



# GUESSSS

23/24 UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Intenciones de carreras, espíritu emprendedor e iniciativas empresariales de los estudiantes universitarios

COORDINADORES

INMACULADA JAÉN FIGUEROA

FRANCISCO LIÑÁN ALCALDE

REDACTOR

FRANCISCO LÓPEZ MARTÍNEZ



COLABORAN



# GUESSSS

23/24 UNIVERSIDAD  
DE SEVILLA

*Intenciones de carreras, espíritu  
emprendedor e iniciativas empresariales  
de los estudiantes universitarios*

## AUTORÍA

### COORDINADORES



**Inmaculada Jaén**  
Universidad de Sevilla



**Francisco Liñán**  
Universidad de Sevilla

### REDACTOR



**Francisco Lopez Martinez**  
Universidad de Sevilla

## Universidad de Sevilla

## CITACIÓN DEL INFORME

Por favor, cite esta publicación como:

Jaén, I.; López-Martínez, F. & Liñán, F. (2025): Informe GUESSSS Universidad de Sevilla 2023-2024. El espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios. Entrepreneurship & Innovation (E&I) Research Group, Universidad de Sevilla. DOI: 10.13140/RG.2.2.22801.95847

© Los autores

## ARTES GRÁFICAS

Francisco López Martínez

*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

<b>PRESENTACIONES DEL INFORME 2023-24</b>	<b>4</b>	3.3. Emprendimiento universitario: aspectos específicos	39
<b>1. EL PROYECTO: MEDIR, DIRIGIR, PROGRESAR</b>	<b>7</b>	3.3.1. Formación emprendedora	39
<b>2. PERFIL DEL ENCUESTADO</b>	<b>9</b>	3.3.2. Clima emprendedor	42
2.1. Características principales	9	3.3.4. Género	46
2.2. Características secundarias	11	3.3.5. Empresa familiar (y sucesores)	51
2.3. Autopercepción del encuestado	12	<b>4. RESULTADOS COMPARATIVOS GUESSS (16-23)</b>	<b>57</b>
2.4. Percepción s/ regulación económica, justicia social y equidad laboral	13	4.1. Perfil de la muestra	57
<b>3. HALLAZGOS PRINCIPALES</b>	<b>15</b>	4.2. Intenciones de elección de carrera de estudiantes	59
3.1. Intenciones de elección de carrera de estudiantes	15	4.3. Formación emprendedora	61
3.2. Actividades emprendedoras nacientes y activas	21	4.4. Empresa familiar (y sucesores)	63
3.1.1. Emprendedor naciente	22	4.5. Actividades emprendedoras nacientes y activas	65
3.1.2. Emprendedor activo	27	<b>5. CONCLUSIONES</b>	<b>67</b>
		<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>73</b>





La mejora de la competitividad de España y el nivel de bienestar de nuestros conciudadanos pasa por elevar la productividad de nuestra economía. Un camino para ello es elevar la densidad empresarial y la eficiencia de su tejido empresarial. Es preciso tener más y mejores empresas, lograr empresas más innovadoras y dinámicas, más productivas. Las políticas de apoyo a este proceso se han orientado, principalmente hasta ahora, hacia sus etapas finales, olvidando que para mejorar los resultados es preciso cuidar y nutrir sus semilleros naturales que en gran medida surgen del sistema educativo y principalmente de las universidades.

El Observatorio del Emprendimiento de España, y más concretamente el proyecto

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

Su décima edición internacional de 2023 abarca a más de cincuenta países, 1.300 universidades y más de 226.000 estudiantes. En

España han participado 71 universidades y escuelas de negocios con más de 80.000 estudiantes universitarios que le han dado a nuestro país el liderazgo por número de estudiantes involucrados. El informe nacional, publicado recientemente<sup>1</sup>, explota una parte de la extensa base de datos obtenida de las encuestas que se desplegaron entre septiembre y diciembre de 2023 y expone diez historias inspiradoras de startups nacidas de los universitarios.

La alta participación y algunos de los resultados obtenidos muestran el interés y curiosidad de nuestros jóvenes por la materia y rompen algunos tópicos. La explotación de esta información por cada una de las universidades participantes les permite un análisis comparado con

<sup>1</sup> Ruiz-Navarro, J.; Diáñez-González, J.P.; Franco-Leal, N.; Infante-Cagale, L. (2024). Informe GUESSS España 2023/24. Intenciones de carreras, espíritu emprendedor e iniciativas empresariales de los estudiantes universitarios. ISBN: 978-84-09-64120-8. <https://observatoriodeemprendimiento.es/guesss/>

los indicadores nacionales e internacionales que es de gran valor para la investigación y la gobernanza de las universidades. Un buen ejemplo es el interés de la Universidad de Sevilla por fomentar la creación de empresas y la participación que ha logrado en el proyecto GUESSS involucrando a más de 850 estudiantes.

Este esfuerzo de los compañeros y compañeras de la Universidad de Sevilla se ha visto complementado por el trabajo de las más de 120 personas, entre investigadores, responsables y equipos de las unidades de emprendimiento de las universidades públicas y privadas que se han involucrados en el proyecto GUESSS en España. En esa tarea, hay que agradecer el apoyo recibido a nivel nacional por parte del Santander Financial Institute (SANFI), la Fundación COTEC, la Fundación Colegio Decroly y el programa Acelera Startups de la EOI, además del soporte que ENISA presta al

Observatorio del Emprendimiento de España que coordina y facilita sus recursos al proyecto. En esta edición, es muy relevante la atención que hemos recibido del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades cuya ministra, Diana Morant, ha realizado el prólogo al informe nacional.

Como director del proyecto en España, es una satisfacción presentar los informes de las distintas universidades para así poner la lupa y poder analizar con detalle lo que sucede en el ecosistema universitario y señalar políticas útiles. El trabajo que han realizado las compañeras y compañeros de la Universidad Sevilla, los antecedentes y prestigio que investigadores de la talla de Francisco Liñán le dan al proyecto y el buen saber hacer del resto de los autores del informe son importantes activos que hacen más valiosa la investigación colaborativa que despliega GUESSS. Espero que sea útil para

toda la comunidad universitaria y para lograr el objetivo enunciado de tener más y mejores empresas. Mis más sinceras felicitaciones por el informe realizado.

**José Ruiz Navarro**

*Director del proyecto GUESSS en España  
Catedrático Emérito por la  
Universidad de Cádiz*



El proyecto GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey) representa un gran esfuerzo internacional para obtener información comparable y representativa sobre todo lo relacionado con el emprendimiento de los estudiantes universitarios.

La Universidad de Sevilla ha demostrado un compromiso sostenido con este proyecto, participando activamente desde el año 2012 y elaborando informes para las ediciones de 2016, 2018, 2021 y la actual 2023-24. Este esfuerzo refleja el interés de la institución por fomentar el espíritu emprendedor y promover las capacidades de emprendimiento entre estudiantes, investigadores y personal.

# 1

## EL PROYECTO: MEDIR, DIRIGIR, PROGRESAR

Mediante la participación en GUESSS y el análisis de sus resultados, la universidad puede realizar un análisis comparado con indicadores nacionales e internacionales, lo cual es de gran valor para la investigación y la gobernanza universitaria.

Queremos expresar nuestro sincero agradecimiento a USEmprende<sup>2</sup>, el servicio de apoyo al emprendimiento de la Universidad de Sevilla. Desde USEmprende se promueve el espíritu emprendedor de toda la comunidad universitaria, y se pone a disposición de esa comunidad una gran variedad de herramientas y recursos para emprender, así como formación mediante seminarios gratuitos, mentores especializados...

El presente "Informe GUESSS Universidad de Sevilla 2023-2024: El espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios" se basa en la información recopilada de una muestra final compuesta por 862 estudiantes de la Universidad de Sevilla. Este informe permite conocer qué factores influyen en la intención de los estudiantes de elegir el emprendimiento como carrera, estudiar la influencia de elementos presentes en el contexto profesional, familiar y universitario, y contrastar los resultados con estudios pasados a nivel nacional e internacional.

Del mismo modo, el informe permite estudiar al colectivo de estudiantes emprendedores nacientes (están en proceso de creación de una empresa), el de emprendedores en activo (poseen

<sup>2</sup> Universidad de Sevilla | *Emprendimiento*. <https://www.us.es/empresas/emprendimiento>

una empresa en funcionamiento), y también el de potenciales sucesores de las empresas familiares. Se trata de tres colectivos que tienen un peso entre el estudiantado mucho más importante del que se suele imaginar. El conocimiento sobre su perfil y sus características ayudará a proporcionarles la formación y los recursos que necesitan para sus empresas actuales o futuras.

A lo largo de las siguientes secciones, se presentará el perfil detallado de los encuestados, sus intenciones de elección de carrera, las actividades emprendedoras nacientes y a activas, y se abordarán aspectos específicos del emprendimiento en el entorno universitario, como la formación recibida, el clima emprendedor, la influencia del campo de estudio, el género y la empresa familiar. Finalmente, se ofrecerán resultados comparativos con ediciones anteriores de GUESSS y

se derivarán conclusiones y recomendaciones. Este informe ha sido elaborado por el Entrepreneurship & Innovation (E&I) Research Group de la Universidad de Sevilla, bajo la coordinación de Inmaculada Jaén, y la redacción de Francisco López Martínez. Se espera que sea una herramienta útil para toda la comunidad universitaria y contribuya al desarrollo de un ecosistema emprendedor más robusto.

**Francisco Liñán Alcalde**

*Coordinador GUESSS Universidad de Sevilla  
Observatorio del Ecosistema  
Emprendedor de Andalucía  
Catedrático de Economía Aplicada,  
Universidad de Sevilla  
<https://www.oeea.es/>*



### 2.1. Características principales

Una vez finalizado el proceso de recolección, comprobación, filtrado y depuración de los cuestionarios, se obtuvo una muestra final compuesta por 862 estudiantes de la Universidad de Sevilla. Las figuras 1 a 3 resumen los principales descriptivos de la muestra.

En este primer apartado, explicaremos sus características principales, aquellas que representan a los encuestados.

En el apartado de género, se contempla por primera vez la opción "Otro", aunque sólo un 1% de la muestra la señala. En todo caso, no se pueden realizar comparaciones con años anteriores. En este informe predominan las mujeres (68,1%).

El 87,94% tiene una edad comprendida entre los 20 y 29 años. Por su parte, el 83,5% cursan estudios de grado.

FIGURA 01.

COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA POR GÉNEROS.



FIGURA 02.

EDADES DE LOS PARTICIPANTES.

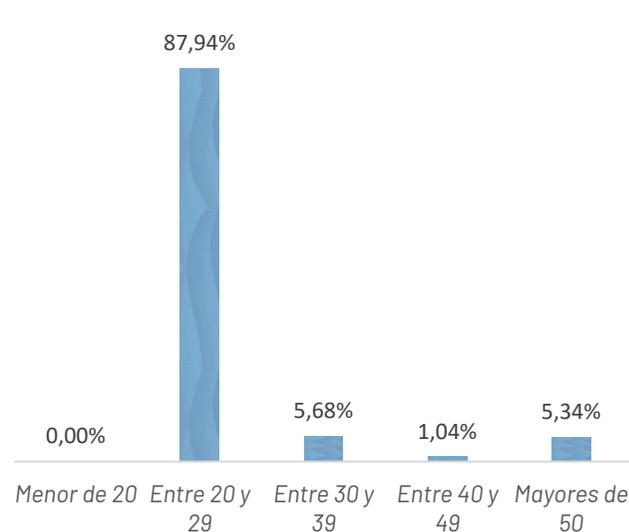
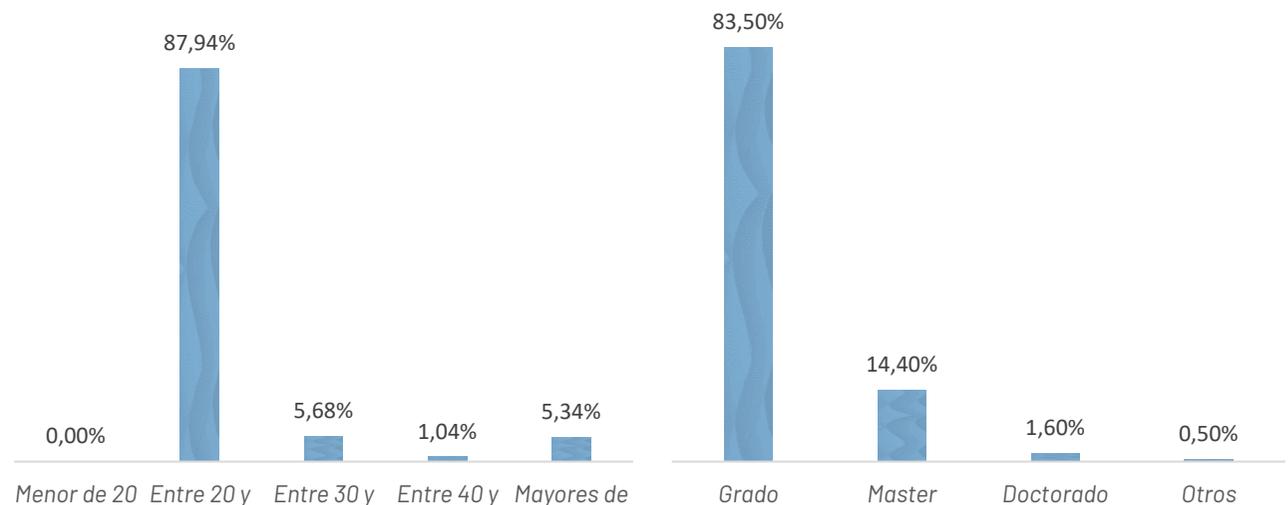


FIGURA 03.

PARTICIPANTES POR CICLOS FORMATIVOS.



Respecto al campo de estudio, la muestra proviene de una diversidad de áreas, aunque tienden a predominar las de ciencias sociales.

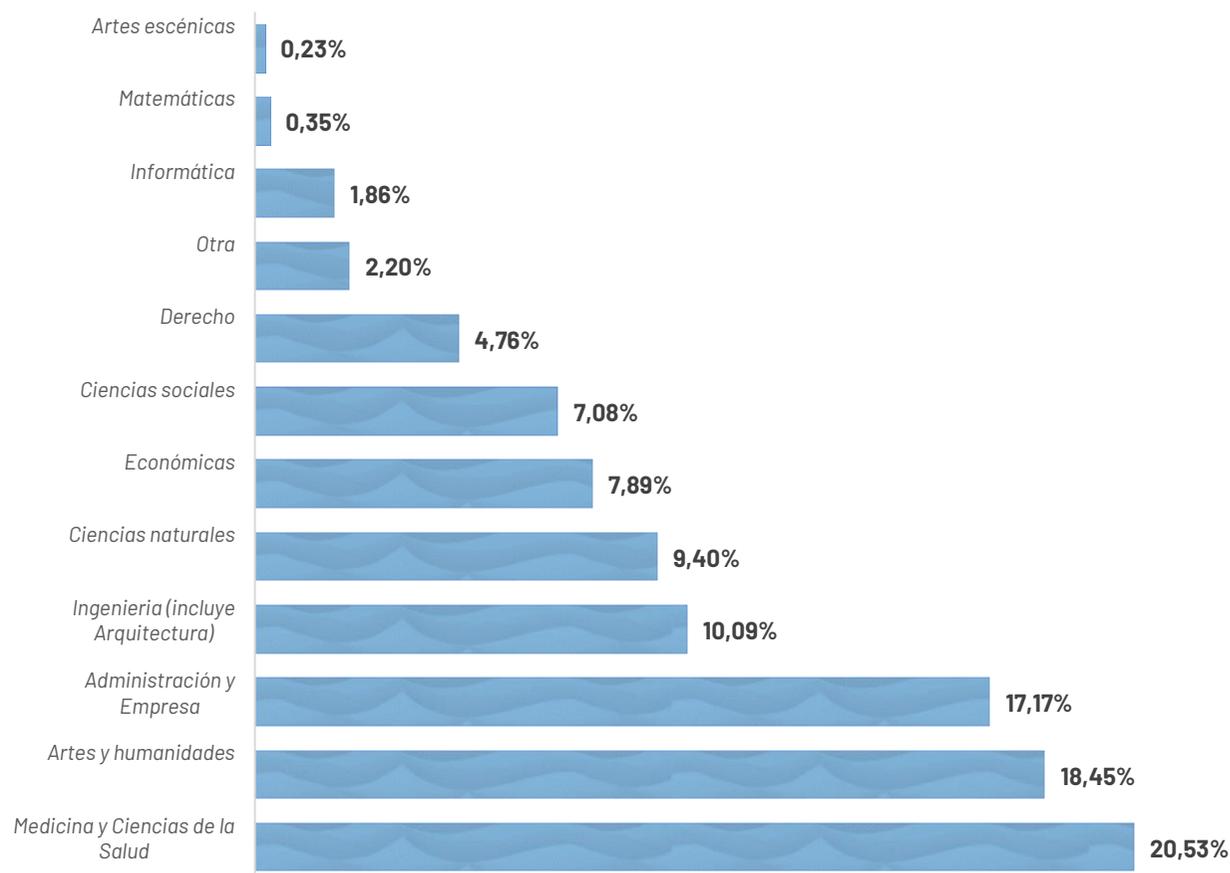
Así, el 20,53% de los encuestados pertenecen a "Ciencias de la Salud", el campo más numeroso.

El 29,81% corresponde a la suma de "Administración, Derecho y Económicas", algo que ha cambiado respecto al 2021, donde estas disciplinas suponían el 55,88% de los sujetos de la muestra, lo que puede cambiar el perfil de respuestas de esta edición respecto a las anteriores. Junto con otras ciencias sociales, representan el 36,89% del total.

La rama de Arte y humanidades es el segundo campo más representado, con un 18,45% de la muestra.

FIGURA 04.

PARTICIPANTES POR RAMAS DE CONOCIMIENTOS.



## 2.2. Características secundarias

En general, los encuestados se catalogan en una posición política central, además, la mayoría de los encuestados expresa, con mayor o menor frecuencia su opinión sobre temas sociales, económicos o ambientales.

En cuanto a la situación profesional de los progenitores, el 69,7% de los encuestados marcaron "No", indicando que ninguno de sus progenitores trabaja por cuenta propia.

Es decir, más del 30% de los encuestados señalan que su padre o madre (o ambos) trabajan por cuenta propia. Es de destacar que hasta un 12,5% de las madres son autoempleadas, aproximadamente la mitad que los padres (24,9%).

FIGURA 05.

### RASGOS SECUNDARIOS DE LA MUESTRA (N US=862)

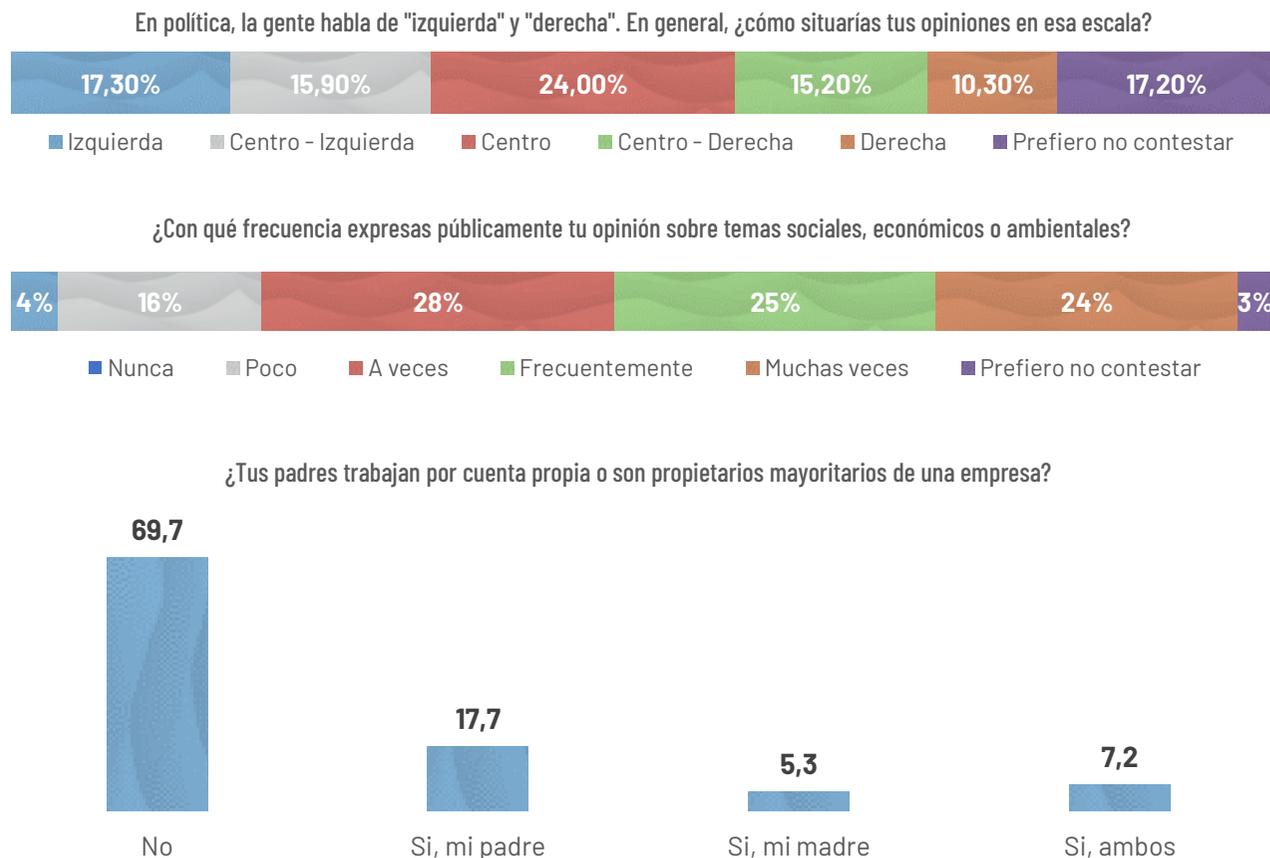


FIGURA 06.

PERCEPCIÓN DE BIENESTAR Y CREATIVIDAD RELATIVA AL EMPRENDIMIENTO EN EL ESTUDIANTE DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA (N US=862)

2.3. Autopercepción del encuestado

Aquellos ítems mayor valorados por parte de los encuestados fueron los relativos a su resiliencia y adaptabilidad. Destaca la afirmación "Creo que puedo crecer positivamente al enfrentarme a situaciones difíciles"(5,71, en una escala de 1 a 7), lo que denota una alta autopercepción de resiliencia.

En segundo lugar se sitúa la valoración de su propio bienestar. con una puntuación media cercana a 5 puntos.

Por su parte, la autopercepción menos favorable se da en relación con las habilidades emprendedoras. Tan solo en "creatividad" su percepción es claramente positiva. En todo caso, la puntuación media se sitúa en torno al 4,5, por encima del punto medio de la escala.

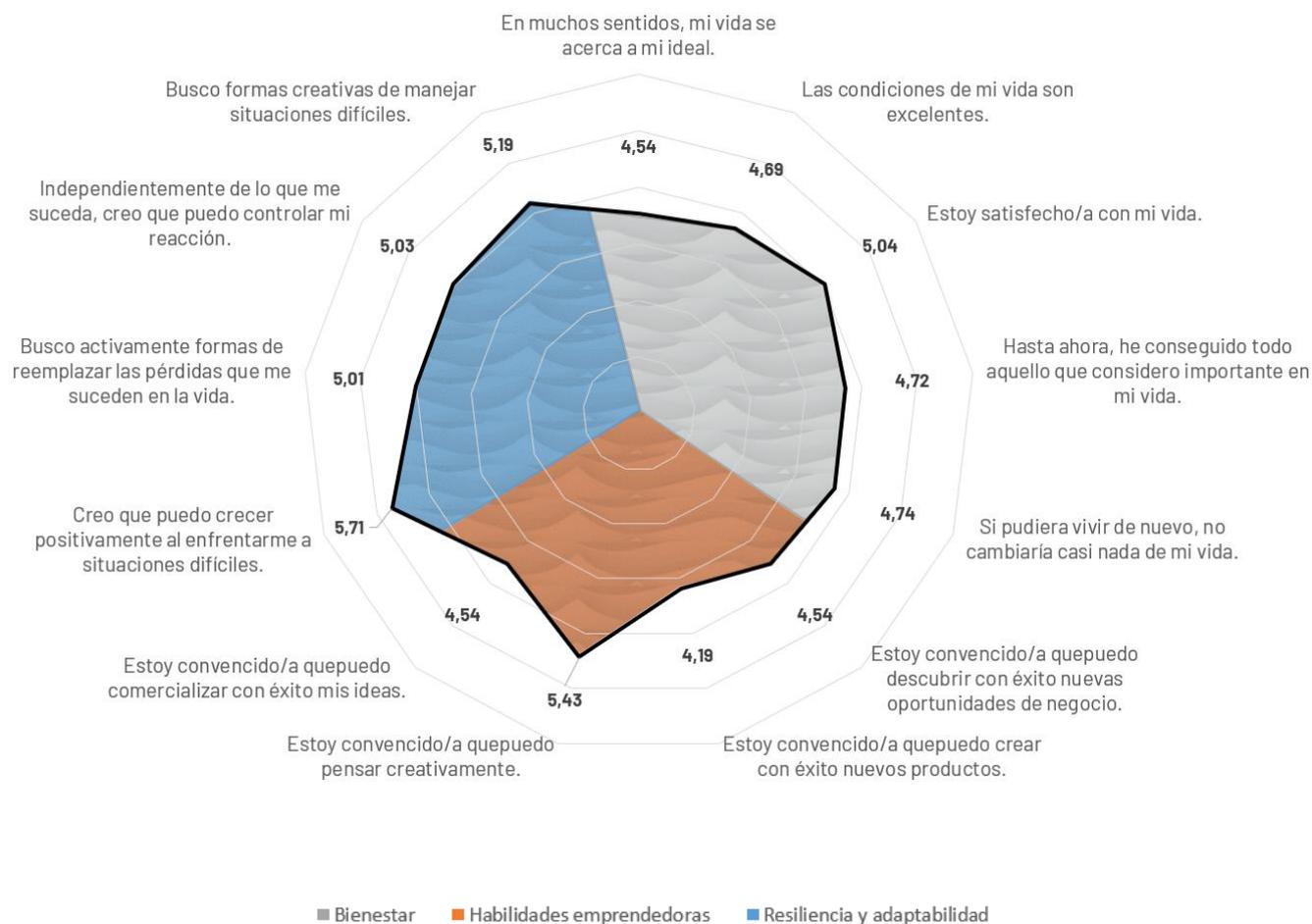


FIGURA 07.

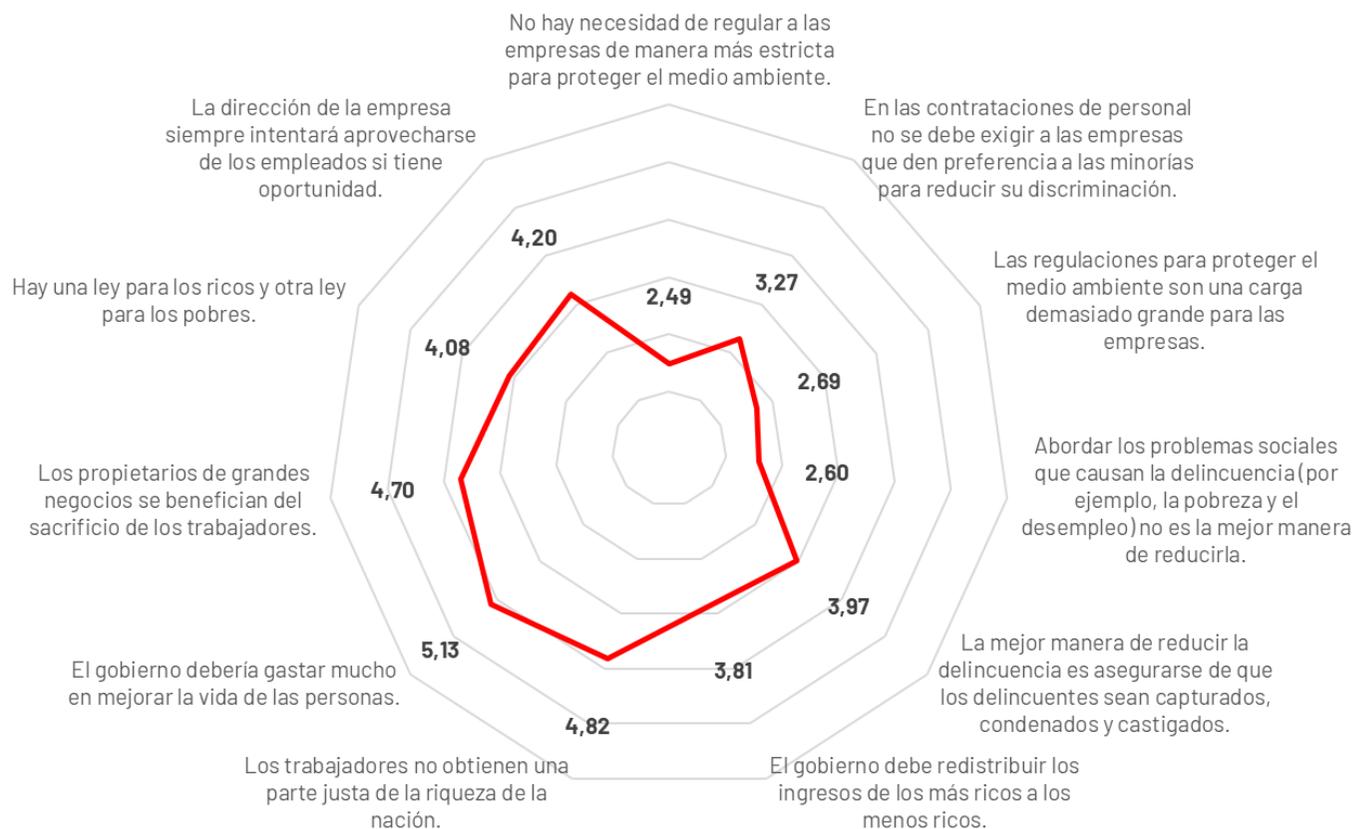
PERCEPCIÓN SOBRE REGULACIÓN ECONÓMICA, JUSTICIA SOCIAL Y EQUIDAD LABORAL DEL ESTUDIANTE DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA (N US=862)

#### 2.4. Percepción sobre regulación económica, justicia social y equidad laboral

Respecto a la desigualdad económica, predomina la percepción de que es excesiva. Por ejemplo, la pregunta "El gobierno debería gastar mucho en mejorar la vida de las personas" obtiene la puntuación más alta (5,13).

