

GUESSSS

23/24 UVIGO



Intencións de carreiras, espírito emprendedor e
iniciativas empresariais do estudiantado da
Universidade de Vigo

AUTORÍA:

M^a ISABEL DIÉGUEZ CASTRILLÓN · ANA GUEIMONDE CANTO · RAQUEL GANDÓN CHAPELA

Universidade de Vigo



Consello Social
Universidade de Vigo

COLABORAN



GUESSS

23/24

UVIGO

*Intencións de carreiras, espírito
emprendedor e iniciativas empresariais do
estudantado da Universidade de Vigo*

AUTORÍA

M^a Isabel Diéguez Castrillón
Ana Gueimonde Canto
Raquel Gandón Chapela

ARTES GRÁFICAS

Dani García Corrales (surgencia.net)

ISBN-CITACIÓN DEL INFORME

Por favor, cite esta publicación como:

Diéguez Castrillón, M^a I., Gueimonde Canto, A. & Gandón Chapela, R. (2025). Informe GUESSS 23/24 UVIGO. *Intencións de carreiras, espírito emprendedor e iniciativas empresariais do estudantado da Universidade de Vigo*. ISBN: 978-84-09-79110-1.

<https://observatoriodelemprendimiento.es/guesss/>

© As autoras

Universidade de Vigo



Consello Social
Universidade de Vigo

COLABORAN



	PRESENTACIÓN DO REITOR DA UNIVERSIDADE DE VIGO	02
	PRESENTACIÓN DO PRESIDENTE DO CONSELLO SOCIAL DA UNIVERSIDADE DE VIGO	03
1	O PROXECTO GUESSSS: MEDIR, DIRIXIR PROGRESAR	04
2	RESUMO DOS INDICADORES	05
	INTENCIÓNS DE ESCOLLA DE CARREIRA PROFESIONAL	05
	ACTIVIDADE EMPREENDEDORA DO ALUMNADO DA UNIVERSIDADE DE VIGO	05
	FACTORES CONDICIONANTES DO EMPRENDIMENTO	06
3	ACHADOS PRINCIPAIS	07
3.1	INTENCIÓNS DE ESCOLLA DE CARREIRA DO ALUMNADO DA UNIVERSIDADE DE VIGO	08
3.2	ACTIVIDADE EMPREENDEDORA NACENTE E ACTIVA NA UNIVERSIDADE DE VIGO	13
	EMPRENDIMENTO NACENTE NA UNIVERSIDADE DE VIGO	13
	Perfil das persoas emprendedoras	13
	Perfil dos proxectos de emprendemento nacente	14
	EMPRENDIMENTO ACTIVO NA UNIVERSIDADE DE VIGO	17
	Perfil das persoas emprendedoras	17
	Perfil dos proxectos de emprendemento activo	17
	SÍNTESE INTERPRETATIVA DO EMPRENDIMENTO NA UNIVERSIDADE DE VIGO	21

3.3	EMPRENDIMENTO UNIVERSITARIO: ASPECTOS ESPECÍFICOS	22
	RAMO DE COÑECEMENTO	22
	XÉNERO	23
	CONTEXTO UNIVERSITARIO	24
	Formación para o emprendemento	24
	Reputación da Universidade como institución emprendedora	25
	Clima de emprendemento	25
	SÍNTESE INTERPRETATIVA DOS FACTORES CONTEXTUALES	26
4	RECOMENDACIONS	27
5	HISTORIAS INSPIRADORAS QUE NACERON DA UNIVERSIDADE	29
	LUXSIT	30
	MONET TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN SL	31
	COVINTES ECOPERATIVA	33
	ASOC. PRODUCCIÓN OU KÉ	34
	ACADEMIA TECNIFICAT	35
	VI&GO	36
6	ORGANIZACIÓN DO PROXECTO	37
	CARACTERÍSTICAS DA MOSTRA DE 2023	37
	UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS PARTICIPANTES E MOSTRA TOTAL	37
	ÍNDICE DE FIGURAS	39



O emprendemento nace da capacidade humana de imaxinar un futuro distinto e de atreverse a facelo posible. É unha expresión de creatividade, de ilusión e da valentía de quen quere transformar ideas en realidade que melloren o mundo que habitamos.

Hoxe, máis ca nunca, emprender é abrir camiños nunha sociedade en constante movemento, onde a innovación e a colaboración se converten nas ferramentas fundamentais para avanzar cara a un desenvolvemento sostible e inclusivo.

Neste contexto, o emprendemento non é só unha alternativa profesional, senón unha auténtica filosofía de vida que pon en valor a iniciativa, a igualdade de oportunidades e a accesibilidade como principios básicos. Significa apostar polas persoas, pola súa capacidade de crear, compartir e xerar impacto positivo.

A Universidade de Vigo, fiel ao seu compromiso co progreso e co coñecemento, integra esta visión no seu Plan Estratéxico 2021-2026, promovendo unha formación e unha investigación que non só impulsen o tecido socioeconómico, senón que tamén contribúan ao crecemento persoal, intelectual e cultural dunha sociedade plural, aberta e multilingüe. A través desta aposta, a Universidade converte o emprende-

mento nun eixo esencial para a transformación social e para a creación dun futuro máis xusto e innovador.

O proxecto GUESSS é un exemplo claro desta visión compartida. A súa capacidade para mobilizar o debate, recoller datos e xerar coñecemento converteuno nun espazo de encontro entre a universidade, o alumnado e o ecosistema emprendedor. Grazas a el, foi posible identificar tendencias, inspirar novas ideas dende unha perspectiva global e colaborativa.

O informe que agora se presenta é moito máis ca un documento de resultados: é o reflexo dun traballo colectivo, dunha aprendizaxe compartida e dunha comunidade universitaria que cre no poder transformador das ideas.

O emprendemento é, en definitiva, a ponte entre o que somos e o que queremos ser. Proxectos coma este demostran que, cando o talento, a paixón e a colaboración se unen, o futuro deixa de ser unha incógnita para converterse nunha oportunidade.

Por iso, quero expresar o meu máis sincero agradecemento a todas as persoas que participaron neste proxecto: ao alumnado, polo seu entusiasmo e implicación; ao profesorado e ao persoal investigador, pola súa dedicación; e a

todas as institucións e entidades que fan posible que GUESSS siga medrando e consolidándose como un referente internacional.

