

INFORME

GUESS

2023-2024

Emprendimiento en la Universitat Jaume I

María Luisa Flor Peris
Mercedes Segarra Ciprés
Laura Martínez Peris



Vicerectorat d'Innovació,
Transferència i Divulgació Científica



Informe GUESSS 2023-2024.

Emprendimiento en la
Universitat Jaume I

María Luisa Flor Peris
Mercedes Segarra Ciprés
Laura Martínez Peris

Universitat Jaume I
Campus del Riu Sec
12071 Castelló de la Plana

Depósito Legal: CS 789-2025
ISBN: 978-84-09-77522-4

Este documento está sujeto a una
licencia Reconocimiento-CompartirIgual 4.0.



Índice

01

PRESENTACIÓN. p.04

- 1.1 Prólogo del Director del Proyecto Guesss en España
- 1.2. Presentación institucional (David Cabedo, Vicerrector)
- 1.3. El informe GUESSS en la Universitat Jaume I

02

RESUMEN EJECUTIVO
Principales indicadores. p.08

03

EL PROYECTO GUESSS
2023-2024 en la Universitat Jaume I. p.11

04

INTENCIONES de elección de la carrera profesional de los estudiantes universitarios p.14

05

FACTORES EXPLICATIVOS de la intención de emprender. p.21

06

ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS de los estudiantes universitarios p.30

07

CONCLUSIÓN p.34

08

EMPRESA INSPIRADORA
fundada por un titulado UJI:
NARIA TECH S.L. p.41

09

RELACIÓN de universidades
participantes y delegados. p.44

Presentación

Prólogo del Director del Proyecto Guesss en España

La evolución del nivel de bienestar de España está asociado a la mejora de la competitividad de sus empresas y al aumento de su productividad. Un reto para ello es elevar la densidad empresarial y la eficiencia del tejido empresarial. Es preciso tener más y mejores empresas, con más capacidades directivas, 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 GUESS que coordina, pone en su atención en este reto. GUESS es el proyecto internacional de investigación colaborati-

va 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 76.000 estudiantes universitarios que le han dado a nuestro país el liderazgo por número de estudiantes involucrados. El informe nacional, publicado recientemente^[1], explota una parte de la extensa base de datos obtenida de las encuestas que se desplegaron



entre septiembre y diciembre de 2023 y expone diez historias inspiradoras de startups nacidas de los universitarios.

La alta participación y algunos de los resultados obtenidos muestran el interés y curiosidad de nuestros jóvenes por la materia y rompen algunos tópicos. La explotación de esta información por cada una de las universidades participantes les permite un análisis comparado con los indicadores nacionales e internacionales que es de gran valor para la investigación y la gobernanza de las universidades. La Universidad Jaume I y el equipo GUESS en la misma, ha realizado un excelente trabajo impulsando la participación de los estudiantes en esta edición del proyecto.

Este esfuerzo de los compañeros y compañeras de la Universidad Jaume I 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 GUESS en España.

En esa tarea, hay que agradecer el apoyo recibido a nivel nacional por parte del Santander Financial Institute (SANFI), la Fundación CO-TEC, 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 diseñar políticas útiles. El trabajo que han realizado las autoras de este informe de la Universidad Jaume I, María Luisa Flor Peris, Mercedes Segarra Ciprés y Laura Martínez Peris es una muestra de buen saber hacer y espero que sea útil para su comunidad universitaria y para lograr el objetivo enunciado de tener más y mejores empresas. A todas mis más sinceras felicitaciones por el informe realizado.



José Ruiz Navarro

Director del proyecto GUESS en España.

Catedrático Emérito por la Universidad de Cádiz

<https://observatoriodelemprendimiento.es/guesss>

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

Presentación institucional



David Cabedo,
*Vicerrector de Innovación,
Transferencia y Divulgación
Científica*

El emprendimiento se ha consolidado como un motor clave para el desarrollo económico y social de las regiones. En este contexto, las universidades desempeñan un papel esencial, actuando como epicentros de innovación y transferencia de conocimiento. La Universitat Jaume I ha apostado por fomentar el emprendimiento entre los miembros de la comunidad universitaria, lo cual subraya el compromiso firme con la innovación y el desarrollo sostenible de nuestro territorio.

Un ecosistema emprendedor sólido sólo se consigue si se fomentan las competencias emprendedoras desde las aulas. En este punto, las universidades, como principales centros de generación de conocimiento, son vitales. A través de actividades que complementan la formación reglada, los estudiantes universitarios pueden adquirir habilidades como el pensamiento ético y sostenible, la creatividad, la gestión del riesgo y de la incertidumbre y el trabajo en equipo. Esto no solo potencia su intención de emprender, sino que también les brinda las herramientas necesarias para hacer frente a los desafíos del entorno, concibiendo el fracaso como una valiosa oportunidad de aprendizaje.

La publicación del Informe GUESS 2023-2024 constituye un paso adelante en nuestra labor por entender, fomentar y apoyar el emprendimiento entre nuestros estudiantes. Este informe ofrece una visión exhaustiva de la intención de emprender en los estudiantes de la Universitat Jaume I, así como de los factores que influyen en sus decisiones en este ámbito. Los resultados aquí expuestos son especialmente relevantes para nuestra institución, ya que proporcionan claves esenciales para orientar políticas y acciones hacia la mejora continua del ecosistema emprendedor universitario.

Las universidades que promueven el emprendimiento crean un ambiente en el cual la colaboración entre estudiantes, investigadores, empresas e instituciones es fundamental, forjando relaciones duraderas y generando oportunidades en un mundo

interconectado. Al fomentar la interacción y el intercambio de ideas, se estimula la creatividad y la innovación, elementos clave para el éxito. De este modo, las universidades emprendedoras no solo contribuyen al desarrollo profesional de sus estudiantes, sino que también impactan positivamente en la sociedad al generar nuevas empresas y empleos, capacitando y empoderando a los universitarios para que se conviertan en agentes de cambio hacia un futuro más próspero y sostenible.

La Universitat Jaume I está comprometida con la formación integral de sus estudiantes, facilitando herramientas y recursos que permitan transformar sus ideas en proyectos viables y sostenibles. Los diversos programas de formación en emprendimiento, de mentorización, de desarrollo y gestión de proyectos innovadores y de creación de empresas, en los que participan agentes externos resultan esenciales para que los estudiantes adquieran y desarrollen competencias clave para su carrera profesional.

Quiero expresar mi agradecimiento a los estudiantes que han participado en este estudio y a las investigadoras por su dedicación. Estoy convencido de que iniciativas como esta nos acercan al objetivo común de hacer de nuestra universidad un referente en innovación, emprendimiento y desarrollo sostenible.

El informe GUESSS en la Universitat Jaume I

El emprendimiento es un aspecto esencial en el desarrollo económico y social para el territorio y las universidades juegan un papel clave en la promoción del mismo. La Universitat Jaume I proporciona recursos y apoyo al estudiantado para adquirir competencias emprendedoras con numerosas iniciativas dirigidas al fomento del emprendimiento innovador a través de programas y acciones de sensibilización, formación, acompañamiento y reconocimiento de dichas competencias emprendedoras innovadoras. Es por ello que analizar las intenciones emprendedoras del estudiantado universitario y de los factores que las determinan resulta determinante para conocer mejor el entorno emprendedor universitario y conocer las necesidades del estudiantado.

Este informe ha sido posible gracias al esfuerzo y colaboración de distintos actores del ecosistema emprendedor universitario. En especial, gracias a la colaboración del estudiantado de la Universitat Jaume I que respondió el cuestionario, distribuido por el Vicerrectorado de Innovación, Transferencia y Divulgación Científica a través de la Cátedra INCREA de Innovación, Creatividad y Aprendizaje.

El proyecto GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Student Survey) representa un hito crucial para comprender las intenciones y actividades empresariales de los estudiantes universitarios. Además, es una iniciativa internacional que se ha consolidado como un referente en el estudio del espíritu emprendedor universitario a nivel global. El proyecto, nacido en 2003, está coordinado por las universidades de St. Gallén y Berna de Suiza y cuenta con la participación de 57 países a nivel internacional. En España, a partir de 2018, el estudio se integró dentro de las actividades del Observatorio de Emprendimiento de España. A nivel nacional, cuenta con la participación de 71 universidades y centros empresariales a nivel nacional.

02

Resumen ejecutivo. Principales indicadores

PARTICIPANTES EN EL ESTUDIO

En el estudio han participado 670 estudiantes de la UJI. De ellos, el 61,6 % son mujeres y el 37,6 % son hombres. El 89 % son estudiantes de grado, el 6 % están matriculados en un máster universitario y el 4,2 % están cursando estudios de doctorado. Las ramas de conocimiento con mayor representación en el estudio son Economía y Empresa (37,9 %), seguida de Ingeniería (12,8 %), Derecho (11,8 %), Ciencias Sociales (10,4 %) y Humanidades (9,3 %).



INTENCIÓN DE ELECCIÓN DE CARRERA PROFESIONAL

Los estudiantes de la Universitat Jaume I señalan el empleo en el sector público y el empleo en una gran empresa como opciones profesionales preferentes al finalizar sus estudios.

El 13,1 % de los estudiantes manifiesta su intención de desarrollar una carrera emprendedora y trabajar en su propia empresa al acabar sus estudios. Cuando se les pregunta por su intención de emprender cinco años después de terminar los estudios, la preferencia por esta opción se duplica al ser elegida por el 26,4 % de los estudiantes.

Por género, las mujeres muestran una mayor inclinación por el empleo público frente a los hombres. También, manifiestan una mayor intención que los hombres por trabajar en instituciones académicas o en organizaciones sin ánimo de lucro. En contraste, los hombres destacan por su preferencia hacia el emprendimiento y el empleo en grandes empresas. Estas preferencias se mantienen en sus intenciones de elección de carrera cinco años después de haber terminado sus estudios.

HABILIDADES EMPRENDEDORAS PERCIBIDAS

Los estudiantes manifiestan poseer niveles intermedios de confianza en sus habilidades. Se sienten más seguros en destrezas personales como la resiliencia, creatividad y manejo de situaciones difíciles. Sin embargo, su confianza es menor en las habilidades empresariales prácticas como crear, comercializar y descubrir oportunidades.

EL CONTEXTO PARA EMPRENDER

Los estudiantes perciben la Universitat Jaume I como un entorno que inspira y facilita el emprendimiento, con una valoración de 4,4 sobre 7 puntos en su clima emprendedor, superando ligeramente la media española (4,2). Del clima universitario, destaca especialmente su función motivadora para la participación en actividades emprendedoras, seguida de cerca por la labor de asesoramiento y la atmósfera propicia para el desarrollo de nuevas ideas de negocio.

El 61,6 % de los estudiantes nunca ha asistido a cursos de emprendimiento, una cifra inferior a la media de las universidades españolas (68,4 %). El 27,8 % se ha formado asistiendo a cursos voluntarios, por encima del porcentaje de los estudiantes de las universidades españolas (22,3 %) y el 13,6 % ha recibido algún curso obligatorio de emprendimiento, porcentaje también superior al de la media de universidades españolas (9,7 %). Además, un 3 % de los estudiantes de la UJI se está formando activamente en emprendimiento, superando ligeramente la media nacional del 2,7 %. A pesar de los datos positivos en la formación, la reputación de la UJI en emprendimiento influyó solo en el 4,2 %



de los estudiantes al elegir la universidad, lo que está por debajo de la media española del 6,2 %.

El 70,1 % de los estudiantes no tiene padres que trabajen por cuenta propia o sean propietarios mayoritarios de una empresa. Al menos uno de los progenitores es emprendedor en más del 20 % de los casos, y en un 9,3 %, ambos padres lo son.

ACTIVIDAD EMPRENDE- DORA DE LOS ESTUDIAN- TES UNIVERSITARIOS

El 16,4 % de los estudiantes son emprendedores nacientes, es decir, están inmersos en la creación de su propio negocio mientras estudian, un porcentaje ligeramente inferior a la media española (17,5 %).

Casi la mitad de estos emprendedores nacientes (47,5 %) planea iniciar su empresa en solitario, mientras que un 35 % lo hará con un socio y solo el 16,3 % con dos o más. La mayoría (67,5 %) busca tener más del 50 % de la propiedad. Es destacable que el 58,8 % de estos emprendedores nacientes prevé que su nuevo negocio sea su ocupación principal tras graduarse.

