

Para poder detectar la reacción del entorno que tendrían los encuestados que estamos analizando, se les realizó la siguiente pregunta “Si emprendiera una carrera como emprendedor, ¿cómo reaccionaría las personas de tu entorno más cercano?”, obteniendo los resultados que a continuación se explican.

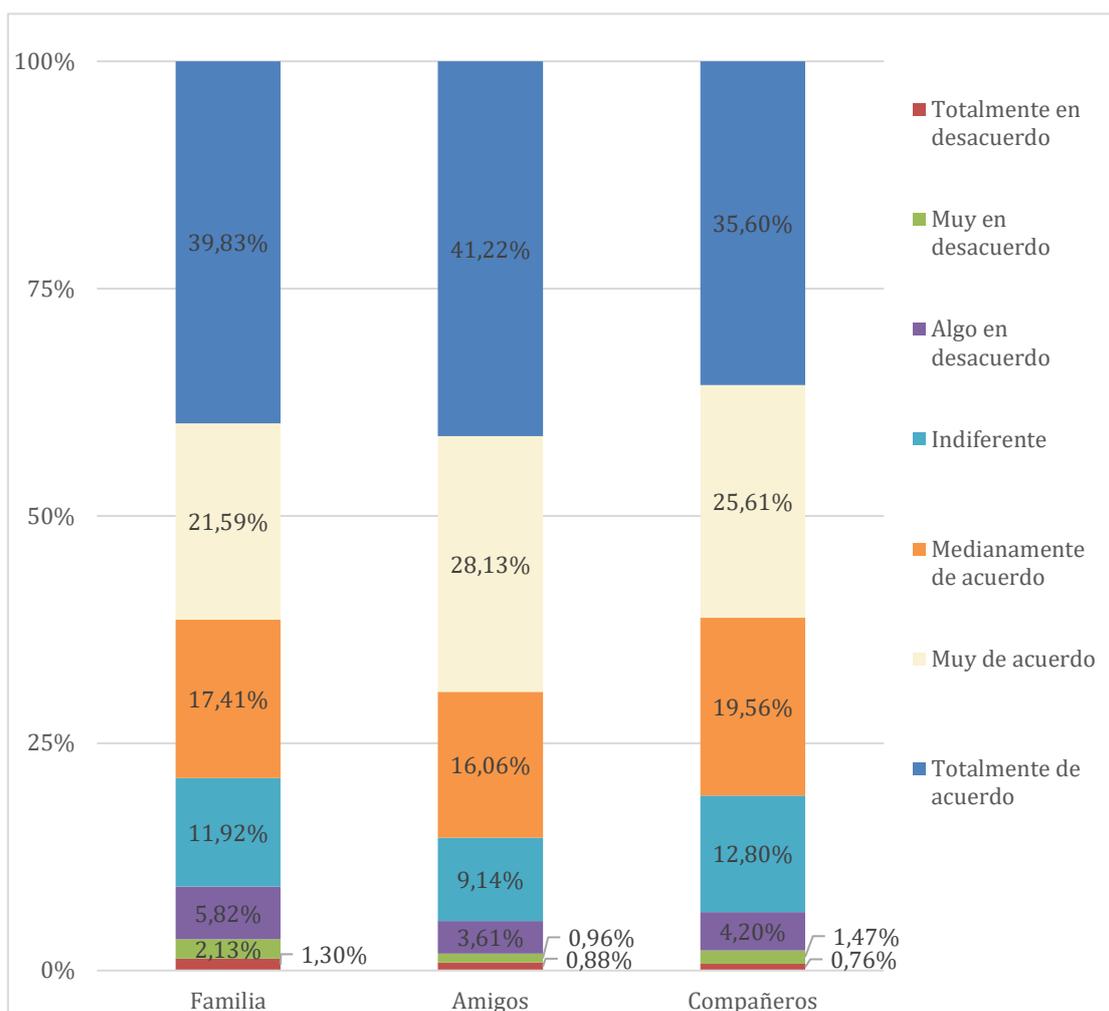


Figura 11. Norma subjetiva, distribución porcentual para la valoración de las reacciones del entorno más próximo ante la elección emprendedora.
Fuente: Elaboración propia.

En la figura 11, analizamos el apoyo que los encuestados reciben por parte de su familia, amigos y compañeros. De este modo y con una escala de Likert hemos analizado el grado de acuerdo de los encuestados. Respecto de las familias el 39,83% dice estar totalmente de acuerdo, el 21,59% muy de acuerdo, y el 17,41% medianamente de acuerdo. Como punto intermedio, el 11,92% se sitúa indiferente. Desde el otro extremo, el 5,82% se sienten algo en desacuerdo, el 2,13% muy en desacuerdo y solo el 1,30% totalmente en desacuerdo.

Respecto al perfil de los amigos, ocurre algo parecido, el 41,22% afirma estar totalmente de acuerdo, el 28,13% muy de acuerdo y el 16,06% medianamente de acuerdo. De otra parte, el 3,61%, el 0,96% y el 0,88% afirman estar algo en desacuerdo,

muy en desacuerdo y totalmente en desacuerdo respectivamente. Mientras el 9,14% se mantienen indiferentes ante este respecto.

Por parte de los compañeros se obtienen unos resultados muy parecidos a los de los familiares. Siendo un 35,60% los que están totalmente de acuerdo frente al 0,76% que admiten estar totalmente desacuerdo. El 25,61% dicen estar muy de acuerdo, sin embargo, el 1,47% dicen estar muy en desacuerdo. como puntos centrales, el 19,56% afirman encontrarse medianamente de acuerdo, pero el 4,20% se encuentran algo en desacuerdo y el 12,80% se mantienen indiferentes ante esta pregunta.

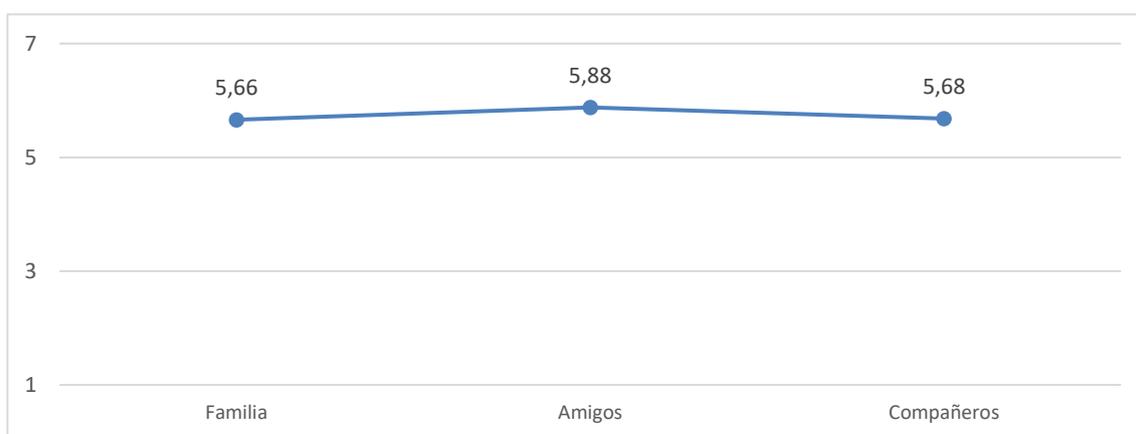


Figura 12. Promedio para la valoración de las reacciones del entorno próximo ante la elección emprendedora.

Fuente: Elaboración propia.

En la figura 12 hemos querido recoger los promedios obtenidos de la figura analizada anteriormente. Como puede observarse, los encuestados se sienten más apoyados por los amigos ya que es el que obtiene una media superior, alcanzando el 5,88, mientras que familia y compañeros se sitúan muy similares con un 5,66 y un 5,68 respectivamente, solo lo separa un 0,02 a favor de los compañeros. Esto puede deberse a lo arriesgado que en ocasiones supone emprender, ya que las familias prefieren una estabilidad económica y no que se asuman riesgos.

2.3.4. El contexto universitario.

Por contexto universitario podemos entender el papel que juega la universidad en los estudiantes a la hora de enfrentarse a iniciar un proyecto empresarial. La formación que se recibe por parte de los docentes, así como las actividades relacionadas con el emprendimiento que se desarrollan en la universidad, pueden influir de forma muy activa y trascendental en la vida de los estudiantes, principalmente en aquellos con una clara intención de emprender.

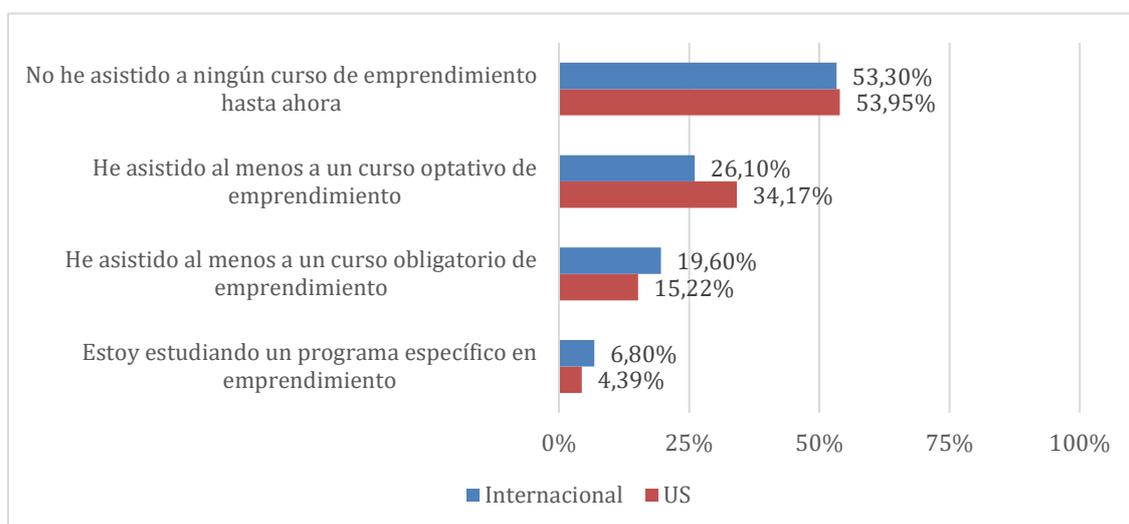


Figura 13. Papel de la Universidad en materia de emprendimiento, en porcentajes. Comparación Universidad de Sevilla y GUESSS 2021.

Fuente: Elaboración propia.

En la figura 13 se recoge una comparativa del contexto universitario de la Universidad de Sevilla frente al ámbito o nivel internacional. De las preguntas que a continuación analizamos y que se pueden observar en la gráfica podemos añadir:

Más de la mitad de los encuestados afirman no haber recibido ninguna formación específica en emprendimiento. En concreto, en esta pregunta hemos obtenido que el 53,95% de los encuestados de la US no ha recibido esa formación, mientras que a nivel internacional (datos sacados del GUESSS 2021 Global) el porcentaje es de un 53,30%.

Entre los que sí han recibido alguna formación específica en emprendimiento, son más abundantes los que lo han hecho de forma voluntaria (optativas, créditos

curriculares, etc.). En concreto, quienes afirman haber cursado al menos un curso optativo de emprendimiento representan a nivel internacional un 26,10%. En cambio, esa cifra es superior en el caso de la universidad de Sevilla, donde los que eligen esta opción alcanzan el 34,17%.

Por su parte, haber asistido al menos a un curso obligatorio de emprendimiento representa un porcentaje menor. Se trata de un porcentaje notablemente inferior a los que participan en un curso optativo. Para este caso, obtenemos un 19,60% de encuestados a nivel internacional y un 15,22% de los encuestados en la US. Esto pone de manifiesto que la oferta de formación en emprendimiento no está suficientemente incluida en la estructura básica de los diferentes planes de estudios.

Finalmente, son muy pocos los que están estudiando un programa específico sobre emprendimiento. Esta cuarta opción es la que señalan el menor porcentaje de encuestados: El 6,80% a nivel internacional y el 4,39% de los encuestados de la Universidad de Sevilla.



Figura 14. Evaluación del aprendizaje en relación con el emprendimiento.
Fuente: Elaboración propia.

Aquí analizamos los promedios obtenidos tras analizar las respuestas proporcionadas por los encuestados mediante una escala Likert (figura 14). De este

modo, podemos observar que las medias o promedios obtenidos se mantienen en sintonía y no presentan unas diferencias de unas a otras significativas. Respecto a la pregunta de si aumentó el entendimiento de las actitudes, valores y motivaciones de los emprendedores se obtuvo un 3,95. Para la pregunta de si aumentó el entendimiento de las acciones que una persona tiene que llevar a cabo para iniciar un negocio se alcanzó un promedio de 3,71. Respecto a si aumentaron las habilidades prácticas administrativas de gestión para iniciar un negocio se obtuvo un promedio de 3,58, y tanto para si aumentaron la habilidad para desarrollar redes y si aumentan la habilidad para identificar una oportunidad, se obtuvo un 3,54 y un 3,63 respectivamente.

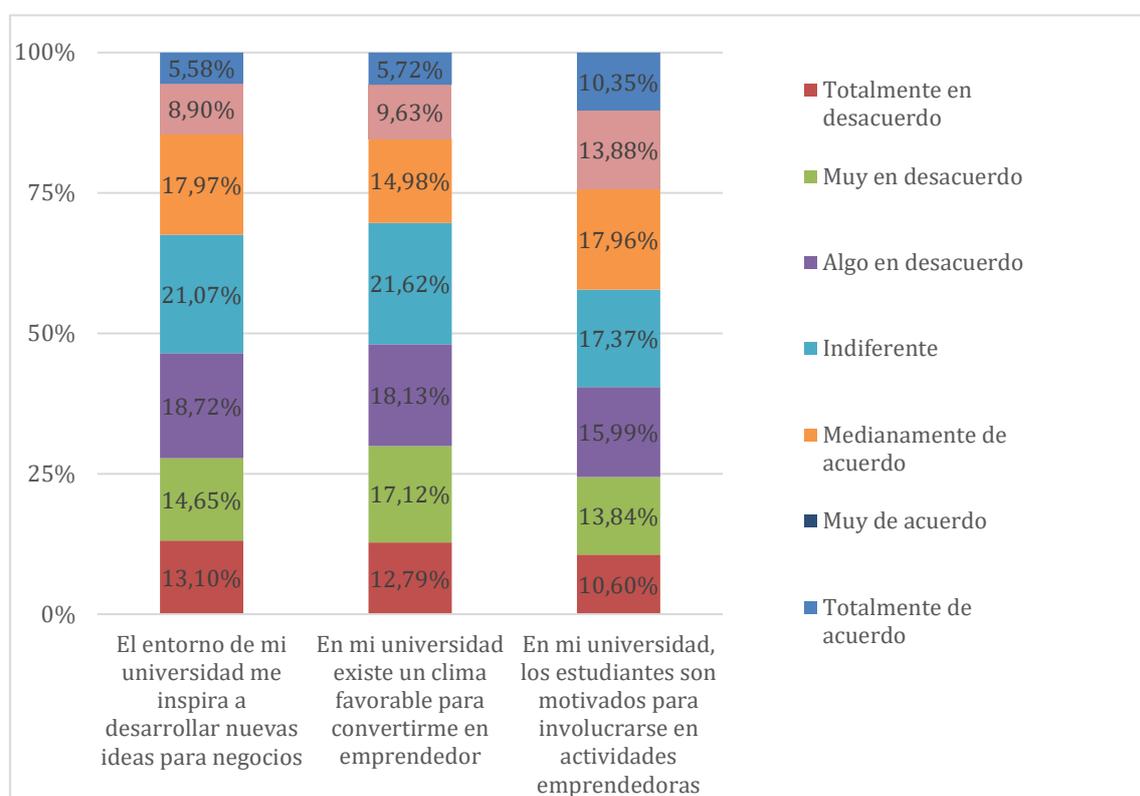


Figura 15. Evaluación del clima emprendedor en la Universidad en porcentaje.
Fuente: Elaboración propia.

Para evaluar el clima emprendedor en la universidad de Sevilla (figura 15) hemos analizado las respuestas de los encuestados, como ya hemos visto anteriormente, mediante una escala de acuerdo y desacuerdo. De este modo y ante las

siguientes tres preguntas hemos obtenido las siguientes respuestas respecto al contexto universitario percibido por los encuestados.

El entorno de mi universidad me inspira a desarrollar nuevas ideas para negocios: Como lado positivo, los encuestados que contestaron estar totalmente de acuerdo alcanzó el 5,58%, los que estaban muy de acuerdo alcanzaron los 8,90% y los que estaban medianamente de acuerdo se estableció como 17,97%. como punto de inflexión, el 21,07% se mantuvieron indiferentes. Por el lado del desacuerdo, el 13,10% dicen estar totalmente en desacuerdo, el 14,65% muy en desacuerdo y el 18,72% algo en desacuerdo. Como se puede observar, esta pregunta obtiene más respuestas de desagrado que de agrado, algo que tendría que ser estudiado en profundidad para poder corregirlo.

En mi universidad existe un clima favorable para convertirme en emprendedor: En este aspecto, el 5,72% admiten estar totalmente de acuerdo, el 9,63% y 14,98% dicen estar muy de acuerdo y medianamente de acuerdo respectivamente. Por el lado contrario, el 12,79% afirman estar totalmente en desacuerdo, el 17,12% muy en desacuerdo y el 18,13% algo en desacuerdo, mientras que el 21,62% se mantienen indiferentes.