D. Joaquín Reigosa Roger

Reitor da Universidade de Vigo

Catedrático de Fisioloxía Vexetal

UniversidadeVigo

Presentación do Presidente do Consello Social da Universidade de Vigo



O emprendemento universitario é hoxe un dos eixos estratéxicos para a transformación económica e social do noso país. A universidade non só debe ser un espazo de formación e xeración de coñecemento, senón tamén un lugar no que xurdan ideas capaces de converterse en proxectos innovadores e sustentables.

Neste contexto, o **Consello Social da Universidade de Vigo** quere reafirmar o seu compromiso co fortalecemento da cultura emprendedora no seo da comunidade universitaria. Como órgano de participación da sociedade na universidade, o Consello Social ten a responsabilidade de tender pontes entre o mundo académico, o tecido produtivo e o conxunto da cidadanía. Esa conexión é esencial para que o talento e a creatividade do alumnado se traduzan en valor para o territorio.

O estudo que aquí se presenta, centrado no comportamento emprendedor do alumnado universitario, constitúe unha ferramenta de análise e reflexión de enorme interese. A través dos seus resultados, é posible coñecer mellor as motivacións, barreiras e potencialidades que definen a actitude emprendedora dos nosos estudantes. Esta información será, sen dúbida, de grande utilidade para deseñar políticas universitarias máis eficaces e programas de apoio máis axustados ás súas necesidades.

Desde o Consello Social, consideramos fundamental apoiar este tipo de iniciativas, que contribúen a consolidar unha universidade máis aberta, máis innovadora e máis conectada coa realidade social e económica do seu entorno. O emprendemento, entendido non só como creación de em-

presas, senón tamén como capacidade de iniciativa, creatividade e compromiso co cambio, é un valor que queremos seguir promovendo entre o noso estudiantado.

Animamos a todo o alumnado a dar o paso, a transformar as súas ideas en proxectos e os seus proxectos en realidade, porque emprender é tamén construír futuro e contribuír activamente ao progreso da nosa sociedade.

D. Ernesto Pedrosa

*Presidente do Consello Social da
Universidade de Vigo*



Consello Social
Universidade de Vigo



As universidades teñen unha función relevante no proceso de innovación social e económica dun territorio. A través do seu capital humano, do seu estudantado, impulsando o espírito emprendedor e a creación de empresas, poden facer unha achega decisiva para corrixir a baixa densidade e o reducido tamaño do tecido empresarial, un dos problemas estruturais da economía española que lastra a súa produtividade.

As políticas de apoio a este reto orientáronse, até o de agora, principalmente ás etapas finais do proceso emprendedor, descoidando a atención que precisan os seus momentos iniciais, é dicir, os viveiros naturais de talento que, en boa medida, xorden do sistema educativo e, especialmente, das universidades.

O Observatorio do Emprendemento de España, e máis concretamente o proxecto internacional GUESS que coordina, centra a súa atención neste desafío. GUESS é o proxecto internacional de investigación colaborativa máis importante do mundo no ámbito universitario do fenómeno emprendedor.

Os seus principais obxectivos son investigar as intencións de escolla de carreira profesional do estudantado universitario -entre elas, a de crear empresas-; as súas actividades emprendedoras; e as causas e factores continxentes que as condicionan, incluíndo a influencia do contexto universitario e da formación recibida.

O seu propósito final é emitir recomendacións útiles que contribúan a facer das universidades viveiros de empresas de alto potencial.

A súa décima edición internacional (2023) abrangue máis de cincuenta países, 1.300 universidades e máis de 226.000 estudantes. En España participaron 71 universidades e escolas de negocios, con máis de 76.000 estudantes universitarios, o que sitúa o noso país á cabeza mundial en número de estudantes implicados.

O informe nacional, publicado recentemente¹, analiza parte da ampla base de datos obtida a partir das enquisas realizadas entre setembro e decembro de 2023, e recolle dez historias inspiradoras de startups nadas no ámbito universitario.

A alta participación e algúns dos resultados obtidos amosan o interese e a curiosidade do estudantado español polo emprendemento, rompendo así determinados tópicos. A explotación desta información por cada unha das universidades participantes permite unha análise comparada con indicadores nacionais e internacionais de gran valor para a investigación e a gobernanza universitaria.

Un bo exemplo é o comportamento da Universidade de Vigo, que acadou unha elevada participación, con máis de 3.000 estudantes.

Este esforzo das compañeiras e compañeiros da Universidade de Vigo completouse co traballo das máis de 120 persoas -entre investiga-

dores/as, responsables e equipos das unidades de emprendemento das universidades públicas e privadas- que se implicaron no proxecto GUESS en España.

Nesta tarefa cómpre recoñecer o apoio recibido a nivel nacional por parte do Santander Financial Institute (SANFI), da Fundación COTEC, da Fundación Colexio Decroly e do programa Acelera Startups da EOI, ademais do soporte que ENISA presta ao Observatorio do Emprendemento de España, que coordina e facilita recursos ao proxecto.

Nesta edición é especialmente relevante a atención prestada polo Ministerio de Ciencia, Innovación e Universidades, cuxa ministra, Diana Morant, redactou o prólogo do informe estatal.

Como director do proxecto en España, é para min unha grande satisfacción presentar os informes das distintas universidades participantes. En particular, neste da Universidade de Vigo, desexo destacar a dedicación e o excelente traballo das profesoras Ana Gueimonde Canto e M^a Isabel Diéguez Castrillón e do seu equipo, a quen traslado as miñas máis sinceras felicitacións polo magnífico labor realizado.

José Ruiz Navarro

*Director en España do proxecto GUESS
Catedrático Emérito de Organización de Empresas
pola Universidad de Cádiz*

<https://observatoriodelemprendimiento.es/guess>

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/guess/>).

Preséntanse a continuación os principais indicadores e resultados destacados do Informe GUESSS Universidade de Vigo (UVigo), correspondentes á edición 2023/2024. Os datos recóllense a partir das respostas de 3.192 estudantes de grao e posgrao da Universidade de Vigo, o que representa o 16% do alumnado matriculado.

O cuestionario e a metodoloxía aplicadas son comúns ás empregadas no proxecto internacional Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS), liderado pola Universidade de St. Gallen (Suíza), que nesta edición contou coa participación de máis de 226.000 estudantes universitarios de 57 países.