Los proyectos de los emprendedores nacientes de la UJI se concentran principal-

mente en el sector terciario (servicios), con un 41,3 %, y el cuaternario (investigación, informática, educación, consultoría), con un 26,3 %. Los sectores secundario (industrial) y primario (agrícola, etc.) tienen una presencia mucho menor, con 16,3 % y 2,5 % respectivamente.

Las principales fuentes de oportunidad para estos nuevos negocios son el uso de nuevas tecnologías y la búsqueda de soluciones a problemas sociales importantes, ambos con una valoración promedio de 4,5 sobre 7. Le siguen el cambio climático y la sostenibilidad (3,6 puntos) y la respuesta a tendencias socioculturales (3,5 puntos).

El 5,7 % de los estudiantes son emprendedores activos, es decir, están actualmente gestionando su propio negocio. Este porcentaje es ligeramente inferior a la media de emprendedores activos entre el estudiantado universitario en España, que se sitúa en el 7,7 %.

03

El proyecto GUESS 2023-2024 en la Universitat Jaume I

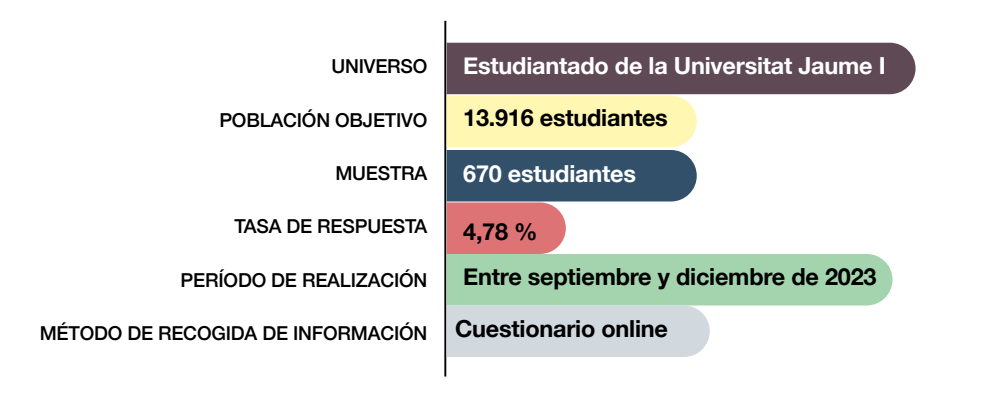
METODOLOGÍA

El proyecto GUESS centra su análisis en estudiantes universitarios matriculados en cualquier nivel académico, ya sea grado, máster o doctorado. El Instituto Suizo de Investigación de la PYME y el Emprendimiento, perteneciente a la Universidad de St. Gallen, elabora una encuesta para recoger la información de los estudiantes y se encarga de asegurar la validez y fiabilidad de los datos obtenidos. Una vez desarrollada, la encuesta se habilita en una plataforma digital, desde donde los equipos nacionales pueden distribuirla a las universidades participantes. En España, la Universidad de Cádiz, como coordinadora nacional, envió los enlaces correspondientes a la Universitat Jaume I en septiembre de 2023. A partir de ese momento, la recopilación de respuestas se llevó a cabo entre septiembre y diciembre del mismo año. La Universitat Jaume I colaboró activamente en la difusión de la encuesta a través del Vicerrectorado de Innovación, Transferencia y Divulgación Científica y de la Cátedra INCREA de Innovación, Creatividad y Aprendizaje.



El procesamiento de las respuestas se realiza de manera centralizada en la Universidad de St. Gallen. Una vez analizados los datos, los resultados se remiten a los equipos nacionales, quienes los desglosan por universidad y los hacen llegar a los respectivos coordinadores institucionales. Durante el curso académico 2023-2024, la Universitat Jaume I registró una matrícula total de 13.912 estudiantes (Universitat Jaume I, 2023), a quienes se les hizo llegar el cuestionario mediante correo electrónico. En total, se recopilaron 670 respuestas válidas, lo que representa una tasa de participación del 4,78 %. La Figura 1 presenta la ficha técnica del estudio.

Figura 1. Ficha técnica del estudio.



DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

De los 670 estudiantes que respondieron el cuestionario, el 61,6 % son mujeres y el 37,6 % son hombres. Respecto a la nacionalidad, el 86,9 % de los participantes en el estudio son de nacionalidad española. El 89 % son estudiantes de grado, el 6 % están matriculados en un máster universitario y el 4,2 % están cursando estudios de doctorado.

En cuanto a las ramas de conocimiento en las que están realizando sus estudios, los estudiantes del ámbito de Economía y Empresa constituyen la mayor proporción (37, 9 %) de la muestra. A distancia, con participaciones similares, se hallan los de Ingeniería (12, 8 %), Derecho (11,8 %), Ciencias Sociales (10,4 %) y Humanidades (9,3 %). El estudiantado con menor representación en la muestra es el que está cursando estudios pertenecientes a las ramas de Medicina/Ciencias de la Salud (4,9 %), Informática (4,2 %) y Ciencias y Matemáticas (3,3 %).

Figura 2. Género de las personas participantes.

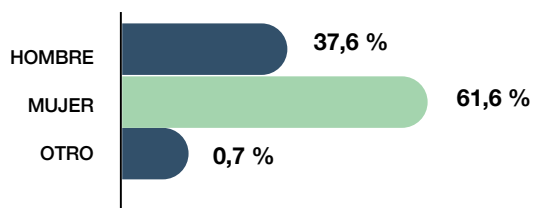


Figura 3. Nacionalidad de las personas participantes.

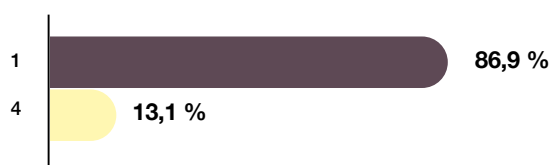


Figura 4. Nivel de estudios de las personas participantes.

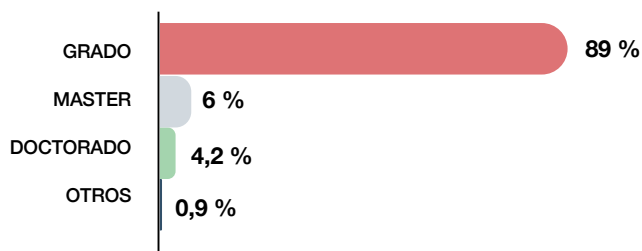
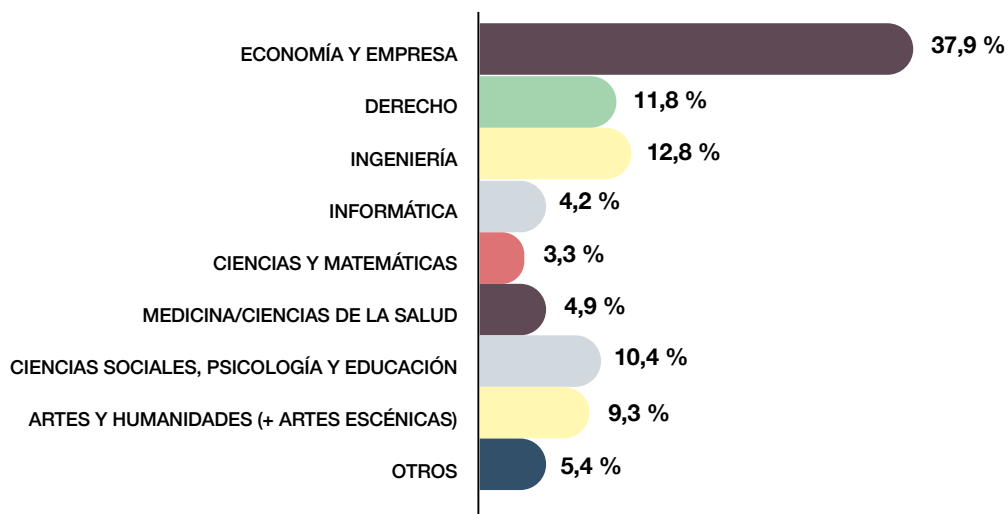


Figura 5. Rama de conocimiento de las personas participantes.



04

Intenciones de elección de la carrera profesional de los estu- diantes universitarios

ELECCIÓN DE CARRERA AL FINALIZAR LOS ESTUDIOS

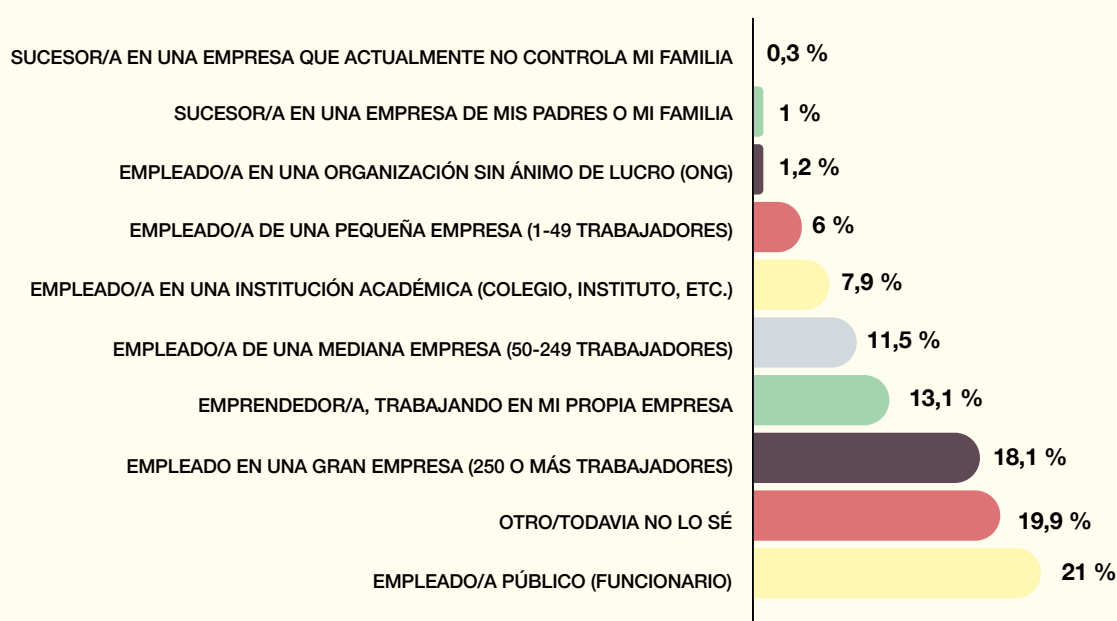
En relación con las intenciones de elección de carrera profesional recién acabados los estudios universitarios (Figura 6), los resultados muestran una clara preferencia inicial por la estabilidad laboral, siendo empleado/a público (funcionario) la opción más seleccionada, con un 21 % del total. Esta cifra pone de relieve la fuerte atracción que ejerce el empleo en el sector público entre los estudiantes universitarios, posiblemente por su seguridad y beneficios asociados. En segundo lugar, el 18,1 % de los encuestados manifiesta su intención de incorporarse a una gran empresa (250 o más trabajadores), lo que sugiere que este tipo de organizaciones sigue siendo percibido como un entorno atractivo para iniciar la carrera profesional, probablemente por las oportunidades de desarrollo, formación y estabilidad que ofrecen.



Un 19,9 % de los participantes afirma no tener aún claridad sobre su futuro inmediato, lo que refleja una incertidumbre significativa entre los estudiantes a la hora de definir su camino profesional al terminar sus estudios. Un 13,1 % señala como preferencia ser emprendedor/a y tener su propia empresa. Este dato evidencia un interés relevante por el autoempleo y la creación de proyectos propios desde una etapa temprana.

Otras salidas laborales presentan menores porcentajes. Por ejemplo, trabajar en una mediana empresa reúne al 11,5 %, mientras que hacerlo en una pequeña empresa apenas alcanza el 6 %. Esto sugiere que los estudiantes perciben a estas empresas como opciones menos atractivas en comparación con las grandes corporaciones o el sector público. El empleo en instituciones académicas es una opción intermedia, con un 7,9 %, probablemente vinculado a perfiles orientados a la docencia o investigación. Las opciones menos consideradas son el empleo en una ONG (1,2 %), y ser sucesor/a en una empresa familiar (1 %) o en una empresa ajena al control familiar (0,3 %), lo cual refleja un escaso interés por continuar negocios familiares o asumir roles de liderazgo empresarial heredado en esta fase inicial.

Figura 6. Intenciones de elección de carrera al terminar los estudios.