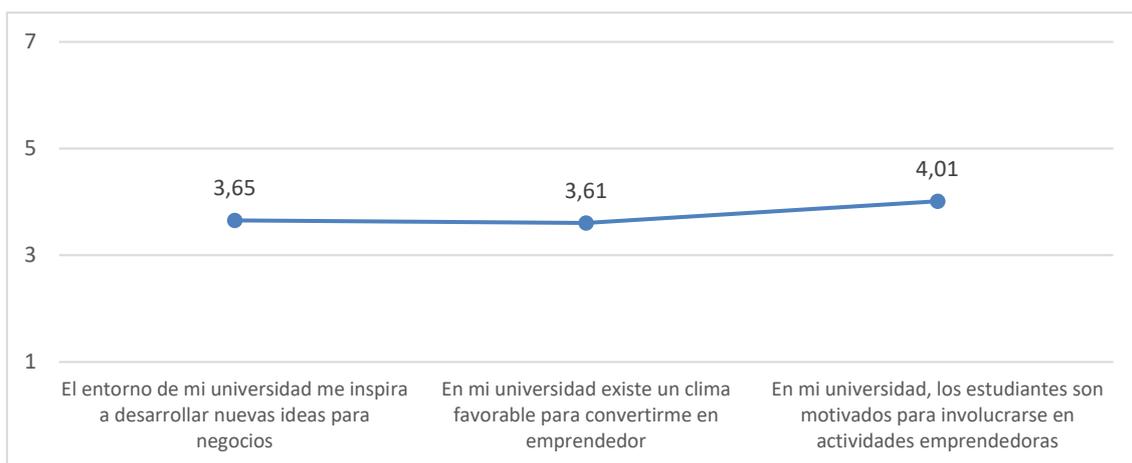


Figura 16. Promedios de evaluación del clima emprendedor de la Universidad de Sevilla.
Fuente: Elaboración propia.

En mi universidad, los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras: Aquí, el 10,35% de los encuestados afirman estar totalmente de acuerdo, una subida significativa en comparación con las dos preguntas

anteriores, Respecto a los que están muy de acuerdo y medianamente de acuerdo se sitúan en el 13,88% y 17,96% respectivamente. En el punto intermedio o de indiferencia se sitúan el 17,37% de los encuestados. Y como puntos desfavorables encontramos que el 10,60% se encuentran totalmente en desacuerdo, el 13,84 muy en desacuerdo y que el 15,99% algo en desacuerdo.

La figura 16 representa el promedio de los datos analizados en la figura anterior, la figura 15. De este modo se consiguió una media de 3,65 para la pregunta de si el entorno de mi universidad inspira a desarrollar nuevas ideas para negocios. Respecto a si en la universidad existe un clima favorable para convertirse en emprendedor, obtenemos un promedio de 3,61. Y para la cuarta pregunta, es donde podemos observar que la media o promedio aumenta alcanzando un 4,01 a la pregunta de si en mi universidad, los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras.

2.3.5. Determinantes familiares de la intención emprendedora.

2.3.5.1. Antecedentes familiares.

El entorno familiar de los estudiantes, puede que sea uno de los factores más relevantes para el impulso del espíritu emprendedor. Según Matthews & Moser (1996), la forma de conducta que han tenido los padres en temas relacionados con el

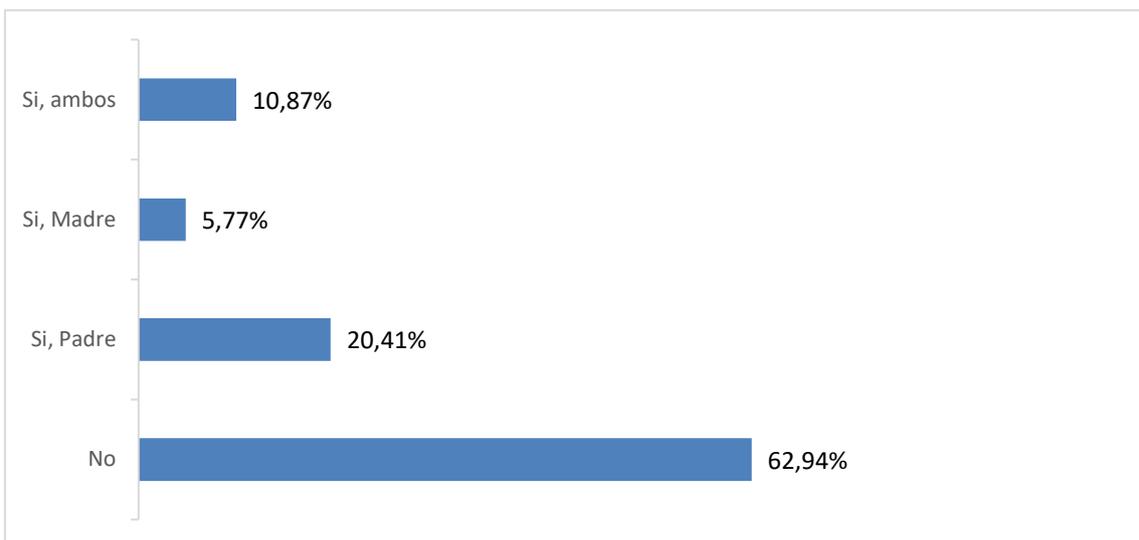


Figura 17. Porcentaje de padres que trabajan por cuenta propia.
Fuente: Elaboración propia.

emprendimiento puede influenciar al sujeto a la hora de elegir empezar una iniciativa emprendedora. Por ello, la influencia de la familia en la intención emprendedora de los estudiantes es tan importante.

Analizamos en la figura 17, las respuestas dadas por los encuestados sobre sus antecedentes familiares a la hora de que puedan o no influir en su actitud o iniciativa emprendedora. Esta gráfica nos muestra si los padres de los encuestados están o no trabajando por cuenta propia, de este modo podemos observar que un 62,94% de los encuestados respondieron que sus padres no trabajaban por cuenta propia, de los que contestaron que sí, el 10,87% aseguraron que ambos progenitores trabajaban por cuenta propia, el 5,77% que solo lo hacían sus madres y el 20,41% que eran sus padres los que trabajaban por cuenta propia.

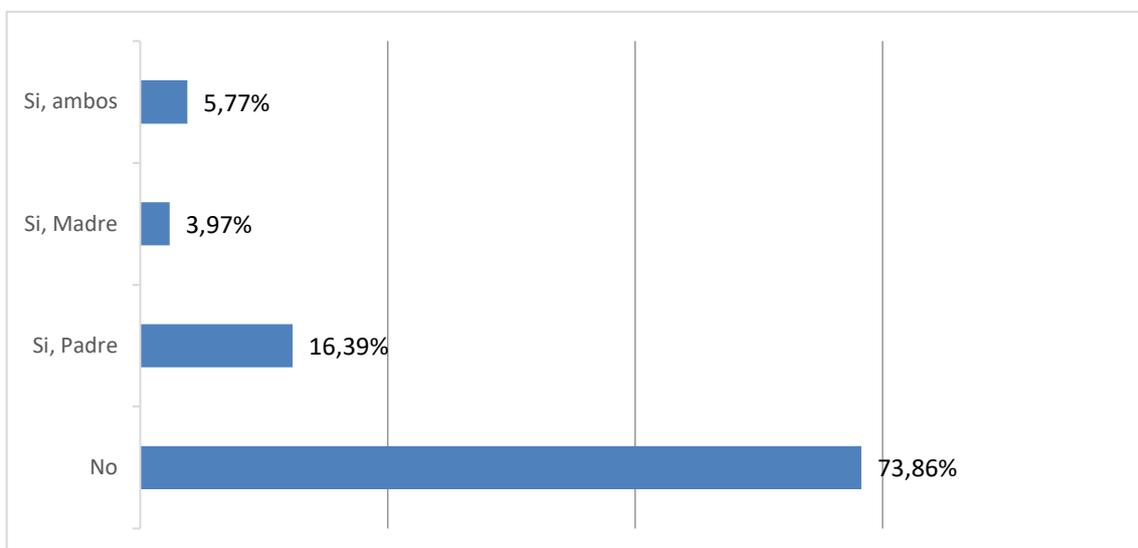


Figura 18. Porcentaje de padres que son accionistas mayoritarios en empresa privada.
Fuente: Elaboración propia.

En la figura 18, los encuestados respondieron a la pregunta de si sus progenitores, los cuales trabajan por cuenta propia, tienen el porcentaje mayoritario de sus empresas. Como puede observarse, el porcentaje baja considerablemente respecto de la gráfica anterior, de este modo, anteriormente decíamos que los encuestados que respondieron que ambos progenitores trabajaban por cuenta propia obtenía un porcentaje de 10,87% pero ahora podemos ver que, de estos, solo un 5,77% son accionistas mayoritarios de la empresa. Lo mismo ocurre con los que contestaban que

solo sus padres trabajaban por cuenta propia un 20,41%, y de estos solo un 16,39% son accionistas mayoritarios. En el caso de las madres, encontramos una bajada igual de significativa, puesto que de las 5,77% que trabajaban por cuenta propia, solo un 3,97% son accionistas mayoritarias.

2.3.5.2. *La empresa familiar.*

Tras ver la gran importancia que tienen los antecedentes familiares en la vida de un estudiante a la hora de emprender, también lo son las familias que no solo apoyan a los estudiantes, sino que, dentro del núcleo familiar, cuentan con emprendedores, como pueden ser los padres o las madres.

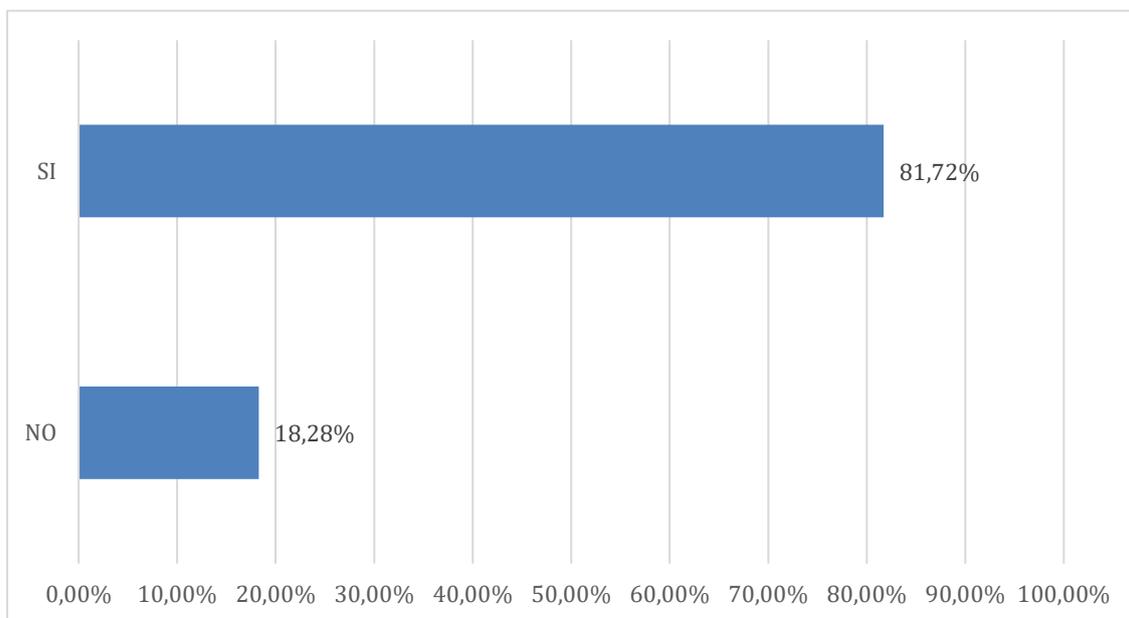


Figura 19. Porcentaje de participación directa de los padres en la gestión de la empresa.
Fuente: Elaboración propia.

Analizamos las respuestas proporcionadas por los encuestados respecto de si sus padres (los que trabajan por cuenta propia) participan activamente en la gestión de la empresa que tienen, (figura 19). Para recopilar esta información hemos utilizado respuesta dicotómica de “Si” o “No”. De este modo, hemos obtenido que el 81,72% de los padres que trabajan por cuenta propia participan activamente en la gestión de la empresa. Y que el 18,28% no participan activamente en la gestión del negocio.

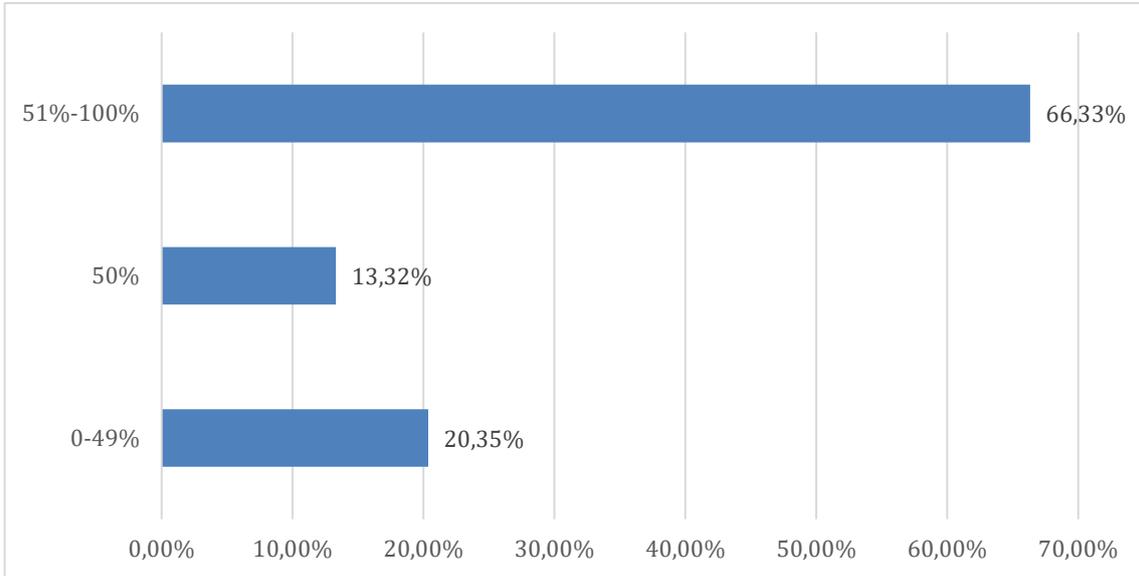


Figura 20. Porcentaje de la empresa en manos de la familia.

Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, en la figura 20 se recoge el porcentaje de participación que tienen los progenitores de los encuestados en las empresas en las que trabajan por cuenta propia. Así mismo hemos obtenido unos resultados bastantes altos. El 20,35% afirma tener menos del 50% de propiedad de la empresa. Los que cuentan con una participación del 50% son alrededor de 13,32%. Y los que cuentan con más de un 50%

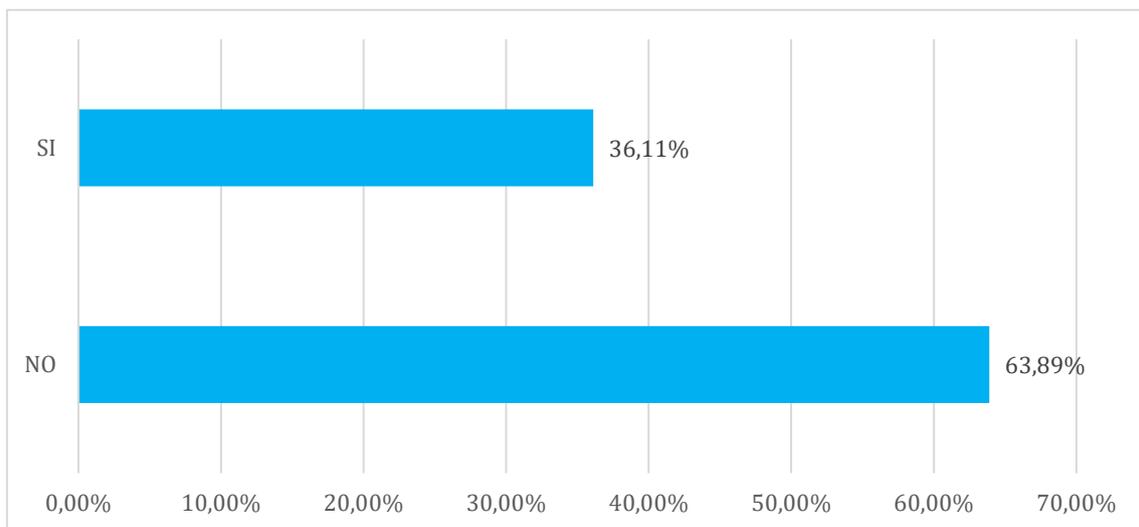


Figura 21. Porcentaje de estudiantes que trabajan en la empresa de sus padres autoempleados.

Fuente: Elaboración propia.

de propiedad de las empresas en las que trabajan por cuenta propia son un 66,33%, un porcentaje bastante alto.

Para realizar la figura 21, hemos analizado las respuestas proporcionadas por los encuestados respecto de si ellos se encuentran trabajando en las empresas de sus padres. Como podemos comprobar, la gran mayoría de los encuestados han contestado que no, para ser exactos, el 63,89% del total de los encuestados. Del otro modo, el 36,11% de los encuestados han contestado que sí trabajan en las empresas de sus padres.

Estos porcentajes no son raros, ya que la gran mayoría de los encuestados, nos respondieron que eran estudiantes y por término común no muchos estudiantes suelen trabajar y estudiar a la vez, por lo que es comprensible y normal que la gran mayoría de encuestados respondieron que no a la pregunta de si trabajan en la empresa de sus padres.