Intencións de escolla de carreira profesional

- » O 7,3% do alumnado da UVigo manifesta intención de converterse en emprendedor/a ao rematar os seus estudos, porcentaxe que se duplica até o 15,9% cando se considera o horizonte temporal de cinco anos tras a graduación.
- » Entre as posibles opcións de carreira profesional, o emprendemento é a única que gaña peso relativo a longo prazo (+8,6 puntos), xunto coa de emprego público (+3,2 puntos), reproducindo o comportamento observado no conxunto do Sistema Universitario Español (SUE).

- » O 73,9% dos estudantes con intención emprendedora inmediata manifesta a vontade de manter esa opción cinco anos despois de finalizar os estudos, o que reflicte unha notable estabilidade nas intencións emprendedoras.

Actividade emprendedora do alumnado da Universidade de Vigo

O 13,47% do alumnado atópase no proceso de creación do seu propio negocio, conformando o colectivo de emprendedores/as nacentes da Universidade de Vigo.

- » O emprendemento nacente concéntrase nas ramas de Ciencias Sociais e Xurídicas (42,4%) e Enxeñaría (28,3%), mentres que Ciencias (5,9%) e Ciencias da Saúde (5,2%) presentan unha menor presenza. Destaca especialmente o ámbito de Artes e Humanidades, comportamento coincidente co observado no conxunto do SUE.
- » En canto á finalidade dos proxectos, o 41,6% pretende que o negocio se converta na súa ocupación principal ao rematar os estudos; un 20,8% prevé compatibilizalo con outras actividades e un 37,5% aínda non o ten decidido.
- » O 61,8% dos proxectos corresponden a iniciativas individuais de autoemprego, un 26,6% conta cun/unha socio/a e un 11,6% con dúas ou máis persoas asociadas.

- » Os sectores máis representados son o cuaternario (32,8%) -actividades intelectuais e tecnolóxicas como investigación, informática, educación ou consultoría- e o terciario (30,4%) -servizos en turismo, banca, saúde, ou asesoramento legal-. No entanto, destaca a elevada incerteza no momento de adscribir a actividade a algún sector concreto de entre os que se propoñen (21,5%). Os sectores que absorben en menor medida aos emprendedores e emprendedoras nacentes son o sector primario (2,7%) e o secundario (12,6%).

- » Un 59,4% dos proxectos non se localizarán na cidade de estudos universitarios do alumnado, e só un 40,6% o fará.
- » En canto á fase de desenvolvemento, un 34,8% dos proxectos non teñen aínda definido o momento de posta en marcha, un 15,7% prevé fundarse ao rematar os estudos, un 23,2% nos dous anos posteriores e un 26,3% mentres o alumnado continúa na universidade.
- » Entre os principais impulsores dos proxectos destacan as novas tecnoloxías e os cambios sociais e culturais, identificados como motores da iniciativa emprendedora.

O 5,7% do alumnado da Universidade de Vigo xa puxo en marcha o seu propio negocio, integrándose no colectivo de emprendedores/as activos/as.

- » A distribución por xénero é relativamente equilibrada (50,5% homes / 46,2% mu-

lles), e por ramas de coñecemento predominan as Ciencias Sociais e Xurídicas (47,8%) e Enxeñaría (22,5%), que en conxunto representan preto das tres cuartas partes do total.

- » As iniciativas do emprendemento activo asóciáanse maioritariamente aos sectores terciario (33,5%) e cuaternario (34,5%), e caracterízanse polo seu carácter recente e reducido tamaño: o 65,2% foron creadas nos últimos tres anos e o 48,4% non teñen empregados/as.
- » As emprendedoras e emprendedores activos non teñen experiencia, na súa maioría. Unicamente un de cada 5 teñen acometido algún outro proxecto empresarial anteriormente. Son fundamentalmente propietarios/as maioritarios/as do negocio (68%), con escasa certeza de que o seu negocio se constitúa como a súa principal ocupación unha vez rematados os estudos.
- » En termos de dedicación, o 38,3% non considera o seu negocio como ocupación principal e o 32,8% non o ten decidido.
- » O 24,9% dos emprendedores/as activos/as modificou substancialmente a súa idea inicial de negocio, e só un 3,4% empregou fondos de capital risco.
- » En canto á localización, o 45,7% das empresas están situadas na mesma localidade onde o alumnado realiza os estudos.

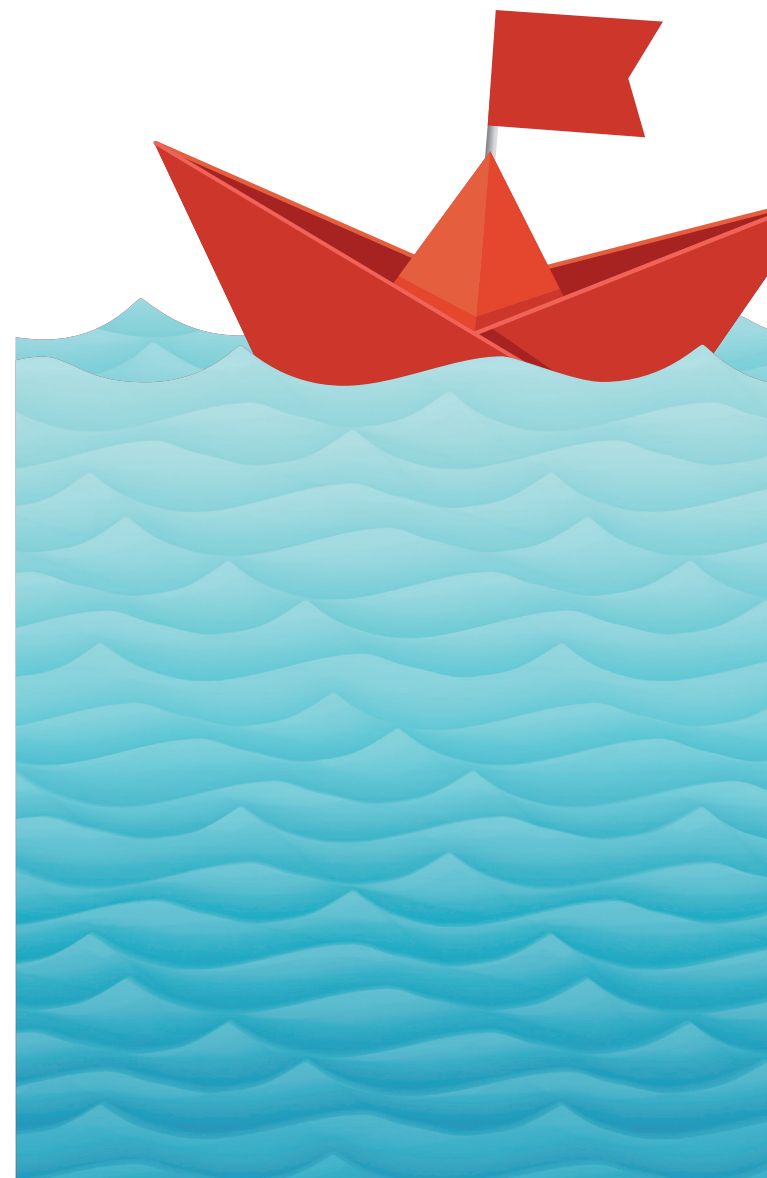
Factores condicionantes do emprendemento