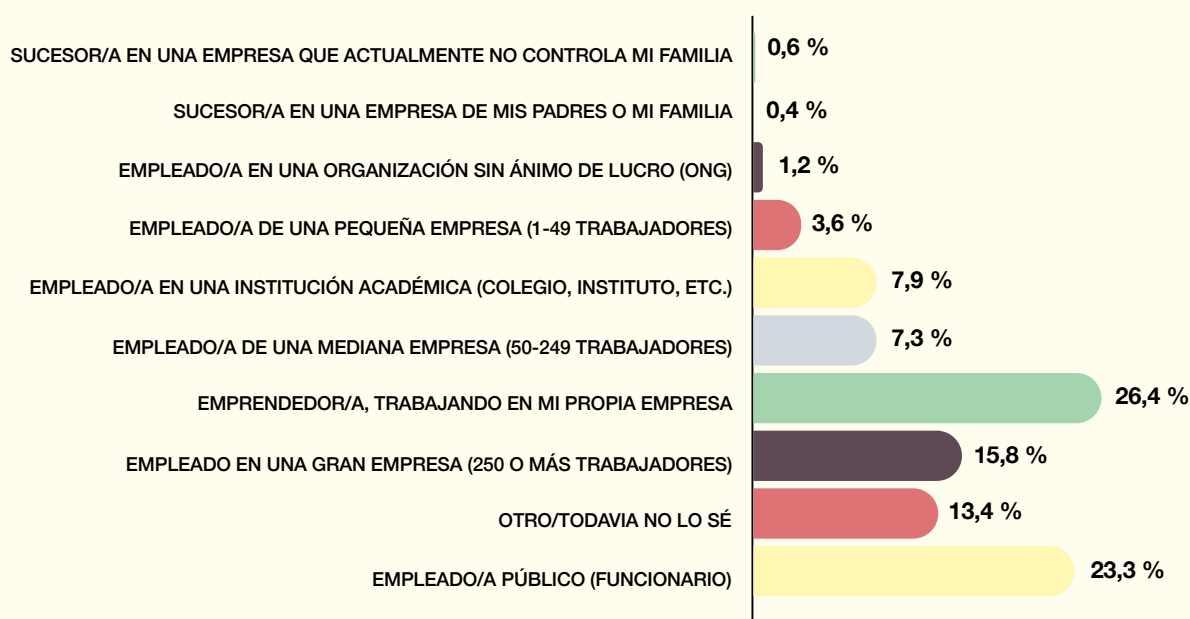
ELECCIÓN DE CARRERA 5 AÑOS DESPUÉS DE FINALIZAR LOS ESTUDIOS

Cinco años después de finalizar los estudios, el emprendimiento se posiciona como la opción preferida, con un 26,4 % de los estudiantes deseando trabajar en su propia empresa. En segundo lugar, se mantiene fuerte la aspiración a ser empleado/a público, con un 23,3 %, reflejando el valor atribuido a la estabilidad laboral.

El empleo en una gran empresa sigue siendo relevante (15,8 %), mientras que el porcentaje de quienes aún no tienen claridad sobre su futuro profesional también es notable (13,4 %).

Las opciones como el trabajo en una institución académica (7,9 %), en una mediana empresa (7,3 %) o en una pequeña empresa (3,6 %) pierden peso, lo que sugiere que los estudiantes tienden a proyectarse hacia posiciones con mayor autonomía o estabilidad a medio plazo. Las alternativas menos consideradas continúan siendo, cinco años después de terminar sus estudios, el empleo en una ONG (1,2 %) y la sucesión en empresas familiares o no familiares, que no superan el 1 % en conjunto.

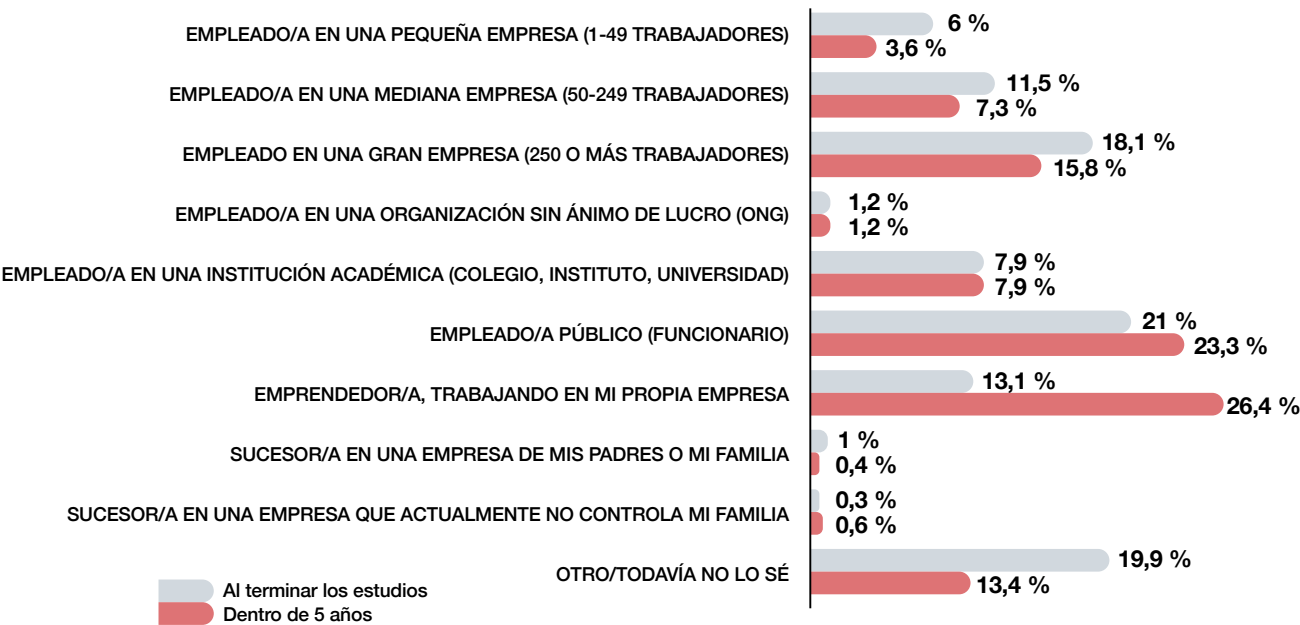
Figura 7. Intenciones de elección de carrera 5 años después.



COMPARATIVA: AL TERMINAR LOS ESTUDIOS VS. DENTRO DE 5 AÑOS

Los cambios más relevantes entre ambos momentos reflejan una evolución en las aspiraciones profesionales: el emprendimiento, que inicialmente atraía al 13,1 % de los estudiantes, se duplica hasta alcanzar el 26,4 %, consolidándose como el objetivo principal a medio plazo. La preferencia por el empleo público también crece (de 21 % a 23,3 %). En contraste, el interés por trabajar en pequeñas y medianas empresas disminuye considerablemente, y el grupo que aún no sabe qué hará se reduce del 19,9 % al 13,4 %, lo que sugiere una mayor claridad en los objetivos profesionales con el paso del tiempo. Finalmente, el atractivo de opciones como la sucesión o el trabajo en ONGs se mantiene bajo o incluso disminuye.

Figura 8. Comparativa de las intenciones de elección de carrera al terminar los estudios y dentro de 5 años.



RESULTADOS POR GÉNERO: AL TERMINAR LOS ESTUDIOS Y A LOS 5 AÑOS

Al analizar las preferencias profesionales por género al terminar los estudios se observa que las mujeres muestran una mayor inclinación por el empleo público (25,7 %) frente a los hombres (13,9 %). También, manifiestan una mayor intención que los hombres por trabajar en instituciones académicas (9,4 % frente a 5,6 %) o en organizaciones sin ánimo de lucro (1,7 % frente a 0,4 %), lo que puede ser indicativo de una tendencia hacia entornos laborales más estables o con vocación social. En contraste, los hombres destacan por su preferencia hacia el emprendimiento (18,7 % frente al 9,9 % de mujeres) y el empleo en grandes empresas (20,2 % frente al 16,7 %), reflejando un perfil más orientado al ámbito corporativo.

y autónomo. Ambos grupos presentan porcentajes similares en la categoría de incertidumbre (“todavía no lo sé”), lo que indica un grado comparable de indefinición al finalizar los estudios.

Cinco años después de terminar sus estudios, las expectativas profesionales de hombres y mujeres muestran diferencias significativas (Figura 10). Las mujeres tienden a optar por carreras más estables, destacando su preferencia por el empleo público (27,1 %) y el trabajo en instituciones académicas (9,2 %). Además, no presentan interés por ser sucesora por una empresa que no pertenece a la familia, frente al 1,2% de los hombres (Figura 9).

Por su parte, los hombres muestran un perfil más emprendedor, siendo el 32,9 % los que se ven gestionando su propio negocio, frente al 22,8 % de las mujeres. También es mayor entre ellos la proporción de quienes aún no tienen clara su opción profesional (14,6 % frente al 12,4 % en mujeres).

En conjunto, las mujeres parecen priorizar la seguridad laboral y la continuidad institucional, mientras que los hombres se orientan más hacia la autonomía profesional y la creación de empresa.

Figura 9. Intención de elección de carrera profesional por género al finalizar los estudios.

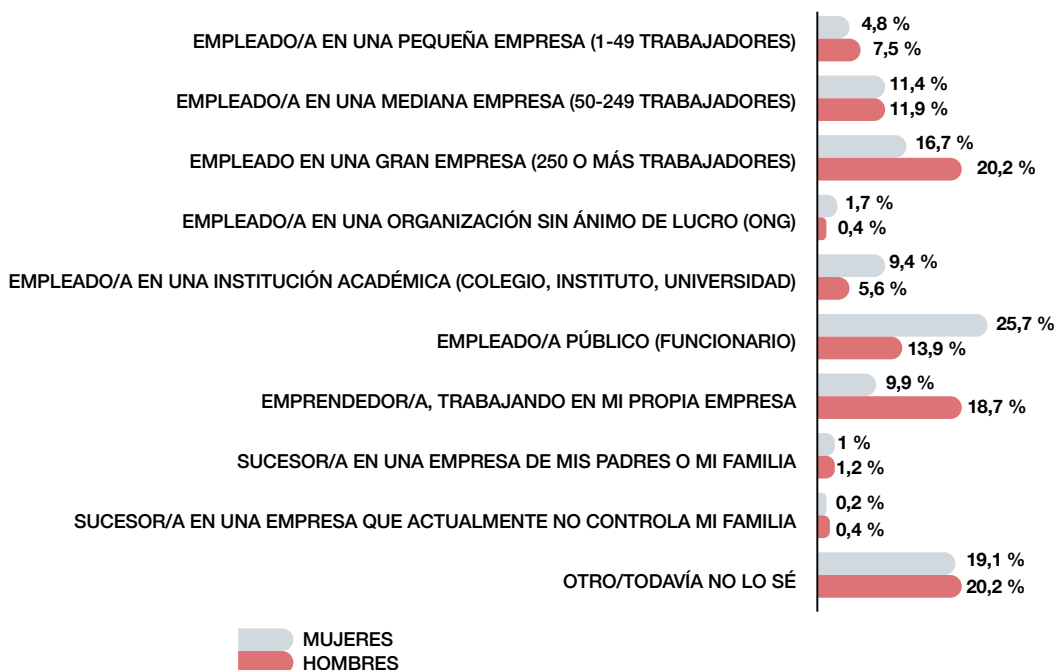
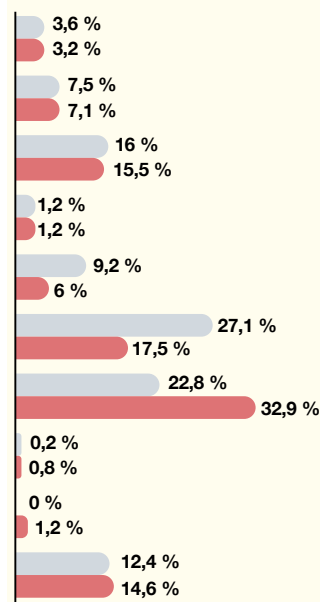


Figura 10. Intención de elección de carrera por género 5 años después de acabar los estudios.



RESULTADOS POR ÁREA DE ESTUDIOS: AL TERMINAR LOS ESTUDIOS
Y A LOS 5 AÑOS

Los datos muestran diferencias significativas en las intenciones profesionales de los estudiantes universitarios según su área de estudios (Tabla 1). Los estudiantes de Medicina y Ciencias de la Salud se inclinan de forma mayoritaria por el empleo público, con un 57,6 % que manifiesta interés en ser funcionarios, seguidos por los de Derecho, donde esta opción alcanza el 44,3 %. También en titulaciones como Ciencias Sociales y Economía y Empresa, esta salida es relevante, aunque con porcentajes más moderados (21,4 % y 18,9 %, respectivamente).