Los estudiantes apoyan claramente las regulaciones ambientales y sociales, puntuando muy bajo las afirmaciones sobre la falta de su necesidad. Así, le menor valoración corresponde a "No hay necesidad de regular a las empresas de manera más estricta para proteger el medio ambiente" (2,49).

Por su parte, la opinión sobre cómo abordar la delincuencia es menos clara. Parece predominar un énfasis en el castigo más que en la prevención.





### 3.1. Intenciones de elección de carrera de estudiantes

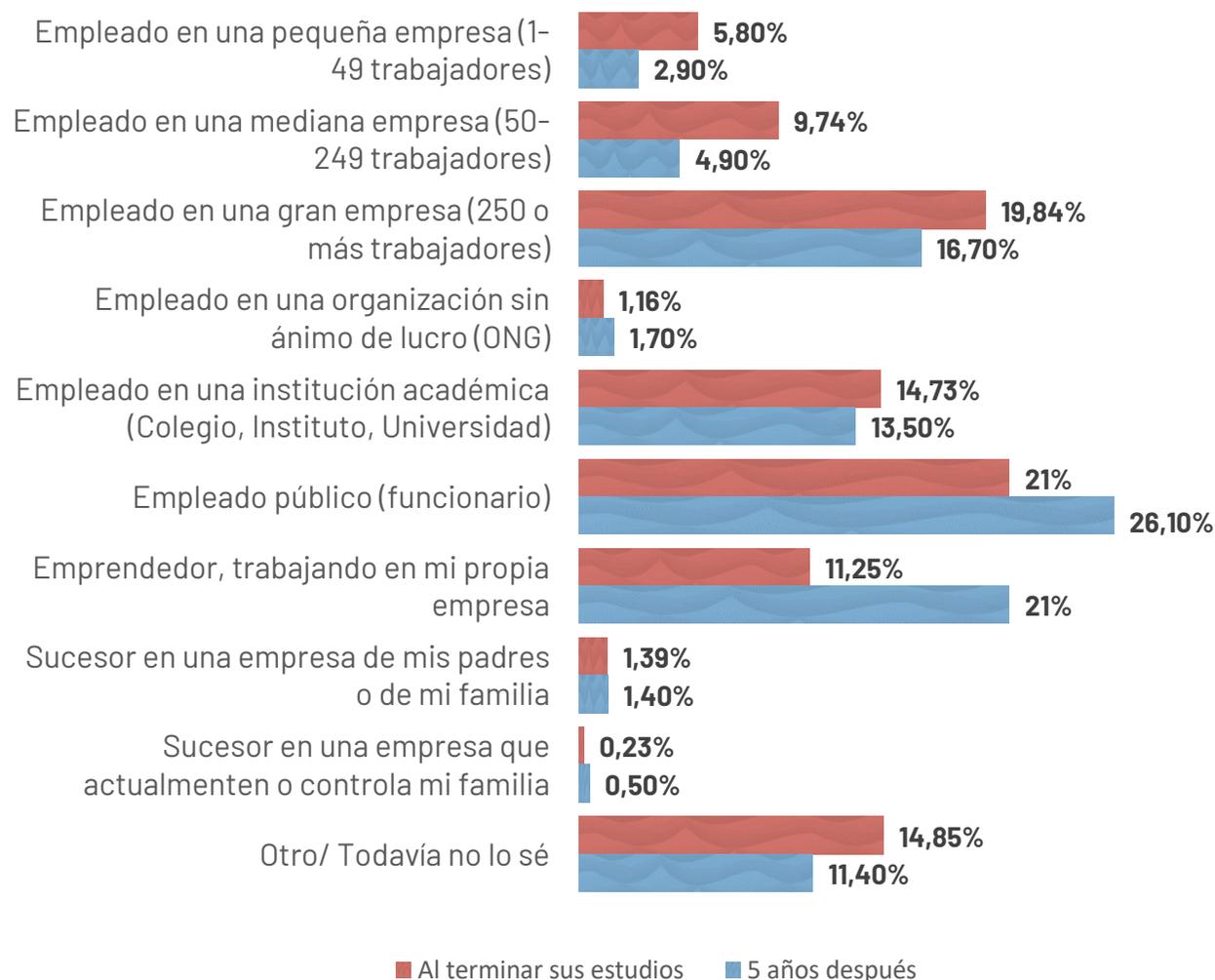
Los encuestados suelen decantarse por el empleo asalariado como carrera profesional, frente a la creación de una empresa o a la sucesión de un negocio familiar.

El 11,25%, de los estudiantes encuestados, manifiesta su intención de ser emprendedor al terminar sus estudios. Este porcentaje se eleva al 21% cuando se pregunta sobre la intención de serlo tras cinco años desde la finalización. A medio plazo, se convierte en la segunda opción preferida.

Sin embargo, la elección preferente es sin duda la de llegar a empleado público, cuya intención tras terminar los estudios alcanza el 21%, tras 5 años aumenta hasta 26,10%.

FIGURA 8.

INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA DE LOS UNIVERSITARIOS DE LA US AL FINALIZAR SUS ESTUDIOS Y CINCO AÑOS DESPUÉS (N =862).



En comparación con los resultados nacionales, europeos y globales, nuestros estudiantes muestran mayor propensión a trabajar por cuenta ajena.

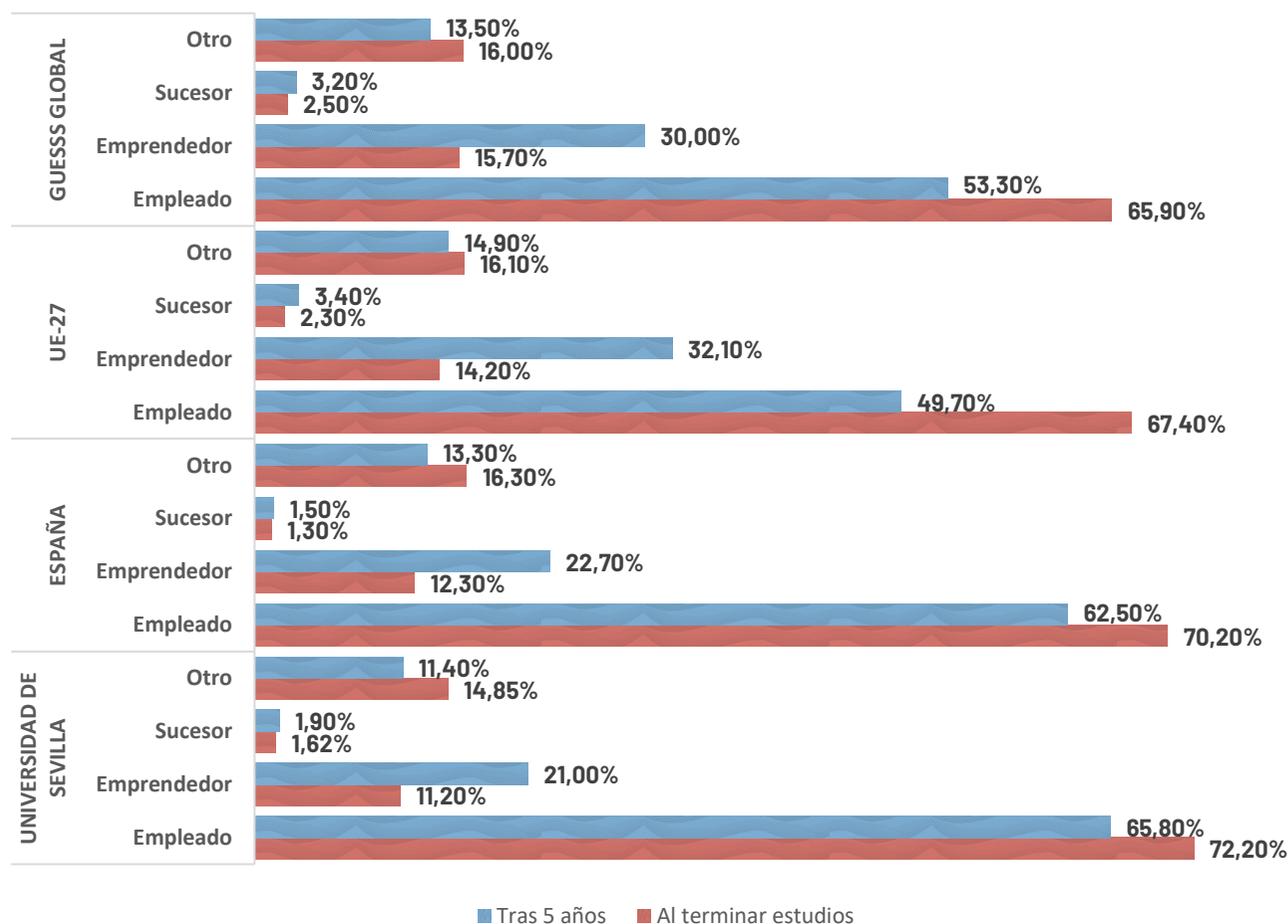
Además, tienden a ser menos indecisos sobre su intención, dado que presentamos la menor proporción en la categoría "Otros/Todavía no lo sé" respecto a los estudios citados.

Respecto a estudiantes con intención emprendedora, la proporción de estudiantes que deciden emprender es algo menor que la media nacional, y claramente inferior a los datos a nivel europeo y global.

En cuanto a continuar el negocio familiar, la proporción de estudiantes sucesores es levemente mayor a la media nacional, pero por debajo del nivel europeo y global.

FIGURA 9.

INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA DE LOS UNIVERSITARIOS DE LA US, ESPAÑOLES, EUROPEOS Y DE LOS PAISES GUESS AL FINALIZAR SUS ESTUDIOS Y CINCO AÑOS DESPUES (N US=862, N ESP=76.889, UE-27=43.163, GUESSS GLOBAL=226.718).



Aislemos ahora a aquellos estudiantes que muestran intención emprendedora.

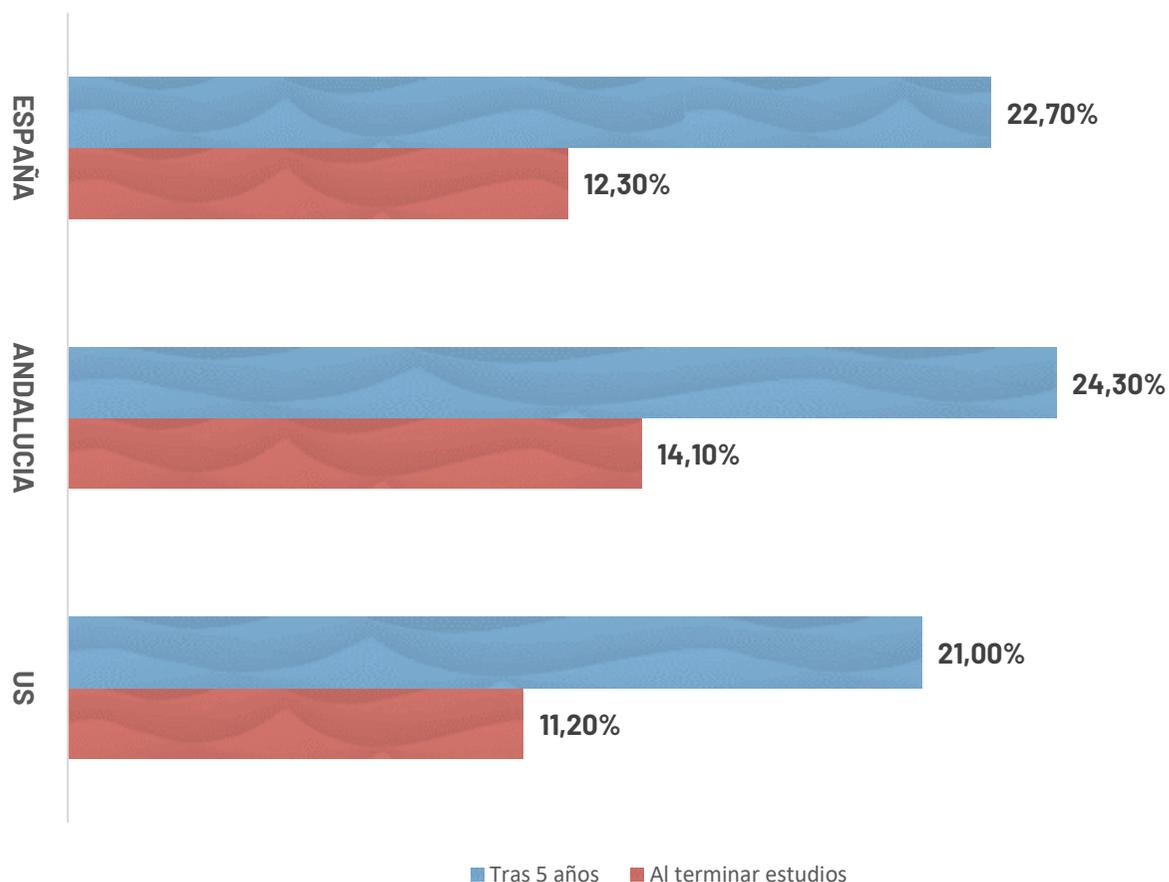
En este sentido, ya hemos comentado nuestra situación respecto a los datos nacionales, si bien ahora facilitamos una comparación con los datos del resto de universidades de Andalucía.

En la Universidad de Sevilla, la proporción de estudiantes con intención de emprender es aproximadamente tres puntos inferior a la media regional, tanto al finalizar los estudios, como cinco años después.

La existencia en Sevilla de una considerable concentración de grandes empresas y administraciones (que representan una importante salida profesional) puede explicar en parte este fenómeno.

FIGURA 10.

INTENCIÓN EMPRENDEDORA, COMPARATIVA CON DATOS DE LA CC.AA. Y ESTATALES (N US= 862)



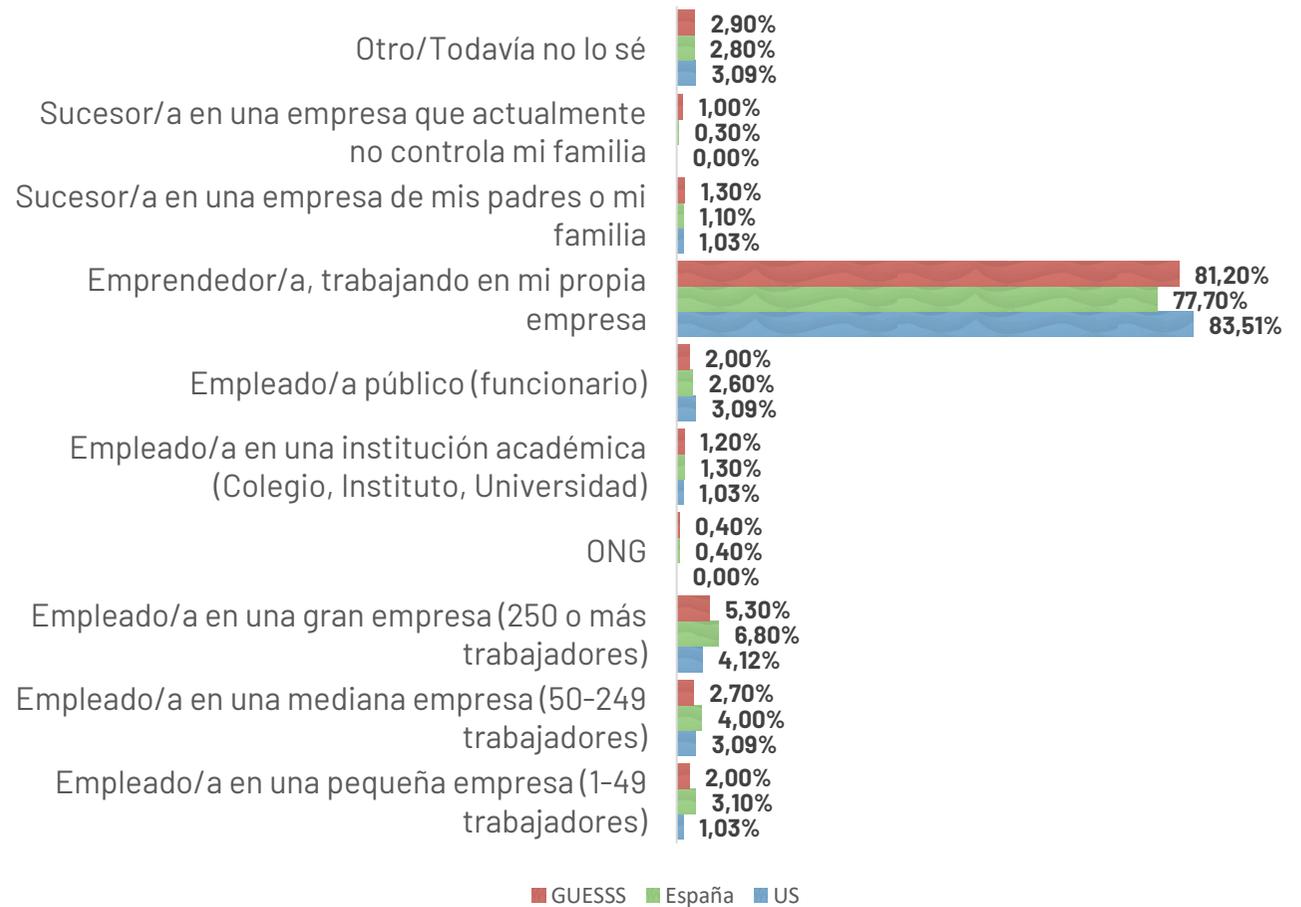
Una parte importante (83,51%) de los estudiantes de la Universidad de Sevilla que tienen la intención de ser emprendedores al terminar sus estudios continúan planeando ser emprendedores cinco años después, lo que demuestra una alta estabilidad en sus intenciones.

Como podemos observar, este porcentaje supera a las proporciones presentadas por parte del informe GUESSS Global, que se compone, como sabemos de todas las universidades que participan en GUESSS (81,2%).

Además, supera en aproximadamente 5 puntos porcentuales la proporción nacional (77,20%).

FIGURA 11.

TRAYECTORIA PROFESIONAL QUE LOS UNIVERSITARIOS PRETENDEN SEGUIR 5 AÑOS DESPUÉS DE TERMINAR SU FORMACIÓN HABIENDOSE DECLARADO EMPRENDEDOR INTENCIONAL A CORTO PLAZO (N US = 97, N ESPAÑA = 9.488, N GLOBAL =35.517).



En sentido inverso, podemos analizar qué trayectoria previa desean seguir aquellos estudiantes con intención de emprender en cinco años.

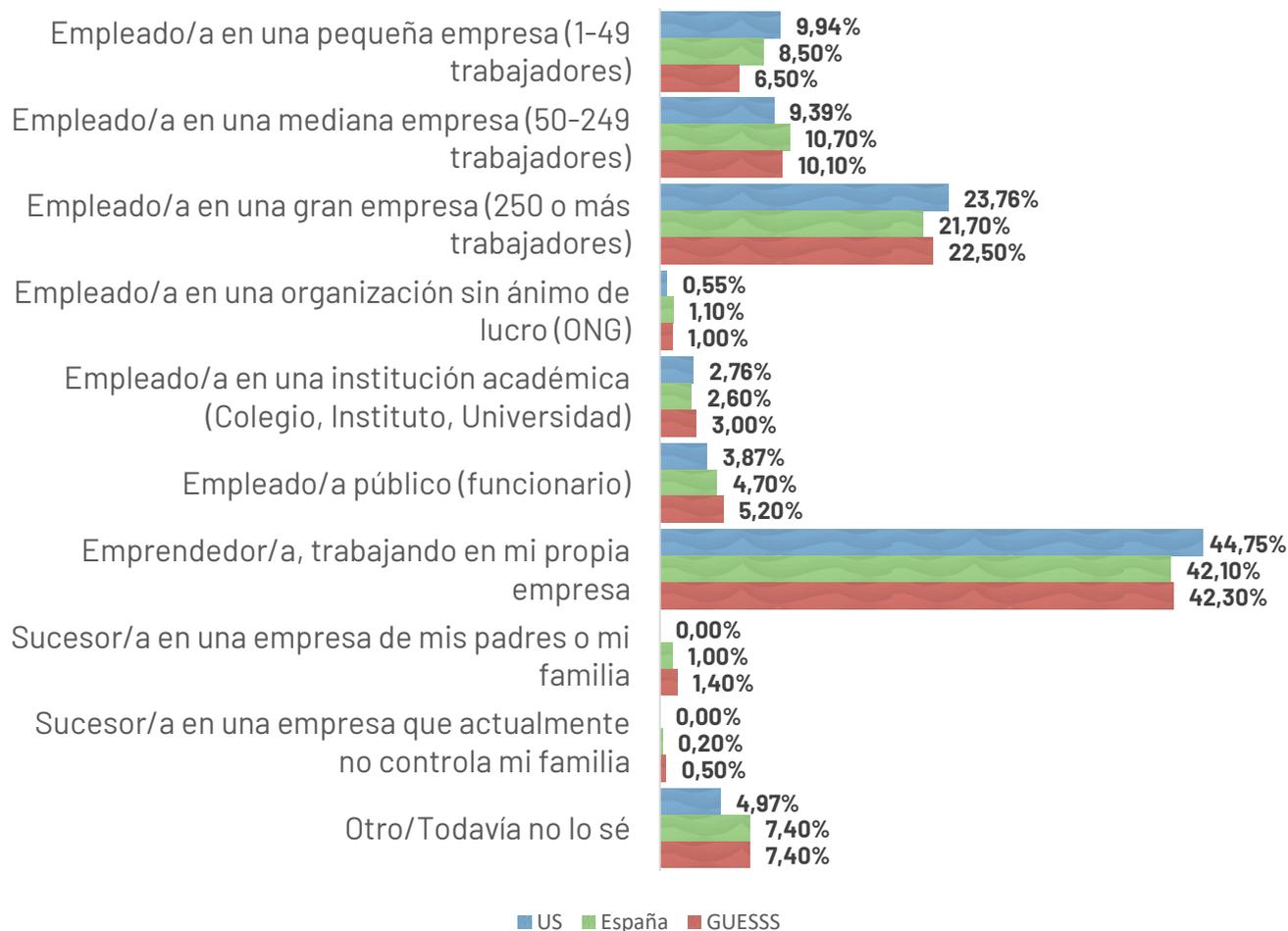
Casi la mitad (44,75%) pretenden emprender directamente al terminar los estudios. Esta proporción es relativamente superior a los estudios nacionales y globales.

La segunda opción es el empleo en trabajar en una empresa privada al finalizar los estudios. Destaca el caso de la gran empresa, con el 23,76%, seguido de los que prefieren hacerlo en una empresa pequeña (9,94%) o mediana (9,39%). Esta opción les aportará, sin duda, experiencia práctica.

El resto de opciones son prácticamente residuales, con menos del 5% en todos los casos. Y tampoco se observan diferencias elevadas con las medias nacional y global.

FIGURA 12.

TRAYECTORIA PROFESIONAL QUE LOS UNIVERSITARIOS PRETENDEN SEGUIR A CORTO PLAZO DE TERMINAR SU FORMACIÓN HABIENDOSE DECLARADO EMPRENDEDOR INTENCIONAL A LOS CINCO AÑOS (N US = 181, N ESPAÑA = 17.484, N GLOBAL =68.095).

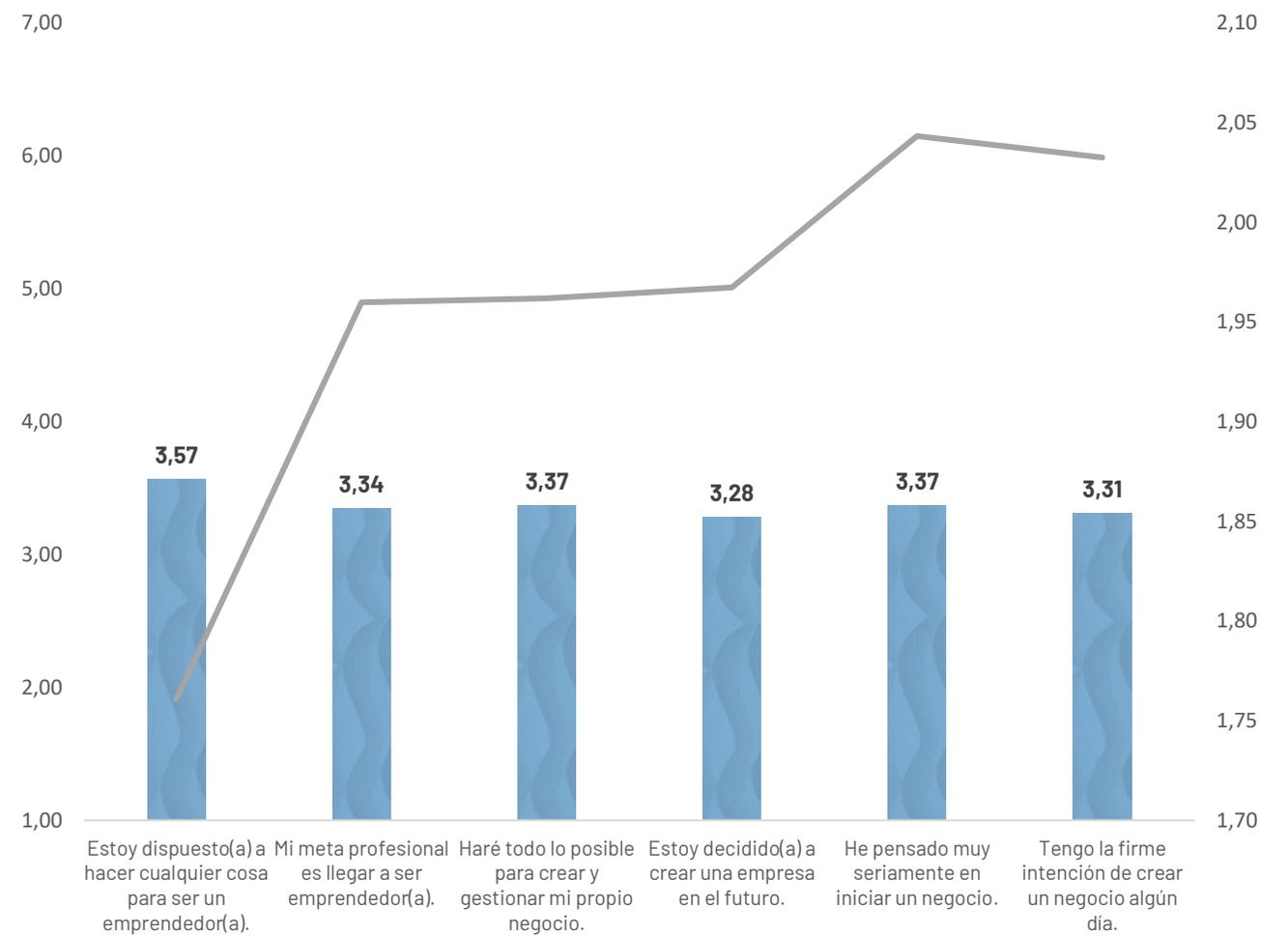


Respecto a la intención emprendedora, se les hizo diferentes preguntas a los encuestados sobre lo decididos o dispuestos que están a tener en el futuro un papel emprendedor.

Vemos que todas las respuestas se encuentran en sintonía, algo por encima del 3. Al situarse por debajo del punto medio de la escala Likert, es decir, el 4, estarían indicando un nivel relativamente bajo de intención.

Las respuestas varían en cada encuestado. Se observa una desviación que tiende a crecer una respuesta tras otra, aunque siempre situada en torno a 2 puntos. Teniendo en cuenta que se valora de 1 a 7, podemos considerar un grado de consenso moderado.