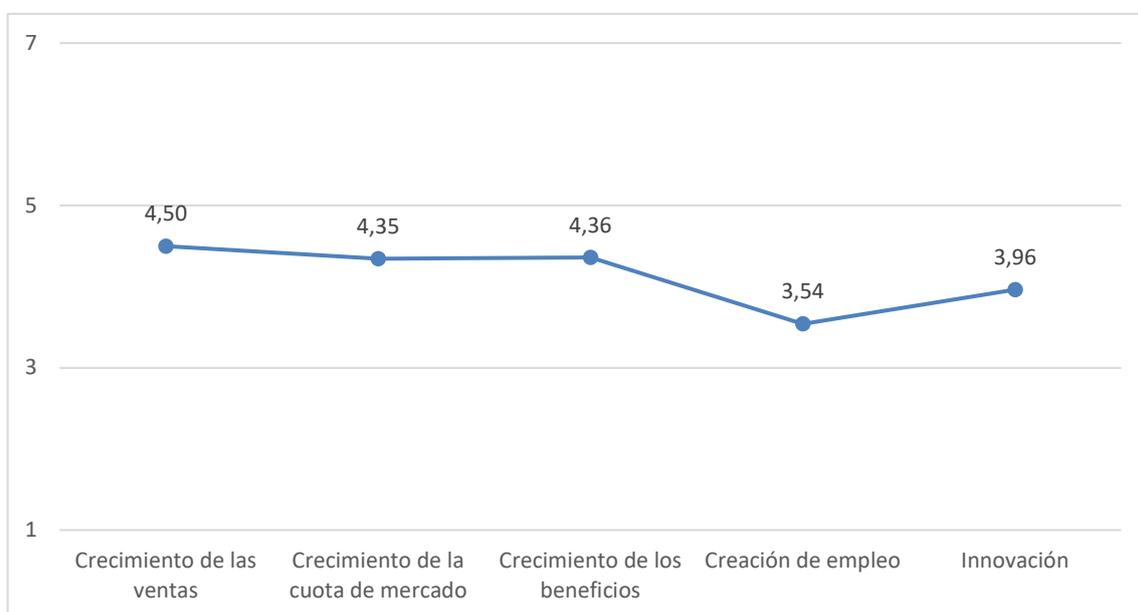


Figura 22. Rendimientos de la empresa de los padres en relación con la competencia.
Fuente: Elaboración propia.

En la figura 22, analizamos las respuestas que los estudiantes nos han proporcionado de acuerdo con sus percepciones de cómo se encuentra la empresa de

sus progenitores en comparación con otras empresas del mismo mercado u actividad. Estas respuestas, se han medido utilizando una escala Likert (1-7)

De este modo, cuando se les pregunta sobre el crecimiento de las ventas de las empresas de sus padres con las que se encuentran en competencia directa con la empresa, nos da un promedio de 4,5 lo que nos indica que creen que están algo por encima de la media de la competencia que la situamos en un 4.

Respecto de la pregunta acerca del crecimiento de la cuota de mercado, podemos comprobar que los encuestados creen que la empresa familiar se encuentra un poco mejor que la media de mercado, situando el promedio de respuestas obtenidas en un 4,35.

Al igual que en la pregunta anterior, cuando a los encuestados se les pregunta acerca del crecimiento de beneficio que ha ido obteniendo la empresa durante este año respecto a la que se puede observar en el mercado en el que compite la empresa de sus progenitores, nos han proporcionado unas respuestas, que, al calcular el promedio, nos ha dado un 4,36.

Cuando a los encuestados les preguntamos sobre el crecimiento de empleo en las empresas de sus padres, nos dan unas respuestas más bajas. Como podemos observar en la gráfica, esta pregunta es la que menor porcentaje recibe, un 3,54, lo que quiere decir que se encuentra por debajo de la media del mercado, que recordamos es un 4. Esto puede deberse a factores como la pandemia, aunque la recesión, y el desempleo son factores que nos persigue desde hace años.

La última pregunta que se les realizó a los encuestados sobre las empresas de sus padres hace referencia a la innovación que los encuestados pueden ver que realizan las empresas de sus progenitores en comparación con otras empresas de las mismas características. De este modo y tras analizar las respuestas que nos fueron proporcionadas, obtuvimos un promedio de 3,96, muy cerca de la media del mercado, pero, aun así, se encuentra por debajo, lo que nos da a conocer que los encuestados no creen que las empresas de sus progenitores tengan mucha innovación.

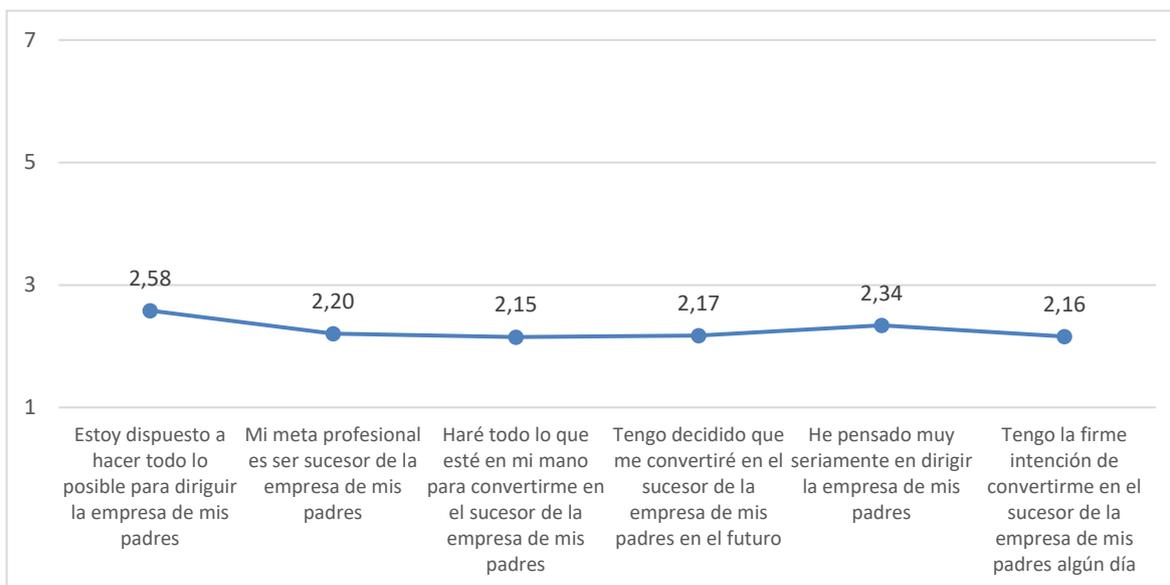


Figura 23. Intenciones de los estudiantes en convertirse en sucesores de sus padres en la empresa.

Fuente: Elaboración propia.

Para conocer las intenciones de los encuestados de suceder a sus progenitores en las empresas familiares, se ha realizado una serie de preguntas, las cuales a continuación comentamos. Para analizar las respuestas hemos utilizado una escala de Likert (1-7) y posteriormente calculado el promedio de las respuestas que nos han proporcionado los encuestados. Tras analizar los resultados, hemos obtenido la figura 23.

Las preguntas analizadas fueron las siguientes:

- Estoy dispuesto a hacer todo lo posible para dirigir la empresa de mis padres. Cuando se les pregunta a los encuestados sobre esta pregunta, nos da un promedio de 2,58.
- Mi meta profesional es ser sucesor de la empresa de mis padres. En esta pregunta, hemos obtenido un promedio de 2,20. En esta pregunta nos sorprende obtener un promedio tan bajo, ya que nos da a entender que la gran mayoría de los encuestados, no quieren suceder a sus progenitores en las empresas, sino que buscan otro tipo de meta profesional, ya sea como propio emprendedor u otras salidas.
- Haré todo lo que esté en mi mano para convertirme en el sucesor de la empresa de mis padres. En esta pregunta, hemos obtenido un 2,15. Al igual que en la

pregunta anterior obtenemos un promedio significativamente bajo, y nos da a entender la poca proactividad que tienen los encuestados a suceder a sus progenitores en la empresa.

- Tengo decidido que me convertiré en el sucesor de la empresa de mis padres en el futuro. Aquí hemos obtenido unos resultados muy idénticos a los anteriores, con una diferencia de 0,02 puntos, ya que hemos obtenido un promedio en esta pregunta de 2,17. Y podemos sacar la misma conclusión anteriormente mencionada.

- He pensado muy seriamente en dirigir la empresa de mis padres. 2,34 es el promedio que hemos obtenido en esta pregunta mediante las respuestas proporcionadas por los encuestados, aunque se nota una diferencia positiva respecto con las últimas tres cuestiones comentadas arriba, seguimos sacando la misma conclusión en firme, no vemos una iniciativa por parte de los encuestados en ocupar el puesto y dirigir la empresa de sus padres.

- Tengo la firme intención de convertirme en el sucesor de la empresa de mis padres algún día. Esta pregunta, es la que definitivamente nos da la respuesta de lo que venimos observando anteriormente, quieren o no quieren convertirse los encuestados en los sucesores de la empresa de sus progenitores. Ante las respuestas que nos han proporcionados los encuestados, hemos obtenido un promedio de 2,16 puntos, lo que claramente refuerza la idea que venimos comentando de que la mayoría de los encuestados y cuyos padres tienen una empresa, no pretenden, en un principio, suceder a sus progenitores, sino que buscan un camino diferente, ya sea como emprendedores u otras opciones.

2.4. Emprendedores nacientes y en activo.

Las Startup son conocidas como empresas de muy reciente creación, que están intentando labrarse un futuro en el mercado, y todas ellas están creadas por emprendedores, como los que estamos analizando en este informe. En este apartado veremos aquellos estudiantes encuestados que están en proceso de emprender, a los que vamos a denominar emprendedores nacientes, y los que ya han emprendido y están intentando mantener su empresa (Startup) a buen ritmo, a estos últimos, los denominaremos emprendedores en activo.

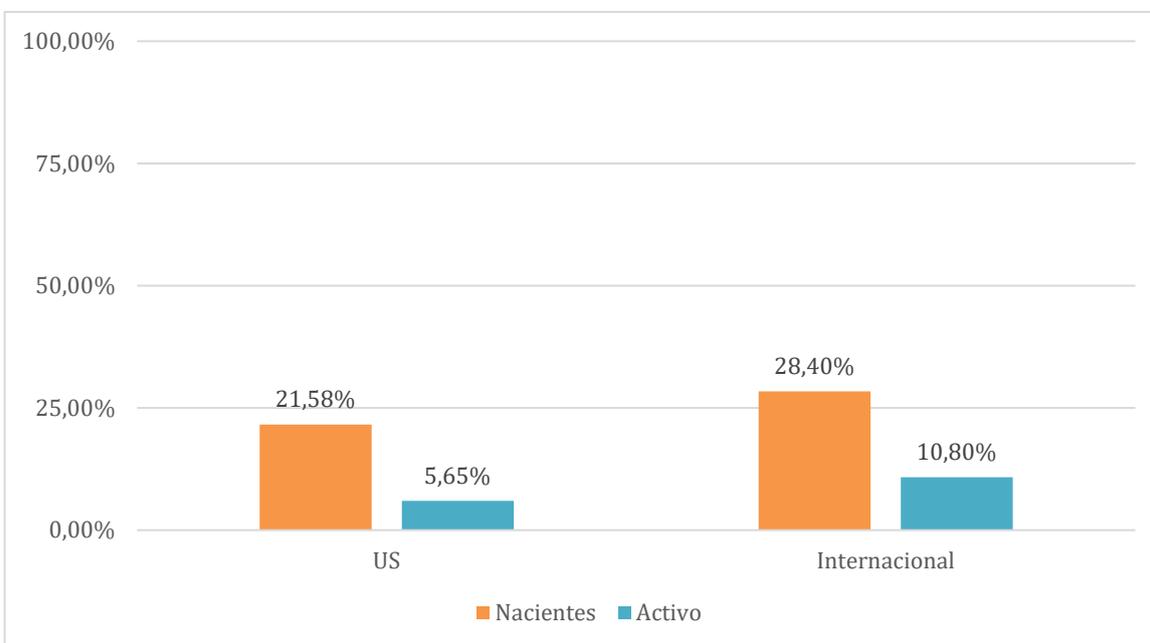


Figura 24. Porcentaje de estudiantes que están creando una empresa (Nacientes) y que están gestionando su propia empresa (Activo). Comparación Universidad de Sevilla y media internacional GUESSS 2021.

Fuente: Elaboración propia.

Para la realización de la figura 24, además de utilizar los datos proporcionados por los encuestados, también hemos usado el GUESSS 2021 Global, de donde hemos obtenido los datos a nivel internacionales que podemos observar en la gráfica.

Como podemos observar, aquí hacemos una diferencia entre los emprendedores nacientes y los emprendedores en activo. Cabe recordar que la gran mayoría de encuestados son estudiantes de grado por lo que la cifra de emprendedores en activo es muy inferior a la que podemos encontrar en emprendedores nacientes.

De este modo, los emprendedores nacientes en la Universidad de Sevilla alcanzan un 21,58% mientras que los emprendedores nacientes a nivel internacional suponen un 28,40%, es decir, un 6,82% más.

Del otro lado, encontramos a los emprendedores en activo, porcentaje muy inferior si los comparamos con los emprendedores nacientes, los encuestados que se consideran emprendedores en activo, suponen un 5,65%, mientras que los emprendedores en activo a nivel internacional alcanzan el 10,8%, lo que supone un 5,15% más que los recopilado nacionalmente en la Universidad de Sevilla.

2.4.1. Emprendedores nacientes.

Los emprendedores nacientes, son aquellos que están empezando o intentando empezar un proyecto empresarial.

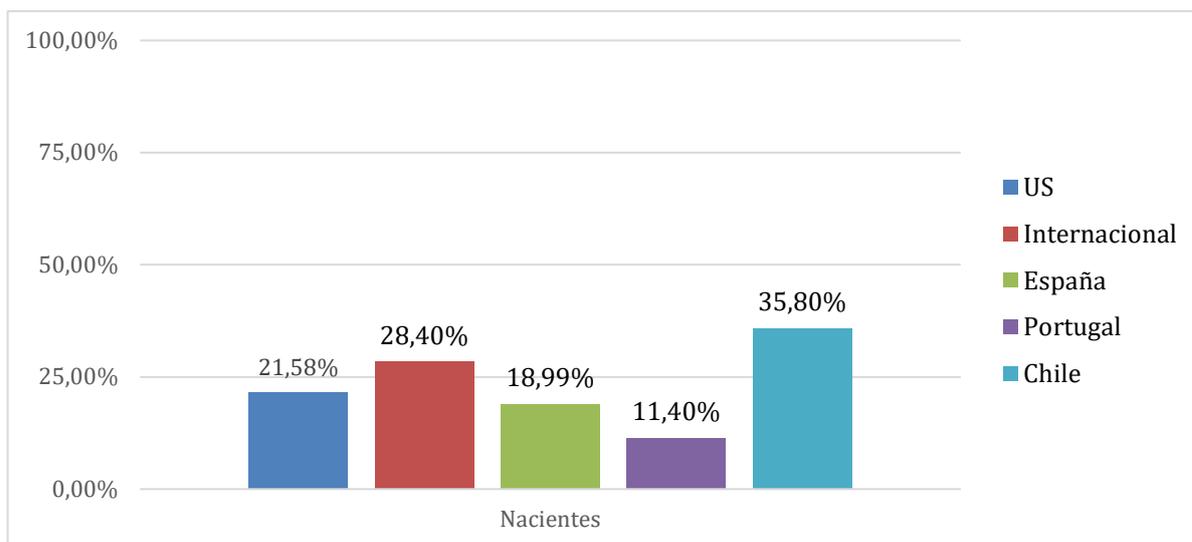


Figura 25. Comparación de empresarios nacientes en porcentaje.

Fuente: Elaboración propia.

La figura 25 muestra el porcentaje de diferentes países en comparación a los datos recogidos por la Universidad de Sevilla. Para ello, hemos elegido España por ser el país de origen de la Universidad de Sevilla. Portugal por ser un país limítrofe respecto a España, estar incluida dentro de la Unión Europea, en conclusión, por ser parecida en

términos demográficos y de cultura. Por otro lado, hemos elegido Chile, por ser un país hispano hablante, pero no permanecer a los círculos cercanos ni a la unión europea.

Y por último el dato a nivel internacional. Como podemos observar, y ya hemos visto en la gráfica anterior, los emprendedores nacientes aportados por la Universidad de Sevilla alcanzan el 21,58%. España alcanza los 18,99%, un porcentaje inferior a lo obtenido en la US. A nivel internacional obtenemos el 28,40%, como vimos anteriormente. Portugal a pesar de ser el país limítrofe con España, obtiene un 11,40%, uno de los más bajos a nivel internacional. Chile, al contrario que Portugal, se sitúa en la mitad superior a nivel internacional respecto de los emprendedores nacientes, alcanzando un 35,80%.

Como podemos observar, aunque España se sitúa en la mitad inferior a la hora de tener emprendedores nacientes, la Universidad de Sevilla supera la media nacional.

En la figura 26, hemos querido recopilar en qué fase del proyecto de negocio se encuentran los encuestados que afirmaron ser emprendedores nacientes. Como se puede observar, hemos querido recopilar 10 partes en las que podríamos considerar que se puede encontrar los emprendedores nacientes y una más que negara las partes anteriores.

El 24,61% de los encuestados, contestaron encontrarse en una primera etapa de planteamiento de la idea de negocio con clientes potenciales. El 42,64%, dicen encontrarse en la etapa inicial de recopilación de información de competidores, cabe destacar que es donde mayor porcentaje hemos obtenido por parte de los encuestados. Un 29,07% de los encuestados dicen encontrarse escribiendo el plan de negocio que van a llevar a cabo.

Dando comienzo a la que podríamos denominar como segunda gran etapa, encontramos a los que ya han dado comienzo al desarrollo del producto o servicio, que supone un 24,61%. Seguidamente, encontramos a los que han iniciado las actividades de marketing, los cuales son el 14,53% de los encuestados, así como los que están comprando material, equipamiento o maquinaria que alcanzan el 12,02%.

Después pasamos a la que podría ser la etapa de financiación y captación de fondos, aquí encontramos a los que han marcado encontrarse intentando obtener financiación externa, los cuales son un 10,47% de los encuestados.

A continuación, encontramos otra gran etapa, la de registro de la marca y la empresa. En este caso, nos encontramos tanto los que se encuentran solicitando la patente o marca y los que se encuentran registrando la empresa, que serían el 2,52% y el 4,07% respectivamente.