Por otro lado, el empleo en grandes empresas resulta especialmente atractivo para estudiantes de Ciencias y Matemáticas (27,3 %), Ingeniería (26,7 %) y Economía y Empresa (22,8 %). Estas titulaciones, junto con Informática, muestran una orientación clara hacia el sector privado estructurado.

En cuanto a la intención emprendedora, los niveles más altos se observan en Derecho (17,7 %), Economía y Empresa (17,3 %) e Ingeniería (16,3 %), lo que sugiere un mayor interés por iniciativas empresariales propias en estos campos.

La opción de trabajar en el ámbito académico o educativo es especialmente valorada por quienes estudian Ciencias y Matemáticas (31,8 %), Artes y Humanidades (22,6 %) y Ciencias Sociales (17,1 %), lo que refleja una mayor afinidad con la docencia y la investigación.

Por último, destaca el alto porcentaje de estudiantes que aún no tienen claro su futuro profesional, especialmente en Informática (28,6 %), Artes y Humanidades (27,4 %), y Economía y Empresa (15,4 %).

Tabla 1. Intención de elección de carrera (en %) por área de estudio al acabar los estudios.

	ECONOMÍA Y EMPRESA	DERECHO	INGENIERÍA	INFORMÁTICA	CIENCIAS Y MATES	MEDICINA/ CIENCIAS SALUD	CIENCIAS SOCIALES	ARTES Y HUMANIDADES
Empleado/a en una pequeña empresa (1-49 trabajadores)	5,9	5,1	7	10,7	0	3	7,1	6,5
Empleado/a en una mediana empresa (50-249 trabajadores)	13,4	5,1	22,1	14,3	9,1	0	7,1	6,5
Empleado en una gran empresa (250 o más trabajadores)	22,8	7,6	26,7	21,4	27,3	3	11,4	12,9
Empleado/a en una organización sin ánimo de lucro (ONG)	0,4	0	1,2	3,6	0	0	5,7	1,6
Empleado/a en una institución académica (Colegio, Instituto, Universidad)	2,4	0	3,5	10,7	31,8	9,1	17,1	22,6
Empleado/a público (funcionario)	18,9	44,3	3,5	7,1	0	57,6	21,4	16,1
Emprendedor/a, trabajando en mi propia empresa	17,3	17,7	16,3	3,6	9,1	9,1	5,7	6,5
Sucesor/a en una empresa de mis padres o mi familia	2,8	0	0	0	0	0	0	0
Sucesor/a en una empresa que actualmente no controla mi familia	0,8	0	0	0	0	0	0	0
Otro/Todavía no lo sé	15,4	20,3	19,8	28,6	22,7	18,2	24,3	27,4

dades (27,4 %) y Ciencias Sociales (24,3 %), lo que podría estar relacionado con la incertidumbre del mercado laboral o la diversidad de salidas posibles en estas áreas.

Cinco años después de acabar la carrera, se observan cambios relevantes en las aspiraciones profesionales de los estudiantes según su titulación (Tabla 2). En general, la intención emprendedora aumenta, especialmente entre los titulados en Ingeniería (37,2 %) y Economía y Empresa (34,6 %), lo que refleja un crecimiento notable respecto a su intención inicial. También destaca este incremento en Medicina y Ciencias de la Salud (24,2 %) y Derecho (22,8 %).

Por otro lado, aunque el empleo público sigue siendo una de las opciones más valoradas en titulaciones como Derecho (44,3 %) y Medicina (39,4 %), se observa una ligera disminución respecto a las intenciones iniciales, especialmente en Medicina, donde baja casi 20 puntos porcentuales. En Ciencias Sociales y Artes y Humanidades, el empleo público también gana importancia con respecto a otros sectores.

La opción de trabajar en instituciones académicas crece con fuerza, particularmente entre quienes estudiaron Ciencias y Matemáticas (40,9 %) y Artes y Humanidades (19,4 %), lo que puede sugerir un interés sostenido o creciente por la investigación o la docencia universitaria.

En contraste, el empleo en grandes empresas pierde algo de atractivo en Ingeniería (pasa de 26,7 % a 15,1 %), aunque aumenta en Informática (hasta el 25 %) y se mantiene alto en Ciencias y Matemáticas (31,8 %).

Finalmente, la opción “Otro/Todavía no lo sé” disminuye en la mayoría de las titulaciones, especialmente en Economía y Empresa y Ciencias Sociales, lo que indica una mayor claridad en las metas profesionales a medio plazo.

Tabla 2. Intención de elección de carrera (en %) por área de estudio cinco años después de acabar los estudios.

	ECONOMÍA Y EMPRESA	DERECHO	INGENIERÍA	INFORMÁTICA	CIENCIAS Y MATEMÁTICAS	MEDICINA/ CIENCIAS DE LA SALUD	CIENCIAS SOCIALES	ARTES Y HUMANIDADES
Empleado/a en una pequeña empresa (1-49 trabajadores)	3,1	1,3	3,5	3,6	0	3	5,7	6,5
Empleado/a en una mediana empresa (50-249 trabajadores)	6,3	2,5	13,9	14,3	0	0	5,7	9,7
Empleado en una gran empresa (250 o más trabajadores)	19,3	11,4	15,1	25	31,8	3	8,6	14,5
Empleado/a en una organización sin ánimo de lucro (ONG)	0,8	0	2,3	0	0	3	1,4	3,2
Empleado/a en una institución académica (Colegio, Instituto, Universidad)	2,8	0	7	7,1	40,9	3	17,1	19,4
Empleado/a público (funcionario)	22	44,3	4,6	7,1	4,5	39,4	27,1	25,8
Emprendedor/a, trabajando en mi propia empresa	34,6	22,8	37,2	17,9	18,2	24,2	15,7	9,7
Sucesor/a en una empresa de mis padres o mi familia	1,2	0	0	0	0	0	1,4	0
Sucesor/a en una empresa que actualmente no controla mi familia	0,8	0	1,2	0	0	0	0	0
Otro/Todavía no lo sé	9,1	17,7	15,1	25	4,5	24,2	17,1	11,3

05

Factores explicativos de la intención de emprender

LA INTENCIÓN DE EMPRENDER

Además de la intención de elección de la carrera profesional, con el objetivo de profundizar en la intención de emprender, se pidió a los estudiantes que expresaran su grado de acuerdo con diferentes afirmaciones relacionadas con este aspecto, las cuales fueron evaluadas con escalas de 7 puntos, en las que el valor 1 representa que estaban muy en desacuerdo y el valor 7 refleja que estaban muy de acuerdo con la afirmación. En conjunto, los estudiantes muestran una baja intención emprendedora, puntuando las afirmaciones con valores que muestran estar en relativo desacuerdo, con un valor promedio global de 3,63 puntos.



Si nos fijamos en el porcentaje de estudiantes con una intención emprendedora más firme, esto es, aquellos que manifestaron estar de acuerdo/muy de acuerdo con las afirmaciones, podemos ver que en casi todos los aspectos examinados toman valores en torno al 20 %, mostrando que aproximadamente 1 de cada 5 estudiantes tiene una firme intención emprendedora.

Tabla 3. Intención emprendedora de los estudiantes.

	MEDIA	DE ACUERDO/ MUY DE ACUERDO (% ESTUDIANTES)
Estoy dispuesto(a) a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor(a).	3,7	16,6
Mi meta profesional es llegar a ser emprendedor(a).	3,6	21,0
Haré todo lo posible para crear y gestionar mi propio negocio.	3,7	22,1
Estoy decidido(a) a crear una empresa en el futuro.	3,6	19,4
He pensado muy seriamente en iniciar un negocio.	3,6	20,8
Tengo la firme intención de crear un negocio algún día.	3,6	22,3
PROMEDIO Intención emprender	3,6	

Si examinamos la intención emprendedora en función del género, en promedio, los estudiantes hombres muestran una mayor intención emprendedora, con un valor promedio de los ítems examinados de 3,9 puntos, frente a los 3,4 puntos de las mujeres. Si nos fijamos en aquellos estudiantes que manifiestan un elevado grado de acuerdo con las afirmaciones, se puede apreciar que el porcentaje de estudiantes varones es mayor que el porcentaje de estudiantes mujeres en prácticamente todos los aspectos (a excepción de “Haré todo lo posible para crear y gestionar mi propio negocio”). Así, en torno a 1 de cada 4 estudiantes varones se plantean como meta profesional llegar a ser emprendedor (25,9 %), han pensado muy seriamente en iniciar un negocio (27 %), o tienen la firme intención de crear un negocio algún día (28 %).

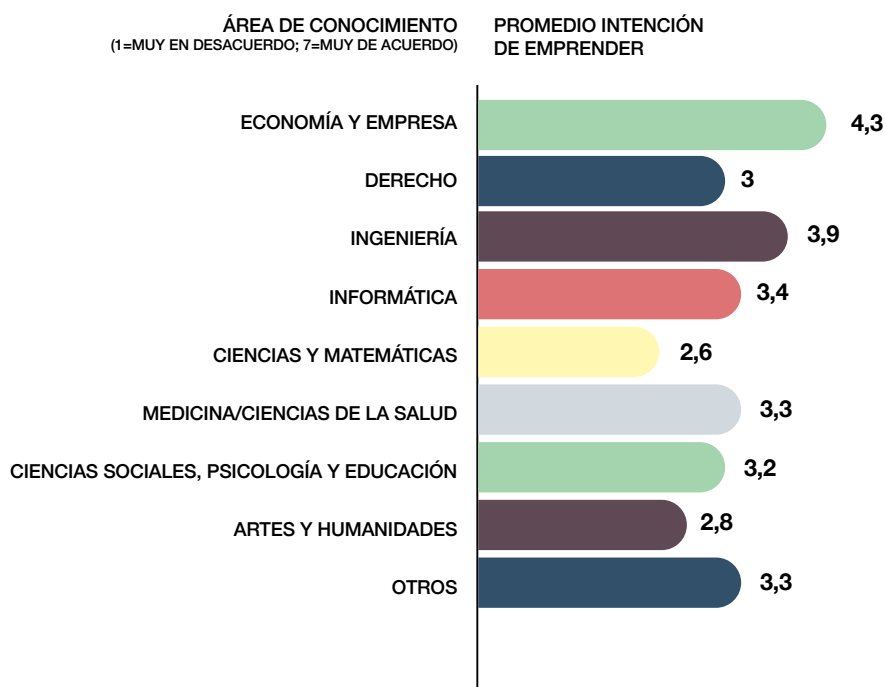
En el caso de las estudiantes mujeres, el porcentaje que muestra estar de acuerdo/muy de acuerdo con las afirmaciones es menor: tan solo en torno a 1 de cada 5 casos las estudiantes tienen como meta profesional ser emprendedoras (18,6 %), piensan seriamente iniciar el negocio (17,7 %) o tienen la firme intención de hacerlo algún día (19,4 %), si bien el porcentaje de aquellas que manifiestan determinación estando dispuestas a hacer todo lo posible para crear y gestionar su negocio es ligeramente superior (22,5 %) al de los varones (21,7 %).

Tabla 4. Intención emprendedora de los estudiantes por género.