- » Por ramas de coñecemento, as maiores taxas de intencionalidade emprendedora a curto prazo corresponden ás áreas de Artes e Humanidades (8,8%) e Ciencias Sociais e Xurídicas (8,4%), mentres que a intencionalidade a longo prazo é máis elevada en Enxeñaría (20%) e Artes e Humanidades (19,7%).

- » O emprendemento activo e o nacente están liderados, igualmente, polo alumnado de Artes e Humanidades, que amosa un perfil creativo e diversificado.
- » En materia de xénero, obsérvanse fendas significativas a favor do colectivo masculino: 9,4 puntos na intención emprendedora de longo prazo, 8,4 puntos no emprendemento nacente, 3,7 puntos no activo e 2,4 puntos na intención de curto prazo.
- » A formación en emprendemento continúa sendo limitada: só un 10,9% do alumnado asistiu voluntariamente a cursos nesta área, aínda que o interese aumenta entre os emprendedores nacentes (29,3%) e activos (39,8%).
- » O 3,4% do estudantado indica ter elixido a Universidade de Vigo pola súa reputación no ámbito do emprendemento, e a percepción do clima emprendedor é semellante á do conxunto do SUE, con valores medios de 3,4 (UVigo) fronte a 4,2 (España).

Síntese final: Os datos evidencian unha **comunidade universitaria con crecente interese polo emprendemento**, que combina **actitudes favorables e diversidade disciplinar**, con proxectos aínda **incipientes e de pequena escala**.

O **potencial emprendedor do alumnado da Universidade de Vigo** é significativo e en expansión, sustentado nunha base de **creatividade, innovación e motivación persoal**. A consolidación deste ecosistema require **reforzar a formación transversal en emprendemento, mellorar a percepción institucional e ampliar as redes de apoio e acompañamento** que faciliten a transición desde a idea emprendedora até a creación e consolidación de proxectos empresariais.



Desde finais do século pasado, está amplamente recoñecida a terceira misión da Universidade, asociada á innovación, ao emprendemento e ao compromiso social mediante a vinculación coa súa contorna. A denominación “universidade emprendedora” sintetiza esta noción e expresa un reto global: integrar o impulso emprendedor nas outras dúas misións tradicionais da institución universitaria, a docencia e a investigación.

Na actualidade, a universidade configúrase como un axente chave na promoción do espírito emprendedor. A formación xeral e a específica en emprendemento que recibe o alumnado, xunto coa oferta de múltiples servizos e actividades -unidades e oficinas de emprendemento, incubadoras de iniciativas empresariais ou servizos de asesoramento personalizado- contribúen a crear un ecosistema propicio para o desenvolvemento de novas ideas e proxectos empresariais.

Aínda que existen múltiples indicadores que permiten avaliar o avance cara á consecución desta terceira misión, a xeración de emprendedores e emprendedoras constitúe un dos máis relevantes e visibles.

Co obxectivo de medir e comparar este fenómeno a nivel mundial, o proxecto Global University Entrepreneurial Spirit Students’ Survey (GUESSS), liderado pola Universidade de St. Gallen (Suíza), constitúe o observatorio de investigación en emprendemento universitario mais importante do mundo. O proxecto recolle

información bianualmente sobre intencións e actividades emprendedoras do estudiantado. Na súa edición máis recente, correspondente a 2023, participaron máis de 226.000 estudantes universitarios e máis de 3.000 Universidades de 57 países.

O GUESSS ten como finalidade observar de maneira sistemática e global as intencións e a actividade emprendedora do alumnado universitario, identificando antecedentes, condicións da contorna e factores de éxito a diferentes niveis (individual, familiar, universitario e institucional). Ademais, analiza distintas tipoloxías de emprendemento, como a creación de novas empresas, as sucesións en empresas familiares ou a adquisición de negocios xa existentes.

A Universidade de Vigo participou nas edicións de 2018, 2021 e 2023, co propósito de empregar a información obtida como ferramenta de análise e mellora. Estes datos permiten identificar actitudes, intencións, déficits e desexos emprendedores do seu alumnado, ofrecendo unha radiografía do comportamento e das motivacións para emprender no ámbito universitario.

A utilidade dos resultados é múltiple:

- » permiten avaliar a capacidade da universidade para xerar talento emprendedor,
- » serven como instrumento de seguimento das políticas e programas institucionais de emprendemento,

- » facilitan a identificación de áreas de mellora para reforzar o espírito emprendedor do alumnado, e
- » posibilitan a realización de análises comparativas (benchmarking) con outras universidades do Sistema Universitario Galego (SUG), do Sistema Universitario Español (SUE) e de ámbito internacional.

Neste informe preséntanse os principais resultados obtidos da explotación dos datos da edición 2023. Grazas ao esforzo realizado na fase de recollida, dispúxose da participación de 3.192 estudantes de grao e posgrao da Universidade de Vigo, o que representa o 16% do alumnado matriculado no curso 2023-24.

A análise descritiva que se ofrece constitúe unha aproximación á realidade do emprendemento na Universidade de Vigo. Delinéase o perfil de comportamento emprendedor do alumnado, diferenciando tres grupos principais:

1. estudantes dedicados exclusivamente aos estudos e sen vinculación con actividades emprendedoras,
2. emprendedores nacentes, que están poñendo en marcha o seu propio negocio ou iniciando unha actividade por conta propia, e
3. emprendedores activos, que xa xestionan ou dirixen unha empresa ou traballan por conta propia.