Por último, nos encontramos con la etapa final de llevar a cabo un proyecto como este, que es la venta y puesta a disposición de los usuarios y clientes el bien o servicio que se oferta.

En esta última etapa, observamos que son el 9,88% de los encuestados lo que se encuentran en esta situación. Es un porcentaje bajo, pero también es difícil y costoso llegar hasta este último punto.

Como hemos comentado anteriormente, se añadió la opción a los encuestados de marcar que no se encuentran en ninguna de estas etapas a pesar de pertenecer a la categoría de emprendedores nacientes. Los encuestados que marcaron esta opción, son 21,51%, un porcentaje que podemos equiparar a las primeras etapas de creación de un negocio.

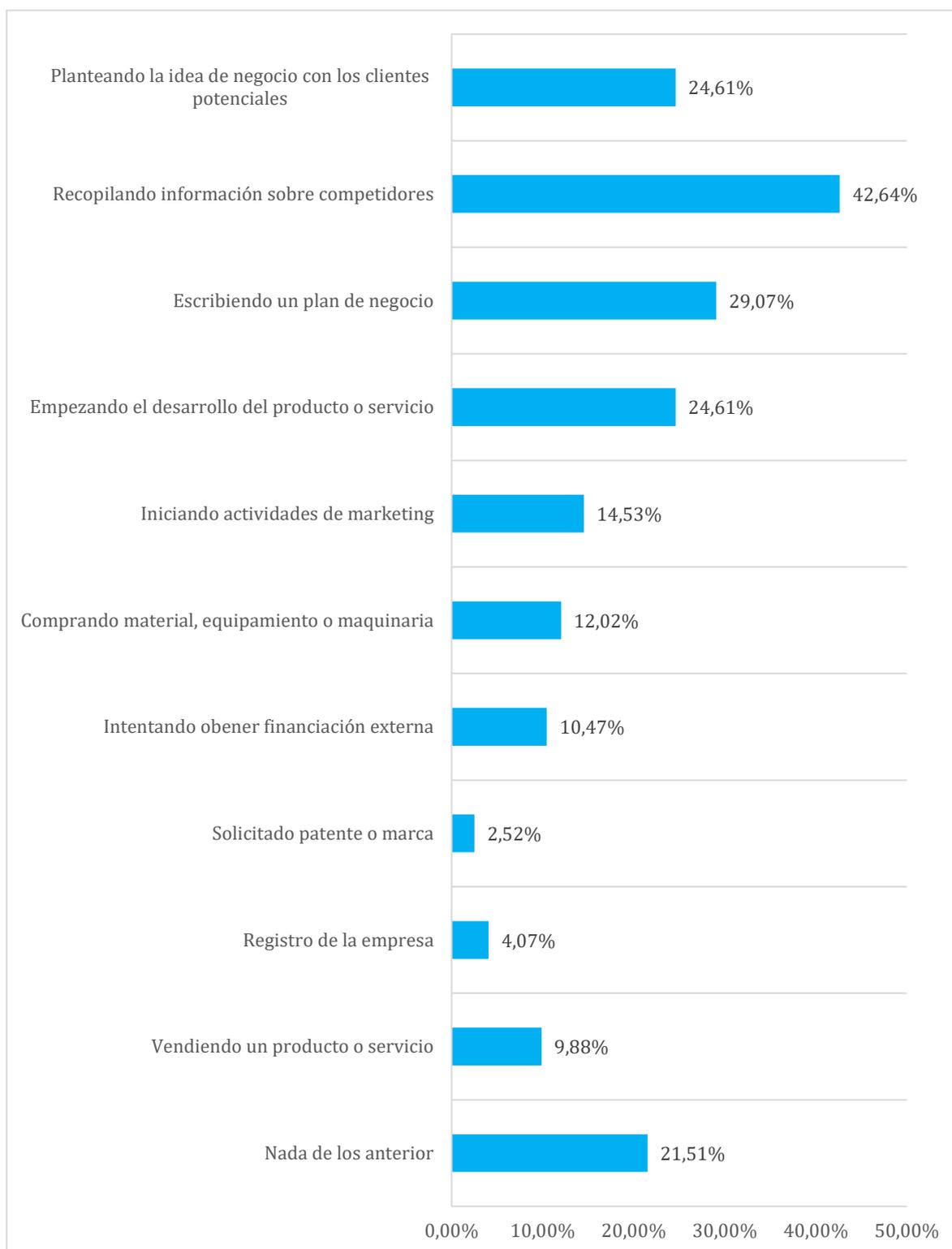


Figura 26. Grado de desarrollo del negocio de los empresarios nacientes.
Fuente: Elaboración propia.

2.4.2. Emprendedores en Activo.

Los emprendedores en activo son aquellos emprendedores que ya han comenzado un proyecto empresarial, de modo que ya no se reconocen como emprendedores nacientes, ya que el proyecto o la iniciativa empresarial ya está empezada, y como tal, la empresa ya existe.

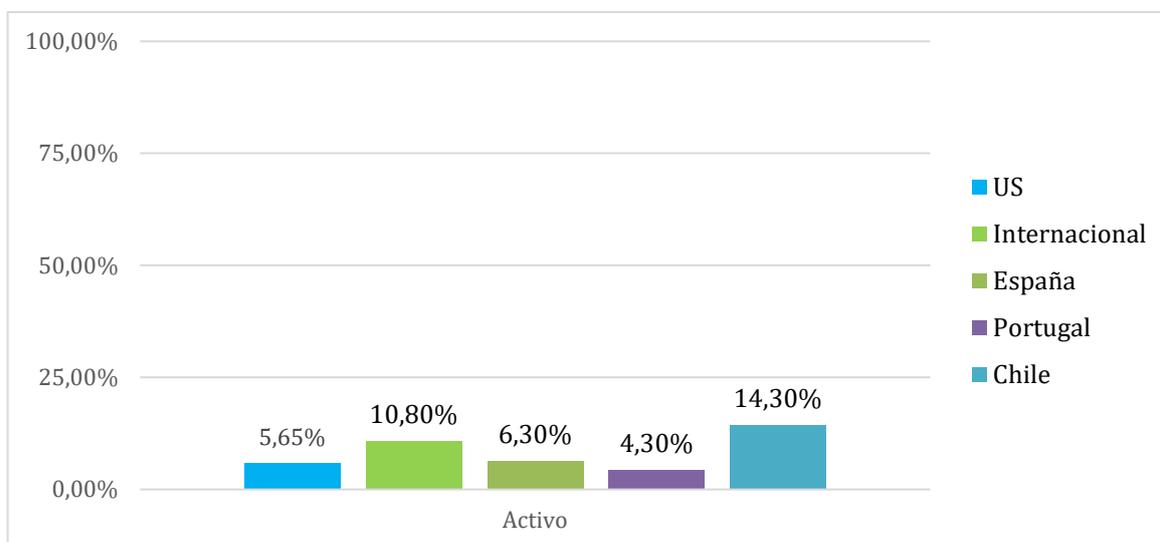


Figura 27. Descripción general de los alumnos empresarios en activo.

Fuente: Elaboración propia.

En la figura 27, al igual que la que hemos visto con los emprendedores nacientes en la figura 25, analiza los encuestados que se encuentran como emprendedores en activos en diferentes partes del mundo. Por un lado, los alumnos pertenecientes a la Universidad de Sevilla. A nivel internacional, para tener una estimación de cómo se ven los alumnos a un nivel tan amplio.

Por otro lado, la media nacional española por ser el país de origen de la universidad de Sevilla. Portugal, por ser un país limítrofe con España y compartir determinados factores en común, como pertenecer a la unión europea o el clima entre otros. Y Chile, por ser un país hispano hablante, pero encontrarse sin más factores en común con España como en el caso de Portugal.

Los emprendedores en activo que encontramos en la Universidad de Sevilla alcanzan el 5,65%, una cifra próxima a la media nacional, ya que España tiene un promedio de 6,30% de emprendedores en activo. Internacionalmente, observamos que los emprendedores en activo alcanzan el 10,80%, un porcentaje considerablemente superior a la media de España y Portugal.

Como comentamos anteriormente cuando hablábamos de los emprendedores nacientes, observamos una gran diferencia entre Portugal y Chile, cabe recordar que Portugal se encuentra en la mitad inferior de emprendedores tanto en activo como nacientes a nivel internacional, mientras que Chile se encuentra en la mitad superior. De este modo observamos que los emprendedores en activo que arroja Portugal son de 4,30% y los que vemos de Chile alcanzan los 14,30%, lo cual supera a la media internacional de 10,80%.

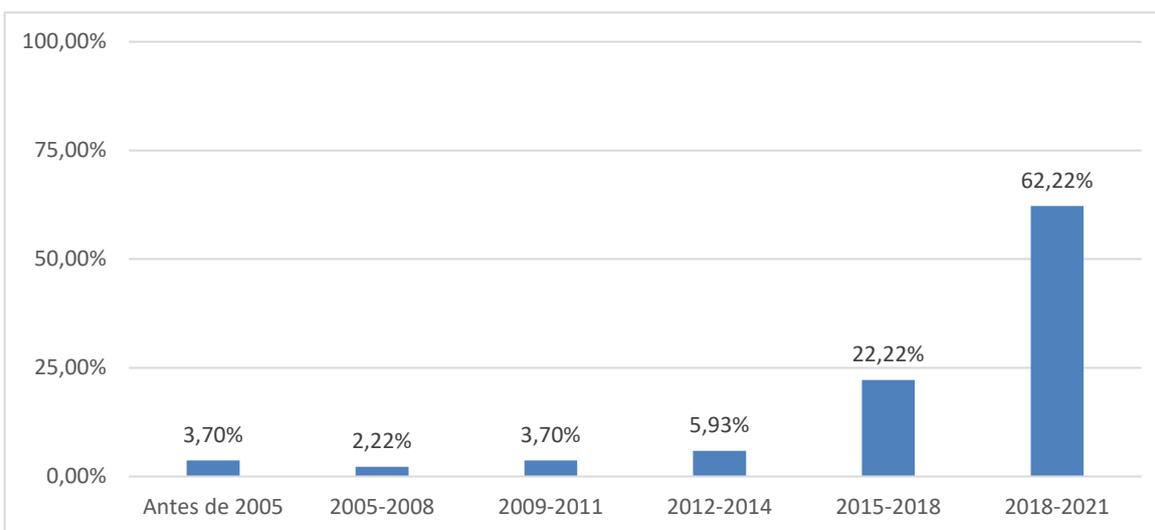


Figura 28. Fecha de creación de las empresas de los alumnos empresarios en activo.
Fuente: Elaboración propia.

La figura 28 recopila la fecha de creación de la empresa de aquellos encuestados que se encuentran en la condición de empresarios en activo. Como podemos observar, antes del 2012 obtenemos unos niveles muy bajos de creación de empresa, entre el 2,22% entre (2005-2008) y de un 3,70% entre (antes del 2005) y (2009-2011). Tras la crisis económica sufrida en 2008 y que podemos temporalizar aproximadamente hasta 2012, vemos una mejoría entre (2012-2014) ya que los

emprendedores en activo que fundaron su empresa en esos años alcanzan el 5,93%. A partir de 2015 vemos una mejoría significativa, el 22,22% de los encuestados contestaron que entre el (2015-2018) fue cuando crearon su empresa. Entre (2018-2021) es donde observamos un porcentaje mayor de creaciones de empresa por parte de los encuestados pertenecientes a los emprendedores en activo, ya que son el 62,22% los que en esta fecha crearon su empresa, porcentaje que supera a todos los demás años juntos.

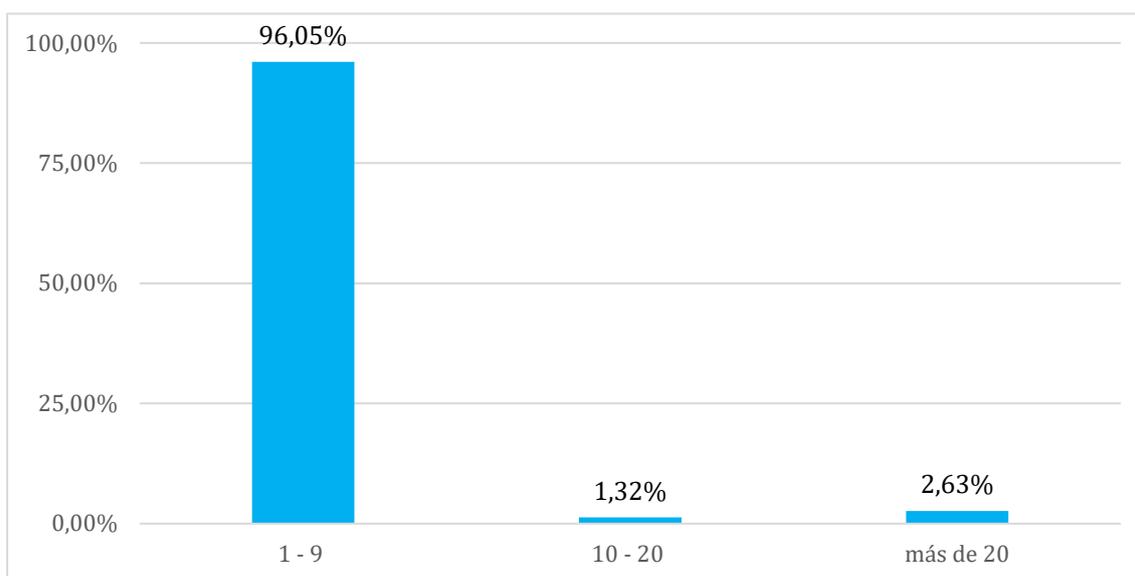


Figura 29. Número de trabajadores de los negocios de los empresarios en activo.
Fuente: Elaboración propia.

Aquí en la figura 29, queremos ver el tamaño que presentan las diferentes empresas creadas por nuestros encuestados, los cuales contestaron ser emprendedores en activo. Para ello, los encuestados han contestado el número de trabajadores que tienen en su empresa mediante tres escalas, entre 1-9 trabajadores, entre 10-20 trabajadores y más de 20 trabajadores.

Como conclusión vemos que la gran mayoría de encuestados dicen tener entre 1 y 9 trabajadores, para ser exactos el 96,05%. el 1,32% dicen tener entre 10 y 20 empleados. Y el 2,63% más de 20 trabajadores. Como vemos, casi todas son microempresas, ya que supera más del 95% de las empresas de los emprendedores en activo, esto puede deberse a que son de reciente creación, que como observamos en la gráfica anterior la gran mayoría de las empresas fueron creadas entre el 2018 y 2021.

2.4.3. Emprendedoras Nacientes y en Activo. Comparativa por género

La figura 30 presenta esa información para los emprendedores nacientes y para los nuevos por género. Las mujeres presentan una proporción menor tanto en los empresarios nacientes como en los activos, aunque la diferencia es más acusada en los nacientes. En los nacientes la diferencia alcanza 8,5 puntos porcentuales, la posición empeora respecto al anterior informe aumentando la distancia en casi 4 puntos porcentuales. Mientras que en el caso de los activos las diferencias se mantienen respecto al informe anterior, la brecha de género en la actividad emprendedora sevillana en los universitarios se amplía.

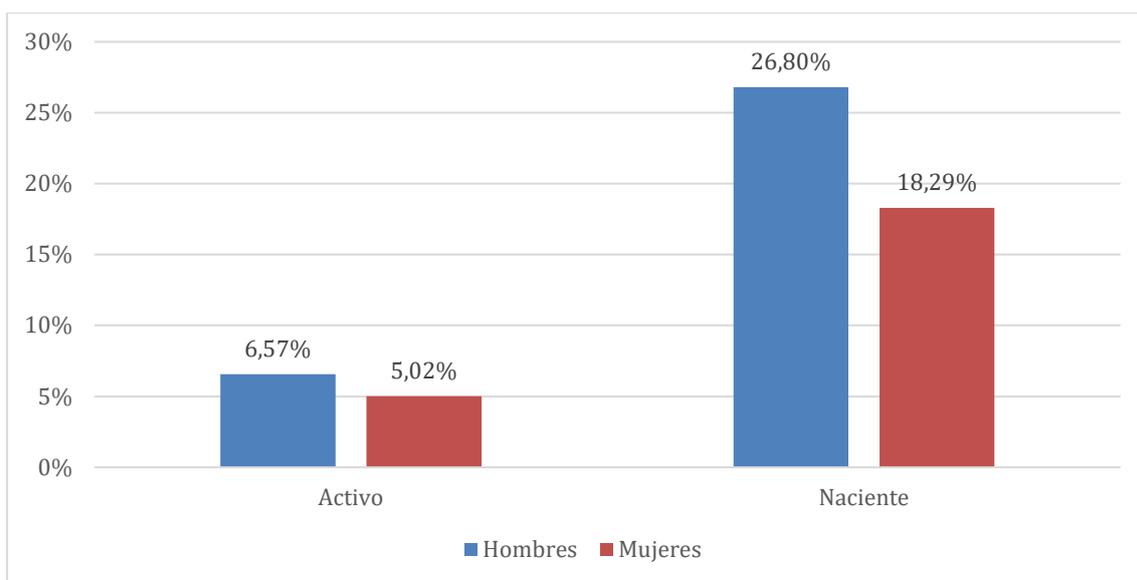


Figura 30. Porcentaje de empresarios nacientes y en activo, en porcentaje. Comparativa de género.

Fuente: Elaboración propia.

Capítulo 3. Resultados comparativos GUESSS 2016-2018-2021

3.1. Análisis descriptivo de la muestra.



Figura 31. Perfil de la muestra 2016, 2018 y 2021
Fuente: Elaboración propia.

La figura 31, recoge la evolución de los encuestados durante los años 2016 (estrella naranja), los encuestados en 2018 (estrella rosa) y los encuestados en 2021 (estrella azul).

Como se puede apreciar, en lo que respecta a la edad, se mantiene prácticamente igual, ya que de los encuestados de entre 21-25 años en los tres años, superan el 50%.