**FIGURA 13.**  
**VALOR PROMEDIO DE LOS ÍTEMS SOBRE INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA (N = 862)**



### 3.2. Actividades emprendedoras nacientes y activas

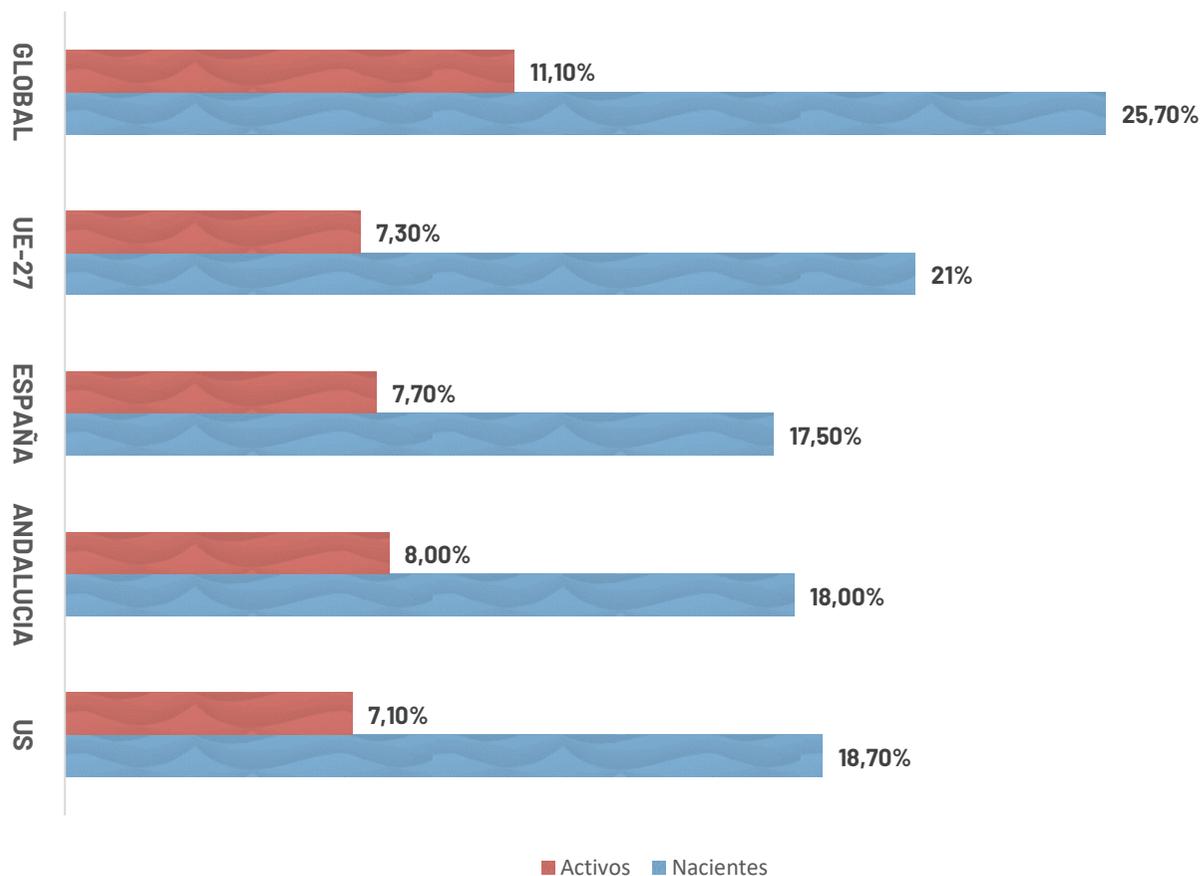
GUESSS pregunta a los estudiantes si están iniciando un proyecto de creación de empresas (empresas nacientes) y si son propietarios de alguna empresa o negocio (emprendedores activos).

En la Universidad de Sevilla, el 18,70% de todos los estudiantes son catalogados como **emprendedores nacientes**, dado que se encuentran involucrados en proyectos de creación de empresas, por encima de Andalucía y España, pero inferior a la media Europea y muy inferior a la media Global.

Por su parte, el 7,10% de los estudiantes manifiesta que son **emprendedores activos**, por debajo del nivel en el resto de territorios (Global, Europa, España y Andalucía).

FIGURA 14.

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA EN COMPARACIÓN CON LOS DATOS GLOBALES, EUROPEOS, NACIONALES Y AUTONÓMICOS (N US ACTIVOS Y NACIENTES =862).



### 3.1.1 Emprendedor naciente

Como podemos observar, de entre aquellos que tienen prevista la fecha de fundación de su negocio (67,86%), el grupo más numeroso es el de los que planean establecerlo durante sus estudios (25,89%).

El 91,96% de los emprendedores nacientes nunca ha creado una empresa antes.

El 72,97% planea tener una participación superior al 50%, es decir, una participación mayoritaria.

El 61,47% de los estudiantes de nuestra universidad que planea montar su negocio quiere hacerlo en la ciudad de Sevilla.

Mientras el 20,72% de los encuestados no se ha planteado todavía en que sector económico realizará su actividad, el resto plantea enfocarse, en su mayoría, en el sector terciario (29,73%) y de forma minoritaria, en el sector primario (8,11%).

FIGURA 15.

#### PLANIFICACIÓN Y CONFIGURACIÓN DEL NEGOCIO NACIENTE (N US = 112)

##### ¿Cuándo planteas completar el proceso de fundación?



##### ¿Has creado alguna empresa antes?



##### ¿Cuál será tu participación aproximada en la propiedad de la nueva empresa?



##### ¿Se localizará tu negocio en la misma ciudad en la que estudias actualmente?



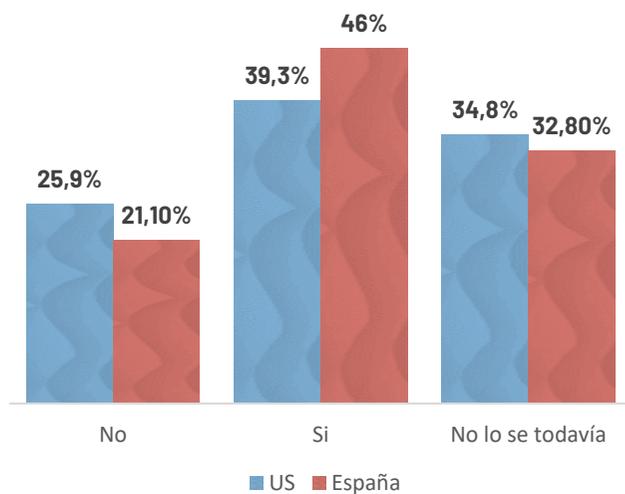
##### ¿En qué sector económico realizarás principalmente tu actividad?



Aproximadamente 40% de los emprendedores nacientes tiene la intención de que el proyecto que están desarrollando se convierta en su principal ocupación tras graduarse.

FIGURA 16.

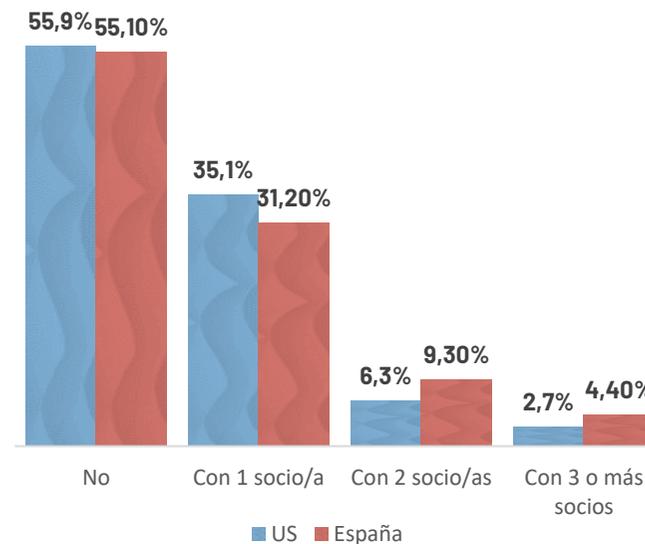
INTENCIONALIDAD DE QUE LE PROYECTO NACIENTE SE CONVIERTA EN LA PRINCIPAL OCUPACIÓN TRAS LA GRADUACIÓN EN COMPARACIÓN A LOS DATOS NACIONALES (N US = 161)



Aproximadamente el 56% de estos pretende acometer el proyecto en solitario, y solo el 2,7% de los estudiantes encuestados lo acomete con participación de 3 o más socios.

FIGURA 17.

NÚMERO DE COFUNDADORES DEL PROYECTO DE LOS EMPRENDEDORES NACIENTES EN COMPARACIÓN A LOS DATOS NACIONALES (N US = 111)



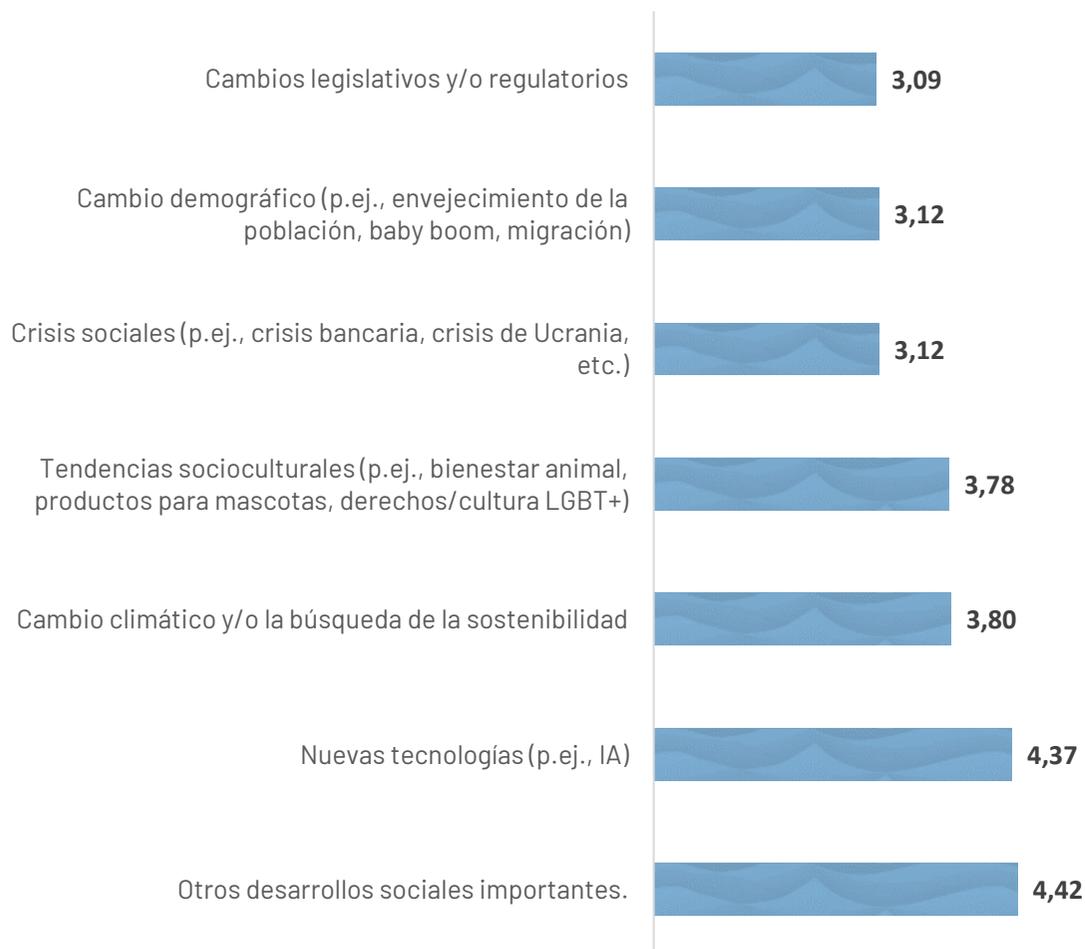
Se preguntó a los estudiantes que se identifican como “emprendedor naciente”, la importancia que otorgan a diversos factores como impulsores de su idea de negocio, siempre en una escala de Likert 1-7 (1: Muy en desacuerdo; 7: Muy de acuerdo).

Como podemos observar, fueron las nuevas tecnologías (4,37) y “Otros desarrollos sociales importantes” (4,42) aquellos factores que proporcionan mayor impulso de la idea de negocio de los encuestados.

Por otro lado, los “Cambios legislativos y/ o regulatorios” (3,09) los que en menor medida han motivado o impulsado su idea de negocio.

FIGURA 18.

FACTORES QUE IMPULSAN LA IDEA DE NEGOCIO DE LOS EMPRENDEDORES NACIENTES DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA (N US=104)



En esta sección también se preguntó a estos emprendedores nacientes por su perfil en relación con determinadas actitudes y comportamientos.

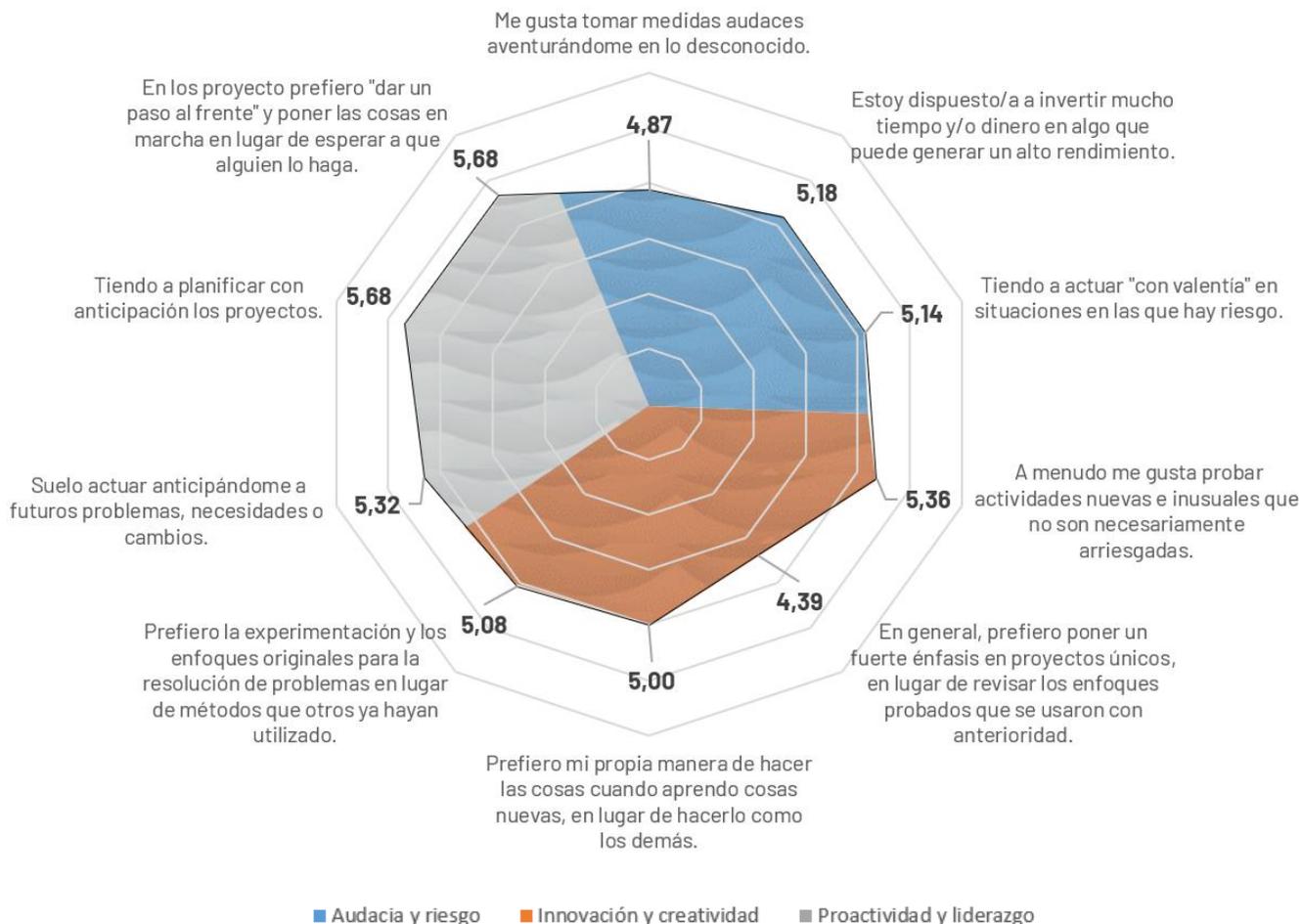
Las puntuaciones en la audacia y el riesgo se sitúan en torno al 5. Los emprendedores nacientes están bastante dispuestos a invertir mucho tiempo y dinero en algo que puede generar alto rendimiento (5,18) y se definen, en general como “valientes” (5,14).

En relación con la innovación y creatividad, la puntuación media es similar. En especial, “les gusta probar actividades nuevas e inusuales que no son necesariamente arriesgadas” (5,36).

La puntuación más alta se obtiene en el ámbito de la proactividad y el liderazgo. Estos emprendedores nacientes se auto perciben como proactivos, prefiriendo “dar un paso al frente” (5,68) y planificadores (5,68) a la hora de preparar un proyecto.

FIGURA 19.

PERFIL DE ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS DEL EMPRENDEDOR NACIENTE DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA (N US=109)



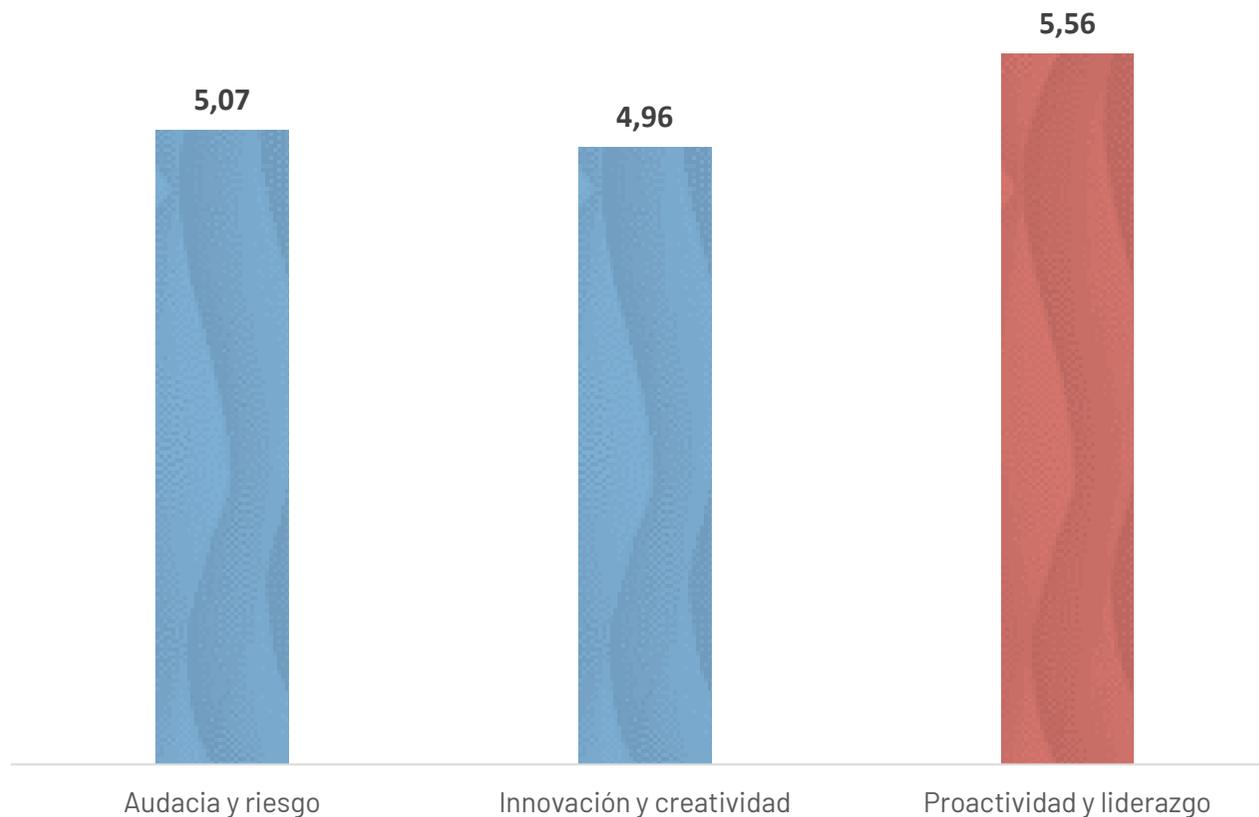
Podemos observar que nuestros estudiantes se autodefinen como personas con características que evocan a la proactividad y el liderazgo en mayor proporción que características de “audacia y riesgo” e “innovación y creatividad”, estando estas muy igualadas.

Sin embargo, todas las características se encuentran por encima del valor medio de la escala (es decir, 4). Esto indica en general una autopercepción bastante positiva.

Siempre en una escala Likert 1-7 (1: Muy en desacuerdo; 7: Muy de acuerdo).

FIGURA 20.

PROMEDIO EN CATEGORÍAS DE ACTITUDES EMPRENDEDORAS DEL EMPRENDEDOR NACIENTE DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA (N US=109)



### 3.1.2 Emprendedor activo

Podemos observar cómo el 15,25% de los emprendedores activos ha creado alguna empresa antes (casi el doble que los nacientes).

El 54,24% de estos emprendedores tienen su negocio en Sevilla, y su actividad es del sector cuaternario<sup>1</sup> principalmente (33,90%)

Sólo el 12,07% de los emprendedores ha recibido fondos de capital riesgo. Además, el 70,69% ostenta una participación mayoritaria en su empresa.

El 29,31% nunca ha cambiado o pivotado su idea de negocio. Finalmente, el 30,51% reconoce que su idea actual apenas ha variado en relación con su idea inicial.

FIGURA 21.

#### PLANIFICACIÓN Y CONFIGURACIÓN DEL NEGOCIO EN ACTIVO (N US = 57)

¿Has creado alguna empresa antes?



¿Tu negocio está situado en la misma localidad donde estudias actualmente?



¿En qué sector realiza, principalmente, su actividad tu nueva empresa?



¿Has recibido fondos de capital riesgo para tu empresa?



¿Cuál es tu participación en la propiedad de la empresa?



¿Cuántas veces has cambiado / pivotado la idea?



¿Cuánto ha cambiado la idea que persigues ahora en comparación con la idea inicial?



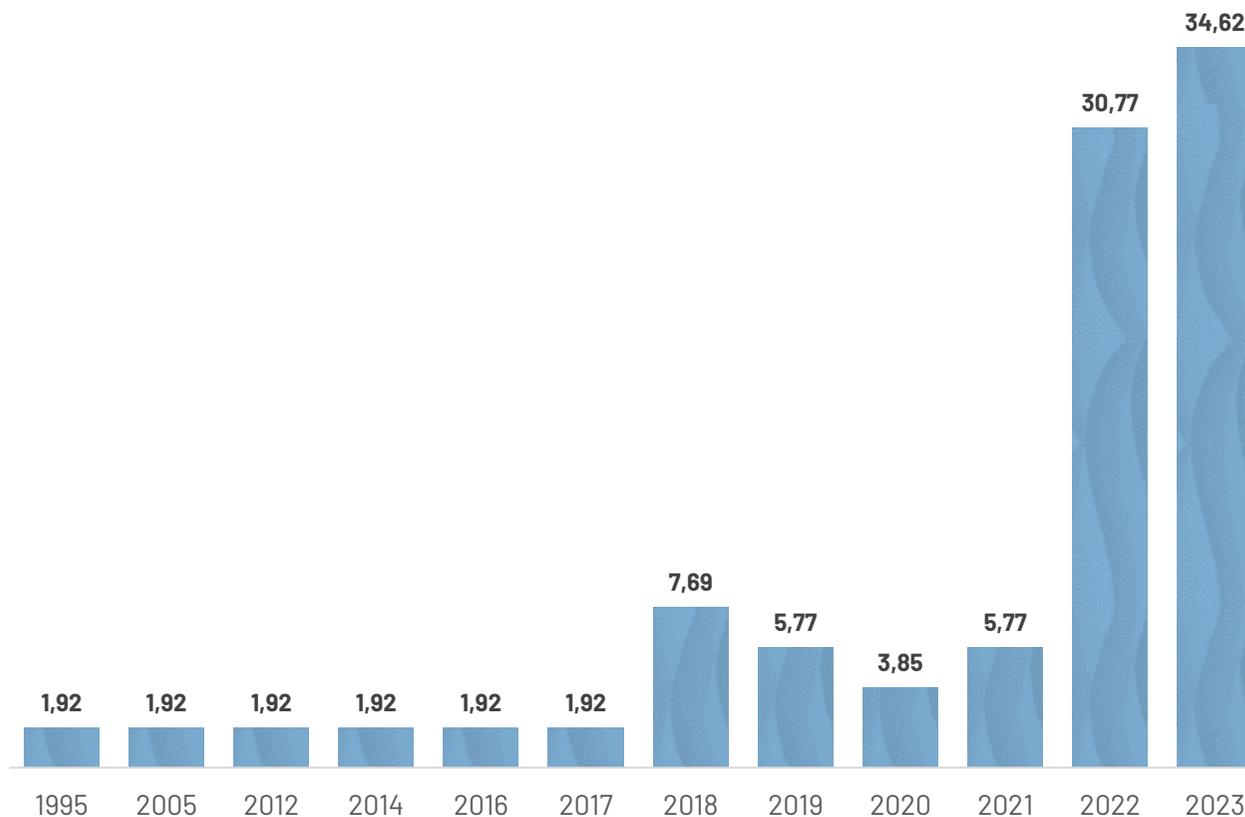
De entre aquellos emprendedores categorizados como “activos” el 34,6% fundaron su negocio en 2023 (el mismo año de recogida de los datos), seguido del 30,8% que lo fundó en 2022. Es decir, casi dos tercios de los emprendedores activos tienen empresas de muy reciente creación.

Podemos observar los efectos del SARS COVID-19 en el año 2020 que disminuye respecto al año anterior y posterior.

Antes de la pandemia, destaca el año 2018, donde el 7,7% de los emprendedores activos fundaron su negocio.

FIGURA 22.

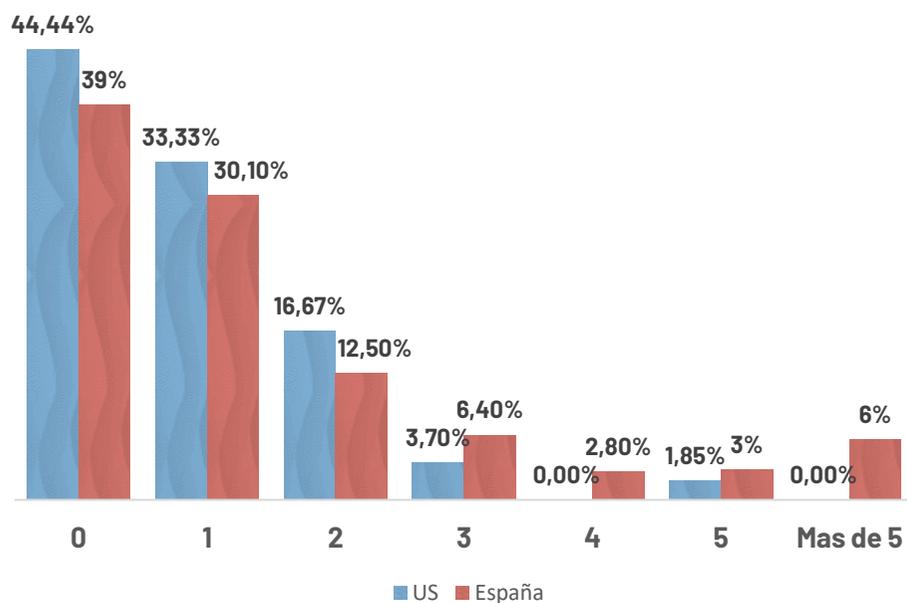
AÑO DE FUNDACIÓN DE LAS EMPRESAS DE LOS EMPRENDEDORES ACTIVOS DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA (N US = 61)



El tamaño de estas empresas activas es muy reducido, dado que el 44,44% de las mismas no generan empleo y el 33,33% están compuestas por un empleado.

FIGURA 23.

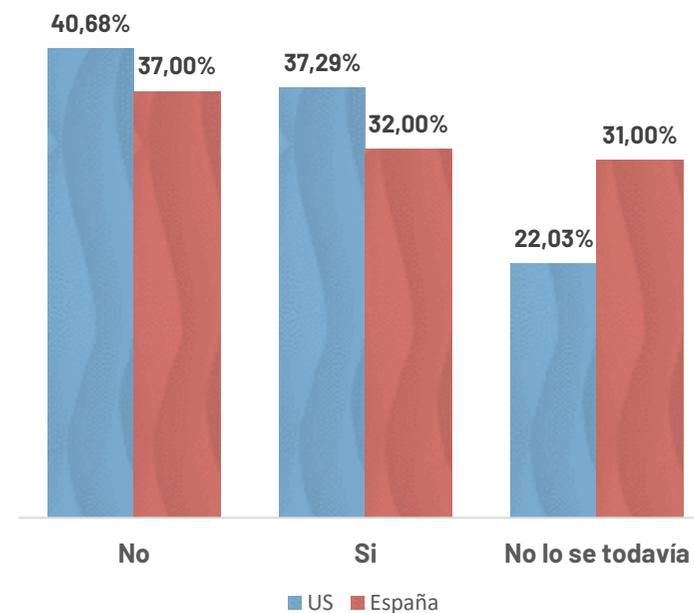
NÚMERO DE EMPLEADOS DE LAS EMPRESAS DE LOS EMPRENDEDORES ACTIVOS DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA EN COMPARACIÓN A LOS DATOS NACIONALES (N US = 61)



Estos emprendedores activos muestran una alta volatilidad. El 40,68% indicó que su negocio actual no sería su principal ocupación una vez terminados los estudios.