	HOMBRE		MUJER	
	MEDIA	DE ACUERDO/ MUY DE ACUERDO (% ESTUDIANTES)	MEDIA	DE ACUERDO/ MUY DE ACUERDO (% ESTUDIANTES)
Estoy dispuesto(a) a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor(a).	3,9	20,6	3,6	14,6
Mi meta profesional es llegar a ser emprendedor(a).	3,9	25,9	3,4	18,6
Haré todo lo posible para crear y gestionar mi propio negocio.	3,9	21,7	3,6	22,5
Estoy decidido(a) a crear una empresa en el futuro.	3,9	22,2	3,4	18,0
He pensado muy seriamente en iniciar un negocio.	4,0	27,0	3,3	17,7
Tengo la firme intención de crear un negocio algún día.	4,1	28,0	3,3	19,4
PROMEDIO Intención emprender	4		3,4	

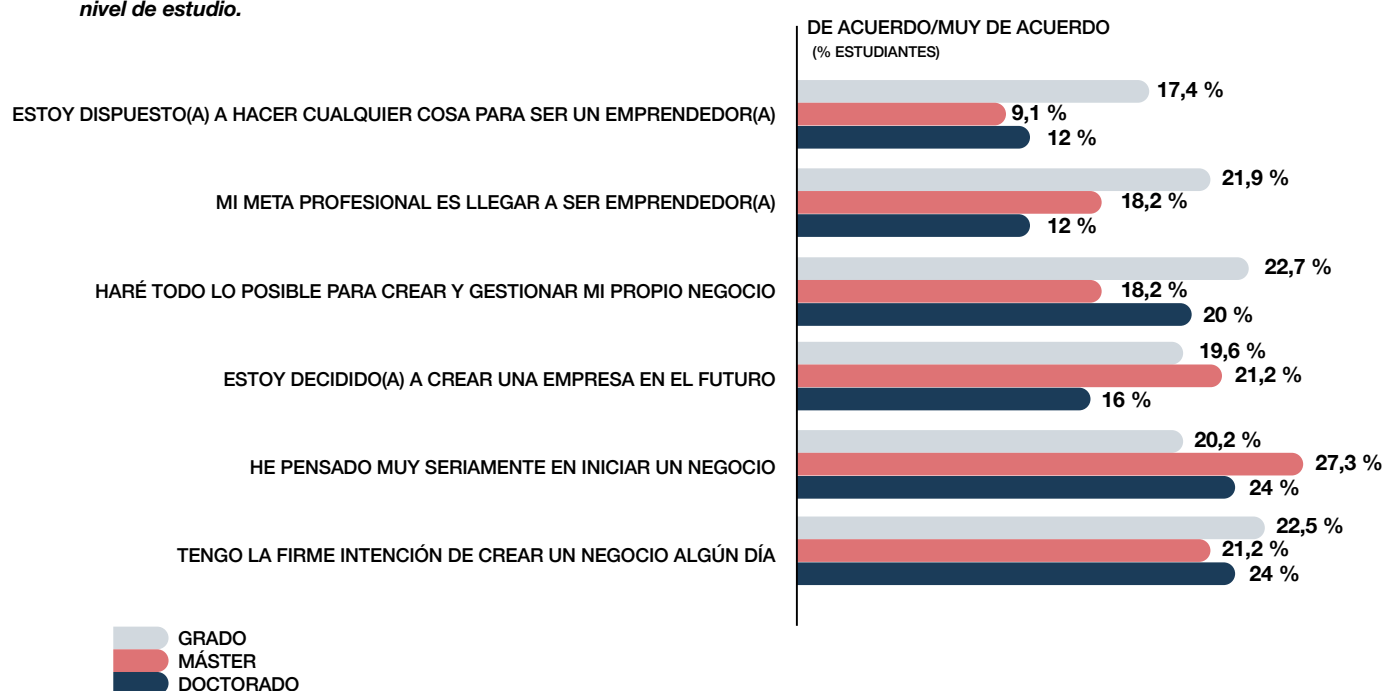
Si tenemos en cuenta las áreas de conocimiento en las que están realizando sus estudios, los estudiantes del ámbito de la economía y la empresa son los que presentan una intención de emprender más firme, con una puntuación promedio de los aspectos examinados de 4,33 puntos. Les siguen los estudiantes de Ingeniería, con 3,91 puntos, y ya con puntuaciones promedio en torno a los 3,3 puntos, los estudiantes de Informática (3,36), Medicina/Ciencias de la Salud (3,30) y Ciencias Sociales (3,24). Son los estudiantes de Derecho (2,98 puntos) y de Artes y Humanidades (2,76 puntos) y Ciencias y Matemáticas (2,62 puntos) los que, con valores por debajo de los tres puntos, muestran la intención para emprender más baja.

Figura 11. Intención emprendedora del estudiantado por áreas de conocimiento.



Si nos fijamos en el nivel de estudios, el 21,9 % de los estudiantes de grado se plantean como meta profesional ser emprendedores, y el 22,7 % señalan que harán todo lo posible para crear y gestionar su negocio, siendo ligeramente inferior el porcentaje de estudiantes que han pensado muy seriamente pasar a la acción (19,6 %). En cambio, si bien el 18,2 % de los estudiantes de máster tiene como meta ser emprendedor, el porcentaje de estudiantes que han pensado muy seriamente iniciar un negocio es superior y representa el 27,3 %. También, las respuestas de los estudiantes de doctorado denotan que el emprendimiento tan solo es una meta profesional para el 12 %, y el porcentaje asciende en el caso de aquellos estudiantes de doctorado que han pensado seriamente (24 %) y tienen la intención firme de crear un negocio algún día (24 %).

Figura 12. Intención emprendedora del estudiantado por nivel de estudio.



HABILIDADES EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS. CONTROL PERCIBIDO

Las habilidades emprendedoras de los estudiantes universitarios se evaluaron mediante una serie de afirmaciones según una escala de 7 puntos (1 = muy en desacuerdo, 7 = muy de acuerdo). Los resultados reflejan una valoración con puntuaciones que oscilan entre los 4,39 y los 5,40 puntos, lo que indica una percepción intermedia de sus capacidades emprendedoras.

Las afirmaciones mejor valoradas fueron “Creo que puedo crecer positivamente al enfrentarme a situaciones difíciles” (5,40 de media) y “Puedo pensar creativamente” (5,06), lo que sugiere una percepción positiva en cuanto a resiliencia y creatividad, competencias clave en el emprendimiento. Además, en términos de acuerdo/muy de acuerdo, estas dos dimensiones alcanzan los porcentajes más altos: 64,3 % y 51,9 %, respectivamente.

Por el contrario, aspectos como “Puedo crear con éxito nuevos productos” (4,39 de media) y “Puedo comercializar con éxito mis ideas” (4,51) reciben puntuaciones más bajas, con porcentajes de acuerdo más reducidos (29,8 % y 37,3 %), lo que apunta a una menor autoconfianza en las capacidades más aplicadas o técnicas del proceso emprendedor.

En resumen, aunque los estudiantes muestran niveles intermedios de confianza en sus habilidades, los porcentajes de acuerdo varían considerablemente según el tipo de competencia. Las habilidades personales como la resiliencia, creatividad y manejo de situaciones difíciles son percibidas con mayor solidez, mientras que las habilidades orientadas a la acción empresarial práctica (crear, comercializar, descubrir oportunidades) presentan menor seguridad entre el alumnado.

Tabla 5. Habilidades emprendedoras de los estudiantes universitarios.

	MEDIA	DE ACUERDO / MUY DE ACUERDO (%)
Puedo descubrir con éxito nuevas oportunidades de negocio	4,7	38,3
Puedo crear con éxito nuevos productos	4,4	29,8
Puedo pensar creativamente	5,1	51,9
Puedo comercializar con éxito mis ideas	4,5	37,3
Creo que puedo crecer positivamente al enfrentarme a situaciones difíciles	5,4	64,3
Busco activamente formas de reemplazar las pérdidas que me suceden en la vida	4,7	39,7
Independientemente de lo que me suceda, creo que puedo controlar mi reacción	4,6	43,2
Busco formas creativas de manejar situaciones difíciles	4,9	46,2

Los datos revelan diferencias sutiles pero interesantes entre hombres y mujeres en cuanto a la percepción de sus habilidades emprendedoras. En general, los hombres se puntúan ligeramente más alto en aspectos relacionados con la identificación de oportunidades, la creación de productos y el pensamiento creativo, lo cual podría estar vinculado a una mayor confianza en habilidades de tipo innovador o técnico.

Por su parte, las mujeres destacan en dimensiones vinculadas a la resiliencia emocional y la gestión personal, como “crecer positivamente ante situaciones difíciles” (5,50 frente a 5,23) o “buscar formas creativas de manejar situaciones difíciles” (4,99 frente a 4,83). También superan a los hombres en “buscar formas de reemplazar las pérdidas” y en la capacidad de comercializar ideas, aunque por márgenes más ajustados.

En conjunto, estos resultados sugieren que, mientras los hombres se perciben ligeramente más hábiles en tareas directamente relacionadas con la generación de ideas de negocio, las mujeres se ven a sí mismas con mayor capacidad para afrontar retos y adaptarse a las dificultades, competencias igualmente fundamentales para el emprendimiento.

Figura 13. Comparativa de habilidades emprendedoras según el género.



EL CONTEXTO PARA EMPRENDER

El entorno universitario: clima emprendedor en la UJI

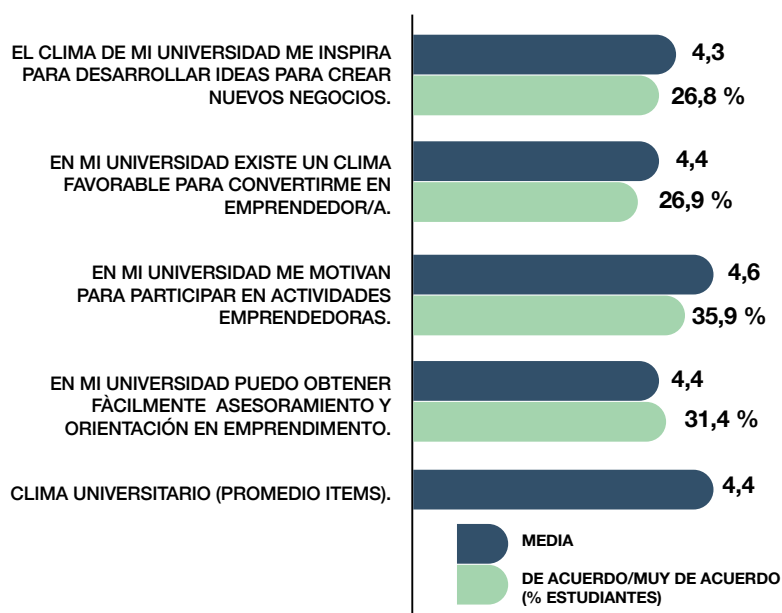
El entorno que rodea a los emprendedores constituye un factor determinante a la hora de impulsar su actividad emprendedora. En esta sección nos ocupamos de dos ámbitos especialmente relevantes, como son el contexto universitario y el entorno familiar.

Del contexto universitario, la percepción del estudiantado sobre el clima emprendedor en la universidad nos permite acercarnos a la visión que tienen de la Universitat Jaume I como un espacio en el que obtener inspiración y desarrollar actividades emprendedoras y convertirse en emprendedores. La figura 14 muestra la valoración promedio concedida, sobre escalas Likert de 7 puntos, a los ítems que se utilizaron para recoger el clima emprendedor y, también, el porcentaje de estudiantes que mostraron estar de acuerdo/muy de acuerdo con las afirmacio-

nes. La media de estas valoraciones proporciona un valor de 4,43 puntos. Este valor resulta ligeramente más favorable que la media española (4,2), según los valores proporcionados en el Informe Guesss España 2023-2024.

En la valoración de los aspectos concretos en la UJI, el aspecto más destacado es el relativo a la percepción que tienen sobre la labor motivadora de la universidad para que participen en actividades emprendedoras, con una valoración promedio de 4,59 puntos. A este reconocimiento de la función motivadora, le siguen, con puntuaciones muy próximas, la percepción de la labor de asesoramiento y orientación en emprendimiento (4,45), su atmósfera favorecedora para el emprendimiento y la labor inspiradora para desarrollar ideas que originen nuevos negocios (4,31). Deseamos resaltar la percepción positiva que tiene en torno a uno de cada tres estudiantes del compromiso de la universidad/ esfuerzo para motivarles (35,9 % están de acuerdo/muy de acuerdo) y de que en el entorno universitario pueden encontrar asesoramiento y orientación para sus inquietudes emprendedoras (31,4 %).

Figura 14. Percepción del estudiantado del clima universitario para emprender en la UJI.



Formación en emprendimiento en la Universitat Jaume I

La posibilidad de participar en actividades destinadas a desarrollar las habilidades y conocimientos emprendedores representa un eje importante de un contexto universitario favorable al emprendimiento. Estas actividades formativas pueden ser curriculares o plantearse de manera complementaria para que las cursen voluntariamente aquellos estudiantes que lo deseen. Para conocer más detalles sobre la formación que reciben, se les pidió que señalaran, ante una batería de diferentes opciones, todas aquellas que representaban mejor su situación. Los resultados que se presentan en la Tabla 6 permiten apreciar que el 61,6 %, nunca ha asistido a cursos de emprendimiento, proporción inferior a la de la media de estudiantes de las universidades españolas (68,4 %). El 27,8 % se ha formado asistiendo a cursos voluntarios, por encima del porcentaje de

los estudiantes de las universidades españolas (22,3 %) y el 13,6% ha recibido algún curso obligatorio de emprendimiento, porcentaje también superior al de la media de universidades españolas (9,7 %). También resulta ligeramente superior el porcentaje de estudiantado de la UJI que está formándose específicamente en emprendimiento en el momento de responder el cuestionario (3 %), frente al de la media nacional (2,7 %). Por su parte, la reputación en emprendimiento de la UJI tan solo fue considerada por el 4,2 % de los estudiantes de la UJI a la hora de escoger la universidad donde cursar los estudios, frente al 6,2 % que sí tuvo en cuenta este aspecto en las universidades españolas.