Por otro lado, vemos como las mujeres estaban más presentes en el año 2016 con un 58%, porcentaje que descendió en 2018 hasta los 50,40% pero en 2021 ha vuelto a aumentar hasta los 61%, aunque el porcentaje de mujeres encuestadas ha variado, siempre se han posicionado por encima del 50%.

En cuanto al nivel de estudio, podemos observar que el grado sigue predominando, siendo en 2016 de un 96,10%, en 2018 de un 86% y en 2021 de un 85,82%, como vemos, el porcentaje ha ido bajando con los años, esto puede deberse a que otros niveles de estudios como los másteres son los que aumentan, pero el grado sigue siendo el que predomina.

En cuanto al campo de estudio, las ciencias jurídicas y empresariales, son las que predominan en todos los informes, en 2016 alcanzaron un 81%, en 2018 un 48%, dato muy inferior al recogido en 2016, y en 2021 alcanzó un 55,88%.

3.2. Intenciones de elección de carrera.

Para poder analizar y comparar con informes de años anteriores este apartado sobre las intenciones de elección de carrera, hemos querido crear varias gráficas que engloben los GUESSS de 2016, 2018 y presente, el 2021.

3.2.1. Descripción general, al finalizar sus estudios y dentro de 5 años después.

En la figura 32 que vemos representada abajo, podemos observar claramente una evolución de los datos respecto a los años anteriores.

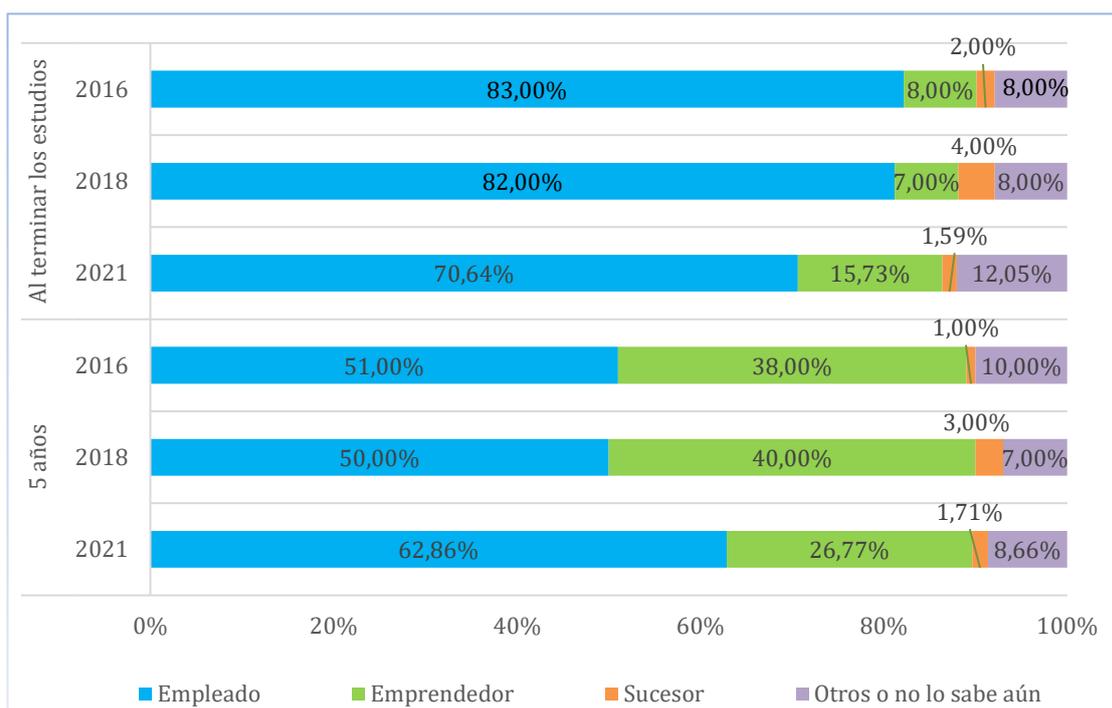


Figura 32. Cambios en las expectativas de carrera profesional de los estudiantes. Comparativa años 2016. 2018 y 2021.

Fuente: Elaboración propia.

Mientras que al terminar los estudios los encuestados eran menos optimistas a la hora de emprender, en 2021 vemos que este porcentaje aumenta alcanzando el 15,83% mientras que en 2016 y 2018 eran del 8% y del 7% respectivamente. Por otro lado, tras haber pasado 5 años tras finalizar los estudios, tanto en el año 2016 como 2018, los encuestados apuntaban a ser empleadores por cuenta ajena en torno al 50%, mientras que en el 2021 este porcentaje aumenta más del 60%.

Con estas comparaciones podemos afirmar que los años anteriores con los que estamos comparando, 2016 y 2018, los encuestados eran más optimistas a la hora de verse como empresario en un futuro de más de 5 años, mientras que eran más pesimistas tras haber terminado los estudios. En cambio, en 2021 ocurre justo lo contrario, tras terminar los estudios se ven más optimistas al ahora de querer emprender, pero cuando deben contestar acerca de un futuro más lejano son más reacios que lo que podemos ver en los años 2016 y 2018.

3.2.2. Determinantes de las intenciones emprendedoras

3.2.2.1. Intención emprendedora

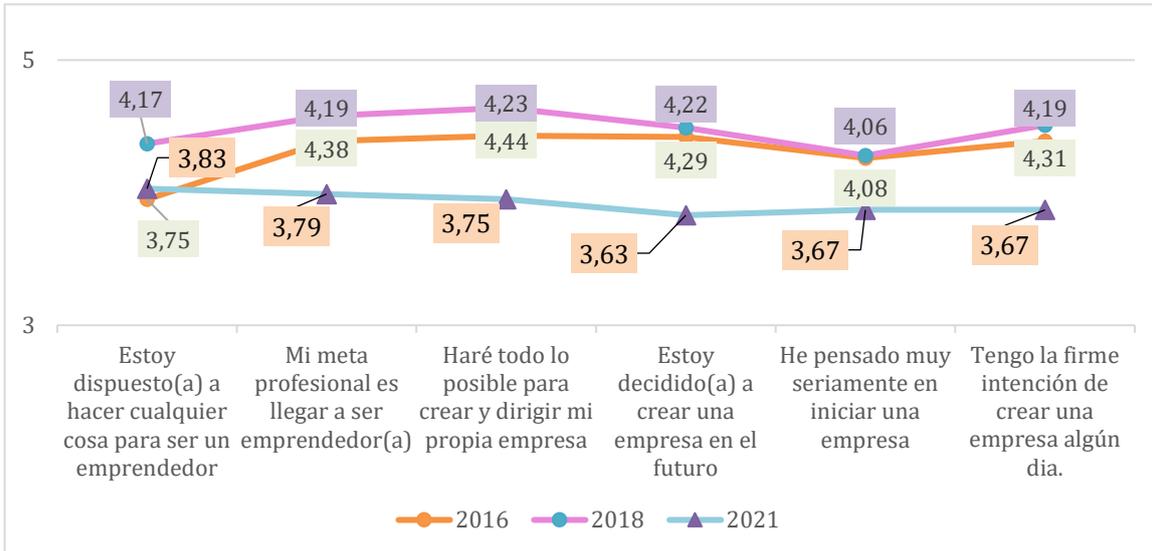


Figura 33. Valor promedio de los ítems sobre intención emprendedora. Comparativa años 2016, 2018 y 2021.

Fuente: Elaboración propia.

Aquí en la figura 33, y tal como ocurre en la figura anterior, la figura 32, vemos una armonía entre los años 2016 y 2018, ya que como podemos observar las líneas naranjas (año 2016) y rosa (año 2018) están bastante cercana y parecen que siguen el mismo patrón, sin embargo, la línea azul (año 2021) no sigue la misma trayectoria que las otras dos líneas.

Esta figura representa la intención emprendedora que tienen los alumnos respecto a distintas preguntas. Sabiendo que para la recogida de las respuestas se ha seguido una escala Likert (1-7) y cuya media es 4.

Tanto las líneas pertenecientes al año 2016 y 2018 se encuentran en todo momento por encima de la media, la línea azul perteneciente al 2021 en ningún momento la supera.

Esto se podría traducir en que los encuestados ya no son tan proactivos a querer emprender, o que se han desarrollado circunstancias excepcionales como podría ser la pandemia vivida desde febrero de 2020 la qué hace que no estén tan motivados o busquen una seguridad laboral, o tal vez no tengan todos los medios para que se vean capaz de emprender.

3.2.2.2. Actitud emprendedora.

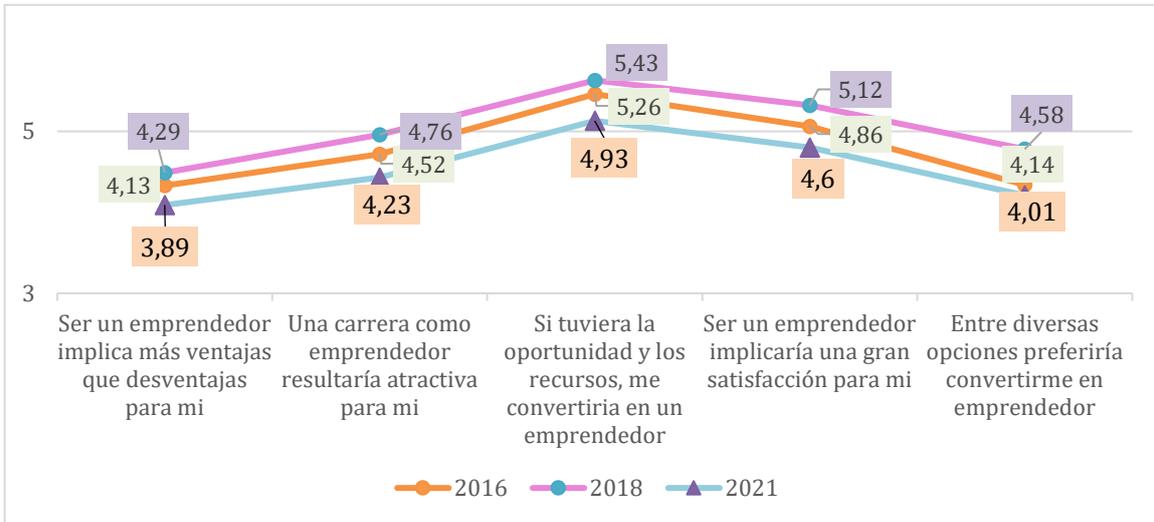


Figura 34. Promedio de la Actitud Emprendedora 2016, 2018 y 2021.
Fuente: Elaboración propia.

La figura 34 compara la actitud emprendedora que tienen los encuestados en los diferentes años, como podemos observar todas las líneas siguen el mismo patrón. Aunque no coinciden en ningún momento las líneas, podemos ver como mantienen los picos en las mismas preguntas.

Para la primera pregunta, vemos que son más optimistas en el año 2018, ya que se obtuvo un 4,29, mientras que el 2016 se mantiene como punto intermedio, en esta y todas las preguntas, obteniendo un 4,13, y como viene ya siendo así, y hemos observado en las gráficas anteriores, el año 2021 es el más pesimista de cara a ser emprendedor por lo que a la hora de analizar las actitudes hacia ser un emprendedor también son más bajas, en este caso y para la primera pregunta alcanza un 3,89.

Para la segunda pregunta, el año 2016 obtiene un 4,52. El año 2018 un 4,76. Y 2021 un 4,23.

Para la pregunta referente a si tuvieran la oportunidad y los recursos para poder emprender, es donde se obtiene un mayor número de encuestados que responden favorablemente. Para el año 2016 un 5,26. Para el año 2018 un 5,43. Y para el año 2021 un 4,93.

Sobre si ser un emprendedor implicaría una gran satisfacción para los encuestados, estos responden diferentes para cada año siendo un 4,86, 5,12 y 4,6 para los años 2016, 2018 y 2021 respectivamente.

La última pregunta y puede que la más importante de este bloque, causa el mismo efecto para todos los años que estamos comparando, una bajada. Esta bajada es más pronunciada en el año 2016 respecto a las otras preguntas, no obstante, el resto de los años baja, siendo para el 2016 de un 4,14. Para el 2018 un 4,58. Y para el 2021 de un 4,01, siendo el más bajo de los diferentes tres años que estamos comparando.

3.2.2.3. Control percibido (control interno).

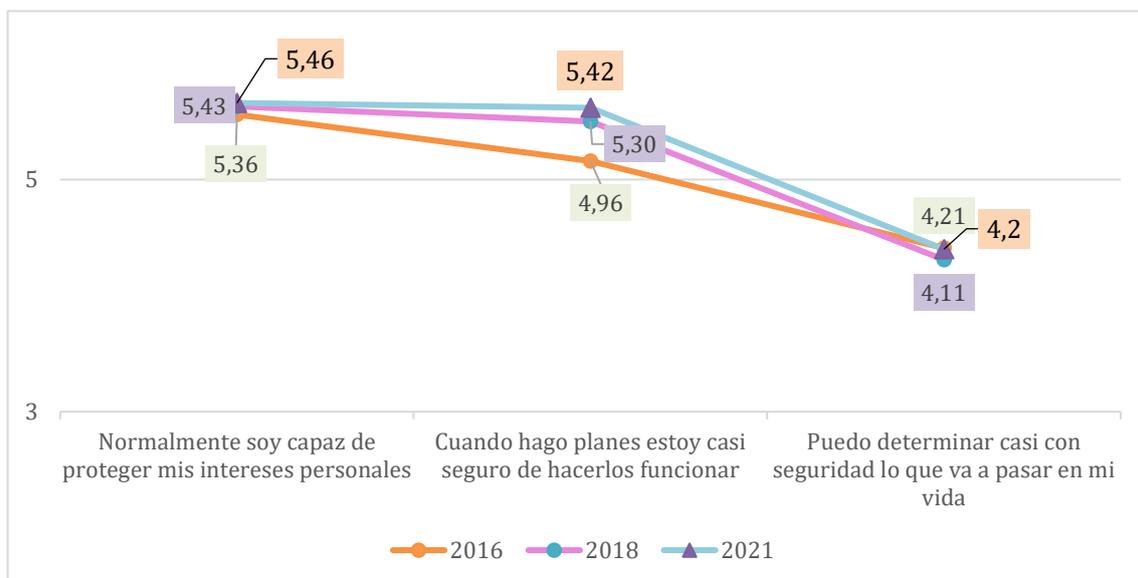


Figura 35. Valor promedio de los ítems sobre control percibido. Comparativa años 2016, 2018 y 2021.

Fuente: Elaboración propia.

Como podemos apreciar, la figura 35, muestra el control percibido o control interno por parte de los encuestados en los diferentes años. Tanto el 2016, 2018 y 2021 siguen el mismo patrón y no se muestra una diferencia muy significativa en algunas preguntas.

En la pregunta referente a si son capaces de proteger los intereses personales, se obtienen 5,36, 5,43 y 5,46 para los años 2016, 2018 y 2021.

En la segunda cuestión, cuando se les pregunta a los encuestados si son capaces de hacer funcionar los planes que hacen nos contestan con un 4,96 para 2016, un 5,30 para el 2018 y un 5,42 para 2021. Aquí es donde más diferencias podemos encontrar en cuanto a esta gráfica.

La última pregunta que se les realiza a los encuestados sobre el control percibido o control interno es si son capaces de determinar qué es lo que va a pasar en sus vidas, como es de esperar, y ante la incertidumbre del futuro, vemos que casi todos los encuestados de los diferentes años que estamos comparando contestan los mismo, entre un 4,11 los de 2018 y un 4,21 los de 2016, mientras que los de 2021 contestan con un 4,2.

3.2.2.4. Autoevaluación sobre competencias emprendedoras.

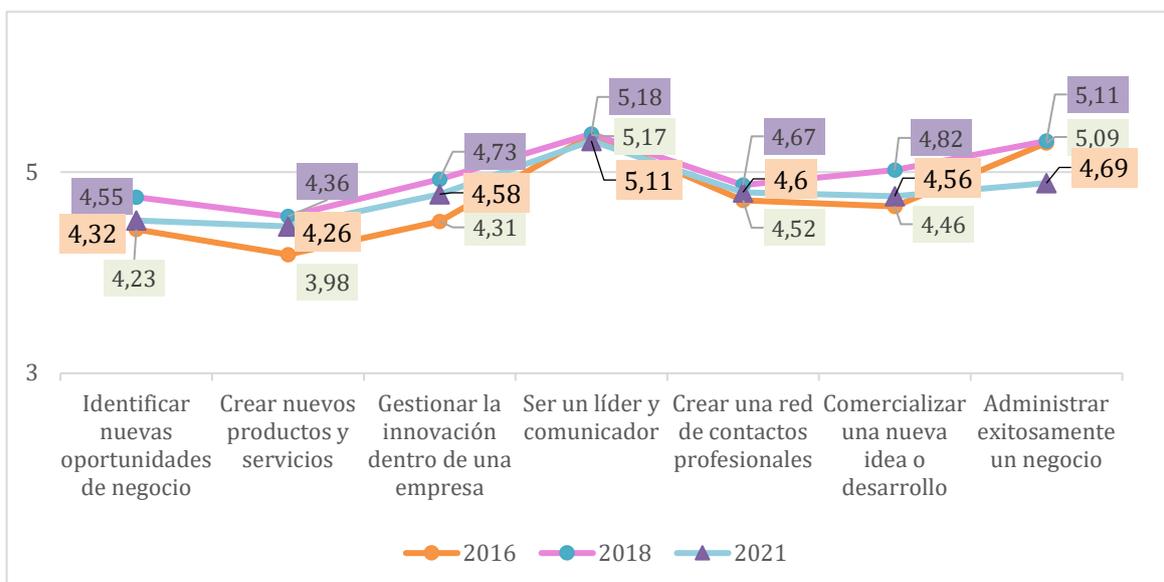


Figura 36. Valor promedio de los ítems sobre la autoevaluación sobre competencias emprendedoras. Comparativa años 2016, 2018 y 2021.