FIGURA 24.

¿QUIERES QUE ESTE NEGOCIO SE CONVIERTA EN TU PRINCIPAL OCUPACIÓN TRAS GRADUARTE? COMPARACIÓN CON LOS DATOS NACIONALES (N US = 61)

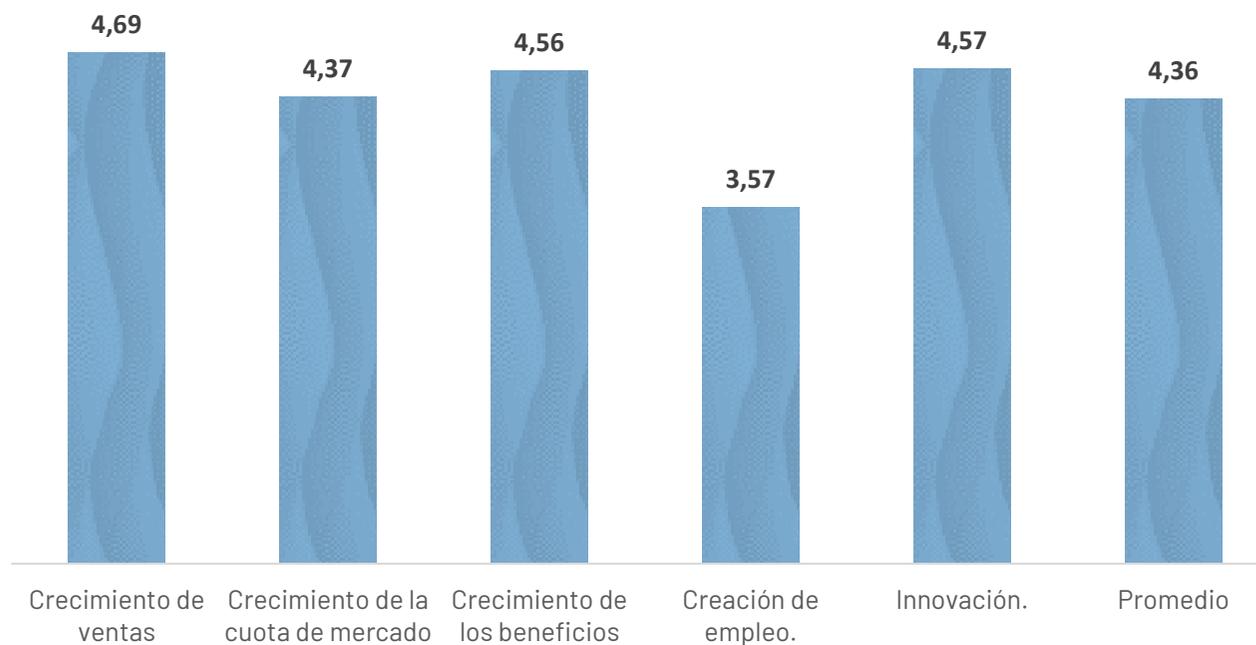


La satisfacción de los emprendedores activos españoles con el rendimiento de sus negocios en comparación con sus competidores se mide en una escala de Likert de 7 puntos (1: mucho peor; 7: mucho mejor).

Destaca el nivel medio de satisfacción, situado en 4,36, por encima de la mitad. En particular, los emprendedores en activo están relativamente más satisfechos con el crecimiento de sus ventas, así como con la innovación y los beneficios.

FIGURA 25.

AUTOEVALUACIÓN DEL RENDIMIENTO DE LA EMPRESA DEL EMPRENDEDOR ACTIVO DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA (N US = 61)



En cuanto al surgimiento de la idea de negocio, se han estudiado diversos aspectos clave, recogidas de nuevo en una escala de Likert 1-7 (1: Muy en desacuerdo; 7: Muy de acuerdo).

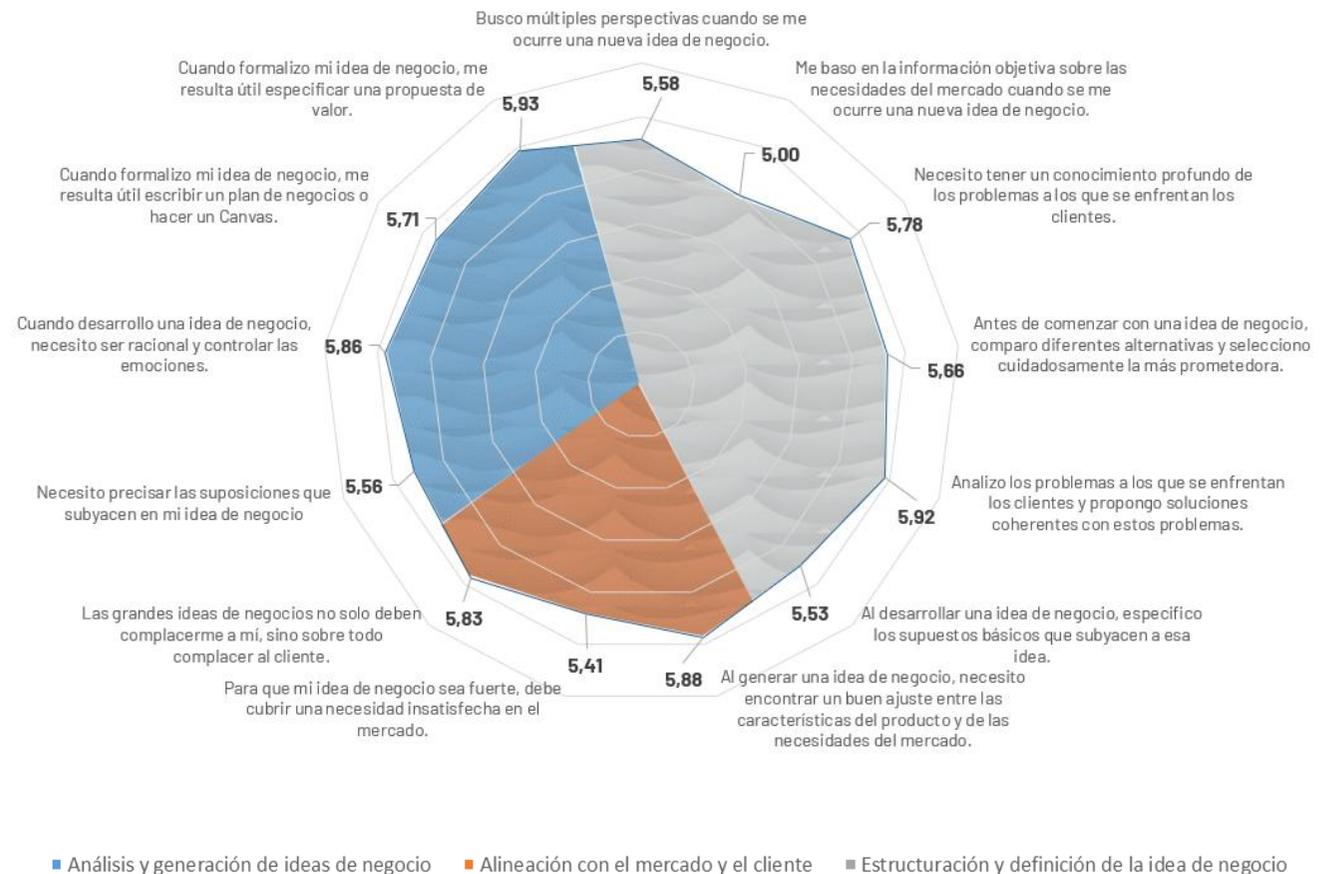
En el análisis y generación de ideas de negocio, los encuestados han destacado un enfoque racional y estructurado destacando la búsqueda de la propuesta de valor (5,93) y un buen control emocional (5,86).

En relación con la estructura y definición, podemos decir que se prioriza un fuerte enfoque en analizar los problemas (5,92) y en abordarlo desde múltiples perspectivas (5,58) pero con un uso menor de información objetiva del mercado (5,00).

En la alineación con el mercado y el cliente, se da alta prioridad a un ajuste producto-mercado (5,88) y a la satisfacción del cliente (5,83).

FIGURA 26.

SURGIMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO DE LOS EMPRENDEDORES ACTIVOS DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA (N US= 59)



En relación con la evaluación de la idea de negocio podemos decir que:

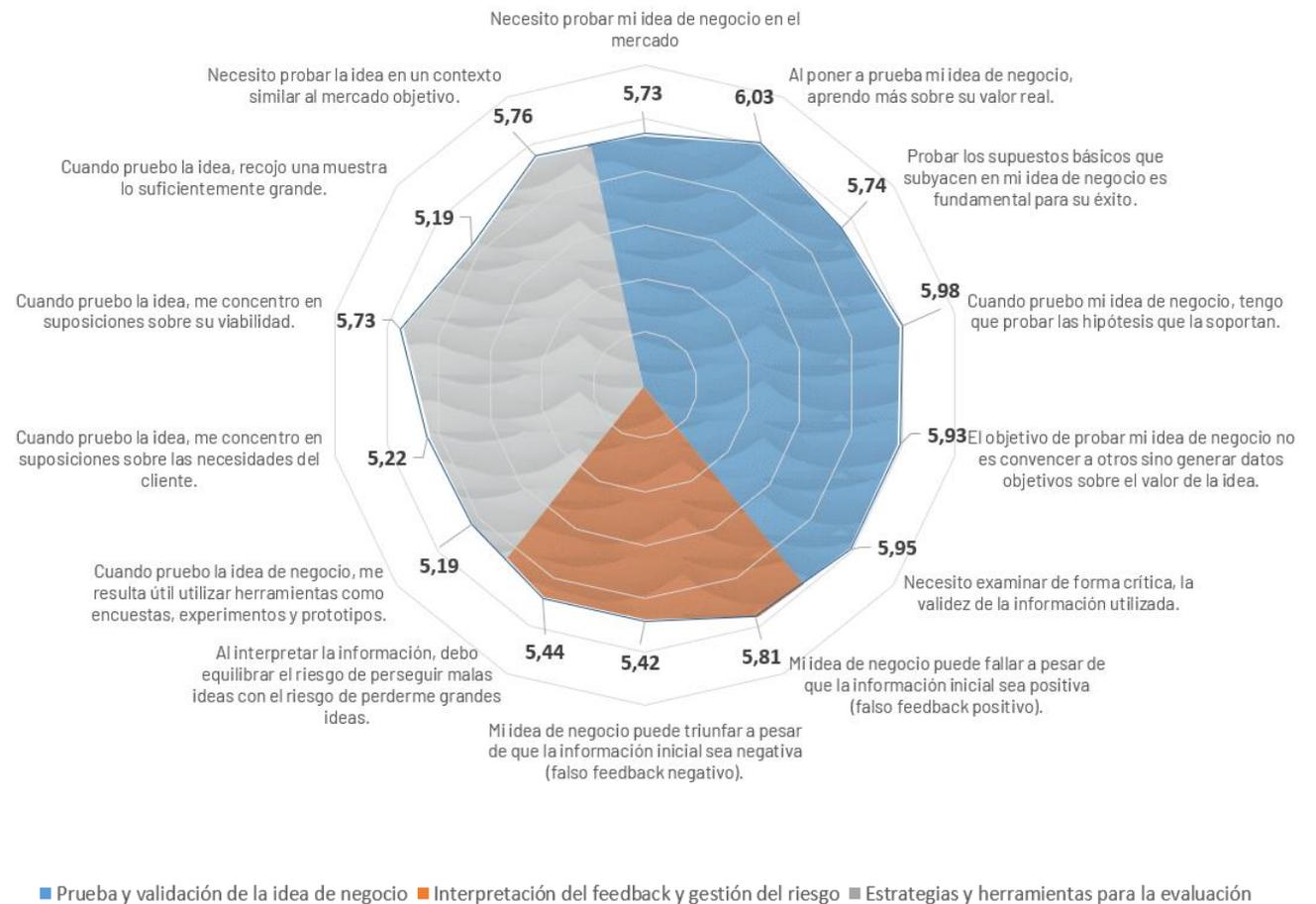
En el primer apartado, prueba y validación del negocio se prioriza bastante el aprendizaje mediante el uso de pruebas (6,03) y la validación en base a testear las hipótesis (5,98) y a datos objetivos (5,93), siempre manteniendo un enfoque crítico en la información que se usa (5,95).

En relación con el feedback, se reconoce la posible existencia de errores en el feedback, tanto positivos (5,81) como negativos (5,42).

Por último, consideran importante comprobar la viabilidad del negocio en un mercado similar al objetivo (5,76), concentrándose en suposiciones sobre su viabilidad (5,73).

FIGURA 27.

EVALUACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO DE LOS EMPRENDEDORES ACTIVOS DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA (N US= 59)



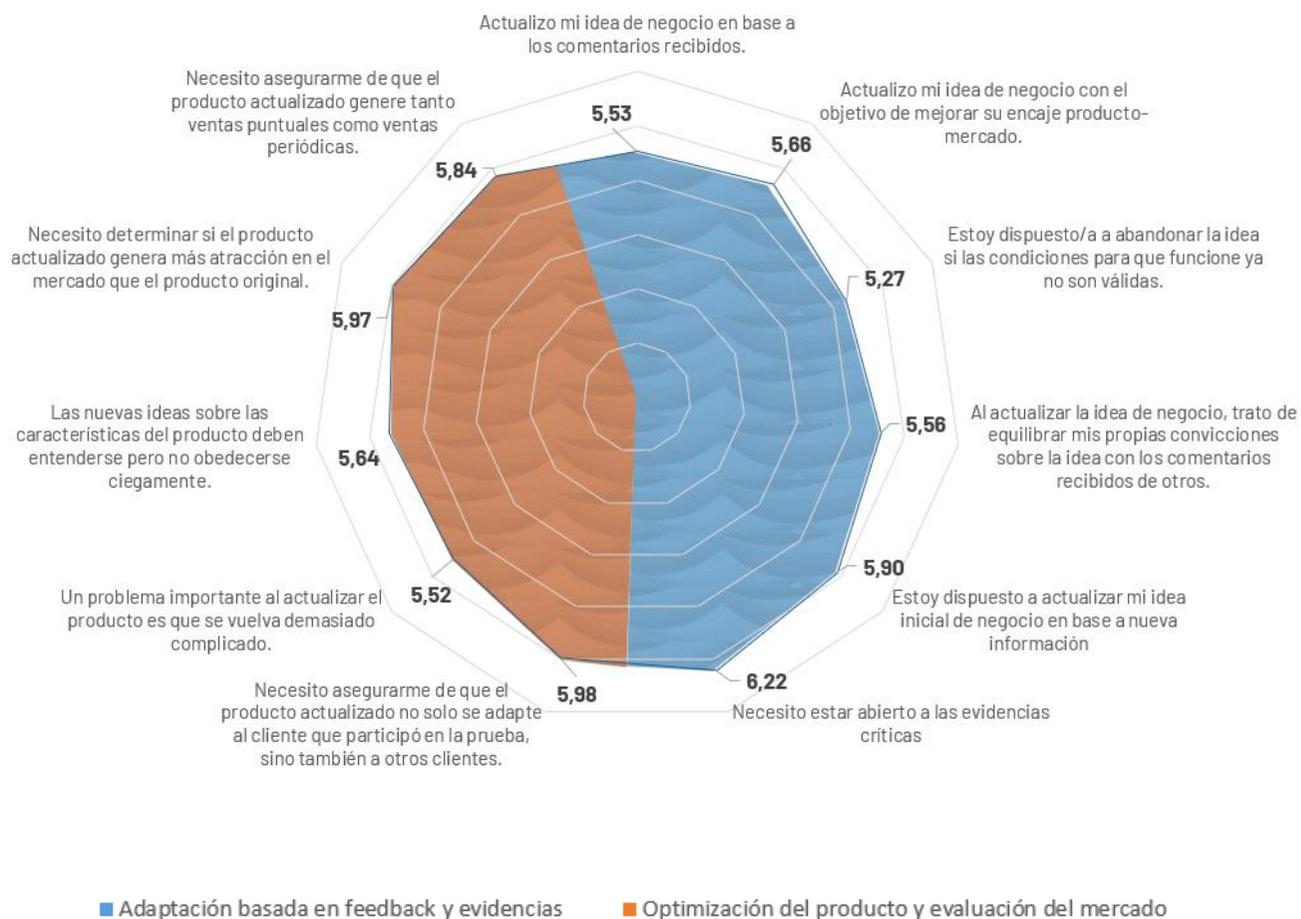
En relación con la actualización de la idea de negocio podemos decir que:

En relación con la adaptación basada en el feedback y las evidencias podemos decir que los usuarios son conscientes de la necesidad de estar abierto a las evidencias críticas (6,22). Están dispuestos a actualizar su idea inicial en base a una nueva información (5,90). Por el contrario, tienen menor disposición (en comparación con las demás variables) a abandonar la idea de negocio si esta no es viable (5,27).

En relación con la optimización del producto y la evaluación del mercado, el encuestado prioriza una adaptación del producto a distintas gamas de clientes (5,98), así como su atractivo (5,97).

FIGURA 28.

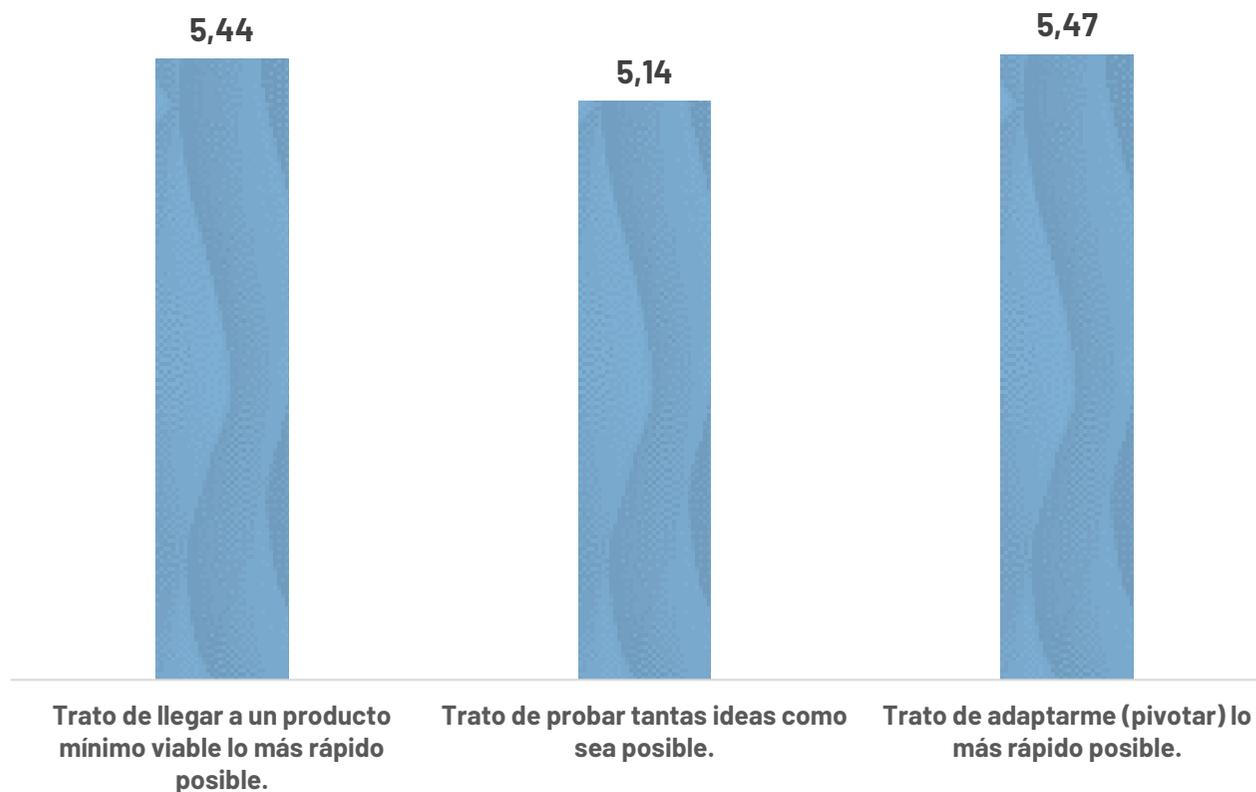
ACTUALIZACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO DE LOS EMPRENDEDORES ACTIVOS DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA (N US= 59)



En relación con el enfoque hacia la iteración del negocio, los emprendedores activos priorizan la adaptación (5,47) y llegar al producto mínimo viable (PMV) lo más rápido posible (5,44).

FIGURA 29.

ENFOQUE HACIA LA ITERACIÓN DEL NEGOCIO DE LOS EMPRENDEDORES ACTIVOS DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA (N US= 59)



Pasamos ahora a observar cómo los estudiantes de la Universidad de Sevilla se autoperciben en relación con los rasgos de personalidad.

En general, los emprendedores en activo muestran una baja tendencia a la manipulación/engaño para la consecución de sus fines.

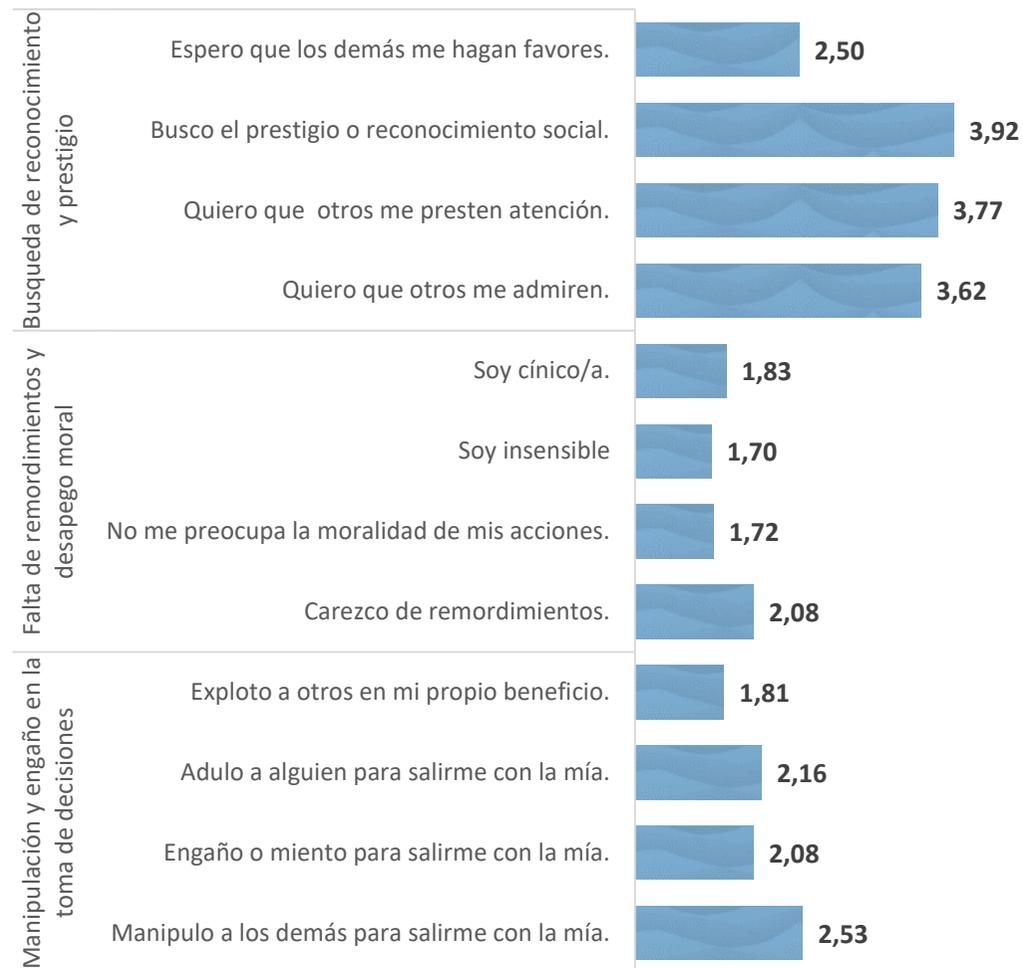
Además, valoran la moralidad y no se autoperciben como cínicos o insensibles.

Aunque existe una moderada búsqueda de reconocimiento, este deseo no puede considerarse “excesivo”.

En conjunto, estas respuestas nos sugieren un reconocimiento de sus logros sin menoscabar la moralidad o usar la manipulación.

FIGURA 30.

RASGOS DE LA PERSONALIDAD Y COMPORTAMIENTO DEL EMPRENDEDOR ACTIVO DEL A UNIVERSIDAD DE SEVILLA (N US=59)



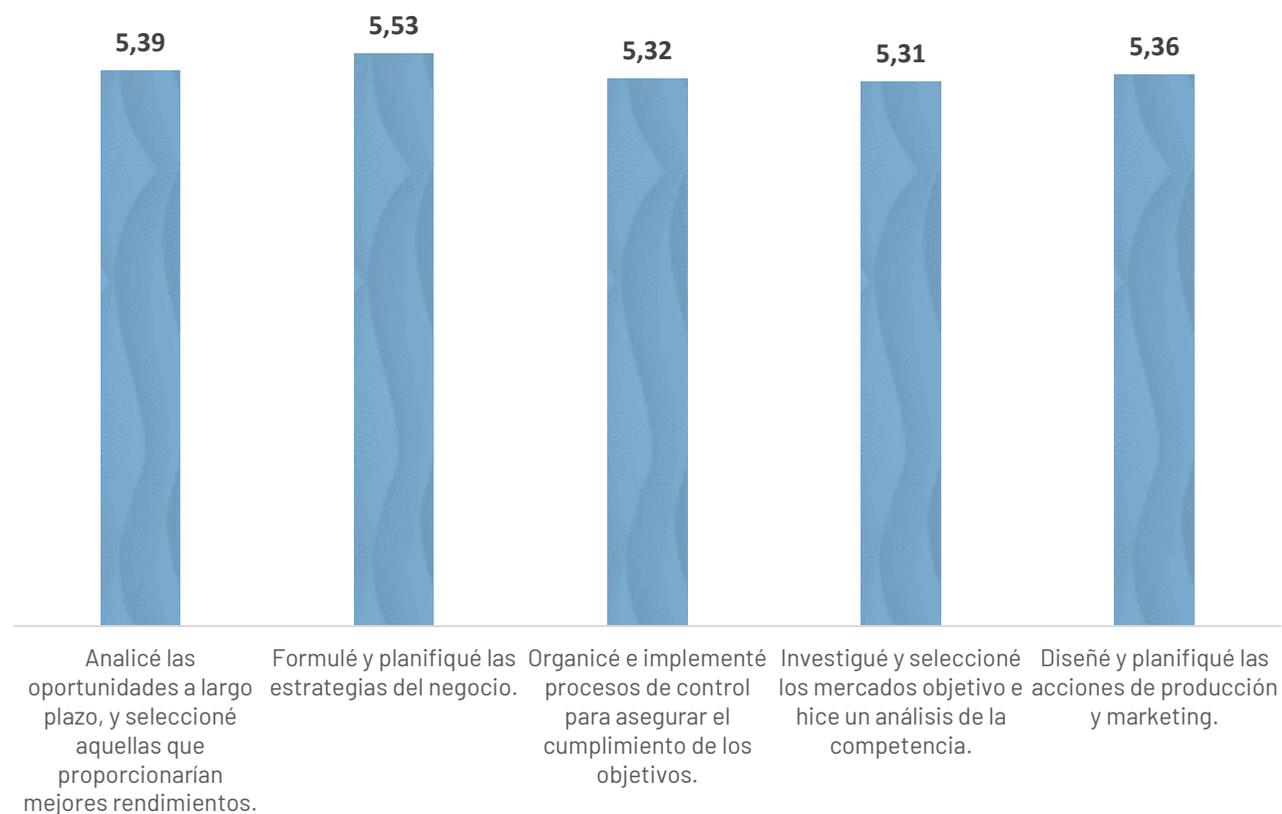
En relación con la estrategia de creación de la empresa, se muestra un enfoque equilibrado, donde el encuestado reconoce las diferentes opciones con puntuaciones entre 5 - 6 (en la escala Likert 1-7).

La opción más valorada es la formulación y planificación de estrategias de negocio (5,53).

El resto de opciones reciben una puntuación similar: análisis de oportunidades a largo plazo y selección de las mejores (5,39), organización e implementación de procesos de control (5,32), investigación y selección de mercados (5,31) , y por último, diseño y planificación de acciones de producción y marketing (5,36).

FIGURA 31.