Tabla 6. Formación en emprendimiento de los estudiantes

	% ESTUDIANTES UJI	% ESTUDIANTES ESPAÑA
Hasta ahora nunca he asistido a cursos de emprendimiento.	61,6	68,8
He asistido por lo menos a un curso voluntario sobre emprendimiento.	27,8	22,3
He asistido por lo menos a un curso obligatorio sobre emprendimiento	13,6	9,7
En la actualidad estoy haciendo un curso específico sobre emprendimiento.	3,0	2,7
He elegido mi Universidad, fundamentalmente, por su alta reputación en emprendimiento.	4,2	6,2

Formación y habilidades en competencias emprendedoras.

Se pidió a los estudiantes que han recibido algún tipo de formación específica en emprendimiento que evaluaran sus habilidades emprendedoras. Los resultados muestran que tienen una percepción relativamente positiva respecto a la mejora de sus competencias en este ámbito, sobre todo en lo referente al aumento de su conocimiento de las actitudes, valores y motivaciones para emprender, puesto que otorgaron una puntuación de 4,9 puntos sobre una escala Likert de 7 puntos. Además, casi un 40 % de los estudiantes manifestaron estar de acuerdo/muy de acuerdo con este progreso. Igualmente, realizan una valoración positiva sobre el mayor conocimiento que poseen respecto a las actividades y habilidades prácticas de gestión necesarias para crear una empresa y para crear redes de contactos, con puntuaciones, respectivamente, de 4,6, 4,7 y 4,5 puntos. La formación recibida contribuyó también a aumentar las destrezas en la identificación de las oportunidades de negocio, bien relacionadas con sus conocimientos e intereses (4,6), bien relacionadas con tendencias y cambios en el entorno (4,5), que recibe valoraciones similares, mostrándose uno de cada tres estudiantes de acuerdo/muy de acuerdo con el papel positivo de la formación sobre estos aspectos.

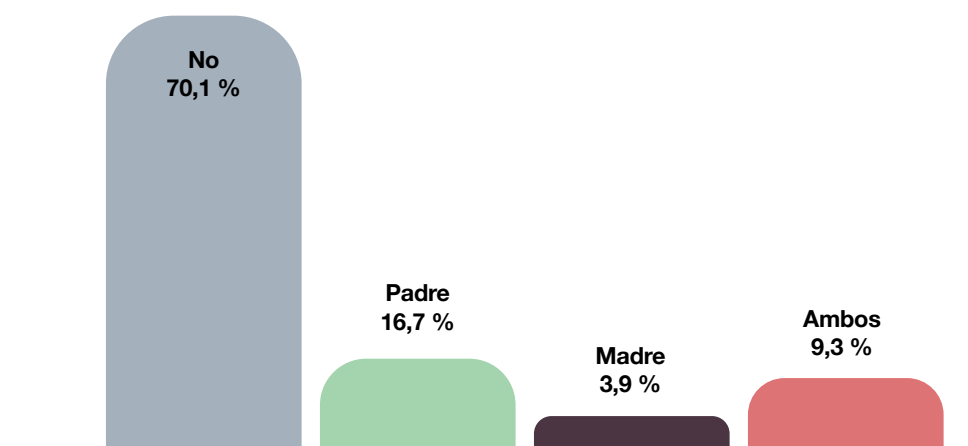
Tabla 7. Valoración de la formación en emprendimiento en los estudiantes que han asistido a algún curso (N=257)

Los cursos que he recibido...	MEDIA	DE ACUERDO/ MUY DE ACUERDO (% ESTUDIANTES)
Aumentaron mi conocimiento de las actitudes, valores y motivaciones para emprender.	5	39,7
Aumentaron mi conocimiento de las actividades que hay que realizar para crear una empresa.	4,6	36,2
Mejoraron mis habilidades prácticas de gestión para la creación de una empresa.	4,7	32,3
Mejoraron mis habilidades para crear redes de contactos.	4,5	30,0
Me animaron a identificar oportunidades de negocio alineados con mis conocimientos e intereses.	4,6	33,5
Me animaron a identificar oportunidades de negocios estrechamente relacionadas con tendencias, discontinuidades, impactos tecnológicos y otros cambios en el entorno.	4,5	35,4

El entorno familiar.

El otro elemento examinado del entorno que puede ser un condicionante de la actividad emprendedora es un contexto familiar favorable al emprendimiento. En este caso, esta cuestión se ha reflejado a partir de la situación profesional de los padres, a través de la pregunta sobre si éstos trabajan por cuenta propia o son propietarios mayoritarios de una empresa. Las respuestas muestran que los progenitores del 70,1 % del estudiantado no cumplen esta característica. Un poco más del 20 % tiene un padre o una madre, mientras que en el 9,3 % de los casos son emprendedores ambos.

Figura 15. Situación profesional de ambos progenitores: padres y madres que son propietarios de una empresa.



06

Actividades emprendedoras de los estudiantes universitarios

EMPRENDEDORES NACIENTES (INVOLUCRADOS EN PROYECTOS DE CREACIÓN DE EMPRESAS)

Una parte del cuestionario está dedicada a profundizar en el comportamiento de los emprendedores nacientes. Se trata de estudiantado que se halla involucrado en proyectos de creación de empresas mientras está cursando sus estudios universitarios. En el caso de la Universitat Jaume I, el 16,4 % de los estudiantes está en proceso de creación de su propio negocio, porcentaje ligeramente inferior a la media española (17,5 %). De estos emprendedores nacientes de la UJI, el 20 % planea completar el proceso de creación de su empresa durante sus estudios, el 28,7 % lo hará nada más terminarlos, el 26,3 % piensa esperar y hacerlo a partir de los dos años después de haber finalizado su etapa universitaria y el 25 % restante no lo sabe todavía. Además, el 58,8 % de los emprendedores nacientes tiene previsto que el nuevo negocio se convierta en su principal ocupación tras graduarse.



Casi la mitad de ellos tiene previsto montar la empresa en solitario (47,5 % de los casos), aproximadamente tres de cada diez (35 %) montará la nueva empresa con un socio (35 %) y tan solo el 16,3 % lo hará con dos o más socios. En la mayor parte de los casos (67,5 % de los emprendedores nacientes), planean tener una participación en la propiedad de la nueva empresa superior al 50 %, mientras que sería del 50 % en el 23,8 % de los casos.

Figura 16. Momento planeado por los emprendedores nacientes para poner en marcha su negocio.

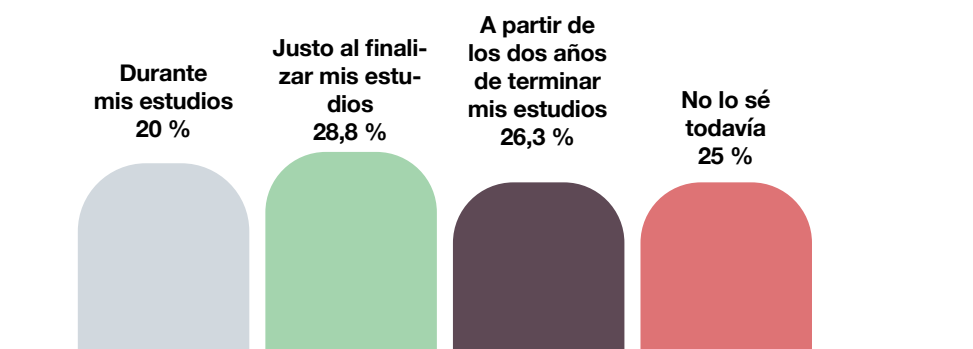


Figura 17. Porcentaje de emprendedores nacientes que harán su principal actividad de su negocio.

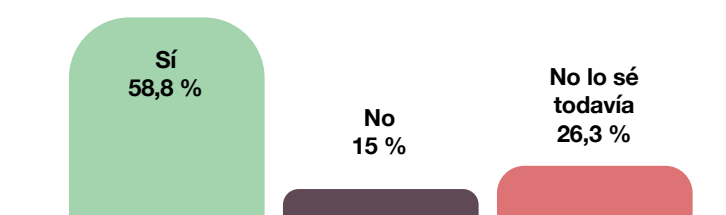


Figura 18. Participación aproximada del emprendedor naciente en la propiedad de la nueva empresa.

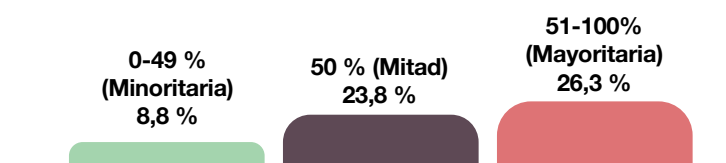
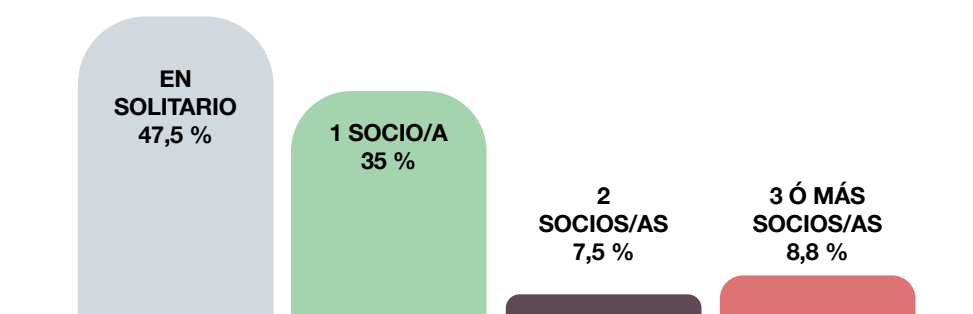


Figura 19. Participación aproximada de los emprendedores nacientes en la propiedad de la nueva empresa.



Respecto a la orientación de las iniciativas de los emprendedores nacientes por áreas de actividad (Figura 20), de manera destacada éstos se desarrollan predominantemente en el sector terciario, con un 41,3 % de proyectos concebidos para la prestación de servicios, y en el sector cuaternario, con un 26,3 %, con actividades relacionada con la investigación, informática, educación, consultoría, etc. Los proyectos de naturaleza industrial, del sector secundario, suponen el 16,3 %, y los proyectos destinados al sector primario apenas recogen el 2,5 % del total.

Figura 20. Distribución sectorial de los proyectos impulsados por los emprendedores nacientes.



Con el objetivo de profundizar en el origen de las oportunidades de negocio, también se les pidió a los estudiantes que están tratando de montar su nueva empresa que valoraran los elementos que consideran que han impulsado sus ideas de negocio. Según se desprende sus respuestas, para estos emprendedores nacientes, las fuentes de oportunidades para los negocios están vinculadas sobre todo al uso de las nuevas tecnologías y la búsqueda de soluciones a problemas sociales importantes, factores que recibieron una valoración promedio de 4,5 y 4,5 puntos sobre un máximo de 7 puntos. Los dos elementos impulsores que destacan a continuación son el cambio climático y la búsqueda de la sostenibilidad (3,6 puntos) y la respuesta a tendencias socioculturales (3,5 puntos). La respuesta a problemas derivados de los cambios demográficos, legislativos y/o regulatorios o las crisis sociales constituyen en menor medida el origen de las ideas de negocio.

Figura 21. Fuentes para las oportunidades de negocio de los emprendedores nacientes



Emprendedores activos (poseen una empresa operativa en el mercado).

Se consideran emprendedores activos aquellos que en el momento de participar en el estudio están gestionando su propio negocio. En el caso de la Universitat Jaume I, el 5,7 % del estudiantado se encuentra en esta situación, lo que supone un porcentaje ligeramente inferior al estudiantado activo en España (7,7 %).

07

Conclusión

De la seguridad laboral al autoempleo:

LAS ASPIRACIONES DE LOS GRADUADOS EVOLUCIONAN EN 5 AÑOS

Los resultados del informe sobre la intención de elección de carrera profesional de los estudiantes al finalizar sus estudios revelan una clara preferencia por la estabilidad laboral, con un 21 % optando por el sector público. Este hallazgo contrasta con el bajo interés en las pequeñas empresas (solo un 6 %), lo que evidencia una percepción de mayor riesgo. Sin embargo, el 19,9 % de los estudiantes que aún no ha decidido su futuro representa una oportunidad clave para la universidad. Esto sugiere que los esfuerzos de promoción del emprendimiento deben enfocarse en este segmento, replanteando el autoempleo como un camino viable hacia la seguridad y el desarrollo profesional.