O informe aborda, en primeiro lugar, a realidade do alumnado non vinculado ao emprendemento, centrando a atención na súa intención futura de emprender. A continuación, analízanse as dúas modalidades de emprendemento -nacente e activo-, así como determinados factores de contexto que inflúen no comportamento emprendedor: o xénero, o ámbito de coñecemento e a percepción do estudantado sobre a universidade como ecosistema de apoio ao emprendemento.

O documento conclúe cun conxunto de recomendacións orientadas a consolidar o carácter emprendedor da Universidade de Vigo e do seu alumnado. Como peche, inclúese unha recompilación de casos de emprendedores e emprendedoras egresadas da UVigo, pertencentes a diferentes titulacións e con proxectos empresariais de éxito, que constitúen referentes inspiradores para a comunidade universitaria.

3.1 Intencións de escolla de carreira do alumnado da Universidade de Vigo

Co obxectivo de avaliar o futuro comportamento emprendedor do estudantado da Universidade de Vigo, resulta de interese coñecer a súa intención de emprender, o que no marco do proxecto GUESSS se denomina “intencionalidade de emprendedora”.

Para analizar esta variable, o proxecto GUESSS toma como referencia a escolla de carreira profesional que o alumnado prevé realizar unha vez finalizados os estudos

universitarios, diferenciando dous momentos temporais:

- a. ao rematar a titulación e
- b. nun horizonte máis amplo, cinco anos despois da súa finalización.

Deste modo, distínguense dúas categorías:

- » as persoas emprendedoras intencionais directas, ou emprendedores/as a curto prazo (C/P), e
- » as persoas emprendedoras intencionais a longo prazo (L/P), que manifestan a intención de emprender nun horizonte temporal máis distante.

En canto ás opcións de carreira profesional, o estudantado pode elixir entre traballar por conta allea ou por conta propia. No primeiro caso, as alternativas inclúen traballar nunha empresa pequena, mediana ou grande, nunha ONG, na Administración pública ou seguir unha carreira académica. No segundo, as opcións pasan por traballar nunha empresa de propiedade propia ou nunha empresa familiar, a tempo completo ou parcial. A continuación expóñense os resultados obtidos nestas alternativas tanto para o momento de rematar os estudos (curto prazo) como 5 anos despois (longo prazo).

A distribución das respostas do alumnado da Universidade de Vigo amosa que un 7,3% manifesta intención de emprender ao rematar os estudos universitarios. Esta porcentaxe duplicase até o 15,9% cando o horizonte temporal considerado é o de cinco anos despois da graduación.

As porcentaxes de intencionalidade emprendedora na Universidade de Vigo sitúanse entre cinco e seis puntos por baixo das rexistradas no conxunto das universidades españolas, que presentan un 12,3% de intención emprendedora a curto prazo e un 22,7% a longo prazo.

Non obstante, obsérvase un comportamento moi similar entre o alumnado da UVigo e o do SUE nas opcións profesionais máis preferidas: traballar nunha empresa grande (19% na UVigo fronte ao 20,1% en España) e acceder ao emprego público (20,6% UVigo fronte ao 18,1% España). Tamén se aprecia unha proporción semellante de estudantes indecisos respecto ao seu futuro profesional (18,2% UVigo fronte ao 16,3% España)(figuras 1 e 2).

Debe salientarse a intensificación do interese por emprender cando se considera un horizonte temporal máis amplo. O incremento é de 8,6 puntos na Universidade de Vigo e de 10,4 puntos no SUE. O emprendemento constitúe así a opción profesional que máis medra en importancia relativa co paso do tempo, o que suxire que o alumnado percibe o emprendemento como unha alternativa atractiva, pero tamén como unha vía que require tempo, experiencia e preparación previa.

FIGURA 1.

INTENCIÓN DE ESCOLLA DE CARREIRA DO ALUMNADO DA UNIVERSIDADE DE VIGO AO FINALIZAR OS SEUS ESTUDOS E CINCO ANOS DESPOIS

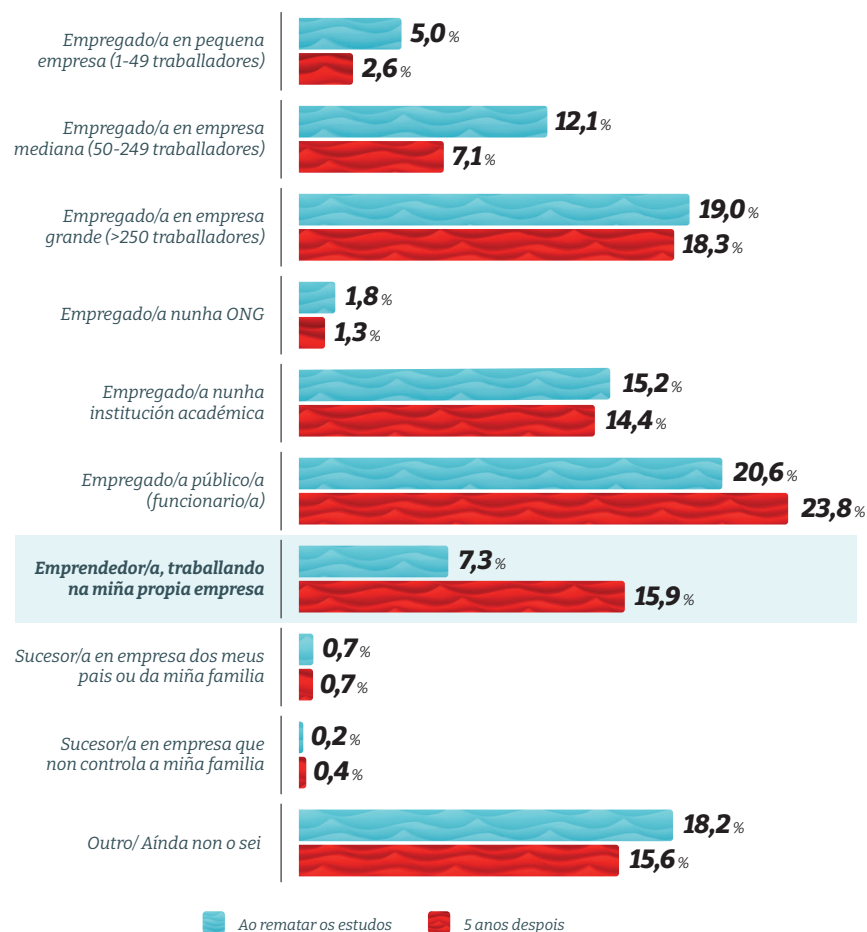


FIGURA 2.