ESTRATEGIAS Y PLANIFICACIÓN EN LA CREACIÓN DEL NEGOCIO DE LOS EMPRENDEDORES ACTIVOS DE LA UNIVERSIDA DE SEVILLA (N US = 59)



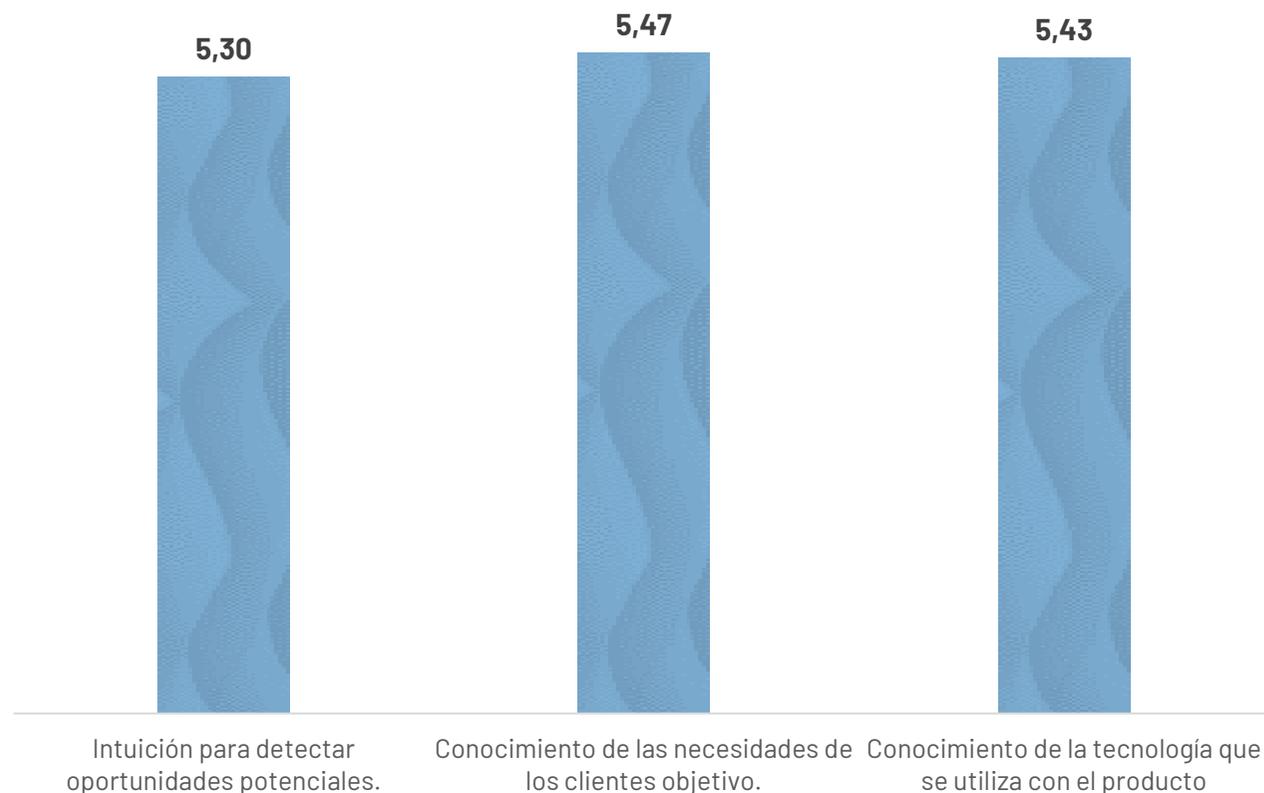
Los emprendedores nacientes valoran sus propias capacidades empresariales de forma positiva.

Vuelve a repetirse un enfoque equilibrado que supera la mitad de la escala, donde el encuestado reconoce con puntuaciones entre 5 - 6.

Se valora la intuición para detectar oportunidades potenciales (5,30), el conocimiento de las necesidades de los clientes objetivos (5,47) y el conocimiento de la tecnología que se utiliza con el producto (5,43)

FIGURA 32.

AUTOEVALUACIÓN DE CAPACIDADES EMPRESARIALES POR PARTE DEL EMPRENDEDOR ACTIVO DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA (N US= 59)



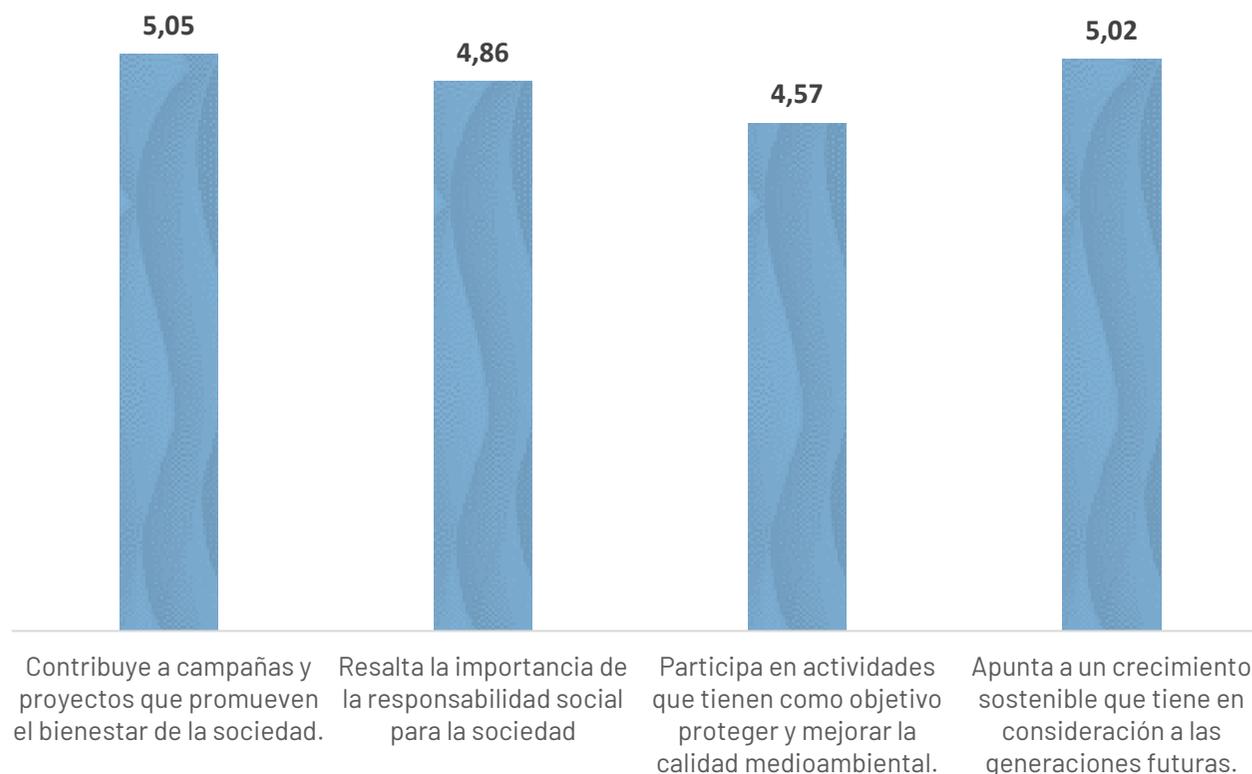
En este caso, podemos observar una mayor tendencia por parte del negocio a contribuir en campañas y proyectos que promuevan el bienestar de la sociedad (5,05) y a apuntar a un crecimiento o desarrollo sostenible (5,02).

El ítem peor valorado por parte de los emprendedores en activo es la participación en actividades que tienen como objetivo proteger y mejorar la calidad medioambiental por parte de sus negocios (4,57).

En una escala intermedia entre los ítems mencionados se encuentra la importancia que le emprendedor da a la responsabilidad social (4,86).

FIGURA 33.

IMPACTO SOCIAL Y AMBIENTAL DEL NEGOCIO DEL EMPRENDEDOR ACTIVO EN LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA (N US = 59)



### 3.3. Emprendimiento universitario: aspectos específicos

#### 3.3.1. Formación emprendedora

Podemos observar cómo el 65,8% de los encuestados nunca ha asistido a ningún curso de emprendimiento de la Universidad de Sevilla.

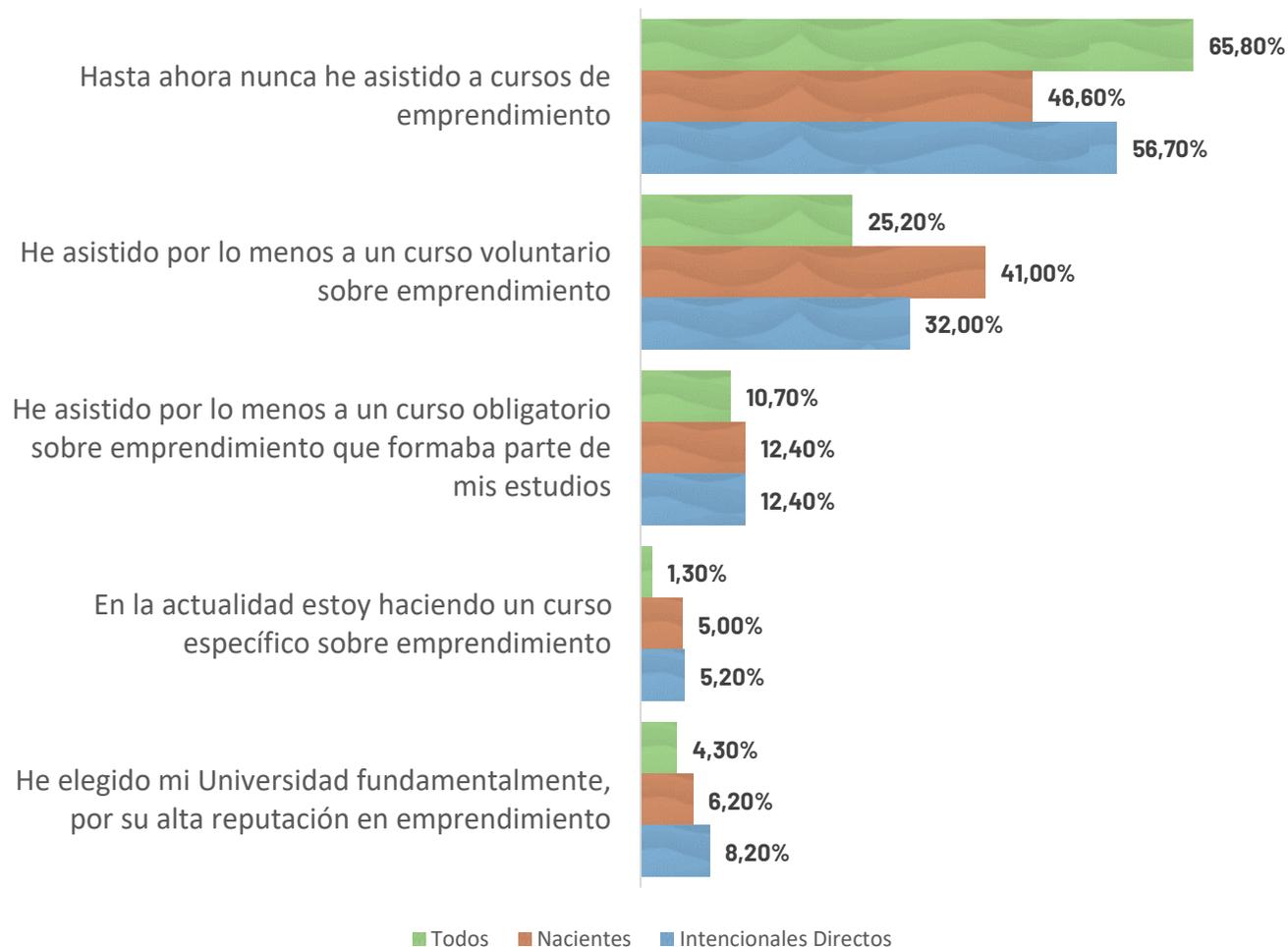
Ese porcentaje es claramente menor para aquellos con intención de emprender (56,7%) o que son emprendedores nacientes (46,6%).

Del mismo modo, el 41% de los estudiantes emprendedores nacientes, y el 32% de los intencionales, han asistido por lo menos a un curso voluntario sobre emprendimiento.

Se reafirma de esta forma, la importancia de que la formación emprendedora llegue al mayor número posible de estudiantes.

FIGURA 34.

FORMACIÓN EMPRENDEDORA RECIBIDA EN LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA (N US = 862)



En comparación con la media global y nacional, tenemos mayor proporción de alumnos que pretenden emprender al terminar sus estudios y que nunca han asistido a ningún curso de emprendimiento.

La oferta formativa en emprendimiento que realiza la Universidad de Sevilla con carácter obligatorio es relativamente mayor que la media nacional pero aún está por debajo de la media global.

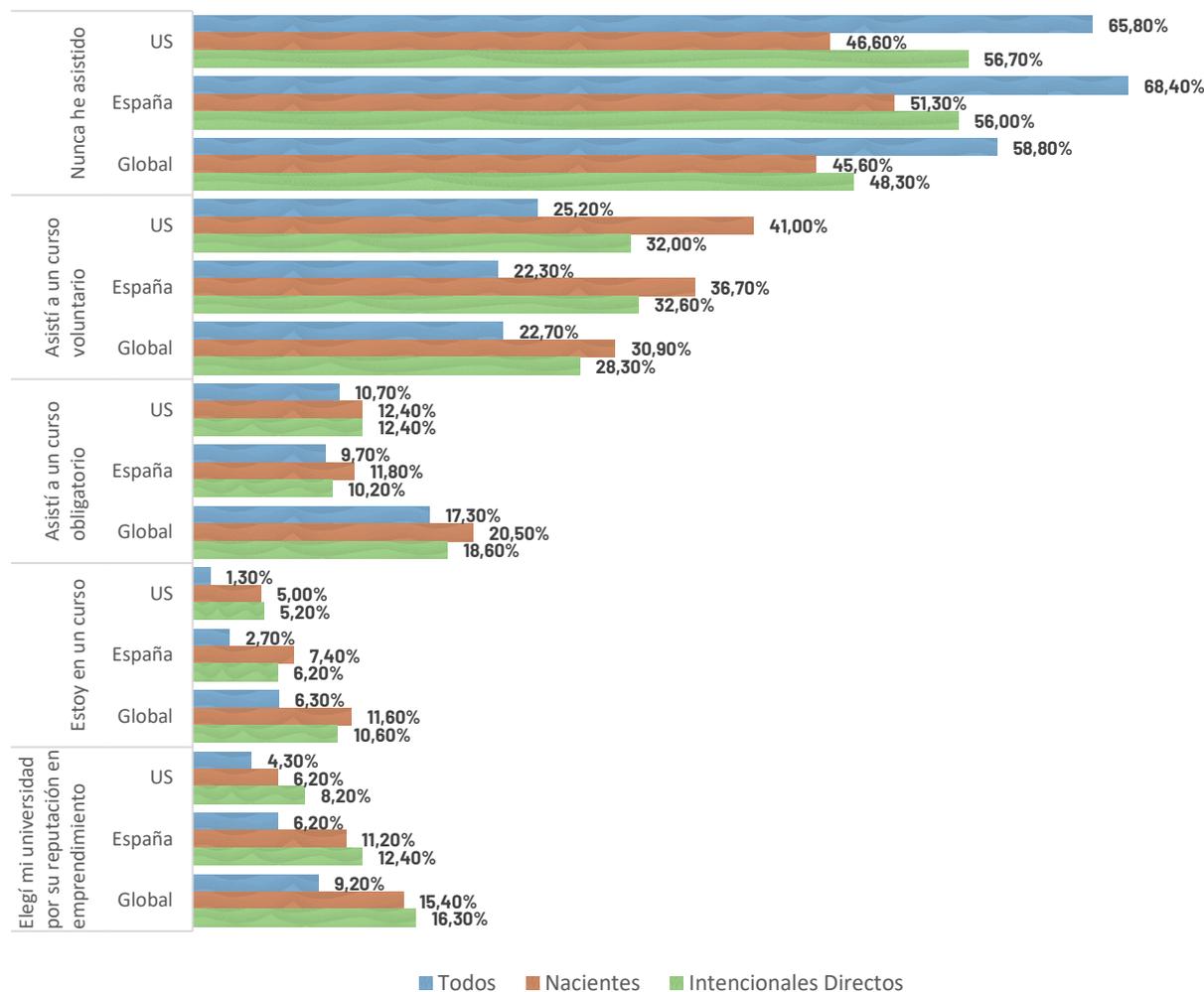
La proporción de alumnos que actualmente se encuentra en un curso de emprendimientos es relativamente menor a la media nacional y global.

La proporción de alumnos que han asistido voluntariamente a cursos de emprendimiento en nuestra universidad supera la media global y nacional.

En general, los estudiantes no eligen nuestra universidad por su reputación en emprendimiento.

FIGURA 35.

FORMACIÓN EMPRENDEDORA RECIBIDA EN LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA EN COMPARACIÓN CON DATOS NACIONALES Y GLOBALES (N US = 862)

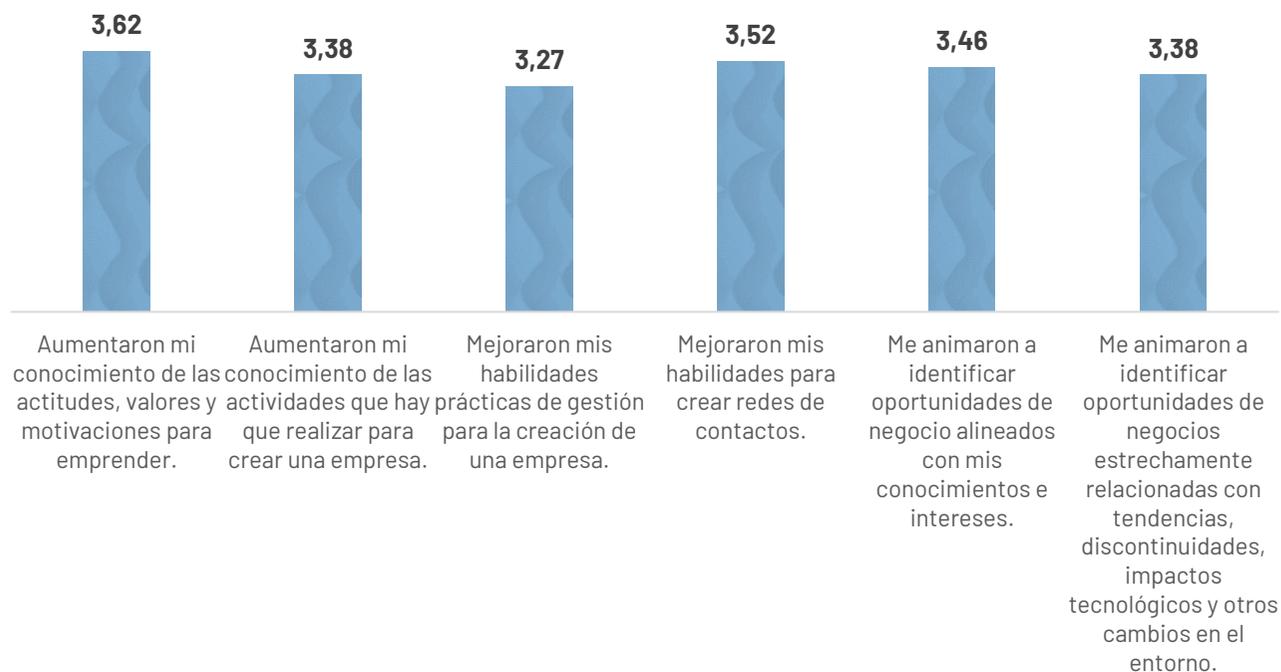


En general, los resultados proporcionados por la escala de Likert 1-7 (1: muy en desacuerdo; 7: muy de acuerdo) denotan que en general, los estudiantes se sitúan por debajo del punto medio que podríamos llamar "satisfacción neutral" en su evaluación con salvedades.

El elemento mejor valorado es el referido al aumento del conocimiento de las actitudes, valores y motivaciones de los emprendedores, que obtiene una puntuación de 3,62. En todo caso, todavía se sitúa por debajo del punto medio de la escala.

FIGURA 36.

EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE EN RELACIÓN CON EL EMPRENDIMIENTO (N US=862)



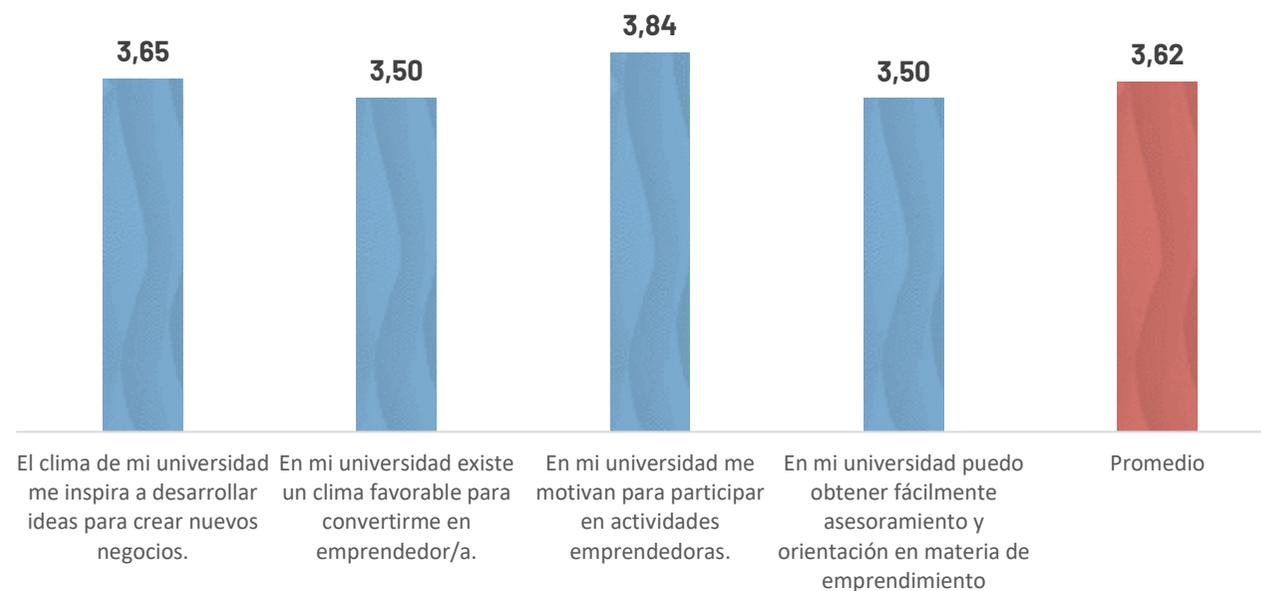
### 3.3.2. Clima emprendedor

Las respuestas a una batería de preguntas sobre si nuestra universidad inspira a desarrollar ideas y oportunidades y si existe un clima favorable para emprender permite obtener un indicador (1: en absoluto; 7: muy alto).

De nuevo, las puntuaciones son en todos los casos inferiores al punto medio de la escala, lo que refleja una percepción no muy favorable sobre el clima emprendedor en la Universidad de Sevilla por parte de sus estudiantes.

FIGURA 37.

CLIMA EMPRENDEDOR DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA (N UE=862)

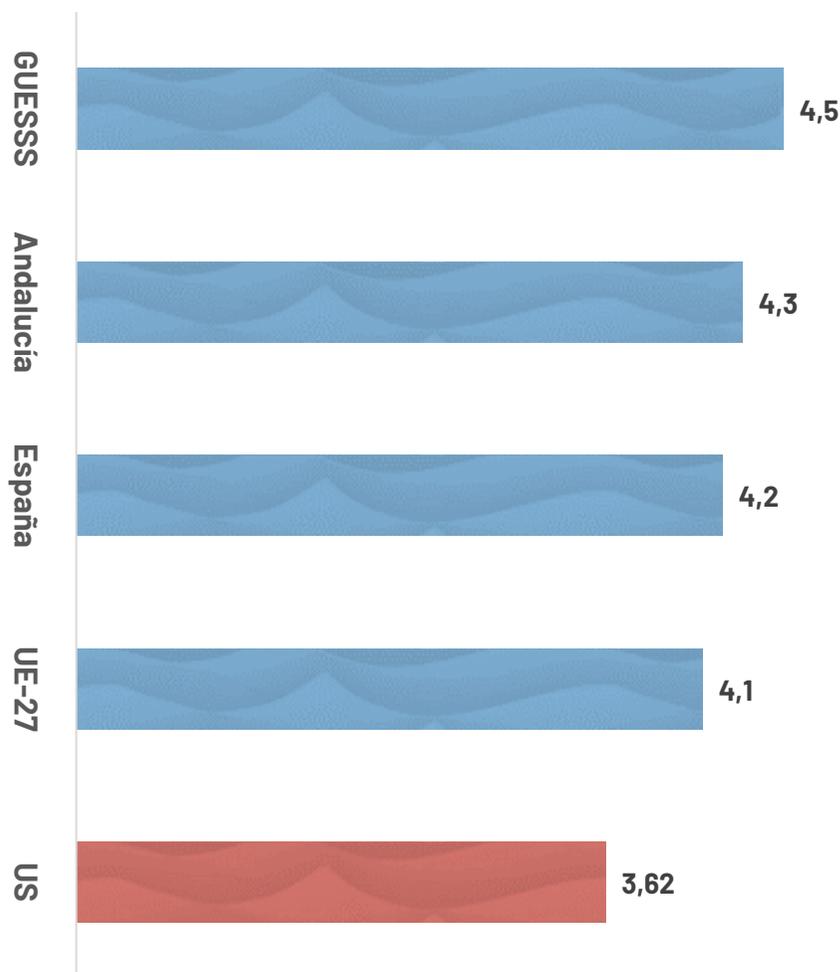


Si comparamos el valor promedio de la Universidad de Sevilla con los datos globales, europeos, estatales y autonómicos podemos observar cómo, en proporción, el clima emprendedor de nuestra universidad es percibido como menos favorable.

Es interesante, además, que la Universidad de Sevilla obtiene una valoración claramente inferior a la del conjunto de Andalucía. Sería recomendable analizar las iniciativas puestas en marcha en las demás universidades de la región para aplicar algunas de ellas en la de Sevilla.

FIGURA 38.

CLIMA EMPRENDEDOR DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA EN COMPARACIÓN CON DATOS GLOBALES, UE-27, ESTATALES Y AUTONÓMICOS (N US=862)



### 3.3.3. Campo de estudio

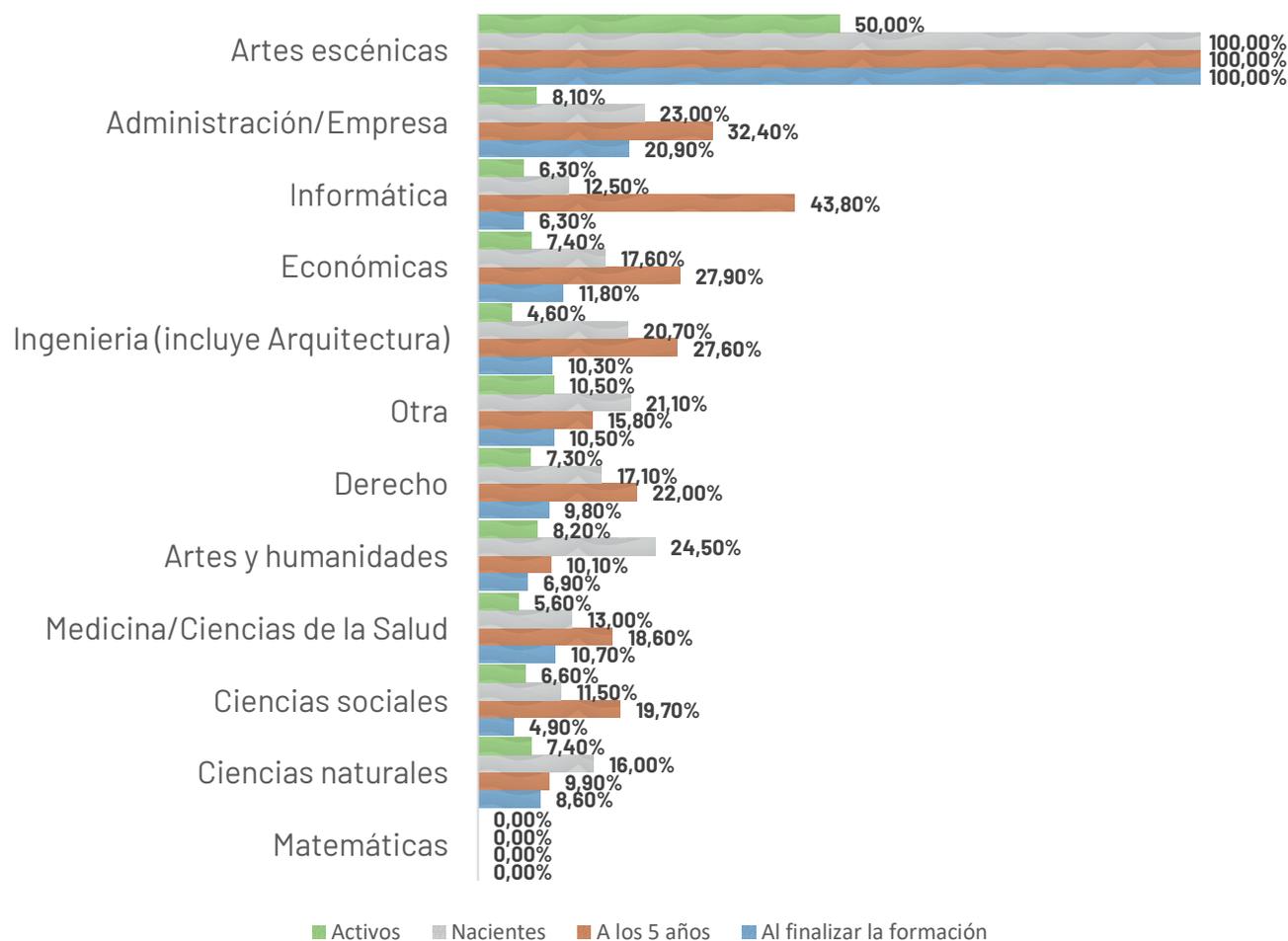
A continuación analizamos el perfil emprendedor por ramas de conocimiento.