Los datos en relación con la intención de elección de carrera profesional de los estudiantes universitarios 5 años después de finalizar sus estudios revelan un cambio significativo en las prioridades a medio plazo. El emprendimiento se posiciona como la opción preferida, con un 26,4 % de los estudiantes deseando trabajar en su propia empresa. Aunque la estabilidad del sector público mantiene un gran atractivo (23,3 %), el interés por las grandes empresas disminuye, mientras que el porcentaje de quienes aún no tienen claridad sobre su futuro profesional se reduce a un 13,4 %. Este cambio demuestra que, si bien la seguridad es una prioridad inicial, a medio plazo los graduados desarrollan una mayor motivación hacia la autonomía y la creación de proyectos propios.

El desafío del emprendimiento femenino:

ROMPER LAS BARRERAS SOCIALES QUE LO CONVIERTEN EN UN CAMINO PREDOMINANTEMENTE MASCULINO

Los resultados revelan una clara divergencia de género en las preferencias profesionales a largo plazo. Por un lado, las mujeres priorizan la seguridad y la continuidad institucional, manteniendo una alta preferencia por el empleo público (27,1 %) y las instituciones académicas. Por otro lado, los hombres muestran un perfil más orientado a la autonomía profesional, con un 32,9 % que se ve gestionando su propio negocio. Este patrón evidencia que, si bien el interés inicial de ambos grupos es distinto, las tendencias de género se consolidan y se acentúan con el tiempo.

El emprendimiento, meta a largo plazo:

LAS ASPIRACIONES PROFESIONALES EVOLUCIONAN DE FORMA DISTINTA SEGÚN EL ÁREA DE ESTUDIOS

Los datos revelan que las intenciones profesionales varían significativamente según el área de estudios. Mientras que los estudiantes de medicina y derecho se inclinan masivamente por el empleo público (con un 57,6 % y 44,3 % respectivamente), los de ingeniería y economía y empresa se orientan hacia el sector privado, con un notable interés en grandes compañías (26,7 % y 22,8 % respectivamente) y en el emprendimiento (16,3 % y 17,3 %). Por su parte, los de Ciencias y Matemáticas destacan por su preferencia por el ámbito académico (31,8 %), mientras que la incertidumbre sobre el futuro profesional es más alta en áreas como Informática (28,6 %) y Artes y Humanidades (27,4 %). Esto demuestra que la promoción del espíritu emprendedor debe ser una estrategia adaptada a las prioridades y percepciones de cada facultad.

Cinco años después de finalizar los estudios, las aspiraciones profesionales de los titulados muestran una evolución significativa y una mayor claridad en sus metas. La intención emprendedora aumenta de manera notable, posicionándose como la principal opción en Ingeniería (37,2 %) y Economía y Empresa (34,6 %). Aunque el empleo público sigue siendo la opción más valorada en Derecho y Medicina, pierde peso frente al emprendimiento, mientras que el ámbito académico

gana relevancia en Ciencias y Matemáticas (40,9 %). Estos datos demuestran que, si bien la seguridad laboral es una prioridad inicial, a medio plazo los graduados desarrollan una mayor motivación hacia la autonomía profesional, lo que valida la necesidad de que la universidad fortalezca sus programas de apoyo.

Intención emprendedora:

UN INTERÉS MINORITARIO QUE NO ALCANZA A LA MAYORÍA DE LOS UNIVERSITARIOS

El análisis de la intención emprendedora de los estudiantes revela que, en su conjunto, la opción de emprender no es percibida como algo atractivo, con un valor promedio de 3,63 en una escala de 7 puntos. Sin embargo, este bajo promedio global oculta un nicho de futuros emprendedores: aproximadamente 1 de cada 5 estudiantes (alrededor del 20 %) manifiesta una firme intención de emprender.

Brecha de género en la intención de emprender:

ELLOS MUESTRAN MAYOR INTERÉS, ELLAS, MAYOR DETERMINACIÓN

El análisis de la intención emprendedora por género revela una clara diferencia. En promedio, 1 de cada 4 estudiantes varones se plantea el emprendimiento como una meta profesional, un porcentaje significativamente superior al de las estudiantes, donde apenas 1 de cada 5 manifiesta una intención similar. Este patrón sugiere que, si bien los hombres muestran una mayor inclinación inicial hacia la creación de un negocio, las mujeres que deciden emprender presentan un alto grado de compromiso, incluso ligeramente superior al de los hombres en la afirmación de que harán todo lo posible para gestionar su propio negocio.

Emprender, una vocación por áreas:

LA INTENCIÓN DE NEGOCIO VARÍA DRÁSTICAMENTE SEGÚN LA TITULACIÓN

El grado de intención emprendedora varía notablemente en función del área de estudios. Los estudiantes de Economía y Empresa e Ingeniería muestran la mayor intención, con puntuaciones promedio de 4,33 y 3,91 puntos, respectivamente. En contraste, los de Derecho, Artes y Humanidades y Ciencias y Matemáticas manifiestan la menor intención, con puntuaciones que se sitúan por debajo de los tres puntos. Estos resultados indican que las percepciones sobre el emprendimiento están fuertemente influenciadas por la disciplina académica.

Emprendimiento:

LA ASPIRACIÓN ES DE GRADO, LA INTENCIÓN ES DE MÁSTER

La intención emprendedora varía significativamente según el nivel de estudios. Aunque un mayor porcentaje de estudiantes de grado se plantea el emprendimiento como una meta (21,9 %), esta aspiración se vuelve más firme en los niveles superiores. Por ejemplo, el 27,3 % de los estudiantes de máster ha pensado seriamente en pasar a la acción, un porcentaje superior al de grado. Esto demuestra que, a mayor nivel de estudios, el perfil del emprendedor es menos general y más definido.

De la idea a la acción:

LA PRINCIPAL BRECHA EN LAS HABILIDADES EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES

Aunque los estudiantes universitarios muestran niveles intermedios de confianza en sus habilidades, esta valoración no es uniforme. Se perciben como personas con una alta capacidad de resiliencia y creatividad (con un 64,3 % y un 51,9 % de acuerdo respectivamente), pero evidencian una baja autoconfianza en las competencias más técnicas del proceso emprendedor, como la capacidad de crear nuevos productos o comercializar ideas, con porcentajes de acuerdo que caen al 29,8 % y al 37,3 %. Los datos apuntan a la existencia de una brecha significativa entre la percepción de sus habilidades personales y la valoración de sus capacidades para pasar a la acción.

Habilidades emprendedoras con enfoque de género:

ELLOS SE SIENTEN MÁS INNOVADORES, ELLAS MÁS RESILIENTES

Los datos revelan una divergencia en la percepción de las habilidades emprendedoras por género. Mientras los hombres se perciben con mayor confianza en la innovación y la creación, las mujeres destacan en resiliencia y la gestión de dificultades. Esta diferencia es notable: las estudiantes se sienten más preparadas para crecer ante situaciones difíciles (con una media de 5,50 frente a 5,23). En conjunto, los resultados sugieren que aunque ellos se ven más fuertes en la concepción de ideas, ellas se perciben con una mayor capacidad para la gestión y la superación de los obstáculos prácticos.

La formación en competencias emprendedoras: mejora conocimiento de las actitudes, valores y motivaciones para emprender.

EL CONTEXTO UNIVERSITARIO UJI

El contexto universitario de la UJI un 61,6 % de los encuestados han asistido a cursos de emprendimiento un porcentaje ligeramente inferior a la de la media nacional (68,4 %). De estos, el 40 %, valoraron positivamente el progreso en la mejora de sus competencias emprendedoras, sobre todo en lo referente al aumento de su conocimiento de las actitudes, valores y motivaciones para emprender.

Los emprendedores nacientes: las empresas se crean justo al finalizar los estudios y con uno o dos socios.

La mayor parte del estudiantado encuestado con proyectos emprendedores que tienen en mente el proceso de creación se plantea desarrollar su empresa durante sus estudios (20 %) o justo al finalizarlos (28,8 %) y consideran que serán su actividad económica principal. Además, cabe destacar que estos emprendedores crearán su empresa en solitario (47,5 %) o, como mucho, con un socio más.

Los resultados anteriores nos ofrecen las bases para reflexionar sobre qué acciones pueden llevarse a cabo para profundizar en el perfil de la UJI como una universidad emprendedora que impulsa las competencias y los proyectos emprendedores de sus miembros. Si bien la universidad debe diseñar y poner en marcha políticas institucionales que refuercen esta visión, ello no puede hacerse sin la colaboración y participación de la comunidad universitaria. Presentamos a continuación algunas reflexiones sobre cómo el estudiantado, el profesorado y la propia universidad pueden contribuir a ello.

Los estudiantes y los potenciales estudiantes emprendedores deberían:

Ser conscientes de la importancia que tiene para ellos desarrollar sus habilidades emprendedoras en cualquier entorno profesional, puesto que emprender es más que crear una empresa y se puede ser emprendedor en cualquier contexto.

Ser conocedores de que la capacidad emprendedora, en sentido amplio, refleja la capacidad de actuar sobre las oportunidades y las ideas para crear valor.

Mostrar una actitud curiosa, receptiva y abierta para aprovechar al máximo las oportunidades que la UJI les ofrece para formarse en habilidades emprendedoras e innovadoras, conectar con otros estudiantes con inquietudes similares y recibir asesoramiento y apoyo para sus proyectos desde la propia universidad.

Interesarse por las experiencias de otros estudiantes y emprendedores de la UJI que idearon sus proyectos y crearon sus negocios en su etapa universitaria.

Valorar seriamente la posibilidad de desarrollar su proyecto emprendedor como una opción de desarrollo profesional al terminar sus estudios, sin pasar antes por otra experiencia laboral. En ocasiones, adquirir previamente experiencia laboral en otro ámbito puede ser conveniente, pero también es razonable evaluar las posibles desventajas que pueden derivarse de esperar unos años antes de emprender.

Aprovechar los programas de emprendimiento de la universidad. Estos programas ofrecen una valiosa formación y mentoría para desarrollar sus proyectos. Además, facilitan la creación de equipos interdisciplinarios al conectar a estudiantes de distintas titulaciones con intereses comunes. La colaboración en estos equipos no solo enriquece los proyectos, sino que también fomenta la innovación más allá de sus campos de conocimiento.

El personal docente e investigador debería:

Ser conocedor de que las competencias emprendedoras pueden desarrollarse en cualquier ámbito profesional y área de conocimiento.

Concienciarse de que potenciar transversalmente en sus asignaturas las habilidades emprendedoras reforzará la formación integral de sus estudiantes y contribuirá a mejorar su empleabilidad.

Ser consciente de que en las asignaturas que imparten, independientemente del ámbito al que pertenezcan, pueden transmitir el espíritu emprendedor a los estudiantes.

Conocer y formarse en metodologías activas de aprendizaje para impulsar las competencias emprendedoras en las asignaturas.

Explorar las posibilidades de plantear proyectos de innovación docente orientados a potenciar el espíritu emprendedor.

Integrar el fomento de la mentalidad emprendedora en las asignaturas, utilizando ejemplos de otros estudiantes emprendedores y promoviendo el liderazgo femenino en el aula.

También, como investigadores, plantear y desarrollar líneas de investigación en torno al emprendimiento y la creación de empresas y difundir los resultados de las mismas en foros académicos y no académicos. Ello, además de aumentar el conocimiento del emprendimiento universitario, puede reforzar la orientación emprendedora de la universidad y la eficacia de las políticas diseñadas para favorecerla.

La Universitat Jaume I, como institución impulsora del emprendimiento universitario, debería:

Reforzar su papel como agente fundamental del ecosistema emprendedor de la provincia de Castellón, no sólo promoviendo acciones internas para impulsar las capacidades emprendedoras de la comunidad universitaria sino también actuando proactivamente como agente impulsor y dinamizador del territorio, conectando a los estudiantes con antiguos estudiantes emprendedores, empresas consolidadas y startups, Administración pública, centros educativos de la provincia y otros agentes sociales.

Proporcionar programas de formación al profesorado que introduzcan, además del desarrollo de las competencias emprendedoras a través de metodologías de aprendizaje activo, nuevas tendencias en la formación en habilidades emprendedoras, relacionadas con la sostenibilidad o con la inteligencia artificial.