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la autoevaluación que los encuestados hacen sobre ellos respecto de sus competencias emprendedoras, vemos que no existe un cambio alguno entre los años que estamos comparando. Esto se puede observar en la figura 36.

Es cierto que podemos encontrar una breve mejoría en los datos que nos arrojan los encuestados en la línea rosa (2018), pero no mantiene más de un 0.3 de

diferencia que la segunda línea más cercana, la azul (2021). Respecto a la línea naranja (2016) puede que sea en la que los encuestados se autovaloran peor en comparación con los otros años, aunque tampoco tiene una diferencia significativa, puesto que con la línea azul no se lleva más de 0,3 puntos.

También llama la atención como a la hora de preguntarles a los encuestados si se ven capacitados como líderes y comunicadores, todos entre 5,11 y 5,18, es decir, valores muy cercanos unos con otros, y lo mismo ocurre a la hora de preguntarles acerca de crear una red de contactos profesionales, también toman valores muy parecidos. Para las demás preguntas si se nota una diferencia, aunque como hemos comentado anteriormente, esta diferencia no es significativa.

3.2.2.5. Apoyo social, familiar y de los amigos.

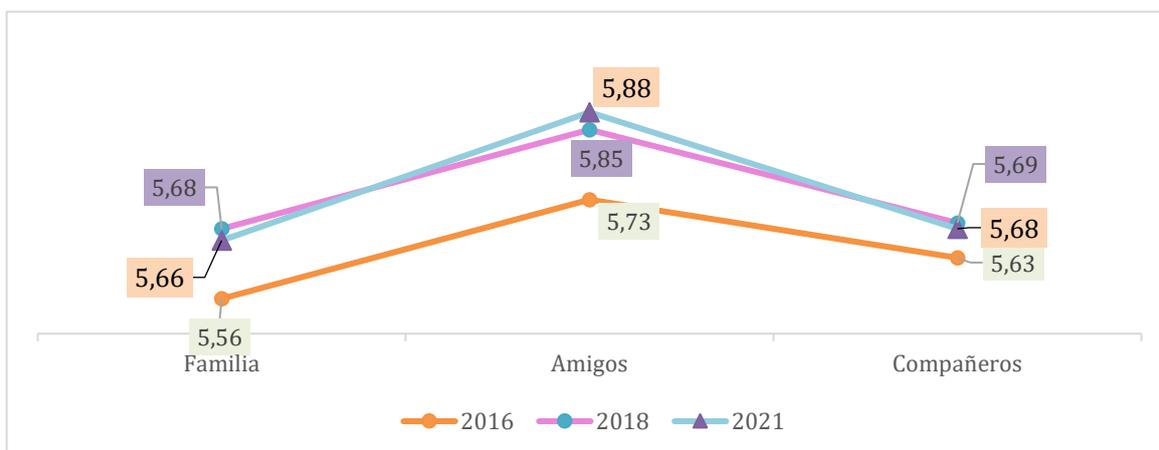


Figura 37. Valor promedio de los ítems sobre la norma subjetiva. Comparativa años 2016, 2018 y 2021.

Fuente: Elaboración propia.

Como podemos apreciar en la figura 37, estamos comparando el apoyo que reciben los encuestados por parte de su círculo cercano, es decir, de su familia, amigos y compañeros.

Los tres años que estamos comparando coinciden en que el principal apoyo que tienen proviene de los amigos, seguido de los compañeros y por último la familia. Como podemos observar, tanto la línea rosa (2018) como la línea azul (2021) han obtenido unos datos bastante parecidos para la familia y los compañeros, mientras que la línea naranja (2016) se encuentra con unos datos significativamente inferiores, con una

diferencia de 0,10 puntos por debajo de la línea azul (2021). Sin embargo, cuando a compañeros se refiere, esta diferencia se estrecha y pasa a ser de 0,5 puntos respecto a la línea azul (2021).

3.2.3. El contexto universitario.

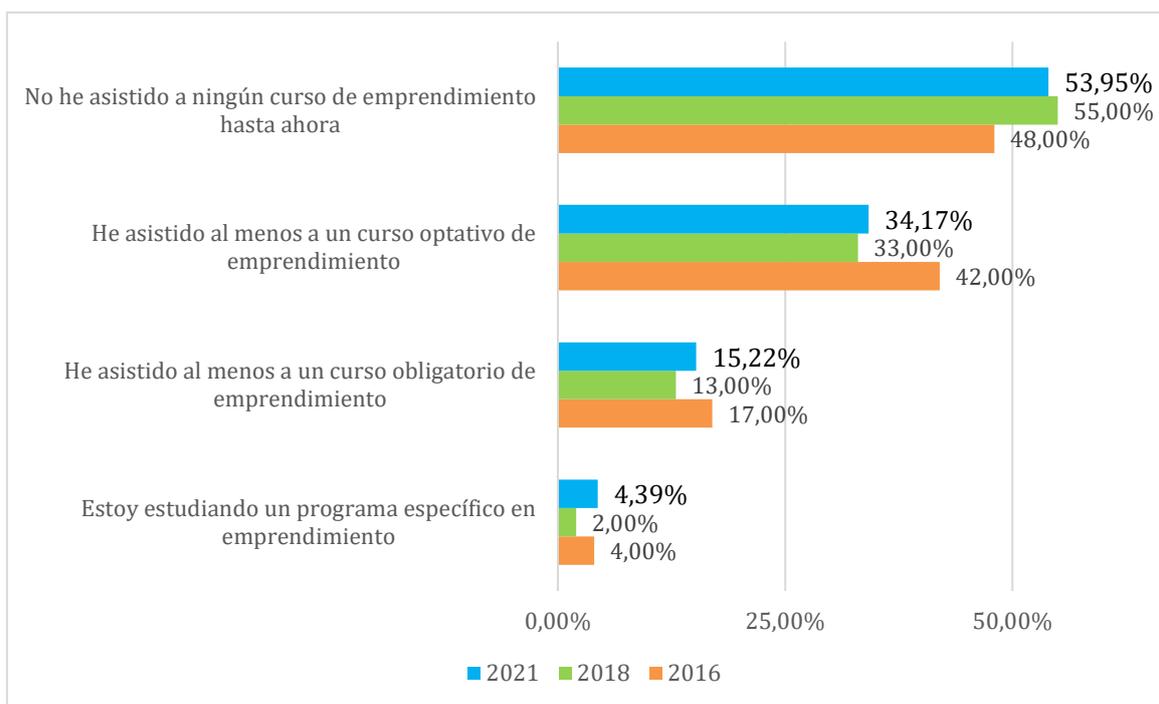


Figura 38. Papel de la Universidad de Sevilla en materia de emprendimiento, en porcentajes. Comparativa años 2016, 2018 y 2021.

Fuente: Elaboración propia.

En la figura 38, comparamos la opinión de los encuestados en los tres informes sobre el contexto universitario.

- No he asistido a ningún curso de emprendimiento hasta ahora. Ante esta pregunta podemos observar cómo los encuestados en el informe de 2021 (barra azul) contestan no haber acudido a un curso de emprendimiento en el 53,95% de los casos. Por el contrario, en el informe de 2018 y 2016 (barra verde y barra naranja, respectivamente) contestan no haber acudido nunca a un curso sobre emprendimiento en el 55% y el 48% respectivamente. Aunque en el informe actual ha disminuido el porcentaje, todavía es muy elevado.

- He asistido al menos a un curso optativo de emprendimiento. Aquí podemos apreciar que las diferencias se observan respecto al informe del primer año

(2016), manteniéndose valores similares en los años 2018 y 2021. De este modo, en 2021 se observa un porcentaje de 34,17% de encuestados que afirman asistir al menos a un curso optativo sobre emprendimiento, porcentaje algo más alto en comparación con los encuestados del informe anterior (2018), un 33%. Y, a más distancia del informe de 2016, un 42% los encuestados.

- He asistido al menos a un curso obligatorio de emprendimiento. Como podemos apreciar, en el año 2021 la participación de los encuestados que contestan favorablemente a esta pregunta aumenta respecto al informe anterior (un 13%), observándose un 15,22% de los casos. Pero todavía se sitúa por debajo de los valores del informe de 2016 (17%).

- Por último, estoy estudiando un programa específico de emprendimiento. En esta pregunta, observamos una mejora importante en el año 2021 con respecto 2018, más del doble de los encuestados han afirmado haber estudiado un programa específico de emprendimiento (4,39% frente al 2,00% del informe de 2018). Además, es un dato que nos informe sobre una mejora generalizada, superando los niveles de 2016 (4% de los casos). Es precisamente en esta pregunta donde podemos apreciar la evolución de los alumnos a sentirse más motivados a la hora de querer emprender.

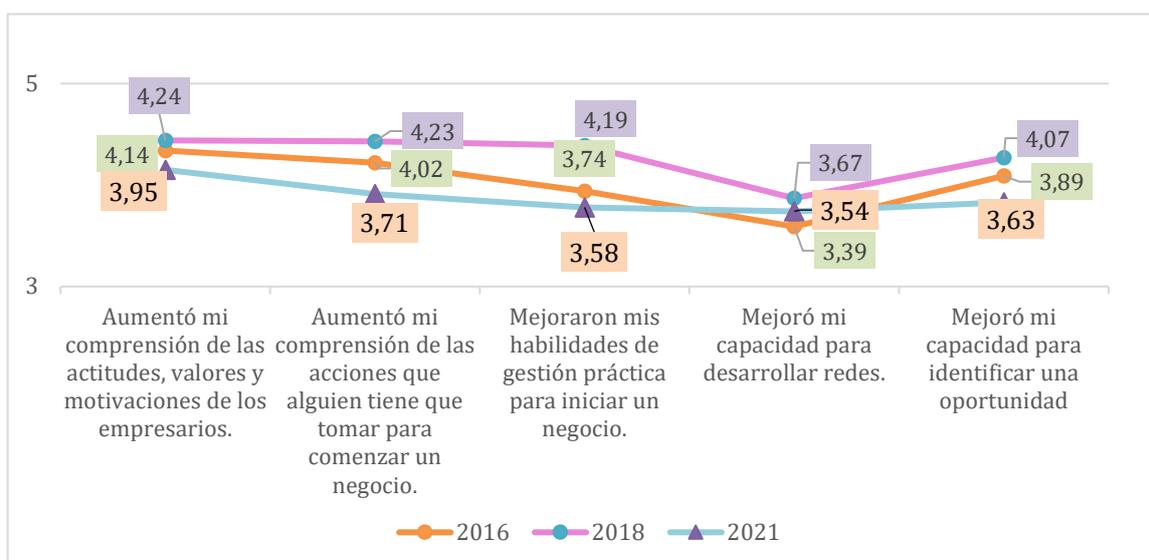


Figura 39. Evaluación del aprendizaje con relación al emprendimiento. Comparativa años 2016, 2018 y 2021.

Fuente: Elaboración propia.

Seguidamente dentro del contexto universitario, podemos encontrar la figura 39, en ella podemos ver la evolución de los años respecto a las mismas preguntas realizadas. Como se puede observar a simple vista, la línea rosa (año 2018) es la que mayor puntuación obtiene, seguida de la línea naranja (año 2016) y por último la línea azul (año 2021).

Cabe destacar, que para la recopilación de los datos aportados por los encuestados se ha seguido una escala de Likert (1-7) con media 4.

Como se puede apreciar, la línea rosa (año 2018) es la única que consigue superar la media en cuatro de las tres preguntas, siendo de un 4,24 para la que se les pregunta a los encuestados sobre el aumento de la comprensión, valores y motivación de los empresarios, de un 4,23 a la pregunta de si aumento su comprensión sobre las acciones que alguien tiene que tomar para comenzar un negocio, de 4,19 sobre si mejoraron sus habilidades de gestión práctica para iniciar un negocio y de 4,07 sobre si mejoró la capacidad para identificar una oportunidad, siendo la única en la que no superó la media la de mejorar la capacidad para desarrollar redes, en la que obtuvo una puntuación de 6,67.

Las otras dos líneas, tanto la naranja como la azul, no superan la media en ningún momento. Para la primera cuestión acerca de la comprensión, arrojaron unos valores de 4,14 para la línea naranja (2016) y de 3,95 para la línea azul (2021). Respecto a las acciones para comenzar un negocio, la línea naranja aportó 4,02 de promedio y la azul 3,71. La tercera cuestión referente a las habilidades, dieron como promedio para las líneas naranja y azul un 3,74 y 3,58 respectivamente. Sobre la capacidad para desarrollar redes, es donde vemos un cambio de patrón, puesto que, en este caso, la línea azul (año 2021) supera a la línea naranja (año 2016), quedando la naranja con un 3,39 y la azul con un 3,54. Sobre la capacidad de identificar oportunidades, las líneas naranja y azul vuelven al patrón anterior y tienen un 3,89 y un 3,69 respectivamente.

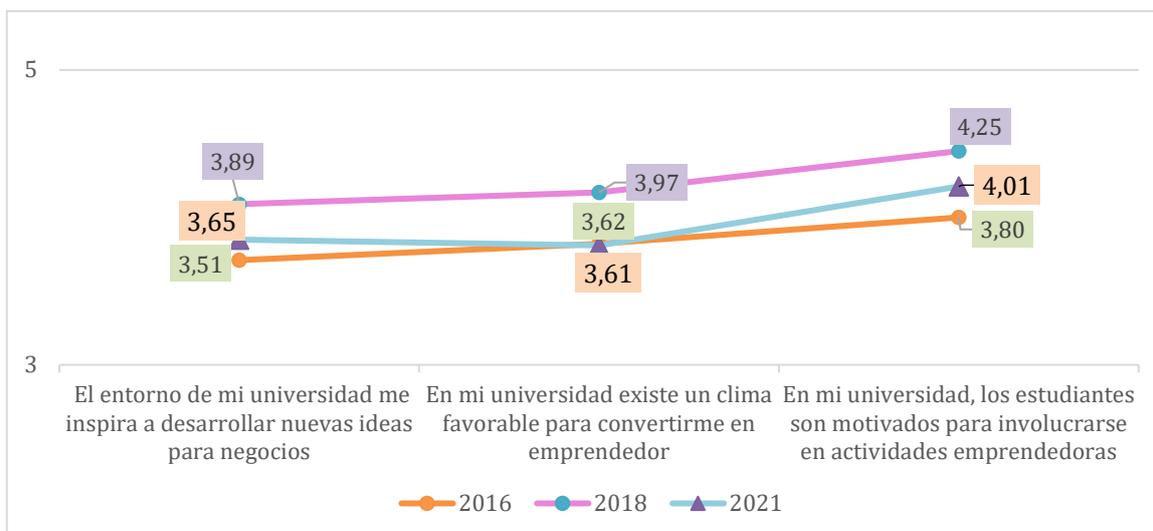


Figura 40. Promedios de evaluación del clima emprendedor de la universidad de Sevilla. Comparativa años 2016, 2018 y 2021.

Fuente: Elaboración propia.

Referente al contexto universitario, la figura 40 es la última que vamos a comparar con los GUESSS anteriores. Como podemos apreciar el patrón que sigue esta gráfica es muy parecida a las que hemos comparado y analizado anteriormente, la línea rosa (año 2018) se mantiene por encima de las otras dos, mientras que la naranja (año 2016) y la azul (año 2021) son más parecidas. En esta gráfica se analizan tres preguntas que se les dio a responder a los encuestados:

El entorno de mi universidad me inspira a desarrollar nuevas ideas de negocio. Aquí los encuestados pertenecientes a la línea rosa (año 2018) dieron como resultado un promedio de 3,89. Los pertenecientes a la línea azul (año 2021) dio un 3,65. Y los pertenecientes a la línea naranja (año 2016), la cual dio un 3.51.

En mi universidad existe un clima favorable para convertirme en emprendedor. Como podemos apreciar, aquí es donde la línea naranja y azul se encuentran más cerca, y donde la naranja, único caso, supera a la línea azul. La línea naranja (año 2016) obtiene un 3,62 y la línea azul (año 2021) obtiene como promedio un 0,01 inferior a la línea naranja, es decir un 3,61. Por otro lado, la línea rosa (año 2018), se mantiene al alza, alcanzando el 3,97 de promedio.

En mi universidad, los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras. En este caso, ocurre lo mismo que con la primera pregunta,

la línea rosa está en cabeza, seguida de la azul y de la naranja. La línea rosa (año 2018) en este caso alcanza el 4,25 superando así la media de la escala Likert (1-7) que estamos siguiendo para la recopilación de datos. La línea azul (año 2021) también llega a la media con un promedio de 4,01 y la línea naranja se mantiene por debajo de la media con un 4,80.

3.2.4. Determinantes familiares de las intenciones emprendedoras.

3.2.4.1. Antecedentes familiares

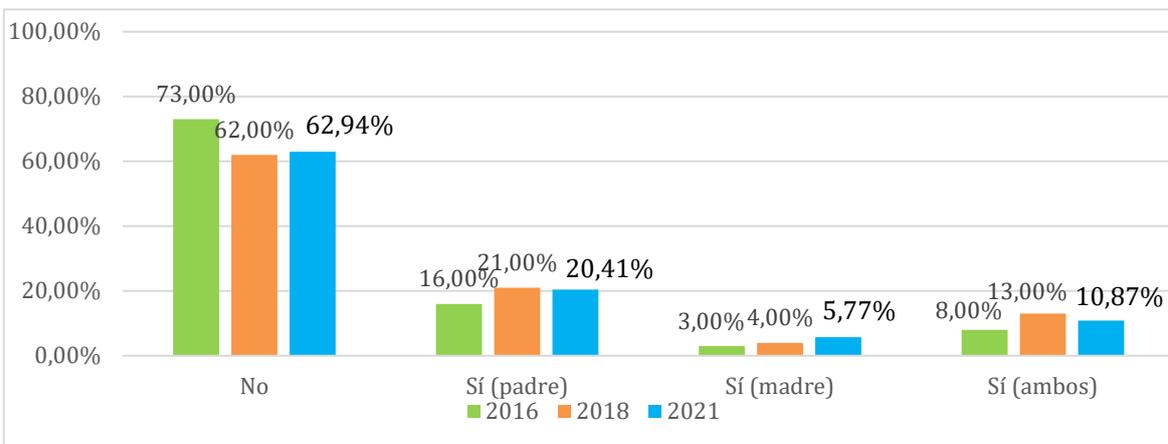


Figura 41. Padres que trabajan por cuenta propia en porcentaje. Comparativa años 2016, 2018 y 2021.