Podemos ver como los estudiantes de Artes escénicas presentan excelentes resultados en los indicadores. Sin embargo, hay que tener en cuenta la posible distorsión debida al reducido número de respuestas en ese campo.

Al margen de las artes escénicas, se observan diferencias relevantes en cada campo. Así, en Administración/empresa es donde se da la mayor intención emprendedora al finalizar los estudios (20,9%). En informática es donde hay una mayor intención a los cinco años (43,8%). En arte y humanidades es donde hay más emprendedores nacientes (24,5%). Finalmente, la mayor tasa de emprendedores activos se da en "Otras" ramas (no especificadas en el listado), seguida de arte y humanidades.

FIGURA 39.

INTENCIÓN EMPRENDEDORA POR RAMAS DE CONOCIMIENTO (N US = 862)



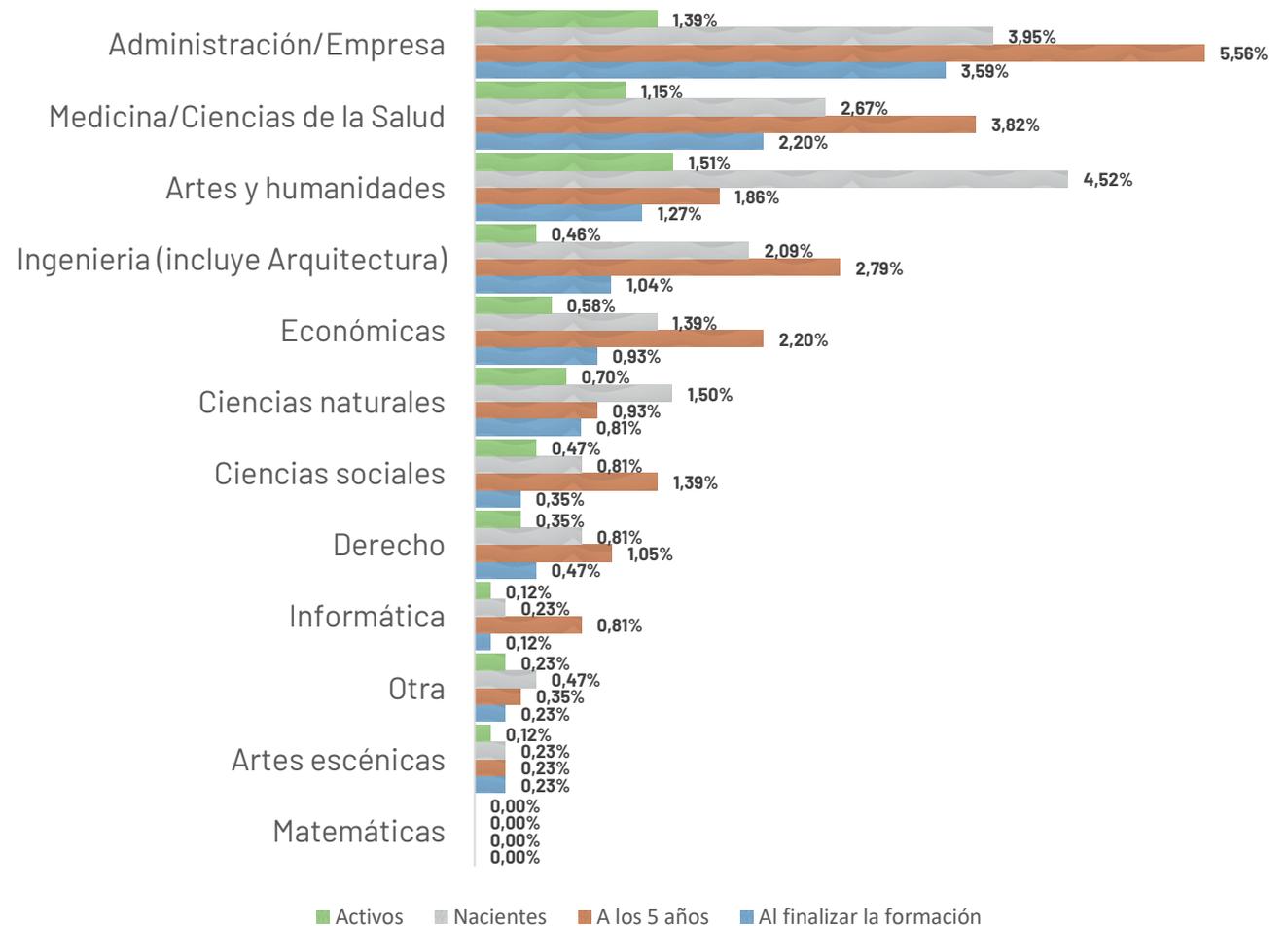
Si ponderamos esas respuestas por el número de estudiantes que corresponden a cada campo obtenemos la participación en el total.

Podemos observar como la disciplina "Artes y Humanidades" es aquella que más aporta a los indicadores "Emprendedores activos" y "Emprendedores nacientes"

Por otro lado, son los estudiantes de Administración y Empresa quienes aportan más a los indicadores de intención emprendedora al finalizar los estudios y 5 años después.

FIGURA 40.

INTENCIÓN EMPRENDEDORA POR RAMAS DE CONOCIMIENTO PONDERADA POR Nº DE ENCUESTADOS/DISCIPLINA (N US = 862).



### 3.3.4. Género

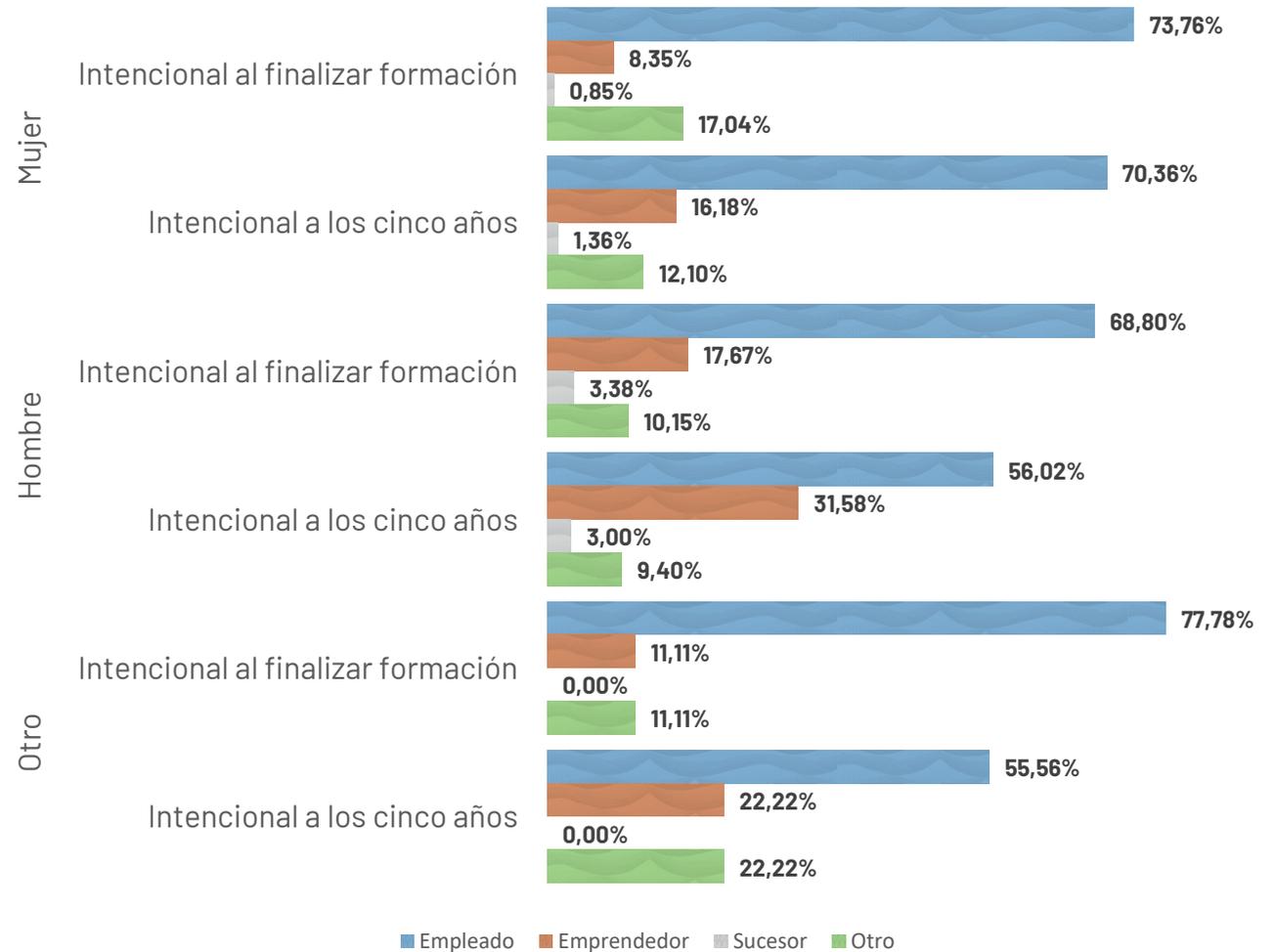
Se aprecia que al terminar estudios el 68,8% de los hombres prefieren trabajar por cuenta ajena, proporción que en las mujeres es del 73,76%.

Por su parte, esta proporción se invierte en relación con la intención de emprender. Las mujeres que tienen esa intención representan un porcentaje del 8,35% el finalizar sus estudios, mientras que en los hombres ese porcentaje es del 17,67% (más del doble).

Una desproporción similar se da en la intención de emprender a los cinco años: 16,18% en mujeres, 31,58% en hombres.

Entre los sucesores, la desproporción es incluso mayor. Al finalizar los estudios son un 3,38% de hombres y 0,85% de mujeres.

**FIGURA 41.**  
**DIFERENCIAS DE GÉNERO EN LAS INTENCIONES EMPRENDEDORAS AL TERMINAR Y A LOS CINCO AÑOS (N US = 862)**



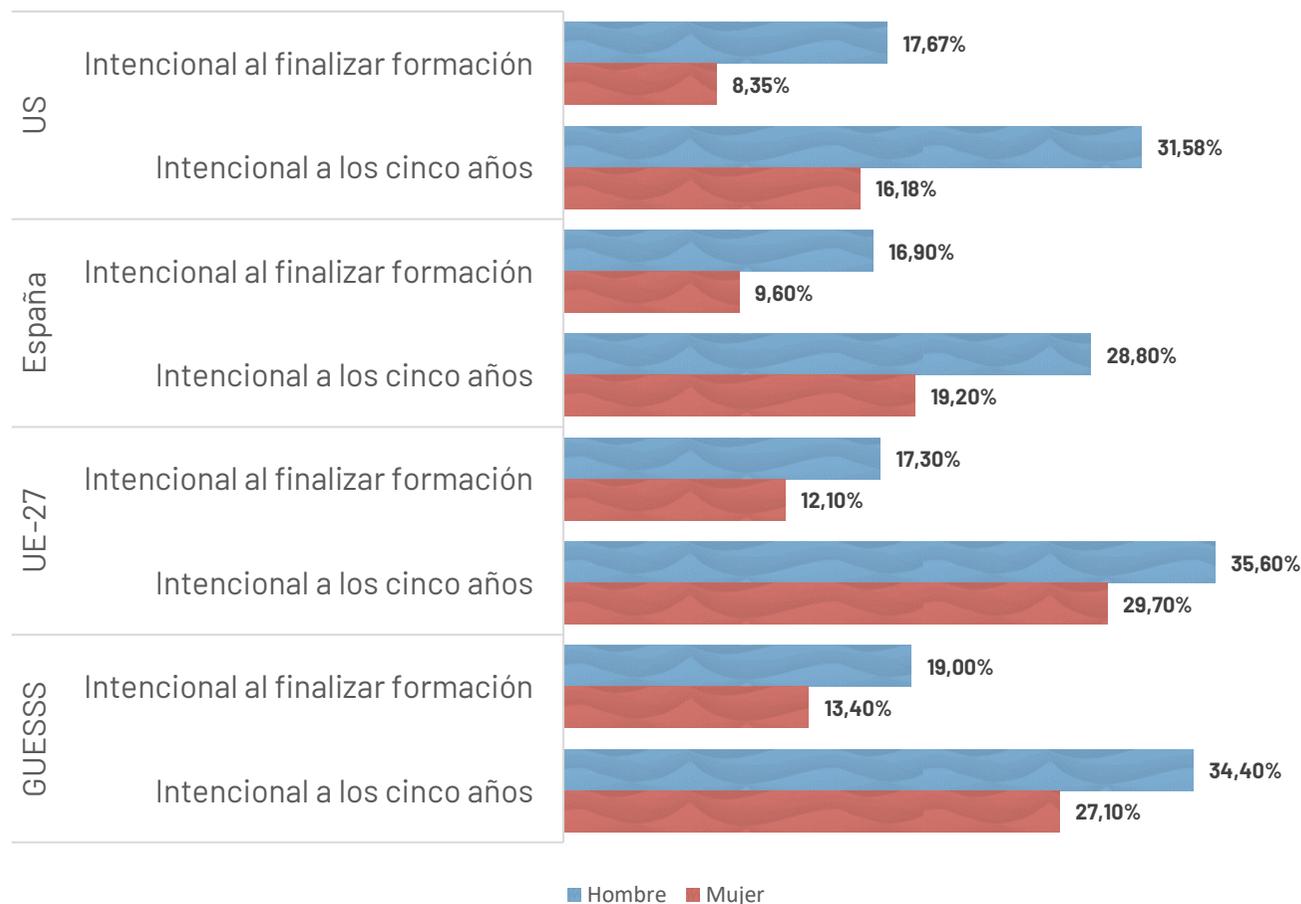
Como podemos observar, las intenciones emprendedoras de las mujeres son inferiores a las de los hombres, tanto al finalizar los estudios como 5 años después, en todos los ámbitos territoriales.

En el caso de los hombres, la proporción de encuestados que decide emprender al finalizar los estudios es mayor que la media nacional y se sitúa en valores relativamente cercanos (aunque ligeramente por debajo) de la media UE-27 e Internacional.

En el caso de las mujeres, la proporción de mujeres encuestadas que decide emprender ahora y dentro de 5 años es inferior a los datos nacionales, EU-27 e internacionales.

FIGURA 42.

DIFERENCIAS DE GÉNERO EN LAS INTENCIONES EMPRENDEDORAS AL TERMINAR Y A LOS CINCO AÑOS (N US=862, N ESPAÑA=76.092, N UE27=44.648, N GUESS GLOBAL=224.060).



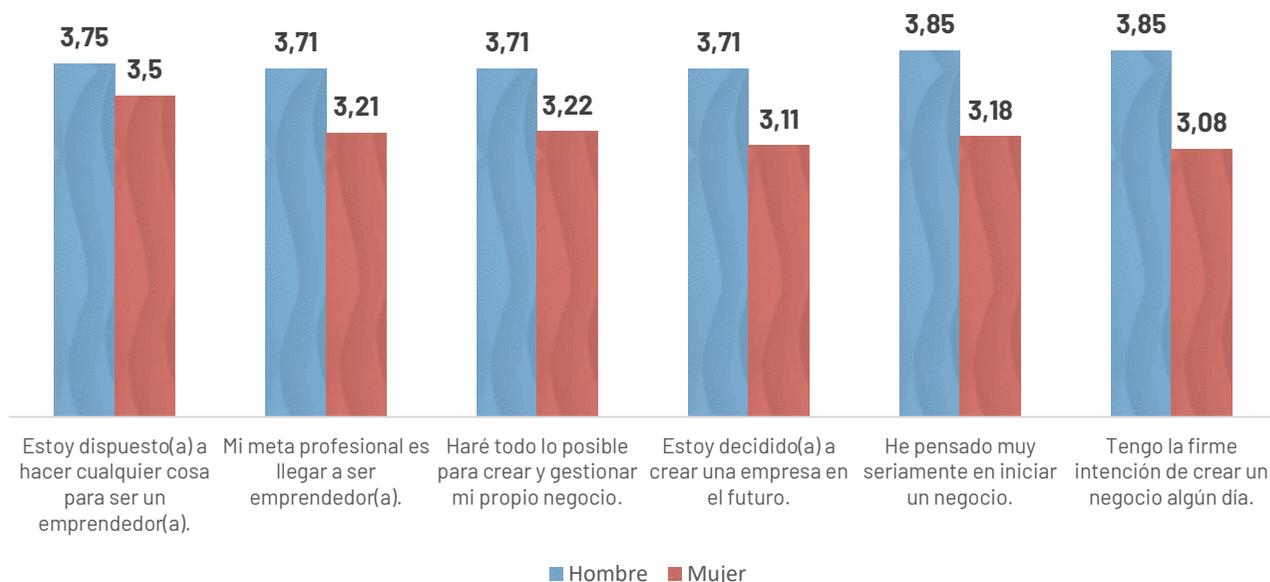
Para las mujeres, los ítems que presentan menor valor son “Estoy decidido(a) a crear una empresa en el futuro” y “Tengo la firme intención de crear un negocio algún día

Para los hombres, “Mi meta profesional es llegar a ser emprendedor”, “Haré todo lo posible para crear y gestionar mi negocio” y “Estoy decidido a crear una empresa en el futuro” son aquellos que presentan menor puntuación.

Por otro lado, aquel ítem que mayor diferencia presenta entre géneros es “Tengo la firme intención de crear una empresa algún día”, positiva para los hombres.

FIGURA 43.

VALOR PROMEDIO DE LOS ÍTEMS SOBRE INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA, COMPARATIVA POR GÉNERO (N = 862)



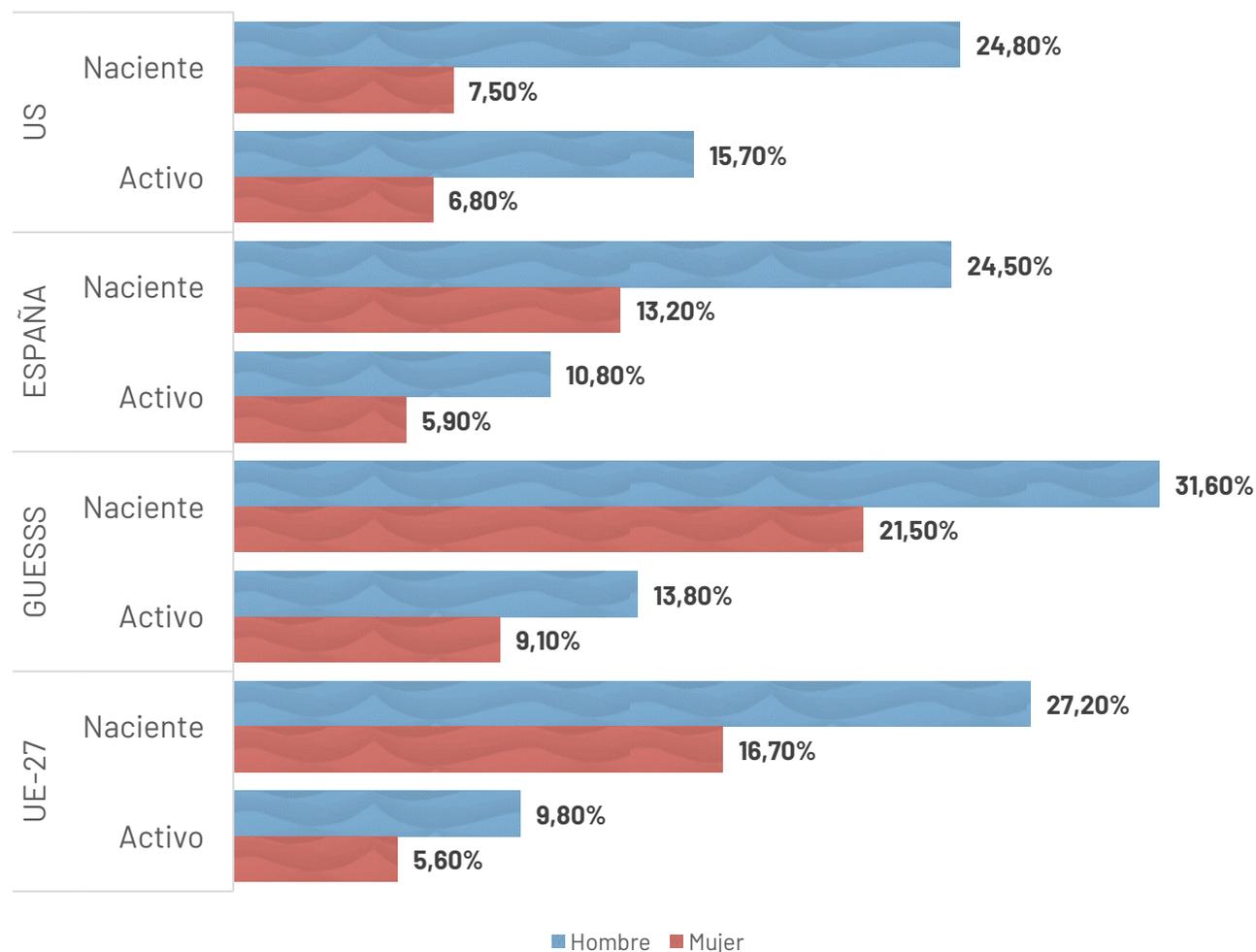
Podemos observar cómo la Universidad de Sevilla presenta la menor proporción de **mujeres emprendedoras en su modalidad naciente** en comparación con la media nacional, europea y global.

Sin embargo, nuestra universidad presenta mayor proporción de **mujeres emprendedoras en activo** que la media nacional y europea, siendo solo inferior a la media global.

Por el contrario, en el caso de los hombres, los emprendedores nacientes igualan la media española, mientras que los emprendedores activos superan la media española, europea y global.

FIGURA 44.

DIFERENCIAS DE GÉNERO ENTRE EMPRENDEDORES NACIENTES Y ACTIVOS (N US=862, N ESPAÑA=76.092, N UE27=44.648, N GUESS GLOBAL=224.060).

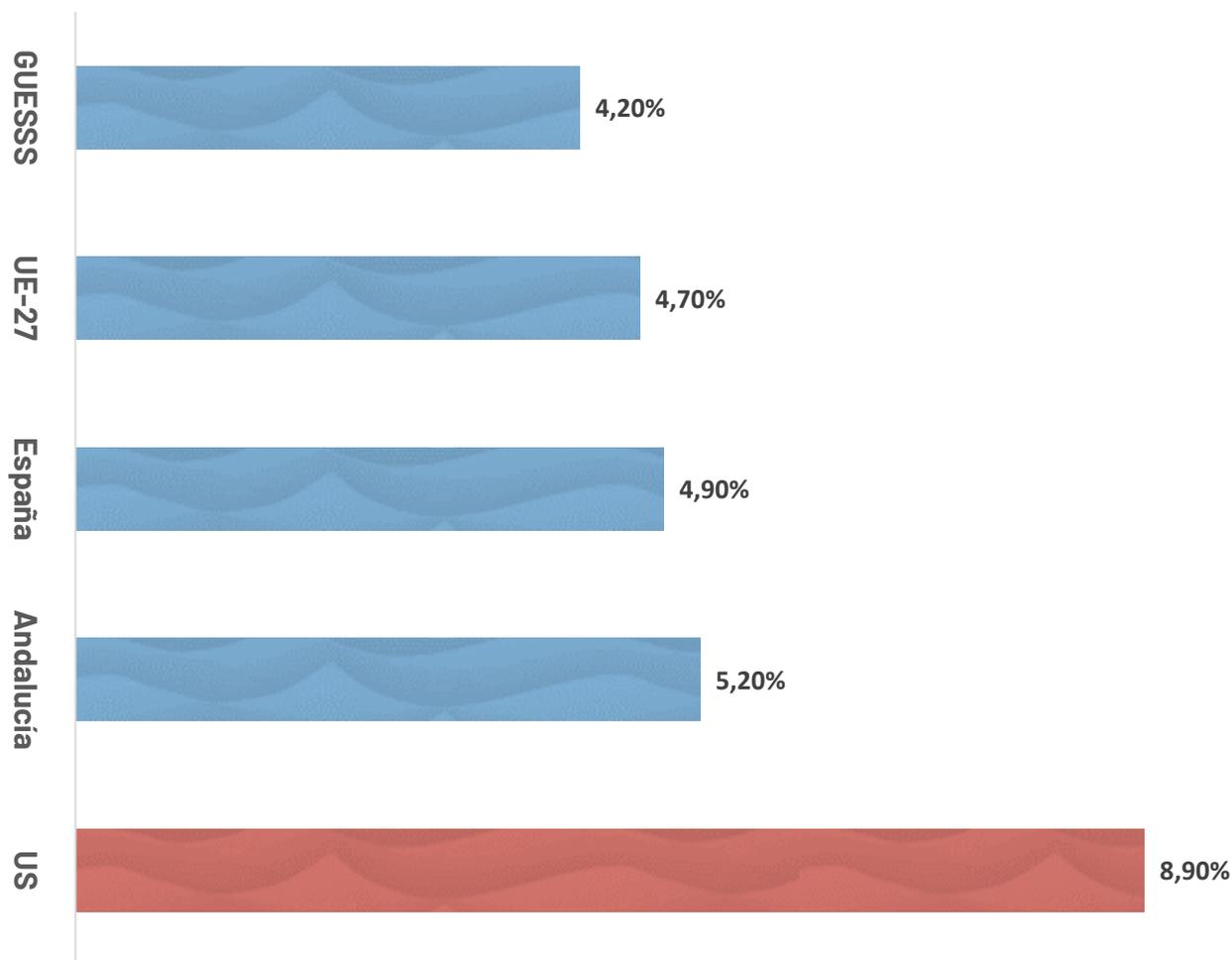


Podemos observar cómo nuestra Universidad dobla prácticamente la brecha de género en cuanto a emprendedores en activo, con respecto a los datos globales.

La prevalencia de los hombres es patente entre los emprendedores activos de la Universidad de Sevilla. La figura recoge las diferencias de los porcentajes de los hombres menos los de las mujeres.

FIGURA 45.

DIFERENCIAS DE GÉNERO ENTRE LOS EMPRENDEDORES ACTIVOS, COMPARATIVA CON LA BRECHA GLOBAL, EUROPEA, NACIONAL Y AUTONÓMICA.



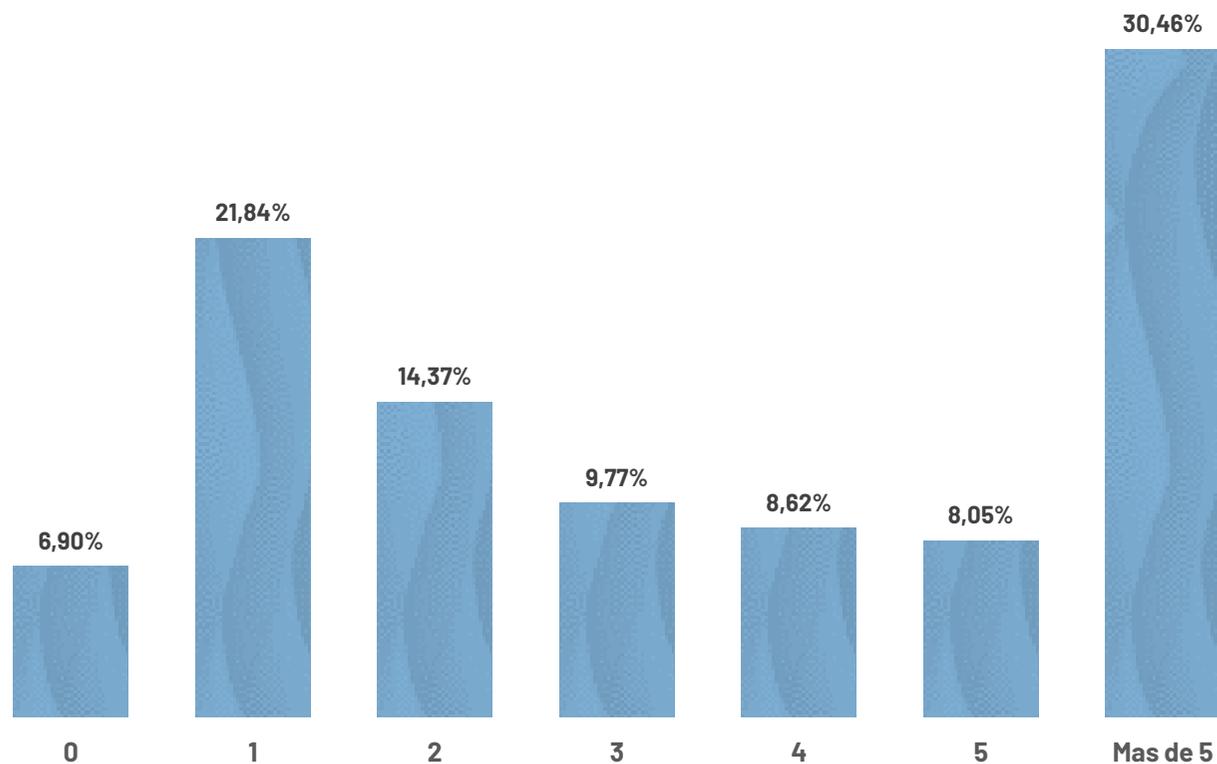
### 3.3.5. Empresa familiar (y sucesores)

El tamaño de las empresas en las que los estudiantes pretenden ser sucesores (empresas familiares) es en general pequeño.