Multiplicar sus esfuerzos en la normalización del emprendimiento femenino, actuando en todas las etapas del itinerario emprendedor de la UJI y en las acciones de comunicación, con iniciativas específicas de sensibilización y búsqueda de referentes, formación y reconocimiento orientadas a aumentar la motivación y promover las acciones y proyectos liderados por mujeres en las diferentes disciplinas.

Enfocar los esfuerzos de promoción del emprendimiento en el colectivo de estudiantes indecisos, replanteando el autoempleo como una opción viable para la autonomía profesional a largo plazo.

Desarrollar programas de formación que aborden las barreras sistémicas del emprendimiento femenino, creando un entorno que apoye las aspiraciones profesionales de todos los géneros.

Implementar estrategias de apoyo al emprendimiento adaptadas a las características de cada centro, reconociendo que las motivaciones del alumnado varían drásticamente según su área de estudios.

08

Empresa inspiradora fundada por un titulado UJI:

NARIA TECH S.L.

Empresa: NARIA TECH S.L.
(<https://naria.digital/>)

Promotor: Kilian Zaragozá Mora, graduado por la Universitat Jaume I (UJI)

Sector de actividad: Servicios tecnológicos y Tercer Sector (ayuda social)

Descripción de la actividad:

Naria es una empresa de propósito social enfocada en el desarrollo de soluciones tecnológicas y de innovación para digitalizar el Tercer Sector y mejorar su conexión con el resto de los agentes de la sociedad, optimizando recursos y favoreciendo la inclusión social.

Año de creación e inicio de actividades: Empresa creada en 2019 e inicio de actividades en 2020

Titulación y año de terminación: Graduado en Ingeniería en Diseño Industrial y Desarrollo de Productos en la Universitat Jaume I. Finalizado en 2017.





Kilian
Zaragoza
Mora

¿Cuál fue el motivo principal que te llevó a emprender?

En 2019 decidí junto a compañeros de la universidad llevar del papel a la realidad el Trabajo de Final de Grado en Ingeniería de Diseño Industrial. Nuestro objetivo fue desde el principio crear una empresa de economía sostenible y que pudiese generar impacto positivo para la sociedad además de ser económicamente viable. La idea inicial, que consistía en una bolsa de cartón reusable para transportar una ración de comida para que las personas desfavorecidas que acudían a los comedores sociales y no encontraban plazas libres pudiesen comer en cualquier sitio, fue derivando hasta lo que es, hoy en día, una plataforma que ambiciona a digitalizar todo el tercer sector.



¿Qué dificultades te encontraste?

Desde obstáculos financieros hasta la falta de experiencia en la gestión empresarial, cada paso nos presentaba nuevos retos. La incertidumbre y la presión eran compañeras constantes, pero también fueron oportunidades para aprender y crecer. Junto con el equipo, aprendimos a superar los obstáculos con creatividad, trabajo duro y perseverancia. La digitalización de las organizaciones sociales es muy compleja dada la naturaleza tradicional y analógica de gran parte del sector de ayuda social en nuestro país, lo que nos ha supuesto grandes obstáculos a la hora de implementar los proyectos; además, conectar el mundo social con las empresas privadas es una tarea compleja.

¿Quién o quiénes te ayudaron en los momentos de arrancar?

En los momentos más difíciles, encontramos apoyo en diversas fuentes. Nuestros amigos y familiares nos brindaron siempre gran respaldo emocional, mientras que los mentores y expertos del sector nos guiaron con su experiencia y consejos. Además, contamos con el respaldo de desde la propia Universitat Jaume I, a través de la Cátedra INCREA de Innovación, Creatividad y Aprendizaje y de ESPAITEC a través de programas de apoyo al emprendimiento como el programa UJI Empren OnSocial (ahora UJIStartup) y de las ayudas de UJI Empren OnSocial, de Lanzadera, etc. y redes de colaboración como SECOT, que nos proporcionaron recursos y oportunidades para crecer.

¿Qué consejos les darías a las personas de vuestra universidad relacionados con la aventura de emprender?

Les animaríamos a que se sumerjan en el mundo del emprendimiento con una mentalidad abierta y una actitud proactiva. Es importante rodearse de un equipo sólido y diverso, estar dispuesto a aprender de los fracasos y celebrar los éxitos, por pequeños que sean. La perseverancia, la pasión y la capacidad de adaptación son clave en este viaje, por lo que es fundamental que nunca subestimen el poder de la colaboración y el aprendizaje continuo.

09

Relación de universidades participantes y delegados



CCAA	UNIVERSIDADES Y ESCUELAS DE NEGOCIOS PARTICIPANTES EN GUESS ESPAÑA 2023	DELEGADOS 2023
ANDALUCÍA	ALMERÍA	Carlos Jesús Cano Guillén y Miguel Pérez Valls
ANDALUCÍA	CÁDIZ	José Manuel Sánchez Vázquez
ANDALUCÍA	CÓRDOBA	Rocío Muñoz Benito
ANDALUCÍA	GRANADA	María Del Mar Fuentes Fuentes, Sufia Mohand Amar y María José González López.
ANDALUCÍA	HUELVA	Francisco Liñán Alcalde y Nuria Toledano
ANDALUCÍA	JAÉN	Juan Carlos Sánchez Rodríguez, Alfonso Miguel Már- quez García, Lucas Antonio Cañas Lozano, José Gar- cía Vico y María Dolores Heredia Medina
ANDALUCÍA	MÁLAGA	Rafael Ventura Fernández, Isabel María Abad Guerrero y Sofía Louise Martínez Martínez
ANDALUCÍA	SEVILLA	Francisco Liñán Alcalde
ANDALUCÍA	INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA	José Antonio Piedra y Maria Luisa Palma Martos
ANDALUCÍA	LOYOLA ANDALUCÍA	Emilio J. Morales Fernández
ANDALUCÍA	PABLO DE OLAVIDE	Amapola Povedano Díaz, Franciso Javier Ramos Va- lenzuela y Elena Sousa Ginel
ARAGÓN	ZARAGOZA	Lucio Fuentelsaz Lamata y Consuelo González Gil
ASTURIAS	OVIEDO	Vanesa Solís Rodríguez y Ana Suárez Vázquez
CANARIAS	LA LAGUNA	Desiderio Gutierrez Taño; Esperanza Gil Soto; Carmen Inés Ruiz De La Rosa
CANARIAS	LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	Mª Del Pino Medina Brito y Rosa María Batista Canino
CANARIAS	EUROPEA DE CANARIAS	Sara Patricia Torre García y Ruth Álvarez López
CANTABRIA	CANTABRIA	Paula San Martín Espina y Estefanía Palazuelos Cobo
CANTABRIA	EUROPEA DEL ATLÁNTICO CANTA- BRIA	Cristina Maza
CASTILLA Y LEÓN	CATÓLICA SANTA TERESA JESÚS DE ÁVILA	Javier Jorge Vázquez
CASTILLA Y LEÓN	BURGOS	Juan Bautista Delgado García, Virginia Blanco Mazaga- tos y Celia Díaz Portugal
CASTILLA Y LEÓN	LEÓN	Nuría González Álvarez
CASTILLA Y LEÓN	SALAMANCA	José Carlos Sánchez García
CASTILLA Y LEÓN	VALLADOLID	Natalia Martín Cruz
CASTILLA-LA MANCHA	CASTILLA-LA MANCHA	Juan José Jiménez Moreno
CATALUÑA	AUTÓNOMA DE BARCELONA	David Urbano, Sebastian Aparicio E Iván Martínez
CATALUÑA	BARCELONA	Liz Arroyo Carrasco y Claudio Cruz Cazares
CATALUÑA	GIRONA	Laura Vall-Llosera Casanovas
CATALUÑA	LLEIDA	José Manuel Alonso Martínez
CATALUÑA	VIC UNIVERSIDAD CENTRAL DE CATALUNYA	Elisenda Tarrats Pons
CATALUÑA	INTERNACIONAL DE CATALUÑA	Alba Manresa Matas
CATALUÑA	OBERTA CATALUNYA	Enric Serradell Lopez
CATALUÑA	ROVIRA I VIRGILI	Mercedes Teruel Carrizosa
CATALUÑA	ABAT OLIBA CEU	Carmen Ruiz Viñals
CATALUÑA	LA SALLE (RAMON LLULL)	Paul Fox

CCAA	UNIVERSIDADES Y ESCUELAS DE NEGOCIOS PARTICIPANTES EN GUESS ESPAÑA 2023	DELEGADOS 2023
COMUNIDAD DE MADRID	CUNEF	Kremena Slavcheva Slavova y Metin Onal Vural Durukan
COMUNIDAD DE MADRID	EOI (ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL)	Diego Crescente y Sergio Jiménez De Ochoa
COMUNIDAD DE MADRID	ESIC UNIVERSITY	Verónica A. Jiménez Folcrá
COMUNIDAD DE MADRID	UDIMA (UNIVERSIDAD A DISTANCIA DE MADRID)	Pedro Aceituno Aceituno
COMUNIDAD DE MADRID	AUTÓNOMA DE MADRID	Miguel Angoitia Grijalba y Yolanda Bueno
COMUNIDAD DE MADRID	CARLOS III DE MADRID	Virginia Hernández y Belén Usero
COMUNIDAD DE MADRID	CEU SAN PABLO	Marina Sánchez Layos
COMUNIDAD DE MADRID	COMPLUTENSE DE MADRID	David Alonso García
COMUNIDAD DE MADRID	ALCALÁ	Fernando Javier Crescente Romero
COMUNIDAD DE MADRID	EUROPEA DE MADRID	Sara Patricia Torre García y Ruth Álvarez López
COMUNIDAD DE MADRID	FRANCISCO DE VITORIA	Caridad Maylin Aguilar y Ramón Fernández De Caleyá
COMUNIDAD DE MADRID	UNED (UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA)	Miguel Bernabé Castaño y María Miyar Busto
COMUNIDAD DE MADRID	POLITÉCNICA DE MADRID	Carmen Avilés, Claudio Feijoo y Beatriz Del Rincón Alonso
COMUNIDAD DE MADRID	PONTIFICIA COMILLAS	Virginia Tolín Hernani
COMUNIDAD DE MADRID	REY JUAN CARLOS	Pilar Laguna Sánchez, Rosa Santero Sánchez, Andrés Martínez Fernández y Juan José Nájera Sánchez
COMUNIDAD VALENCIANA	ALICANTE	Sergi Soriano Ubeda y Jorge Valdés
COMUNIDAD VALENCIANA	VALENCIA	Lorenzo Revuelto Taboada
COMUNIDAD VALENCIANA	EUROPEA DE VALENCIA	Sara Patricia Torre García y Ruth Álvarez López
COMUNIDAD VALENCIANA	INTERNACIONAL DE VALENCIA (VIU)	Diana Seguí Mas y José Martí
COMUNIDAD VALENCIANA	MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE	José María Gómez Gras
COMUNIDAD VALENCIANA	POLITÉCNICA DE VALENCIA	Elies Seguí Mas y Guillermina Tomo Carbó
COMUNIDAD VALENCIANA	JAUME I	Laura Martínez Peris, María Luisa Flor Peris y María Mercedes Segarra Ciprés
EXTREMADURA	EXTREMADURA	Antonio Fernández Portillo y María Calzado Barbero
GALICIA	CORUÑA	Francisco J. León Medina
GALICIA	SANTIAGO DE COMPOSTELA	Isabel Neira Gómez y M ^a Loreto Fernández Fernández
GALICIA	VIGO	Ana Gueimonde Canto, Isabel Diéguez Castrillón, y Joaquín Collazo Rodríguez
ISLAS BALEARES	ISLAS BALEARES	Francisco Julio Batle Lorente
LA RIOJA	LA RIOJA	Idana Salazar Terros
NAVARRA	PÚBLICA DE NAVARRA	Cristina Bayona Sáez y Paula Anzola Roman
PAÍS VASCO	DEUSTO	Miren Garbiñe Henry Moreno
PAÍS VASCO	MONDRAGÓN	Monika Tkacz
PAÍS VASCO	PAÍS VASCO	Noemí Peña Miguel y María Saiz Santos
REGIÓN DE MURCIA	CATÓLICA SAN ANTONIO DE MURCIA	Alma María Fernández Sota
REGIÓN DE MURCIA	MURCIA	Alicia Rubio Bañon
REGIÓN DE MURCIA	POLITÉCNICA DE CARTAGENA	Juan Francisco Sánchez García



Vicerektorat d'Innovació,
Transferència i Divulgació Científica



OBSERVATORIO DEL
EMPENDIMIENTO
DE ESPAÑA