Fuente: Elaboración propia.

Para poder comparar si con el transcurso del tiempo los encuestados han variado a la hora de si sus progenitores, conjuntamente o no, trabajan por cuenta propia, es decir, tienen una empresa, hemos realizado la figura 41.

Como podemos observar en los tres años analizados, las barras que tienen mayor porcentaje son las que nos arroja información de aquellos encuestados cuyos padres no trabajan por cuenta propia, siendo la variación poco significativa. Del año 2016, barra verde, obteníamos que el 73% de los encuestados contestaron que sus padres no trabajaban por cuenta propia, en el año 2018, barra azul, ese porcentaje bajó hasta el 62% y en el año 2021, barra azul, el porcentaje se mantiene similar al de 2018 con un 62,94%.

De los encuestados que afirman que ambos progenitores trabajan por cuenta propia, vemos que la los de 2016, barra verde, son un 8%, los de 2018, barra naranja, son un 13% y los del año 2021, barra azul, son un 10,87. Vemos una subida respecto al 2016, pero una bajada respecto al 2018, habría que analizar el porqué de esto, pero una de las consecuencias podría deberse a la cantidad de negocios que han tenido que cesar debido a la pandemia.

Respecto a los encuestados que contestan uno u otro progenitor, podemos observar como los que contestan que solo el padre trabaja por cuenta propia aumente del 2016, barra verde, al 2018, barra naranja, de un 16% al 21%, y luego del 2018 al 2021, barra azul, vuelve a bajar, aunque no significativamente, ya que solo cae en 0,59%, colocándose en un 20,41%. Por otro lado, los encuestados que contestaron que solo las madres eran las que trabajaban por cuenta propia, dejan ver un empoderamiento o aumento del porcentaje de mujeres que comienzan a trabajar por cuenta propia, ya que a medida que avanzan los años, también lo hacen los porcentajes, de este modo, para el año 2016, barra verde, se tenía un 3%, para el año 2018, barra naranja, se obtuvo un 4% y para el año 2021, barra azul, se alcanzó 5,77%.

3.2.4.2. La empresa familiar.

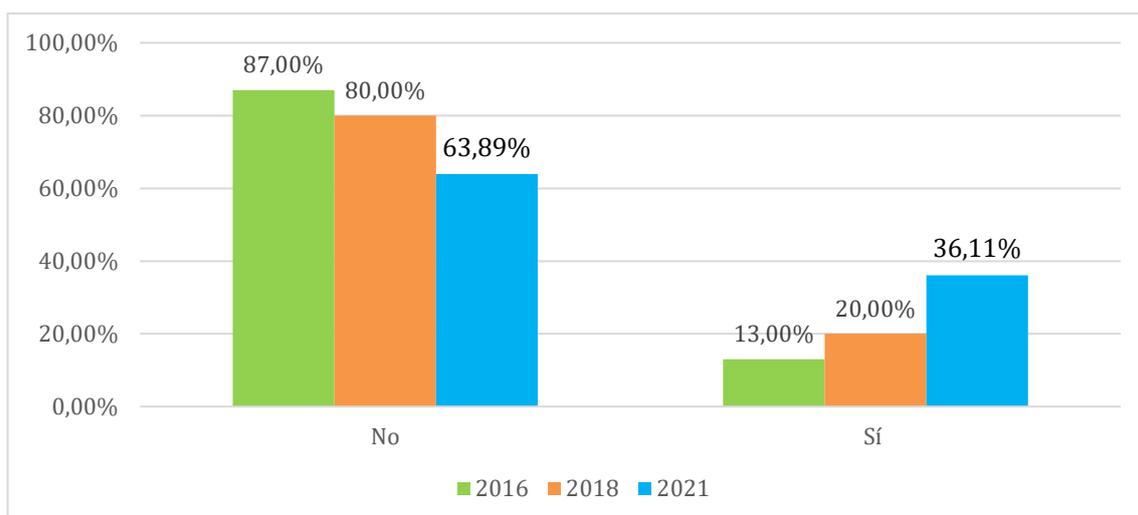


Figura 42. Porcentaje de estudiantes que trabajan en la empresa de sus padres autoempleados. Comparativa años 2016, 2018 y 2021.

Fuente: Elaboración propia.

En la figura 42, hemos queremos analizar si han cambiado mucho las respuestas dadas por los encuestados sobre si trabajan o no en las empresas de sus padres con el paso de los años.

Como podemos observar a simple vista, los encuestados de la barra verde (año 2016) respondieron que no en un 87%, un 0,7% superior a lo que contestaron los encuestados en la línea naranja (año 2018), en la barra azul (año 2021) donde vemos cómo sigue el mismo patrón, ya que solo un 63,89% contestan no trabajar en la empresa de sus padres. Y justo al contrario ocurre con lo que contestan que sí participan en las empresas de sus progenitores, la barra verde (año 2016) alcanza el 13%, aumentando en la barra naranja (año 2018) hasta el 20%, y la barra azul sube más de 15%, colocándose en el 36,11%.

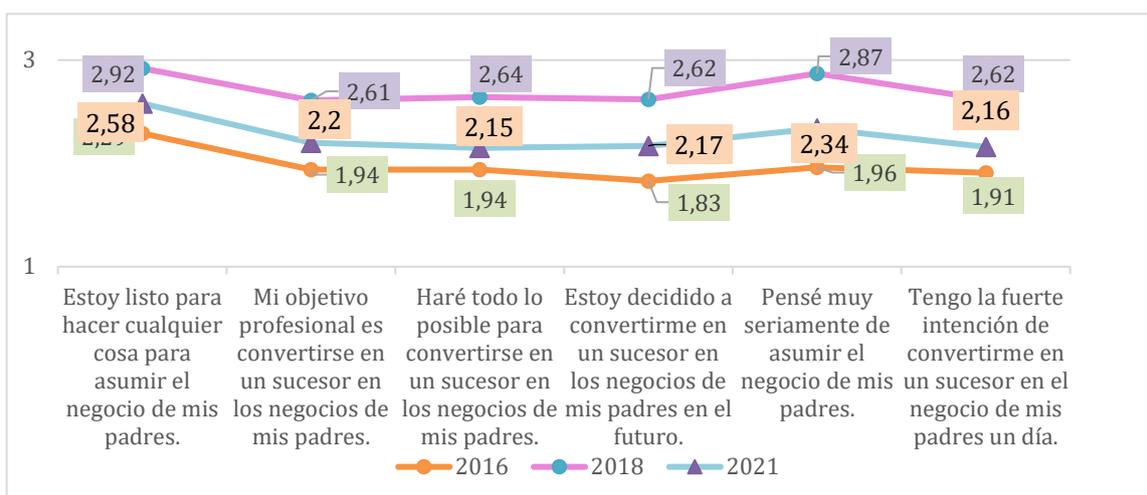


Figura 43. Valor promedio de las intenciones de los estudiantes en convertirse en sucesores de sus padres en la empresa. Comparativa años 2016, 2018 y 2021.

Fuente: Elaboración propia.

La figura 43, la última gráfica sobre la empresa familiar, queríamos comprobar si han evolucionado las opiniones de los encuestados de acabar siendo los sucesores de sus progenitores y asumir la gestión de la empresa. Los resultados son tomados mediante una escala Likert (1-7) de media 4.

Como se puede observar, los encuestados pertenecientes a la línea rosa (2018) son los más proactivos en comparación a las otras líneas de asumir el papel de sucesor, no obstante, en ningún caso supera la media. A continuación, tendríamos a los

encuestados pertenecientes a la línea azul (año 2021) y por último a la línea naranja (año 2016) que parecen los menos predispuestos a asumir dicho papel.

Para analizar en profundidad estos aspectos, se le hizo diferentes preguntas:

- Estoy listo para hacer cualquier cosa para asumir el negocio de mis padres. En esta pregunta, se obtuvo en el año 2016, línea naranja, un 2,29. En el año 2018, línea roja, un 2,92. Y en el año 2021, línea azul, un 2,58.

- Mi objetivo profesional es convertirme en un sucesor en los negocios de mis padres. En este caso, los años 2016 y 2018, línea naranja y rosa respectivamente, obtuvieron un 1,94 y 2,61. Mientras que el año 2021, línea azul, alcanzó un 2,2 manteniéndose en el punto intermedio entre los años 2016 y 2018.

- Haré todo lo posible para convertirme en un sucesor en los negocios de mis padres. En esta pregunta, se sigue viendo el mismo patrón que seguimos, obteniendo la línea naranja (año 2016) un 1,94. La línea rosa (año 2018) un 2,64. Y la línea azul (año 2021) una puntuación de 2,15.

- Estoy decidido a convertirme en un sucesor en el negocio de mis padres en el futuro. Esta pregunta obtuvo para el año 2021, línea naranja un 1,83. Para el año 2018, línea rosa, una puntuación de 2,62. Y para el año 2021, línea azul, 2,17 puntos.

- Pensé muy seriamente en asumir el negocio de mis padres. Para esta pregunta, y tras realizar un promedio de las respuestas proporcionadas por los encuestados, se obtuvo para el año 2016, línea naranja un 1,96. Para el año 2018, línea rosa, un 2,87. Y para el año 2021, línea azul, se obtuvo una puntuación de 2,34.

- Tengo la fuerte intención de convertirme en un sucesor en el negocio de mis padres. Esta pregunta puede ser la más importante de las que se engloban en esta gráfica, porque aquí es donde los encuestados realmente contestan si su intención es ser o por el contrario no ser el sucesor de los negocios de sus padres. En comparación con los diferentes años que podemos observar en la gráfica, siguen el mismo patrón que con las preguntas anteriores, y no tienen una diferencia significativa con lo que venían respondiendo los encuestados. De este modo para la línea naranja (año 2016) se obtuvo una puntuación de 1,91. Para la línea rosa (año 2018) se obtuvo un promedio de 2,62. Y

para la línea azul (año 2021) se obtuvo una puntuación media de las respuestas proporcionadas por los encuestados de 2,16.

3.3. Emprendedor naciente y en activo.

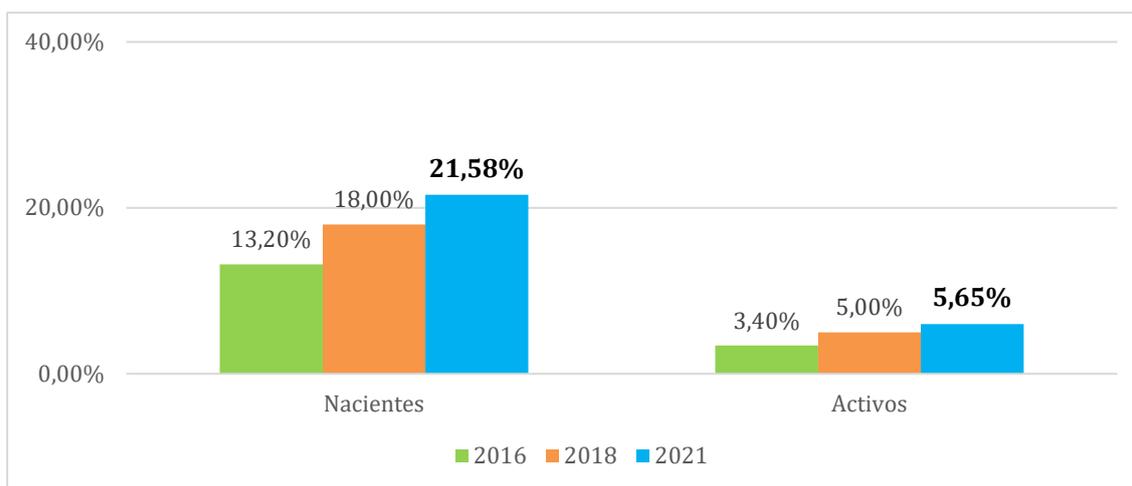


Figura 44. Porcentaje de empresarios nacientes y en activo. Comparativa 2016, 2018 y 2021.

Fuente: Elaboración propia.

En la figura 44, hemos querido mostrar la evolución que han tenido tanto los emprendedores nacientes como los emprendedores en activo entre los años 2016, barra verde, el año 2018, barra naranja, y el año al que nos referimos en este informe, el año 2021, barra azul.

A simple vista, podemos ver una mejoría de los estudiantes a lo largo de los tres años que estamos comparando, tanto a nivel de emprendedor naciente como a nivel de emprendedor en activo.

Entre el año 2016, barra verde, y el año 2018, barra naranja, podemos ver un aumento considerable en lo que se refiere a los emprendedores en activo, la diferencia entre ambos alcanza un 4,8%, siendo el año 2016 de 13,20% los emprendedores nacientes y los del 2018 de un 18%. Entre el 2018, barra naranja y 2021, barra azul, también vemos una diferencia de 3,58%, teniendo el año 2021 un porcentaje de 21,58% de emprendedores nacientes, esta diferencia de 3,58% es muy parecida a la diferencia que veíamos entre 2016 y 2018.

En cuanto a los emprendedores en activo, la diferencia entre los años se acorta. El año 2016, barra verde, alcanzó un nivel de emprendedores en activo de 3,40, los del año 2018, barra verde, alcanzaron el 5%, y los del año 2021, barra azul, alcanzaron un 5,65%. Como se puede ver a simple vista, entre los datos recogidos en 2018 y los que se han recogido en el presente informe, sólo tiene como diferencia un 0,65%, porcentaje muy inferior a lo que hemos visto en los emprendedores nacientes. Por el contrario, entre los datos proporcionados por los encuestados en 2016 y los datos recogidos en 2018, si vemos una diferencia mayor que la que hemos comentado respecto al año 2021, puesto que la diferencia entre estos alcanza un 1,6%, la cual como podemos afirmar, no es muy significativa.

Capítulo 4. Características de las empresas creadas

4.1. Influencia del COVID en el emprendimiento.

El Covid, ha supuesto un impacto negativo para la sociedad en la que vivimos. Su aparición, supuso la paralización de la actividad en muchas empresas, principalmente PYMES, que no eran capaz de seguir operando durante la cuarentena. Esto se explica por su poca presencia en internet, lo cual les dificultó a la hora de seguir ofreciendo sus bienes o servicios; o por no poder adaptarse a la nueva situación, como podrían ser bares o centro de bienestar.



Figura 45. Porcentaje de encuestados que crearon un negocio debido a la pandemia
Fuente: Elaboración propia.

Aunque muchas empresas se vieron atascadas y cesaron sus negocios, otras vieron una oportunidad de mejorar y adaptarse a las nuevas tecnologías y a la “nueva normalidad” que nos tocó vivir. No solo muchas empresas mejoraron introduciendo su negocio en el mundo virtual de internet o cambiando sus servicios como por ejemplo un

bar que ahora ofrece servicio a domicilio, sino que otras muchas nacieron, viendo en la pandemia un nicho por aprovechar y explotar, como por ejemplo academias que apuestan por una enseñanza online.

En la figura 45, podemos observar el porcentaje de encuestados que han creado su negocio en gran medida debido a las implicaciones de la pandemia de COVID-19. Este porcentaje es de un 19,55% de los casos frente al 80,45% de los que no han creado empresas.

4.2. Los sectores de actividad de las empresas creadas.

Cuando a los encuestados se les preguntó sobre el sector económico donde tenían su actividad o negocio, obtuvimos la figura 46.

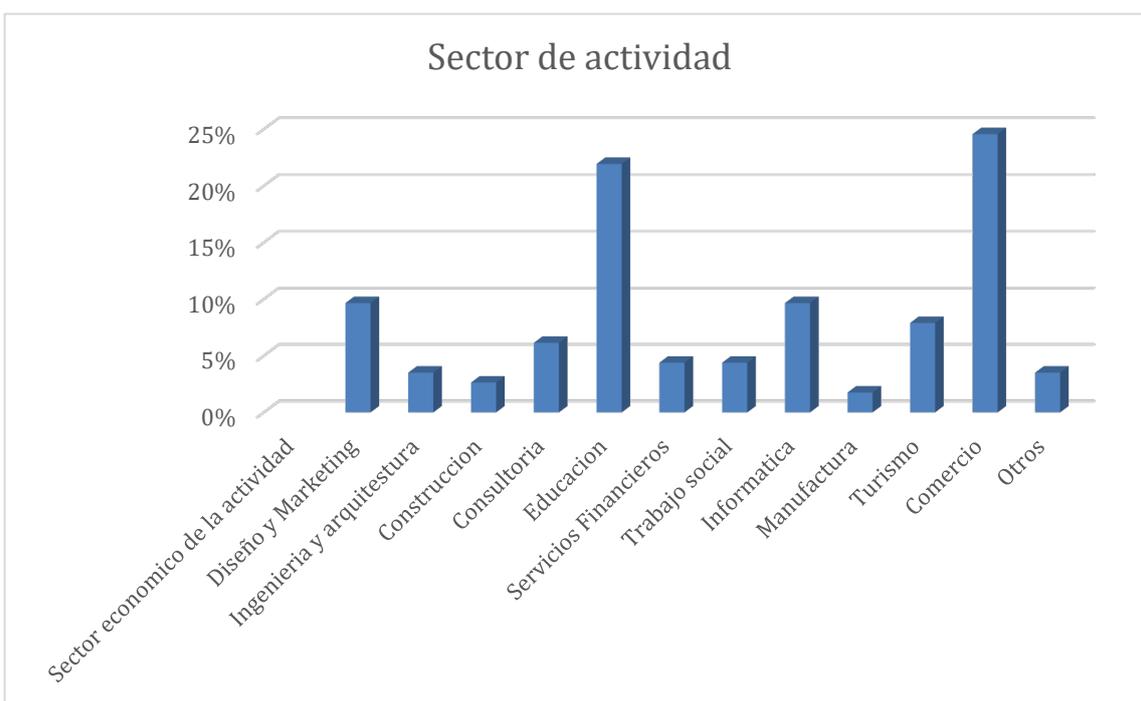


Figura 46. Porcentaje de mayor actividad económica en los negocios.