El 30,48% de estas empresas tienen más de 5 trabajadores, y solo el 6,90% no tienen ningún trabajador.

FIGURA 46.

NÚMERO DE EMPLEADOS DE LAS EMPRESAS DONDE LOS ESTUDIANTES PRETENDEN SER SUCESORES (N US = 174 )



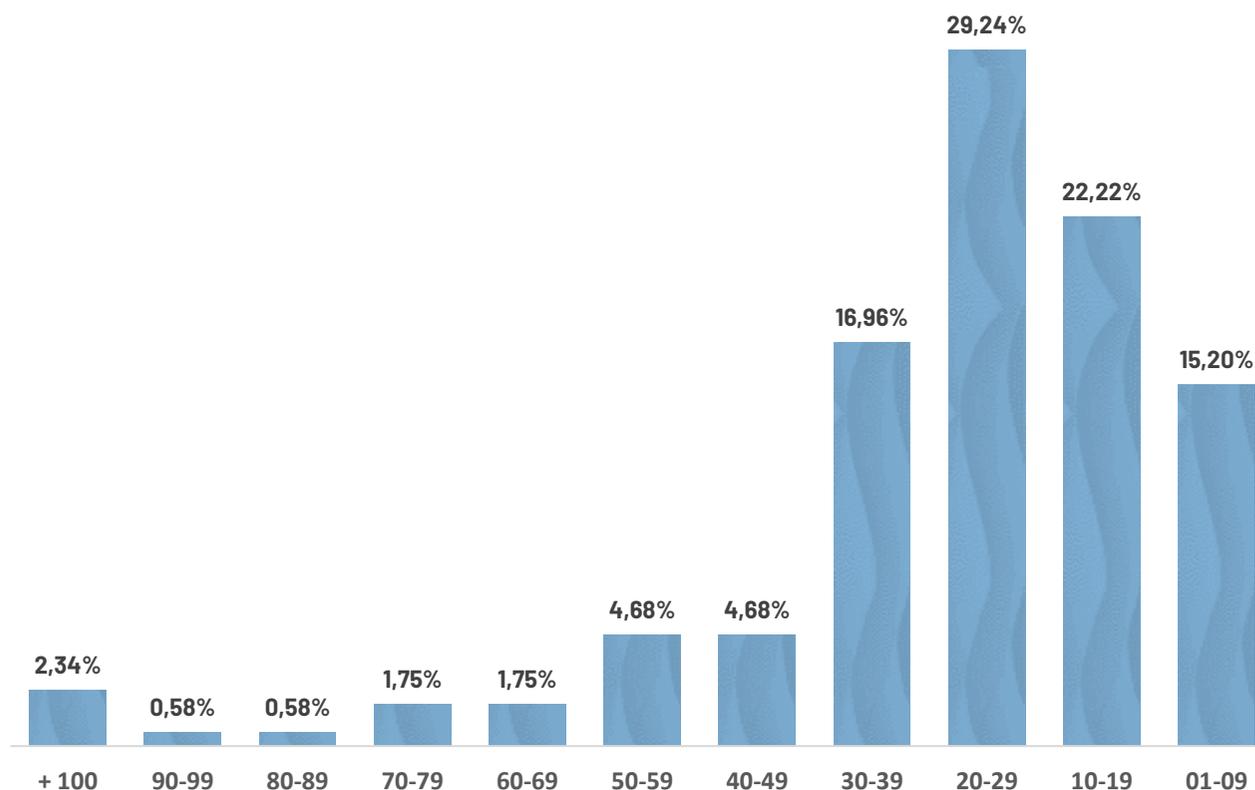
Podemos observar cómo esas empresas familiares están en su mayor parte en la primera generación (es decir, fueron fundadas por los progenitores de los estudiantes encuestados).

Esto se pone de relieve al observar que casi el 30% de dichas empresas tienen entre 20 y 29 años y, sumando las empresas de menor edad, más de dos tercios de las empresas tienen menos de 30 años de edad.

En el extremo contrario, el 2,34% son centenarias, y algo más del 11% superan el medio siglo de edad.

FIGURA 47.

ANTIGÜEDAD EN AÑOS DE LAS EMPRESAS DONDE LOS ESTUDIANTES PRETENDEN SER SUCESORES (N US = 171)



El 54,50% de los estudiantes denominados "Sucesores" consideran la empresa de su familia como "empresa familiar"

El 88,60% reconoce la participación de sus progenitores en la gestión de la misma.

Además, el 42,11% dice haber estado trabajando en la empresa de su familia.

El 54,12% son hijo único, mientras que el 10,82% tiene 2 o más hermanos.

El 54,12% son los primogénitos de su familia.

El 67,20% de los encuestados reconoce una participación mayoritaria en el capital de la empresa por parte de su familia.

El 89,42% no posee participación en el capital de la empresa de su familia, mientras que el 10,58% si tiene algún porcentaje de la misma.

El 46,81% indica que la empresa donde trabajan sus padres opera principalmente en el sector terciario.

FIGURA 48.

INFORMACIÓN SOBRE LAS EMPRESAS FAMILIARES Y LOS SUCESORES (N US = 194)

¿Consideras que la empresa es una "empresa familiar"?



¿Participan tu padre o tu madre en la gestión/operación diaria de la empresa?



¿Has estado trabajando en la empresa de tus padres?



¿Cuántos hermanos mayores que tú tienes?



¿Qué porcentaje del capital de la empresa tiene tu familia?



¿Te pertenece algún porcentaje de capital en la empresa?



¿En qué sector económico realiza principalmente su actividad la empresa de tus padres?

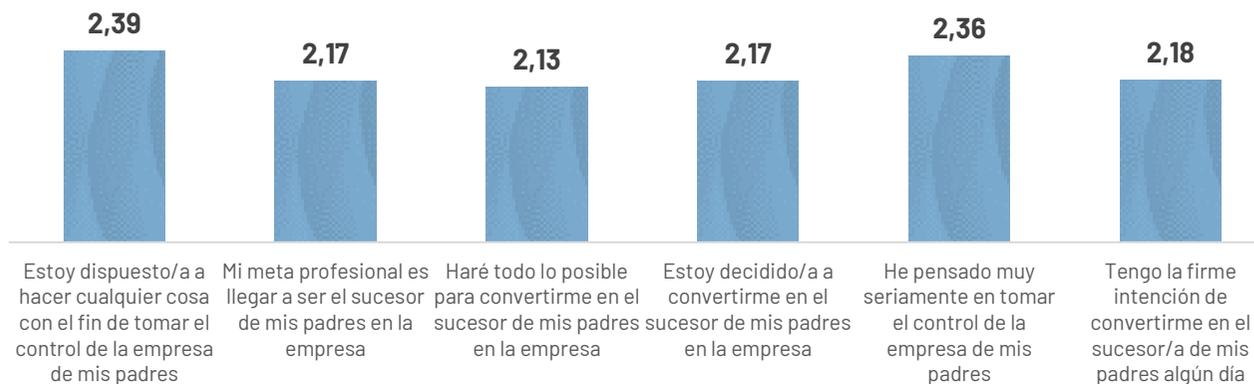


Aquí se muestran los promedios obtenidos sobre los encuestados denominados "sucesores" a los que se preguntó mediante una escala de Likert 1-7 (1: Muy en desacuerdo; 7: Muy de acuerdo)

Los datos parecen indicar una baja predisposición por continuar el negocio familiar por parte de los estudiantes "sucesores" encuestados en la Universidad de Sevilla. En todos los ítems, la media es inferior a 2,40.

FIGURA 49.

VALOR PROMEDIO DE LOS ÍTEMS SOBRE INTENCIÓN DE LOS SUCESORES DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA (N = 190)



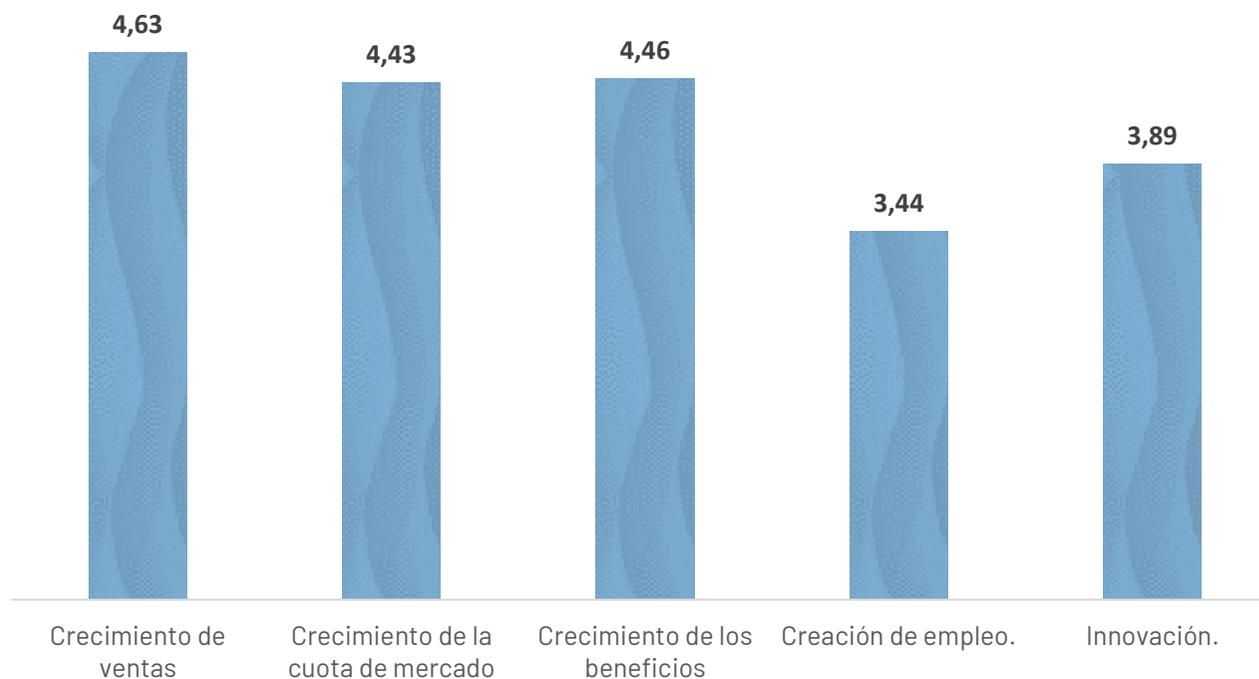
Para evaluar el desempeño de la empresa familiar en comparación con sus competidores los encuestados valoraron en una escala de Likert 1-7 (1: muy en desacuerdo; 7: muy de acuerdo) la adecuación de determinados ítem para su uso como indicadores.

Observamos que el más valorado es el "Crecimiento de las ventas" (4,63). Este indicador, junto con la cuota de mercado y los beneficios alcanzan puntuaciones por encima del valor medio de la escala.

Por el contrario, el indicador peor valorado es la "Creación de empleo" (3,44), seguida de la innovación.

FIGURA 50.

ADECUACIÓN DE INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL RENDIMIENTO DE LA EMPRESA DEL SUCESOR DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA (N US = 186)





FACULTAD DE MATEMATICAS

FIGURA 51.

EVOLUCIÓN DEL PERFIL DE LA MUESTRA A LO LARGO DE LAS DISTINTAS EDICIONES DEL INFORME GUESSS DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA

#### 4.1. Perfil de la muestra

Aquí podemos comprobar la evolución del perfil de la muestra, este año ha cambiado la disciplina con mayor peso, en años anteriores esta era "Ciencias jurídicas y empresariales" que sumaba ambas disciplinas. Sin embargo, actualmente, "Ciencias de la Salud y Medicina" es la que alcanza la mayor contribución, en número de encuestados, al informe, representando el 20,53% de la muestra.

La proporción de estudiantes de grado ha disminuido con el paso de las ediciones.

Podemos observar como el porcentaje de mujeres encuestadas ha aumentado del 58% en 2016 al 68,10% en 2023.

Por último, vemos como disminuye el porcentaje de encuestados cuya edad se comprende entre los 21 a 25 años respecto al informe anterior, sin embargo, sigue superando los niveles de 2016.

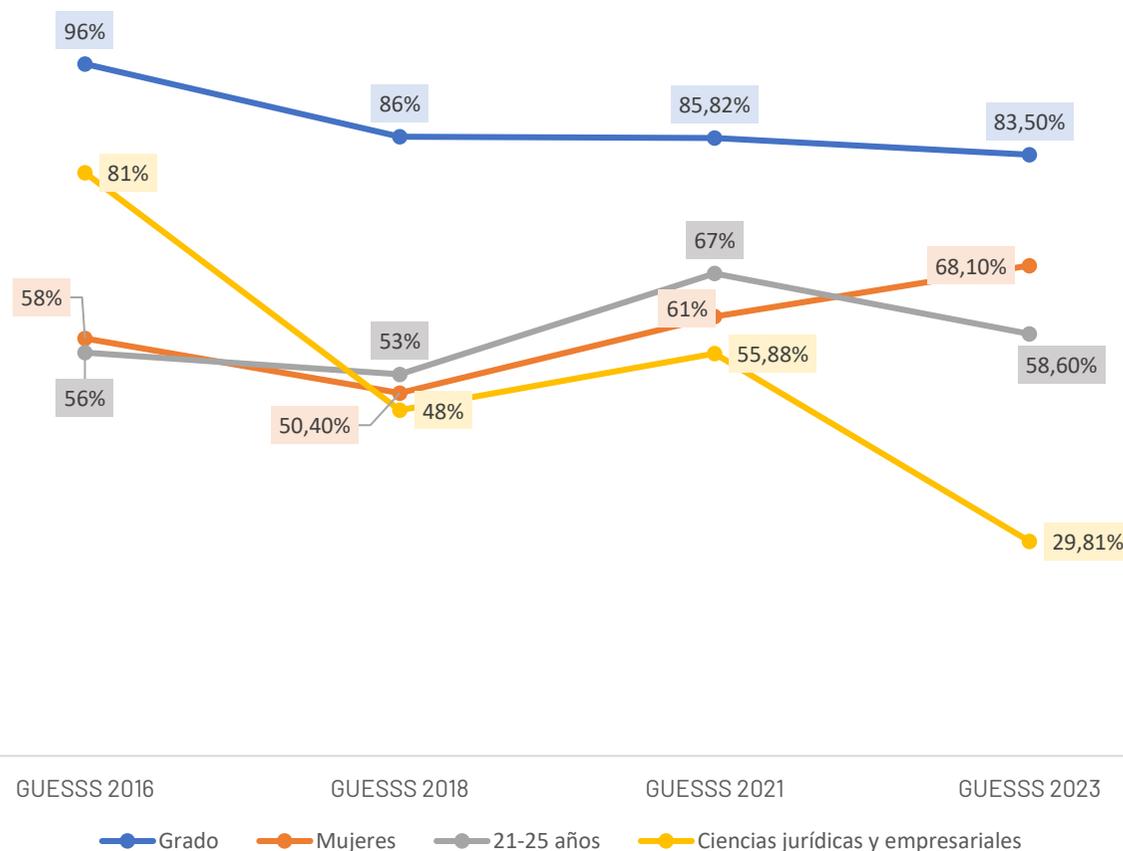
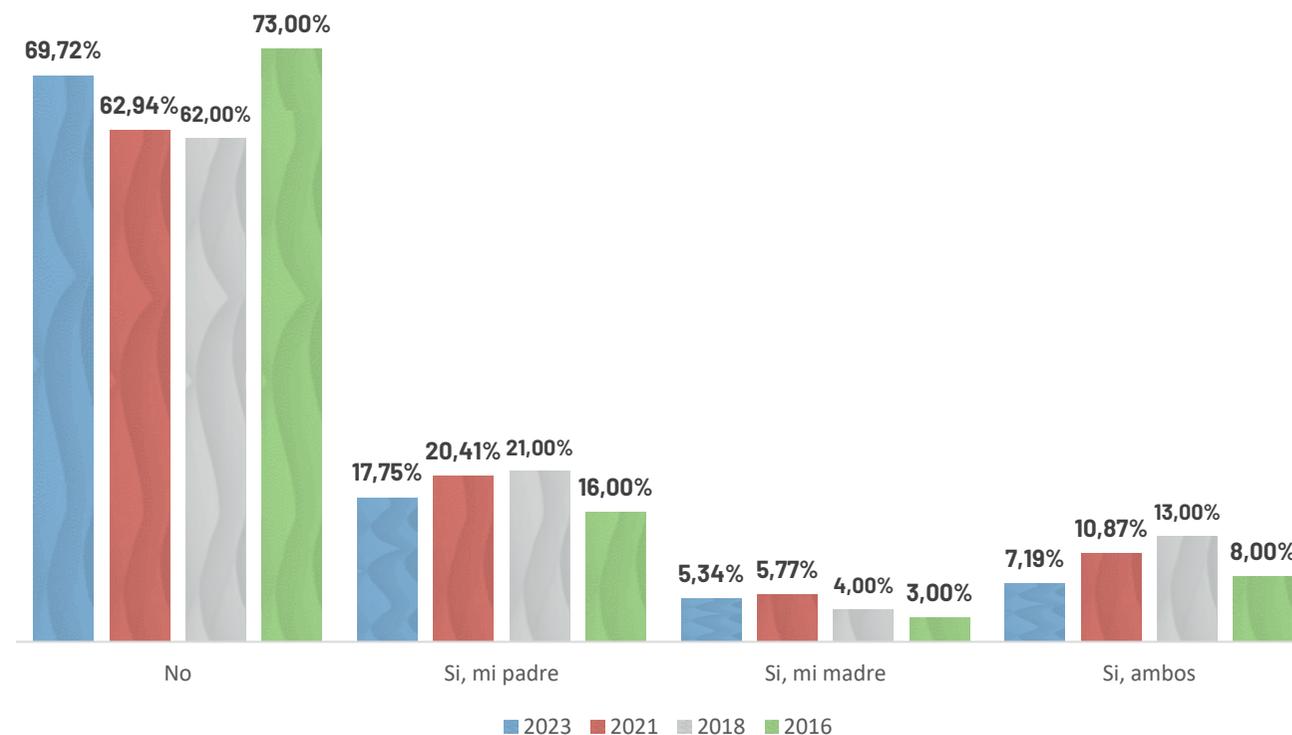


FIGURA 52.

PROGENITORES QUE TRABAJAN POR CUENTA PROPIA EN PORCENTAJE. COMPARATIVA AÑOS 2016, 2018, 2021 Y 2023 (N US 2023 = 862)

Vemos como la proporción de estudiantes cuyos padres trabajan por cuenta propia ha disminuido en general, estando los datos de este informe por debajo de las cifras de 2021 y 2018. Esto se cumple tanto para los padres, las madres, y para ambos progenitores simultáneamente.

Cuando se comparan los datos con los de 2016, en cambio, los resultados son levemente más favorables, ya que una proporción mayor de padres y de madres trabaja por cuenta propia. En cambio, el porcentaje de encuestados que tienen a ambos padres trabajando por cuenta propia es todavía es levemente inferior al dato de 2016.



4.2. Intenciones de elección de carrera de estudiantes

El porcentaje de estudiantes que planea trabajar por cuenta ajena tras 5 años de acabar sus estudios ha ido aumentando en las sucesivas ediciones. Por el contrario, aquellos que tienen decidido emprender ha ido disminuyendo desde 2018 en adelante.

Sin embargo, al terminar los estudios, el porcentaje de estudiantes que pretenden emprender se sitúa claramente por encima de los niveles pre-pandemia (2016 y 2018), aunque es inferior al nivel de 2021. También se observa una tendencia generalizada al aumento del número de indecisos desde al año 2018.

FIGURA 53.

INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA DE LOS UNIVERSITARIOS DE LA US AL FINALIZAR SUS ESTUDIOS Y CINCO AÑOS DESPUÉS. COMPARATIVA AÑOS 2016, 2018, 2021 Y 2023 (N US 2023=862).

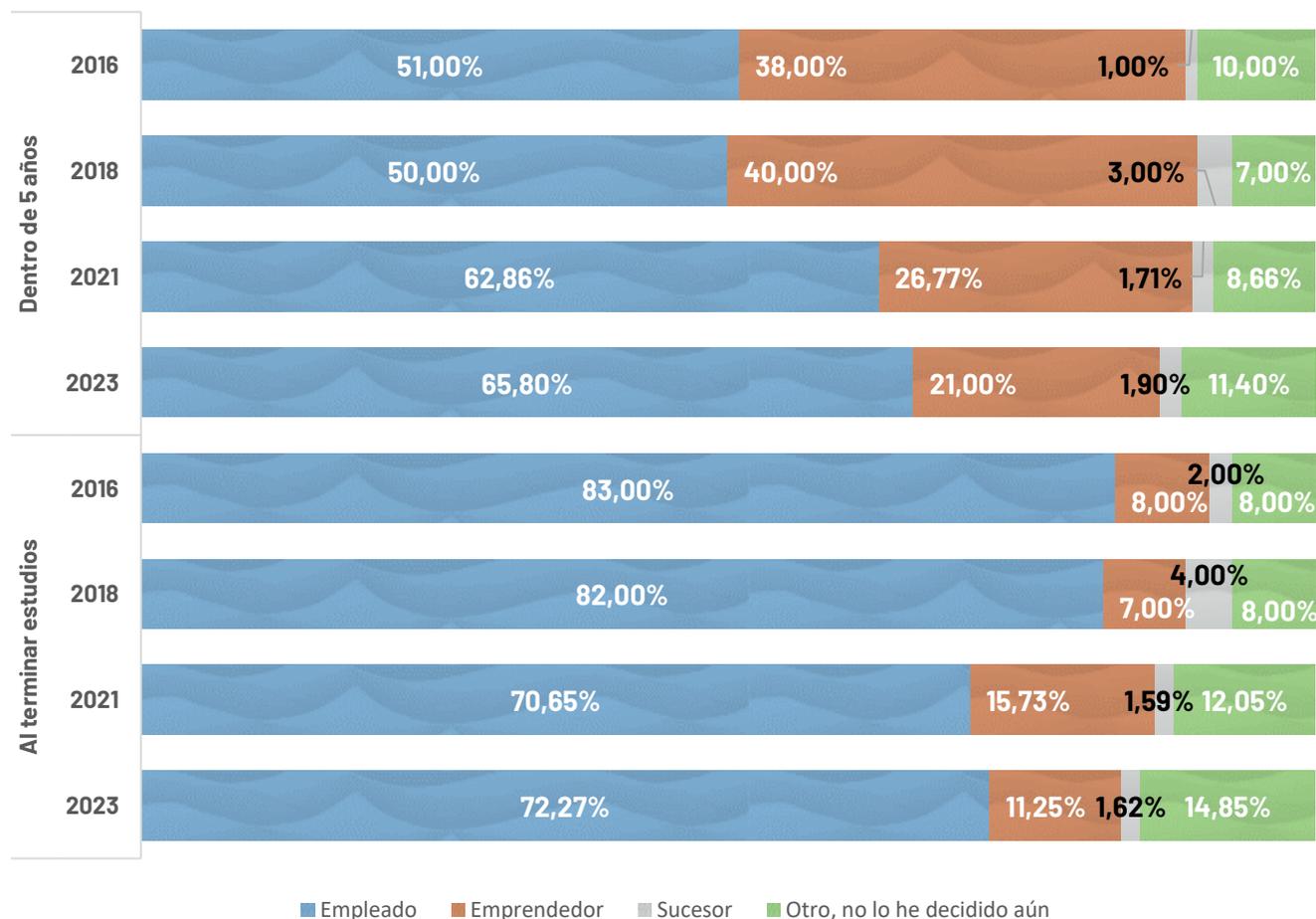


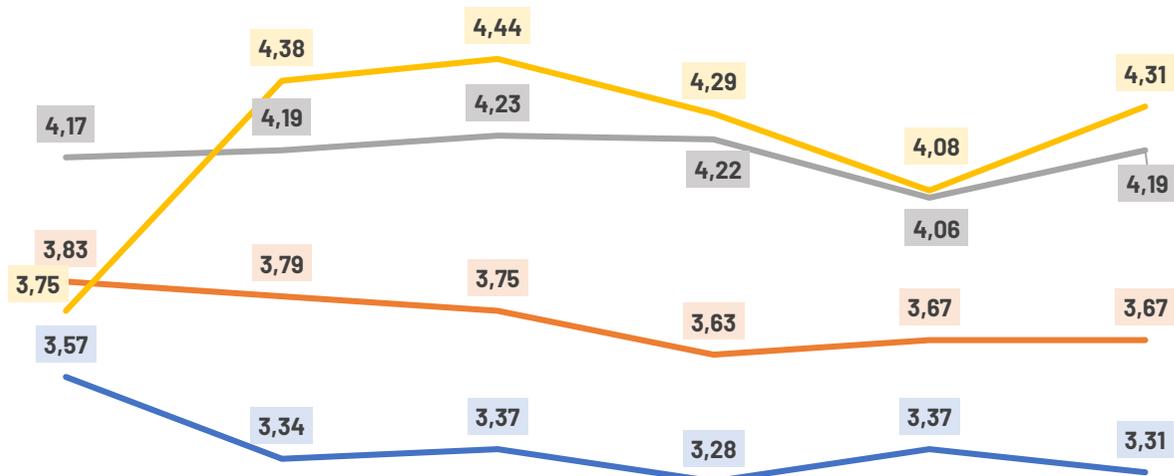
FIGURA 54.

VALOR PROMEDIO DE LOS ÍTEMS SOBRE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA. COMPARATIVA AÑOS 2016, 2018, 2021 Y 2023 (N US 2023 = 862)

Las respuestas obtenidas en los ítems sobre intención emprendedora en esta edición están por debajo en todos los casos a los de años anteriores.

Con la excepción del primer ítem (Estoy dispuesto/a a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor/a) en 2016, la tendencia a disminuir cada año es muy homogénea.

De esta forma, la pandemia parece marcar una clara diferencia, con datos anteriores (2016 y 2018) generalmente por encima del valor medio de la escala, y datos posteriores (2021 y 2023) siempre por debajo de ese punto medio.



Estoy dispuesto(a) a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor(a).    Mi meta profesional es llegar a ser emprendedor(a).    Haré todo lo posible para crear y gestionar mi propio negocio.    Estoy decidido(a) a crear una empresa en el futuro.    He pensado muy seriamente en iniciar un negocio.    Tengo la firme intención de crear un negocio algún día.

— 2023 — 2021 — 2018 — 2016

FIGURA 55.

FORMACIÓN EMPRENDEDORA RECIBIDA EN LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA. COMPARATIVA AÑOS 2016, 2018, 2021 Y 2023 (N US 2023 = 862)

### 4.3. Formación emprendedora

Es preocupante observar cómo el porcentaje de estudiantes que nunca han asistido a ningún curso de emprendimiento aumenta casi cada año. En 2023, ese porcentaje sitúa a la Universidad de Sevilla en una peor situación que en 2021, donde hubo una leve mejoría respecto a los datos obtenidos en el informe de 2018.

En general, podemos observar cómo los indicadores están empeorando respecto a anteriores ediciones. Sería muy importante analizar porqué está perdiendo impulso la formación emprendedora en la Universidad de Sevilla.