INTENCIÓNS DE ESCOLLA DE CARREIRA DO ESTUDANTADO DO SUE AO FINALIZAR A CARREIRA E 5 ANOS DESPOIS

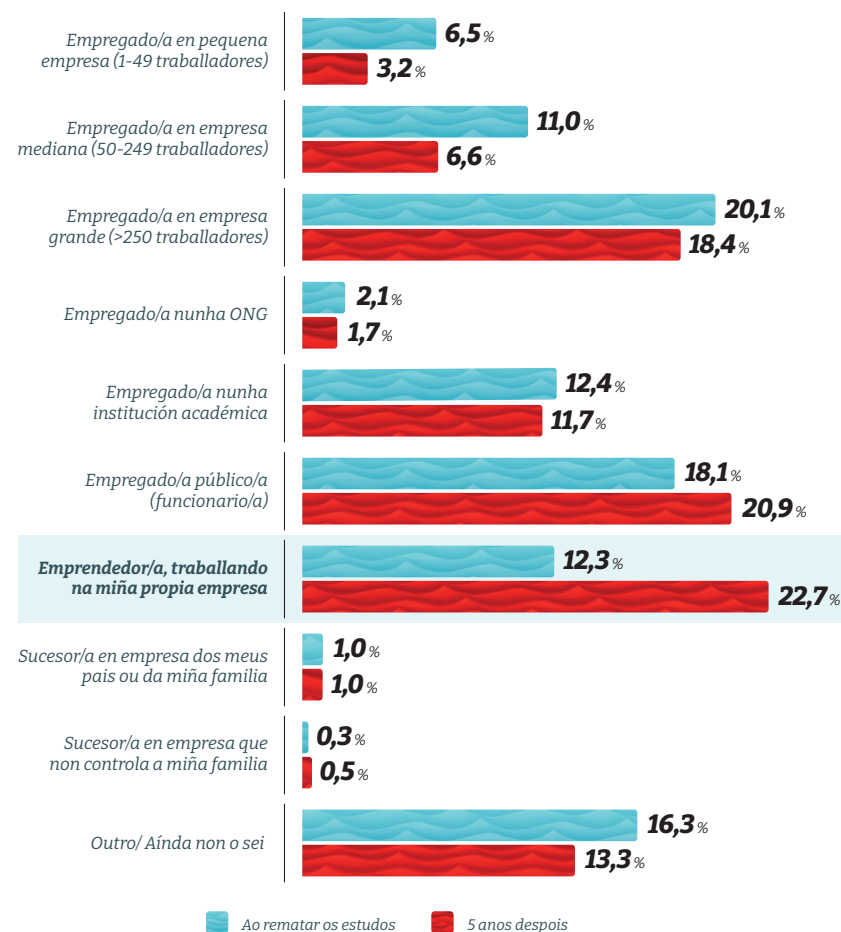


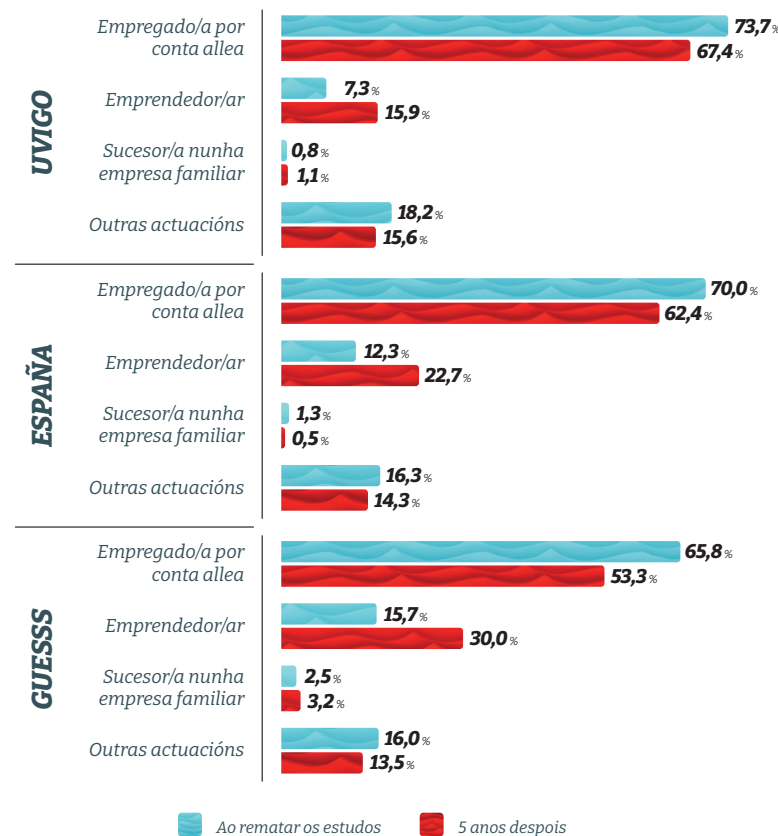
FIGURA 3.

INTENCIÓN DE ESCOLLA DE CARREIRA PROFESIONAL POR GRUPOS DO ALUMNADO UVIGO, SUE, E PAÍSES GUESS; AO REMATAR OS ESTUDOS E 5 ANOS DESPOIS

Co obxectivo de facilitar a comparación internacional, as opcións de carreira profesional agrúpanse en catro bloques, (aínda que debe terse en conta que a participación dos 57 países no proxecto GUESS non é homoxénea, ao diferir en tamaño, número e tipo de universidades participantes, así como no perfil do alumnado):

- » Bloque 1: Emprego por conta allea
- » Bloque 2: Emprendedores/as
- » Bloque 3: Sucesores/as de empresas familiares
- » Bloque 4: Outras opcións