Fuente: Elaboración propia.

El comercio, es donde mayor porcentaje encontramos, alcanzando el 25% total de los encuestados, continuaría el sector de la educación con un 22%, que, a pesar de la pandemia, han sabido cómo seguir adelante mediante las clases online. Tanto la

informática como el diseño y marketing se sitúan en tercer lugar, obteniendo un 10% en ambas actividades. El turismo a pesar de la pandemia y de ser el principal activo de la economía española, se posiciona en cuarto lugar obteniendo un 8%. Seguido del turismo podemos encontrar las consultorías con un 6%. Tanto la Ingeniería y arquitectura, los servicios financieros, el trabajo social y otras actividades económicas, se posicionan con un 4%. La construcción la encontramos con un 3% y manufacturas con un 2%.

Como hemos observado, las actividades que mayor porcentaje han obtenido son aquellas que pueden realizarse o llevarse a cabo de forma telemática, y no es de extrañar, ya que la pandemia ha supuesto que el teletrabajo llegue a las vidas de todas las personas y se busquen nuevos modos o formas de llevar a cabo el trabajo sin la necesidad de exponernos a un posible contagio.

4.3. Experiencia emprendedora previa.

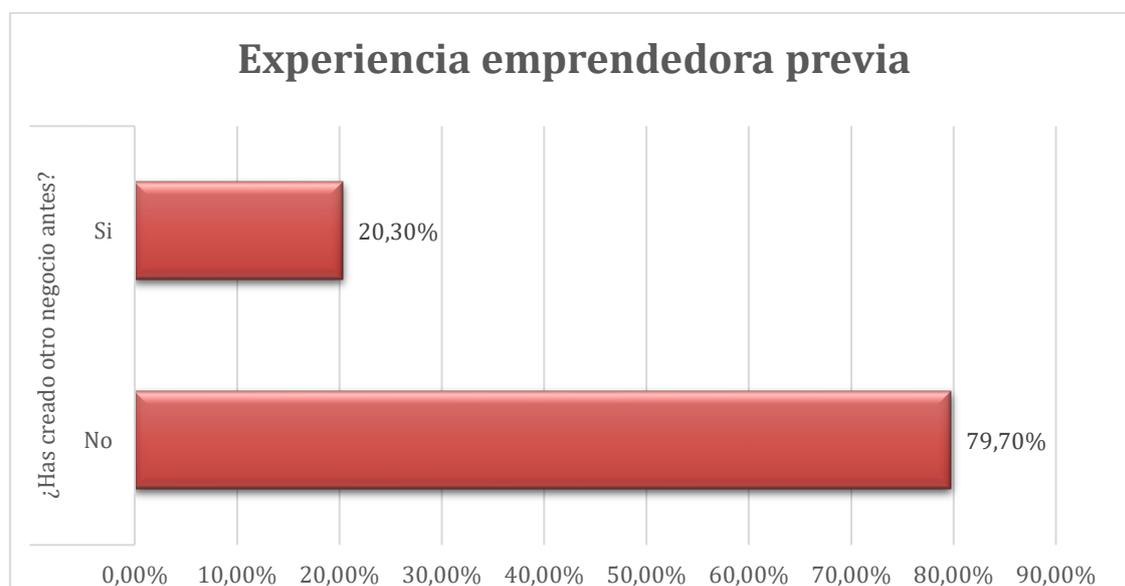


Figura 47. Porcentaje de encuestados que habían creado otro negocio

Fuente: Elaboración propia.

La figura 47 nos muestra el porcentaje de encuestados que ya había creado otro negocio. Podemos considerarlo como la experiencia previa en la actividad emprendedora. Como podemos observar un 20,30% de los encuestados habían creado un negocio antes de contestar a la encuesta.

Capítulo 5. Conclusiones y recomendaciones

5.1. Conclusiones.

5.1.1. Perfil de la población estudiantil de la Universidad de Sevilla.

La muestra de estudiantes o encuestados de la Universidad de Sevilla, como venimos comentado, es representativa de la población universitaria. Aunque la gran mayoría de encuestados pertenecen a un nivel de estudio de grado, también contamos con estudiantes de máster y doctorado, lo que nos da más amplitud a la hora de realizar este informe. No obstante, cabe destacar que la gran mayoría de la muestra con la que contamos, pertenecen a la Rama de Ciencias Económicas y Jurídicas, lo que nos limita comprobar como es el emprendimiento en otras ramas de estudio.

5.1.2. Expectativas de carrera profesional y motivación de su elección.

Como hemos podido analizar y observar anteriormente, las expectativas que tienen los encuestados sobre la intención de carrera profesional se encuentran más inclinadas hacia un trabajo por cuenta ajena, es decir un empleado asalariado. Si nos referimos a lo que prefieren tras terminar los estudios, podemos comprobar que el 70,64% de los encuestados quieren ser empleados y un 15,73% quiere ser emprendedor. Como venimos diciendo y hemos analizado anteriormente, estos porcentajes pasan a ser de 62,86% para ser empleador y 26,77% para ser emprendedor cuando nos referimos a la situación que elegirían tras pasar 5 años desde que terminan los estudios.

Estos mismos resultados, podemos observarlos en los informes de los años 2016 y 2018, aunque con un poco de diferencia en los porcentajes, es apreciable que

siguen el mismo patrón, es decir, que el porcentaje de encuestados que deciden ser empleados al terminar la carrera es superior.

En general, puede afirmarse que la gran mayoría de los encuestados se decantan por iniciar su carrera profesional como trabajadores por cuenta ajena, ya que la tendencia a emprender una vez terminados los estudios, es inferior en comparación con la tendencia a comenzar trabajando para una empresa. Sin embargo, una vez pasados 5 años, la opción de emprender crece con respecto a la situación anterior, pasando de un 15,73% a un 26,77%.

5.1.3. Intención emprendedora y sus condicionantes.

- Índice de la intención emprendedora: Al determinar el valor promedio de los ítems sobre intención emprendedora, se puede observar que, en todos los ítems, la muestra encuestada presenta unos valores promedios por debajo del valor medio de la escala, aspecto que no favorece el espíritu emprendedor de los estudiantes.
- Actitud emprendedora: En los ítems que definen la actitud emprendedora, podemos observar que algunos de los valores promedios aportados por los encuestados también se encuentran algo por encima del valor medio de la escala, destacando el valor del parámetro “si los estudiantes tuvieran la oportunidad y los recursos para convertirse en emprendedor”, ya que cuenta con un 4,93 de valor promedio.
- Control percibido (control interno): Los ítems que determinan el control percibido presentan valores promedios por encima del valor medio de la escala, ya que los tres ítems que lo definen se encuentran por encima del valor medio, aunque al preguntar por si se puede determinar casi con seguridad lo que va a pasar en la vida, dicho valor promedio está muy cercano al valor medio de la escala con un 4,20.
- Competencias emprendedoras: Analizando las diferentes variables que perfilan la autoevaluación sobre competencias emprendedoras de los estudiantes, observamos que los valores promedios obtenidos son superiores al valor medio de la escala, destacando el ítem de ser líder y comunicador con un valor promedio de 5,11.

- Entorno social y familiar: Analizando el entorno social y familiar es donde detectamos el valor promedio de ítems más alto, ya que, al preguntar sobre el apoyo de familia, compañeros y amigos al llevar a cabo una iniciativa empresarial, nos encontramos con valores superiores al 5.

5.1.4. Educación en emprendimiento y Clima emprendedor en la Universidad de Sevilla.

El 53,95% de los encuestados afirman no haber cursado ningún curso específico de emprendimiento, y un 34,17% de los estudiantes afirman que han asistido al menos a un curso optativo de emprendimiento en sus estudios. Estos valores superan la media a nivel internacional. Se pone de manifiesto la poca difusión de la educación emprendedora como elemento estructural (obligatorio) de los planes de estudio de la Universidad de Sevilla.

5.1.5. Determinantes familiares de las intenciones emprendedoras.

Un 37,06% de los estudiantes encuestados afirman que algunos de sus padres son autoempleados, y al preguntar por las intenciones de convertirse en sucesores de la empresa de sus padres, los valores promedios son generalmente muy bajos, lo que implica que dicha opción no es deseable para los encuestados.

5.1.6. Emprendedores nacientes y en activos.

Entre los encuestados para el presente estudio, el 21,58% de los estudiantes son emprendedores nacientes, una cifra que está por debajo de la media a nivel internacional (28,40%), pero por encima de la media nacional (18,99%). En comparación con el último estudio realizado en la Universidad de Sevilla en 2018, el porcentaje de emprendedores nacientes ha aumentado, ya que antes dicho porcentaje se situaba en el 18%.

En lo que respecta a cuál es el grado de desarrollo del negocio de los emprendedores nacientes, el porcentaje mayor se ubica en la fase de recopilación de

información de los competidores con un 42,64%, mientras que los que se encuentran en las 3 últimas fases del desarrollo del negocio (registro de la empresa, vendiendo un producto o servicio, o solicitando patente o marca), suponen al menos un 16%.

Respecto a los emprendedores en activo, cabe destacar que se han definido como tal un 5,65% de los estudiantes, por debajo de la media nacional (6,30%) y por debajo de la media a nivel internacional (10,80%). La mayoría de las empresas constituidas por los emprendedores activos son muy recientes, habiendo sido constituidas el 62,22% de las mismas desde el año 2018. También hay que destacar que el 96,05% de las empresas tienen menos de 9 trabajadores.

5.1.7. Influencia del COVID-19

La pandemia ha tenido impacto en la creación de nuevos negocios, ya que de los encuestados que son empresarios en activo (tienen una empresa en marcha), un 19,55% de ellos la crearon debido a la pandemia.

La pandemia ha supuesto una alteración muy importante de la vida cotidiana y de la actividad económica en casi todos los aspectos. Por eso, no es de extrañar que haya dado lugar al surgimiento de nuevas oportunidades que los emprendedores han sabido aprovechar. Es significativo que, con los datos de 2021 (tan solo un año después del estallido de la pandemia), y cuando todavía existían numerosas restricciones, aproximadamente un 20% de las empresas de universitarios tienen relación con la pandemia.

5.2. Recomendaciones

La recomendación principal que podría hacerse para aumentar el interés por el mundo del emprendimiento y hacer crecer el espíritu emprendedor de los estudiantes, es seguir apostando por la formación en emprendimiento en el seno de las enseñanzas universitarias como mecanismo para incentivar el desarrollo de iniciativas emprendedoras por parte de los estudiantes, y así poder desarrollar la creación de

compañías que tengan un impacto positivo en el ámbito económico y social en el que la misma establezca su actividad.

No obstante, existen muchas maneras de fomentar la iniciativa emprendedora a los estudiantes dentro del seno de la Universidad.

La Universidad puede llevar a cabo diferentes talleres sobre el emprendimiento, y sería recomendable que los mismos no se destinasen únicamente a estudiantes de un mismo campo de estudio, sino que se orientase a todos los estudiantes en conjunto y se fomentase la interacción y la construcción de relaciones entre estudiantes de diferentes campos de estudio. De este modo se pueden crear interacciones enriquecedoras que posibiliten o inciten la creación de iniciativas emprendedoras multidisciplinares.

Uno de los factores que más pueden preocupar a la hora de emprender probablemente es la financiación, por lo que realizar algún taller sobre las formas de poder financiar una empresa de nueva creación puede ser de gran utilidad para futuros emprendedores.

Podría afirmarse que, a pesar de que la Universidad realiza talleres emprendedores, puede que el grado de participación y asistencia de los estudiantes no sea la deseada por una falta de publicidad efectiva de las mismas, o porque los estudiantes no encuentran el tiempo disponible para poder acudir a dichas sesiones.

Una de las maneras de solucionar esta problemática sería adaptándose a las nuevas tecnologías, actualmente la sociedad se encuentra muy conectada a las redes sociales, una buena publicidad de los talleres que se promueven por medios de estos canales hace que dicha información tenga un mayor impacto visual y alcance a más estudiantes. Otra manera de motivar la participación es a través de recompensas, una de ellas es la de obsequiar con créditos de libre configuración.

Otra forma de motivar a los estudiantes a emprender es a través de interacciones directas con el mundo empresarial, muchos campos de estudios pueden estudiarse de forma teórica, pero poder acudir y ver en persona como lleva a cabo su actividad una empresa, ver como un startup surge y cómo funciona es fundamental para incentivar la motivación. Al poder acudir dentro de la jornada curricular de los estudios

impartidos, ayudaría a reducir el hecho de que muchos estudiantes no acudan a jornadas de emprendimiento por falta de tiempo o motivación.

También se podría llevar a cabo la realización de unos días especiales relacionados con el mundo emprendedor, que podríamos llamar la semana del emprendimiento, en esos días se podrían colocar puestos informativos en diferentes facultades de la Universidad de Sevilla, en los cuales se encontrarán empresas, tanto startups como empresas ya reconocidas. En ellas, los alumnos podrían hablar con trabajadores de dichas empresas y les pueden dar sus puntos de vistas de como comenzaron y lo que supone emprender o trabajar en dichas empresas. Esto puede mejorar la motivación de los estudiantes que aún se encontrasen ante la incertidumbre de emprender o que aún no hayan contemplado dicha posibilidad. Además, podrías realizarse charlas formativas, juegos donde poner a prueba los conocimientos que se van aprendiendo, y concursos, donde se lo pueden ayudar a la motivación y comprensión del fenómeno del emprendimiento, alimentando las ganas de seguir formándose en el mundo emprendedor, y llegar a emprender una vez terminen los estudio.

Bibliografía

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665-683.
- Audretsch, D., & Keilbach, M. (2004). Entrepreneurship Capital and Economic Performance. *Regional Studies*, 38(8), 949-959.
- Cooper, A. (1985). The role of incubator organizations in the founding of growth-oriented firms. *Journal of Business Venturing*, 1(1), 75-86.
- Cooper, A. (1993). Challenges in predicting new firm performance. *Journal of Business Venturing*, 8(3), 241-253.
- Instituto de la Empresa Familiar (2019). Radiografía de la empresa familiar, distribución de empresas. España. Instituto de la Empresa Familiar. Recuperado de: <http://www.iefamiliar.com/la-empresa-familiar/cifras/radiografia/>
- INE (2018). Directorio Central de Empresas. Instituto Nacional de Estadística.
- Instituto Nacional de Estadística (2019). Tasas de paro por distintos grupos de edad, sexo y comunidad autónoma. [online] Available at: <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=4247#!tabs-tabla>
- Jaén, I., & Liñán, F. (2013). Work values in a changing economic environment: the role of entrepreneurial capital. *International Journal of Manpower*, 34 (8), 939-960.
- Jaén, I., Fernández-Serrano, J., & Liñán, F. (2013). Valores culturales, nivel de ingresos y actividad emprendedora. *Revista de economía mundial*, (35), 35-51.
- Jara, D., Suarez, G., & Liñán, F. (2020). Informe GUESSS 2018 - universidad de sevilla. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.35719.55209>
- Liñán, F., Cabello, C., Fernández-Serrano, J., Carmona, A., Jaén, I., & del Cubo, A. (2019). Informe GEM Provincia de Sevilla 2018-2019. Sevilla: Inn-Lab, Centro Propio de Investigación sobre Innovación, Emprendimiento y Empresa Familiar (Universidad Pablo Olavide) & Grupo de Investigación PYMED (Universidad de Sevilla). ISBN 978-84-09-17571-0.
- Liñán, F., & Chen, Y. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.

- Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. and Rueda-Cantuche, J. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 195-218
- Liñán, F., Romero Luna, I., & Fernández Serrano, J. (2013). Necessity and opportunity entrepreneurship: The mediating effect of culture. *Revista de Economía Mundial*, 33, 21-47.
- Matthews, C., & Moser, S. (1996). A longitudinal investigation of the impact of family background and gender on interest in small firm ownership. *Journal of Small Business Management*, 34(2), 29.
- Ruiz-Navarro, J. Ramos, A & Lechuga, M. (2018). Emprendimiento universitario en España Informe GUESSS 2018. Recuperado de: http://www.guesssurvey.org/resources/nat_2018/GUESSS_Report_2018_Spain.pdf
- Neogi, C., Bhandari, A. K., & Ghosh, S. (Eds.). (2017). *Women's Entrepreneurship and Microfinance*. Springer Singapore.
- OECD. (1998). Fostering Entrepreneurship. Organisation for Economic Co-operation and Development. doi: <https://dx.doi.org/10.1787/9789264163713-en>
- Schumpeter, J. A. (1976). *Capitalism, Socialism and Democracy*.
- Sieger, P., Fueglistaller, U. and Zellweger, T. (2014). *Student Entrepreneurship Across the Globe: A Look at Intentions and Activities*. St.Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St. Gallen.
- Sieger, P., Fueglistaller, U. Zellweger, T & Braun, I. (2018). *Global Student Entrepreneurship 2018: Insights From 54 Countries*. St. Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St. Gallen. Recuperado de: http://www.guesssurvey.org/resources/PDF_InterReports/GUESSS_Global_2018.pdf
- Universidad de Granada (2015). *Espíritu Emprendedor de los estudiantes de la Universidad de Granada. Informe GUESSS*. Granada: Universidad de Granada.