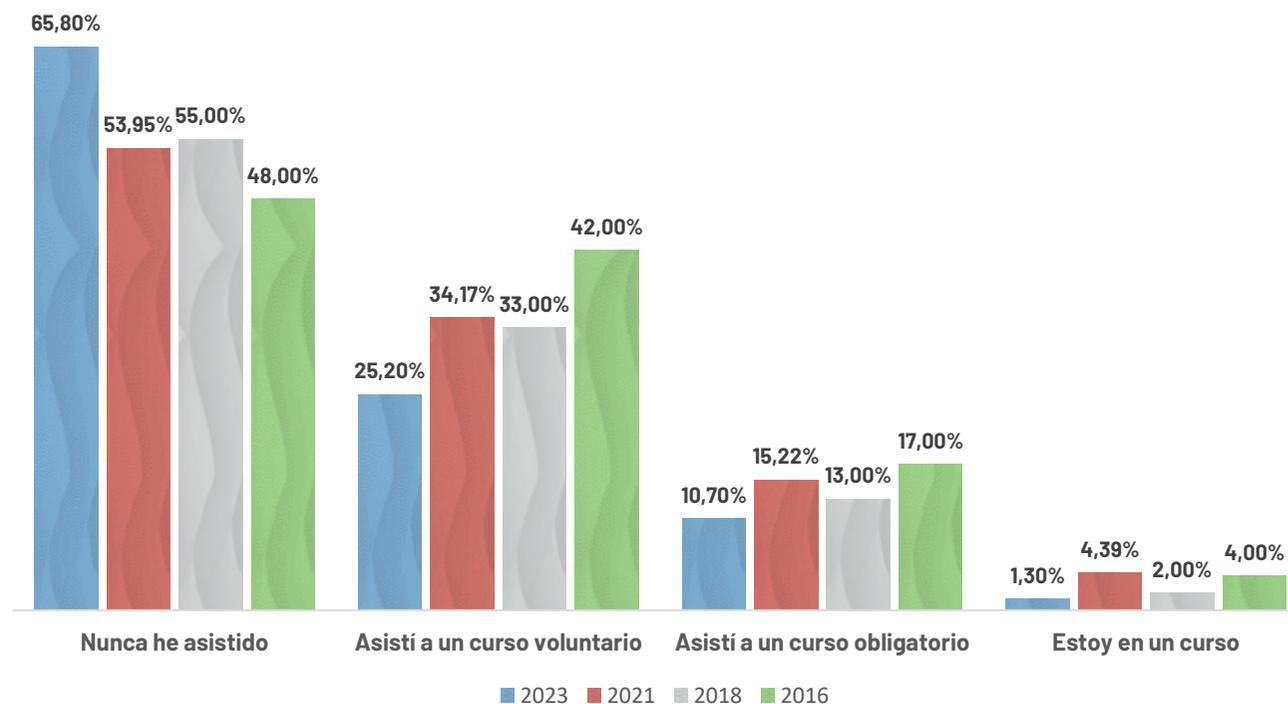


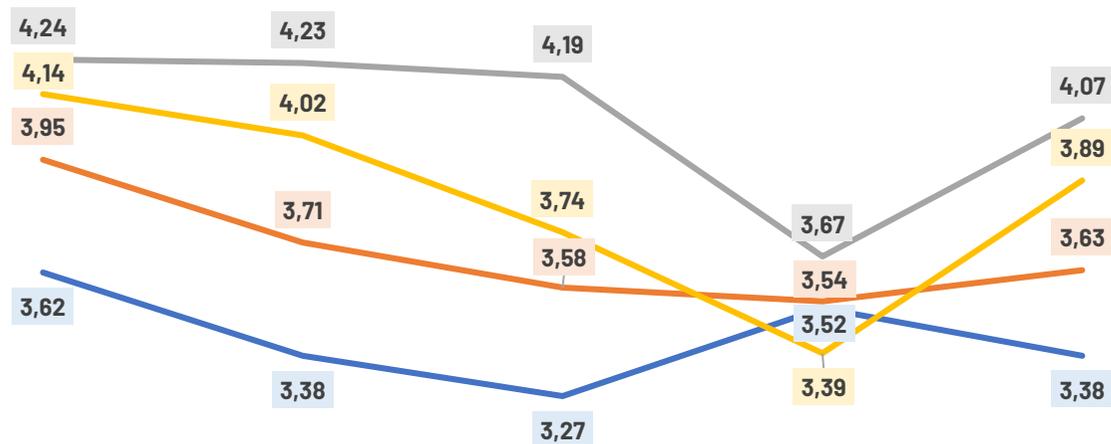
FIGURA 56.

EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE EN RELACIÓN CON EL EMPRENDIMIENTO. COMPARATIVA 2016, 2018, 2021 Y 2023 (N US 2023 = 862)

En la edición 2023 se ha incluido un ítem adicional: “Me animaron a identificar oportunidades de negocio alineados con mis conocimientos e intereses” (3,46), que no ha sido incluido en la figura por no poder compararse.

En relación con los ítems que sí son comparables, la evaluación de la formación emprendedora empeora en todos los aspectos desde 2018, después de una mejoría ese año respecto a 2016.

Solamente en relación con la capacidad de crear redes de contactos (3,52) se obtiene un valor similar a 2021, y algo superior a 2016.



Aumentaron mi conocimiento de las actitudes, valores y motivaciones para emprender.

Aumentaron mi conocimiento de las actividades que hay que realizar para crear una empresa.

Mejoraron mis habilidades prácticas de gestión para la creación de una empresa.

Mejoraron mis habilidades para crear redes de contactos.

Me animaron a identificar oportunidades de negocios estrechamente relacionadas con tendencias, discontinuidades, impactos tecnológicos y otros cambios en el entorno.

— 2023 — 2021 — 2018 — 2016

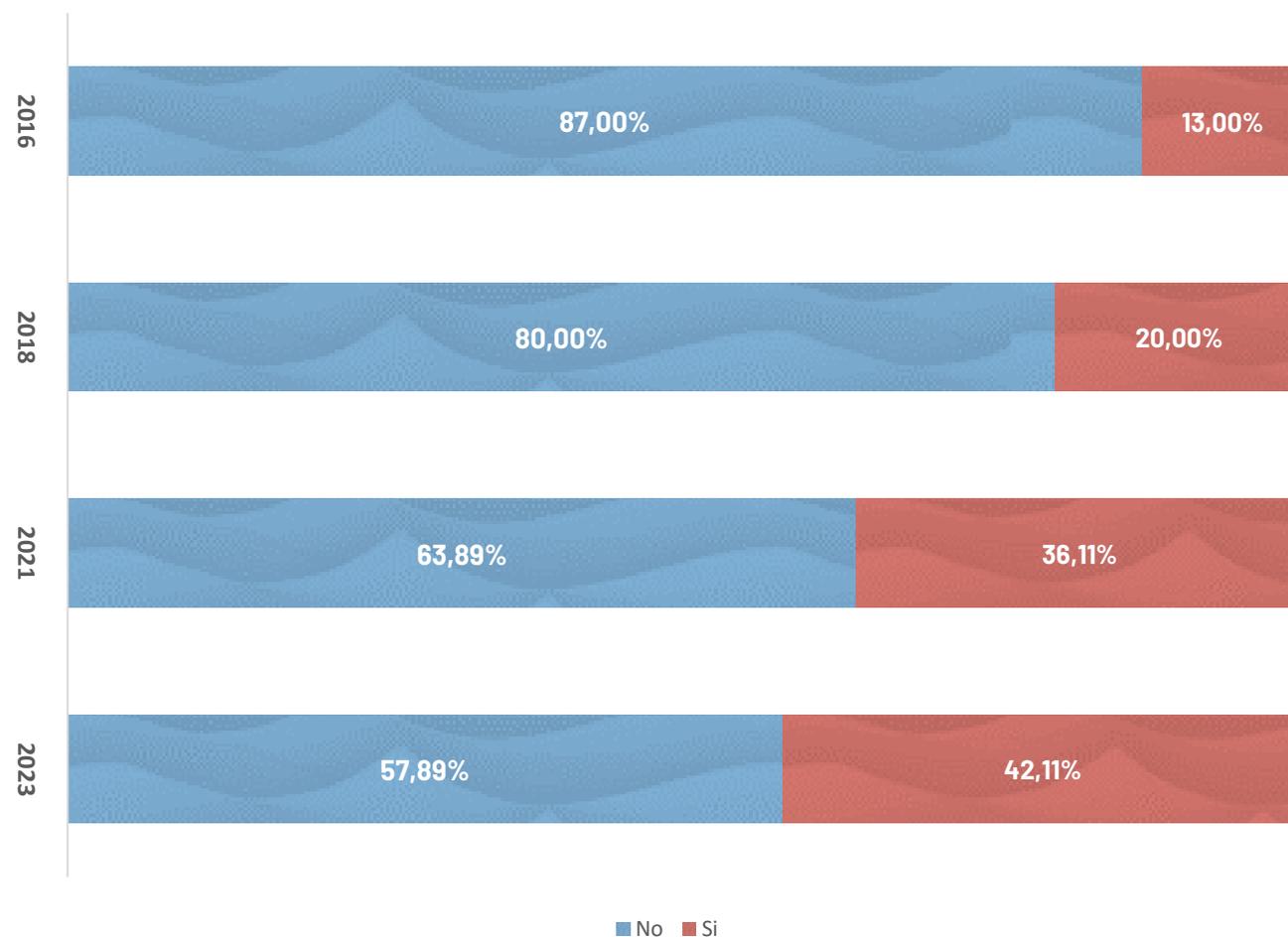
4.4. Empresa familiar (y sucesores)

Podemos observar que la proporción de estudiantes “sucesores” que trabajan en la empresa de sus progenitores ha ido aumentando a lo largo de los años de forma ininterrumpida con el paso de las ediciones.

En concreto, la proporción se ha más que triplicado, pasando del 13% en 2016 al 42% en 2023.

FIGURA 57.

PORCENTAJE DE ESTUDIANTES SUCESESORES QUE TRABAJAN EN LA EMPRESA DE SUS PROGENITORES. COMPARATIVA AÑOS 2016, 2018, 2021 Y 2023 (N US 2023 = 194)



En relación con la evolución de la intención de sucesión en la empresa familiar, los valores medios se sitúan todos los años en niveles muy reducidos.

Respecto al 2021, las cifras de 2023 son muy similares, aunque la media es algo inferior en el caso de "Estoy dispuesto/a a hacer cualquier cosa con el fin de tomar el control de la empresa de mis padres".

Los datos anteriores a la pandemia oscilan de un nivel mínimo (2016) a un nivel relativamente más alto (2018).

FIGURA 58.

VALOR PROMEDIO DE LOS ITEMS SOBRE LA INTENCIÓN DE LOS SUCESORES DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA. COMPARATIVA 2016,2018, 2021, 2023 (N US 2023 = 190)

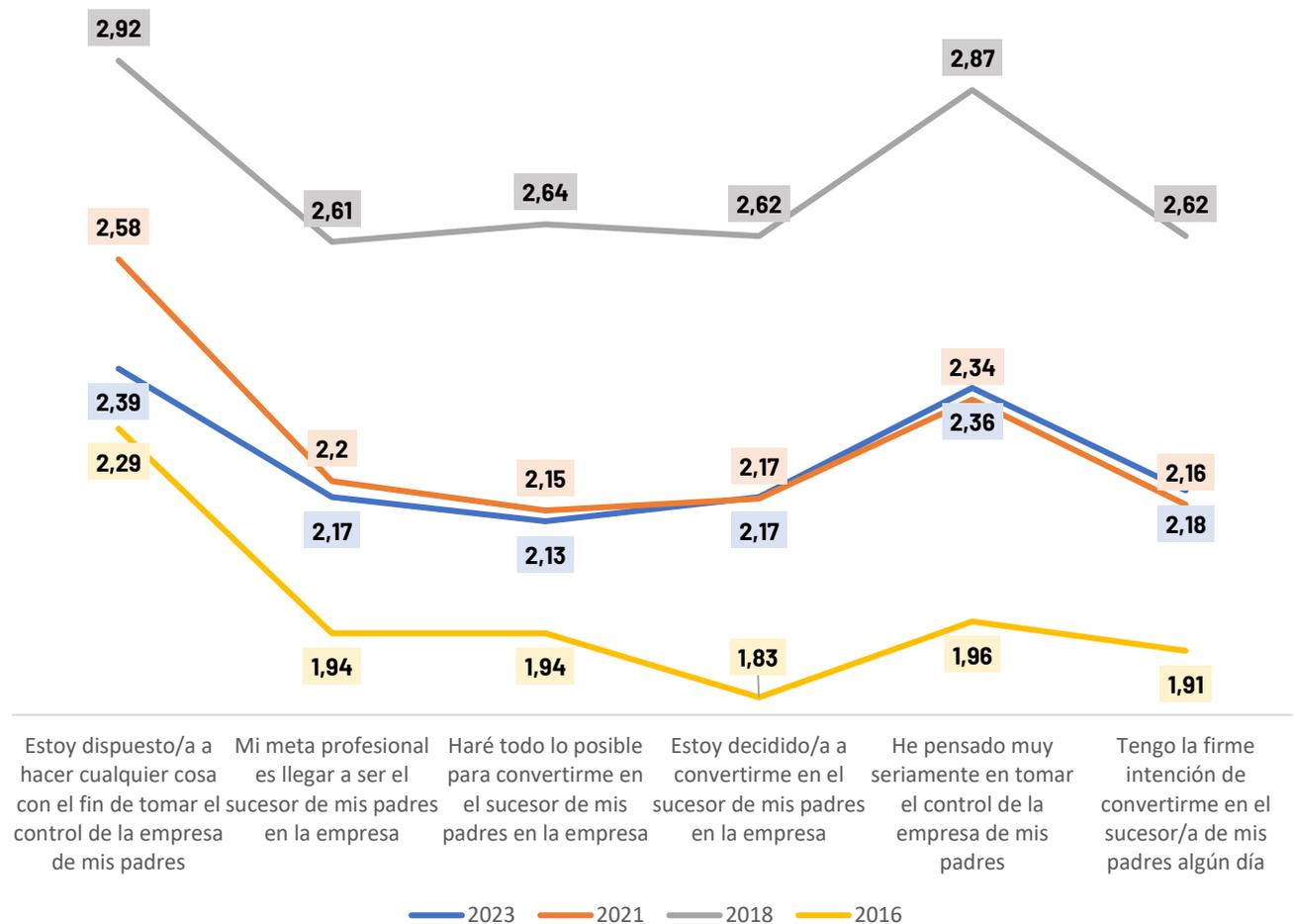


FIGURA 59.

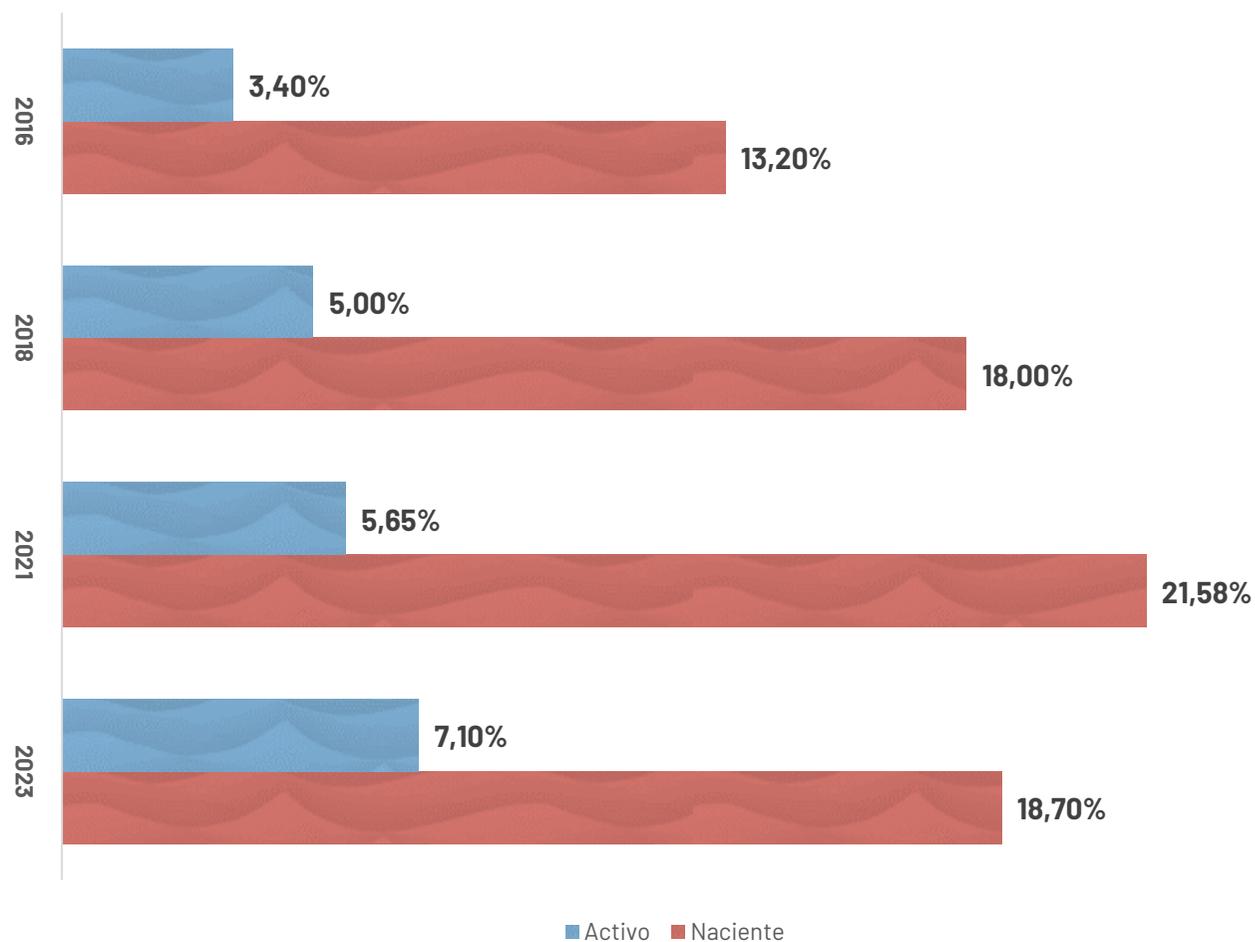
ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA EN COMPARACIÓN CON INFORMES 2016, 2018, 2021 Y 2023 (N US 2023 = 862)

#### 4.5. Actividades emprendedoras nacientes y activas

En relación con la actividad emprendedora de los estudiantes, se observa una tendencia favorable a largo plazo, aunque con diferencias en 2023.

La tasa de **emprendedores nacientes** cae en 2023, volviendo a los niveles de 2018.

Por su parte, la tasa de **emprendedores en activo** ha venido creciendo de forma sostenida en cada una de las ediciones hasta más que duplicar el nivel de 2016.





### ***Perfil de la población estudiantil de la Universidad de Sevilla.***

La muestra de estudiantes o encuestados de la Universidad de Sevilla es amplia y razonablemente representativa de la población estudiantil de la Universidad de Sevilla.

Así, aunque gran mayoría de encuestados pertenecen a un nivel de estudio de grado, también contamos con estudiantes de máster y doctorado, en una proporción que se corresponde con su peso en el estudiantado.

Desde el punto de vista de las ramas o campos de conocimiento, la muestra también se encuentra razonablemente distribuida. El mayor peso corresponde a las áreas de "empresa, economía y jurídicas", con casi el 30% del total.

Finalmente, la participación de mujeres (68,1%) es mayor que la de los hombres

### ***Intenciones de elección de carrera de los estudiantes***

En general, la preferencia por un trabajo por cuenta ajena sigue estando muy consolidada como salida profesional. Incluso aumenta respecto al informe anterior. Al finalizar los estudios, es la opción preferida por el 72,27% de los encuestados. Mientras, un 11,25% quiere ser emprendedor.

Estos porcentajes pasan a ser de 65,80% para el empleo por cuenta ajena y 21,00% para la opción de ser emprendedor cuando nos referimos a la situación que elegirían tras pasar 5 años desde que terminan los estudios.

En la preferencia de carrera profesional estamos por debajo de la media andaluza y en línea con la media nacional.

Respecto a los valores promedio de los ítems que miden la actitud emprendedora, volvemos a obtener

unas respuestas relativamente desfavorables con datos medios por debajo de 4 puntos (punto central de la escala utilizada). Destaca que esta percepción es la menos positiva respecto a todas las anteriores ediciones (2016, 2018 y 2021), donde el valor más bajo era de 3,75 en esa misma pregunta.

### ***Actividades emprendedoras nacientes y activas***

En relación con los emprendedores activos (7,10%), estamos por debajo de la media global, andaluza y española, acercándose a la media europea (7,30%).

En relación con los emprendedores nacientes (18,70%) superamos la media andaluza y estatal.

En relación con ediciones anteriores, hay un descenso de los estudiantes que son emprendedores nacientes (18,70% frente al 21,58% en 2021).

Sin embargo, respecto a los emprendedores activos, se observa una tendencia de crecimiento sostenida (7,10% frente al 6,00% del 2021).

### **Emprendedores nacientes**

- En general, el 72% planean tener una participación mayoritaria en su empresa nueva y el 60% no cuentan con posibles cofundadores para llevarla a cabo.
- Solo el 8% de los emprendedores nacientes ha creado antes una empresa.
- Un tercio de los emprendedores nacientes todavía no sabe cuándo completará el proceso de fundación.
- Casi dos tercios ubicarían su negocio en la ciudad de Sevilla.
- El 30% realizaría la actividad de su negocio enfocada en el sector terciario.
- El 40% pretende convertir este negocio en su principal ocupación al terminar los estudio (por debajo de los datos españoles).

### **Emprendedor activo**

- El 15% de los emprendedores activos ya han creado antes una empresa.
- El 45% de los negocios de estos no se sitúan en la localidad donde estudian.
- Un tercio de esto negocios basan su actividad en el sector cuaternario.
- El 12% de estos negocios ha recibido financiación de un Fondo de Capital Riesgo.
- El 70% de los emprendedores activos poseen una participación mayoritaria en su negocio.
- El 30% de los emprendedores activos nunca ha pivotado la idea de su negocio, el mismo porcentaje reconoce que su idea actual ha cambiado muy poco respecto a su idea inicial.
- El 65% de los negocios se fundaron entre 2022 y 2023 y otro 23% entre 2018 y 2021.
- El 45% de los emprendedores activos no tiene trabajadores a su cargo, mientras que el 33% solo tiene un trabajador, por encima de los datos nacionales.

- Solo el 37% de los encuestados quiere convertir su negocio en su ocupación principal al terminar sus estudios.
- Los encuestados evalúan el rendimiento de la empresa como relativamente positivo, salvo en la creación de empleo. Destaca la valoración sobre el "Crecimiento de Ventas", como la más favorable.

### **Emprendimiento universitario: aspectos específicos**

En relación con la asistencia de nuestros alumnos encuestados a actividades de formación emprendedora concluimos que el 65% del total no ha asistido nunca a ningún curso.

Si comparamos estos datos con el informe global y nacional, la Universidad de Sevilla mejora a la media española en asistencia a cursos (voluntarios y obligatorios). En cambio, está por debajo de la global en todos los indicadores.

Si comparamos estos datos con las ediciones anteriores, podemos comprobar que el número de

estudiantes encuestados que nunca han asistido a un curso de formación en materia de emprendimiento cada vez es mayor, esto es un dato preocupante.

Los estudiantes evalúan el aprendizaje en relación con el emprendimiento, con puntuaciones medias en todos los ítems entre 3 y 4, esto podría clasificarse como una "satisfacción levemente desfavorable", al situarse ligeramente por debajo del punto medio de la escala.

Al comparar estas medias con los informes anteriores, la tendencia de nuevo es negativa. Todos los promedios, excepto "Mejoraron mis habilidades para crear redes de contacto" han alcanzado su mínimo histórico desde que se realiza este informe en la Universidad de Sevilla.

### **Clima emprendedor**

Si comparamos el promedio obtenido (3,62) con los datos autonómicos, estatales, europeos y globales, la Universidad de Sevilla se sitúa a la

cola en este ítem, estando más próximo a la media UE-27 (4,10).

### **Género**

En referencia a la intención emprendedora:

- Al acabar los estudios, el 17,67% de los hombres quiere emprender frente al 8,35% de las mujeres, además el 17% de las mujeres todavía no tiene claro su elección frente al 12% en los hombres.
- A los cinco años de finalizar los estudios, la proporción de mujeres que busca emprender se duplica del 8,35% al 16,18%, de forma similar, en los hombres pasa del 17,67% al 31,58%.
- La proporción de hombres que quiere emprender al acabar los estudios y tras 5 años se sitúa ligeramente por debajo de la media europea y global, superando los valores nacionales.
- En el caso de las mujeres, al finalizar los estudios y después de 5 años, la proporción es inferior a la media global, europea y nacional.

- En relación con los ítems sobre actitud emprendedora, los hombres se sitúan por encima en todos los casos, siendo el ítem con mayor diferencia el de "Tengo la firme intención de crear un negocio algún día" donde el promedio de los hombres es de un 3,85 frente al 3,08 de las mujeres.

En referencia a los emprendedores nacientes y activos:

- Se observa una menor proporción de mujeres emprendedoras en su modalidad naciente que la media nacional y europea.
- Sin embargo, nuestra universidad presenta mayor proporción de mujeres emprendedoras en activo que la media nacional y europea, siendo solo inferior a la global.
- En general, existe una brecha de género en el porcentaje de emprendedores activos a favor de los hombres en esta materia de 8,90 puntos porcentuales.

### ***Empresa familiar (y sucesores)***

En general, el 30,46% de las empresas donde los estudiantes pretenden ser sucesores cuenta con más de 5 trabajadores.

Además el 28,24% tiene una antigüedad de entre 20 y 29 años y el 47% de las mismas realiza su actividad en el sector terciario.

El 55% de los encuestados que se definen como posibles sucesores, considera su empresa familiar y el 88,60% de los progenitores de estos estudiantes participa en su gestión.

El 58% de los estudiantes denominados sucesores ha trabajado en dicha empresa.

En general no poseen porcentaje de capital de la empresa, pese a que el 67% de las familias tienen más del 50% del capital de las mismas.

En relación con los valores promediados sobre la actitud de los sucesores respecto a heredar la empresa de sus padres, estos se sitúan en torno al 2-2,5 en la escala, valores realmente bajos.

Si comparamos estos datos con los informes anteriores vemos que la proporción de estudiantes cuyos progenitores trabajan por cuenta propia ha ido aumentando a lo largo de las ediciones, estando en el 2023 en el 42%.

En relación con los datos promediados obtenidos en referencia a la actitud de los sucesores respecto a heredar la empresa se sitúan en un valor razonable en comparación con los informes anteriores, siguen la tendencia del informe anterior y están por encima de los datos de 2016.

## **Recomendaciones**

### **1) Ampliar y diversificar la muestra**

Aumentar la participación de los estudiantes en diferentes niveles educativos y disciplinas

Diseñar estrategias para captar encuestados de manera que se garantice una representación equilibrada

### **2) Fomentar emprendimiento**

Crear programas de sensibilización para aumentar así la intención emprendedora.

Diseñar incentivos para aquellos que participen en dichas actividades.

Integrar la formación en emprendimiento en los planes de estudios de un número mayor de disciplinas y darle peso como salida profesional con futuro.

### **3) Apoyo a emprendedores**

Potenciar el sistema de mentorías con emprendedores experimentados o facilitar las redes para contactar con ellos.

Ofrecer apoyo en la búsqueda de cofundadores y socios

Desarrollar planes para el acompañamiento hasta la consolidación de los negocios nacientes.

### **4) Reducir brecha de género**

Implementar un mayor número de programas exclusivos de emprendimiento para mujeres.

Empoderar la figura de la mujer emprendedora mediante el uso de referentes femeninos que pertenezcan al ecosistema emprendedor.

Fomentar participación de las mujeres en actividades de emprendimiento.

### **5) Mejorar acceso a formación**

Aumentar la visibilidad de las ofertas en cursos y talleres y promover la asistencia a dichos eventos.

Evaluar el impacto de la formación actual y realizar modificaciones basadas en un sistema de mejora continua con uso de indicadores.

### **6) Apoyar a empresas familiares**

Ofrecer formación en materia de gestión y sucesión de empresas familiares.

Brindar un asesoramiento a los estudiantes que estén interesados en continuar con el negocio familiar.

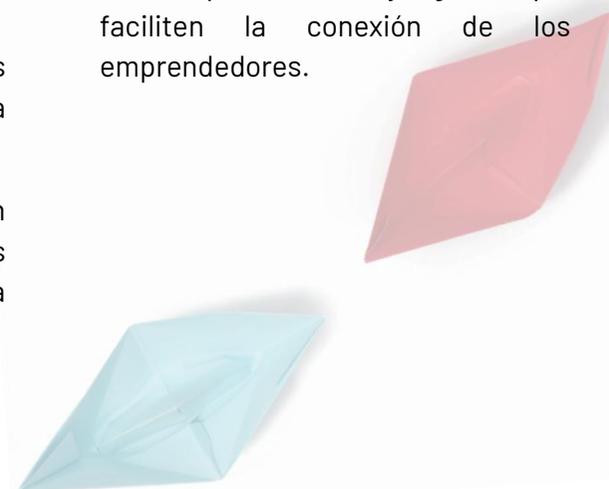
Fomentar un relevo generacional con estrategias que faciliten una transición hacia los estudiantes capacitados.

### **7) Mejorar ecosistema universitario**

Fortalecer aún más los vínculos con incubadoras y aceleradoras de empresas

Promover la colaboración con empresas y organismos.

Crear espacios físicos y digitales que faciliten la conexión de los emprendedores.





ESCUELA SUPERIOR DE INGENIERIA

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/>

Instituto Nacional de Estadística. Directorio de Empresas.

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., Fernández-Serrano, J., & Liñán, F. (2013). Valores culturales, nivel de ingresos y actividad emprendedora. *Revista de economía mundial*, (35), 35-51.

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.; 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.

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 Medina, C., Fernández Serrano, J., Carmona Lavado, A., Jaén Figueroa, I. y Cubo Molina, A.d. (2019). Informe GEM Provincia de Sevilla 2018-2019.

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-Cantucho, 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](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](http://www.guesssurvey.org/resources/PDF_InterReports/GUESSS_Global_2018.pdf)



# GUESSSS

23/24 UNIVERSIDAD  
DE SEVILLA



Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey