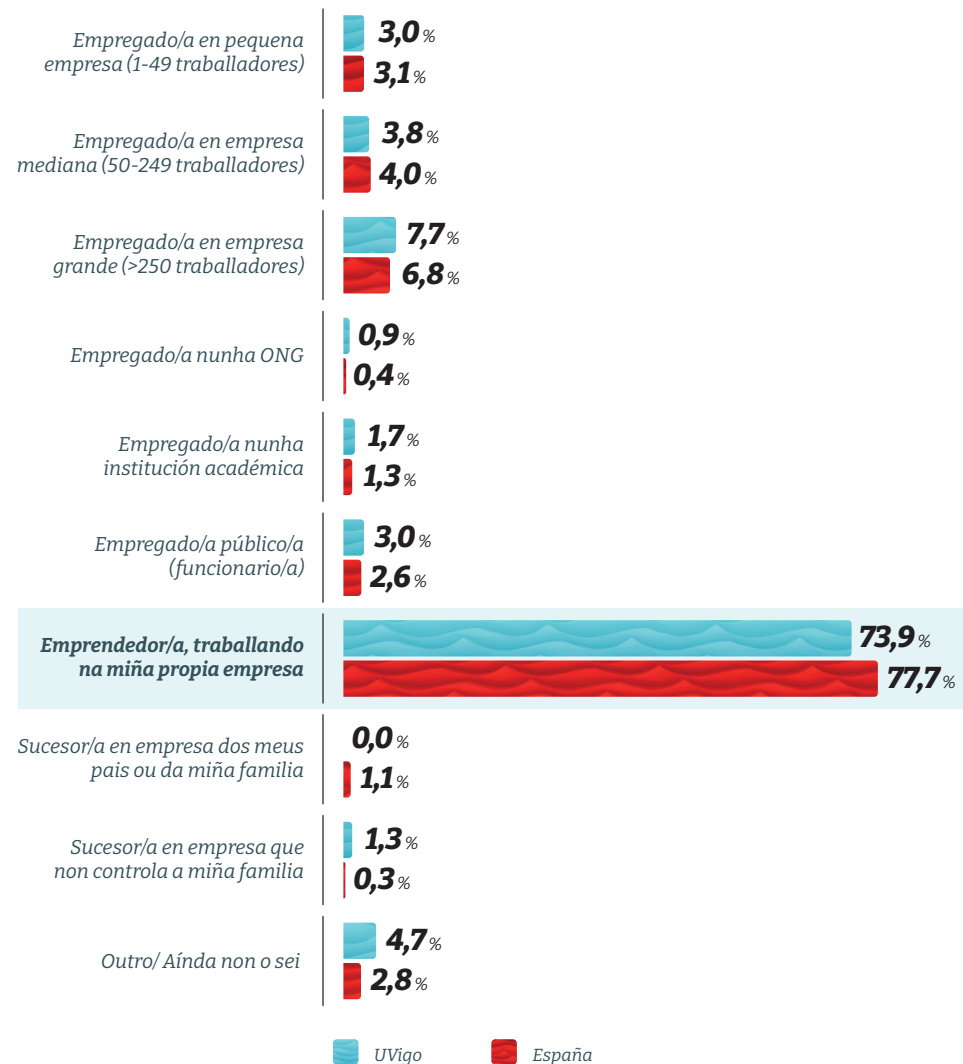
Os resultados amosan que, ao rematar os estudos, existe unha clara preferencia polo emprego por conta allea, tendencia que tamén se reproduce no ámbito estatal e internacional (UVigo 73,7%, SUE 70%, GUESS 65,8%) (figura 3). Este comportamento é especialmente salientable nos países máis desenvolvidos, reproducindo patróns observados en edicións previas do proxecto.



Resulta de interese analizar a traxectoria profesional que proxecta o alumnado con intención emprendedora, para coñecer en que medida se mantén esa vontade ao longo do tempo. No caso da Universidade de Vigo, o 73,9% dos estudantes que desexan emprender ao rematar a carreira manteñen esa intención cinco anos despois, fronte ao 77,7% no conxunto de España, o que revela unha notable estabilidade e perseveranza nas intencións emprendedoras (figura 4).

FIGURA 4.

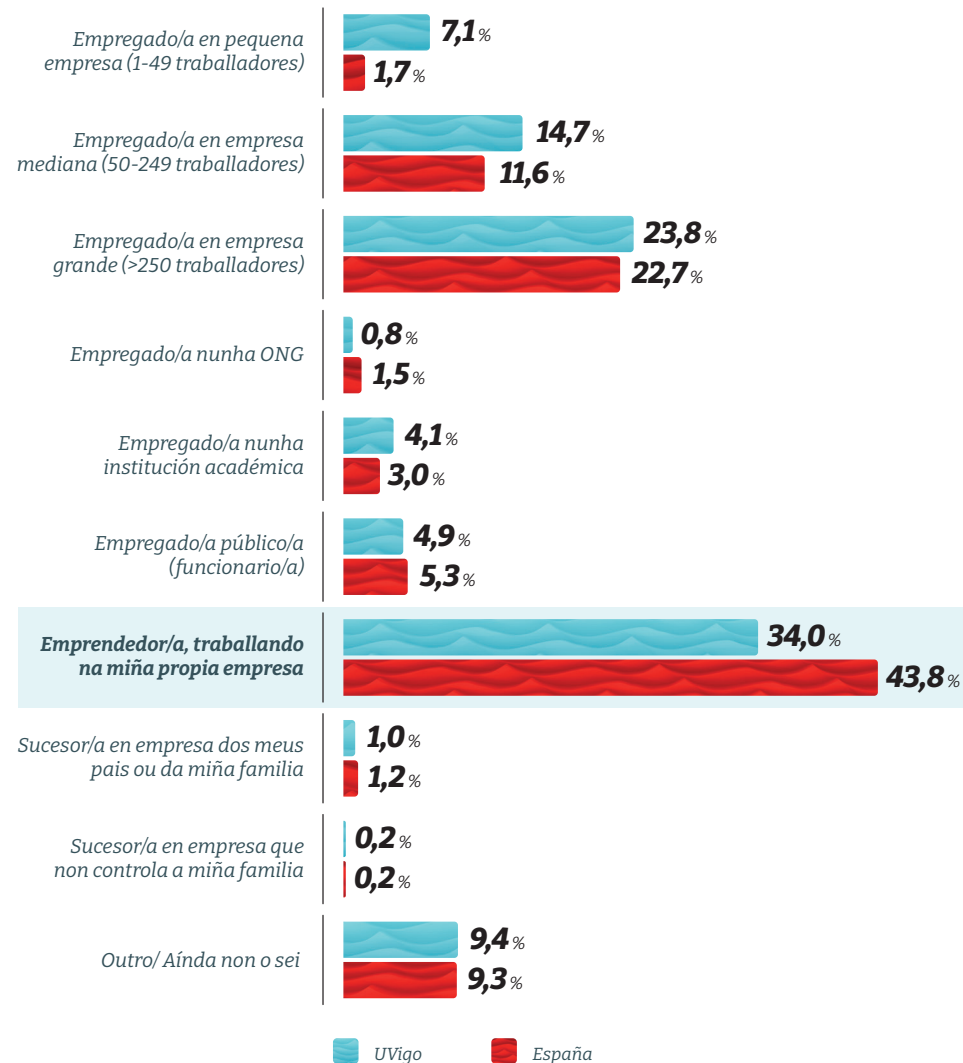
TRAXECTORIA PROFESIONAL QUE O ALUMNADO EMPRENDEDOR DE CURTO PRAZO PRETENDE SEGUIR 5 ANOS DESPUÉS DE TERMINAR A FORMACIÓN. DATOS DE UVIGO E SUE



De maneira inversa, cando se analiza a traxectoria do alumnado que manifesta intención de emprender a longo prazo, evidénciase que o 34% xa pretende iniciar os seus proxectos emprendedores inmediatamente ao finalizar os estudos. Pola súa banda, arredor dun 40% prefere adquirir experiencia profesional previa, principalmente en empresas de gran tamaño, antes de canalizar esa aprendizaxe cara á creación do seu propio proxecto emprendedor (figura 5).

FIGURA 5.

TRAXECTORIA PROFESIONAL PREVIA DO ALUMNADO CON INTENCIÓN DE EMPRENDER A LONGO PRAZO. DATOS DA UNIVERSIDADE DE VIGO E SUE



3.2 Actividade emprendedora nacente e activa na Universidade de Vigo

A continuación analízase o comportamento emprendedor do estudantado da Universidade de Vigo, distinguindo dúas situacións diferenciadas:

- » O alumnado que está a poñer en marcha o seu propio negocio ou tentando traballar por conta propia, o denominado “emprendemento nacente”.
- » O alumnado que xa xestiona ou dirixe unha empresa ou traballa por conta propia, identificado como “emprendemento activo”.

Emprendemento nacente na Universidade de Vigo

Un 13,47% do alumnado indica atoparse no proceso de creación do seu propio negocio. Este grupo constitúe o colectivo de emprendedores e emprendedoras nacentes da Universidade de Vigo.

A información recollida permite diagnosticar o estado do emprendemento nacente na institución, identificando tanto o perfil das persoas implicadas como as características dos proxectos que están a desenvolver (composición das equipas promotoras, fase de creación, sectores de actividade, etc.).

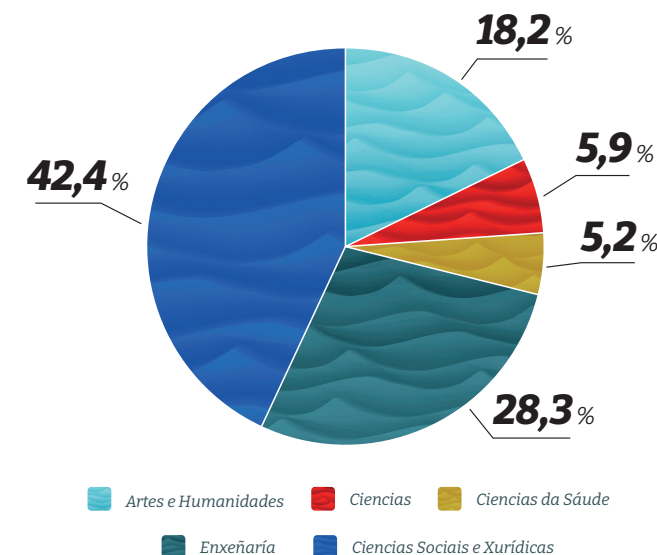
Perfil das persoas emprendedoras

A análise das características das persoas que lideran proxectos de emprendemento nacente amosa os seguintes datos:

- » Distribución por xénero: o 50,5% son homes, o 47,4% mulleres, e o 2,1% restante adscribese a outras opcións.
- » Ámbito de coñecemento: o emprendemento nacente concéntrase nas titulacións das ramas de Ciencias Sociais e Xurídicas (42,4%) e Enxeñaría (28,3%). En cambio, as ramas de Ciencias (5,9%) e Ciencias da Saúde (5,2%) presentan unha menor participación. Cómpre destacar tamén a cifra do 18,2% de alumnado procedente de Arte e Humanidades (figura 6).

FIGURA 6.

EMPRENDEMENTO NACENTE NA UNIVERSIDADE DE VIGO POR ÁMBITO DE COÑECIMENTO.



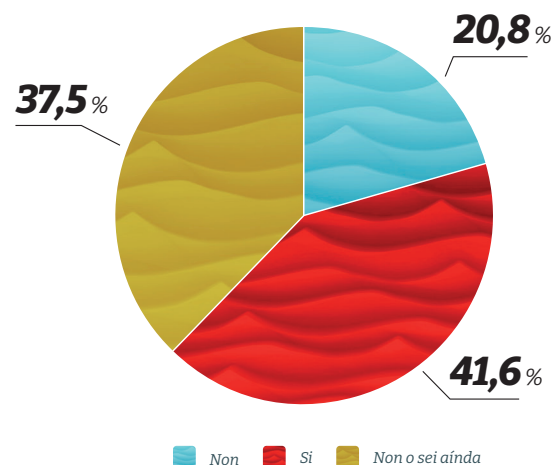
Perfil dos proxectos de emprendemento nacente

Finalidade do proxecto

Un de cada cinco emprendedores/as nacentes manifesta a intención de compatibilizar o seu negocio con outras actividades, de modo que non constitúa a principal fonte de ingresos tras a graduación. Un 41,6% considéranlo a súa ocupación principal, mentres que un 37,5% aínda non definiu se o proxecto terá carácter principal ou complementario (figura 7).

FIGURA 7.

EXPECTATIVAS DAS PERSOAS EMPREENDEDORAS NACENTES DA UNIVERSIDADE DE VIGO PARA CONVERTER O NEGOCIO EN OCUPACIÓN PRINCIPAL TRAS GRADUACIÓN

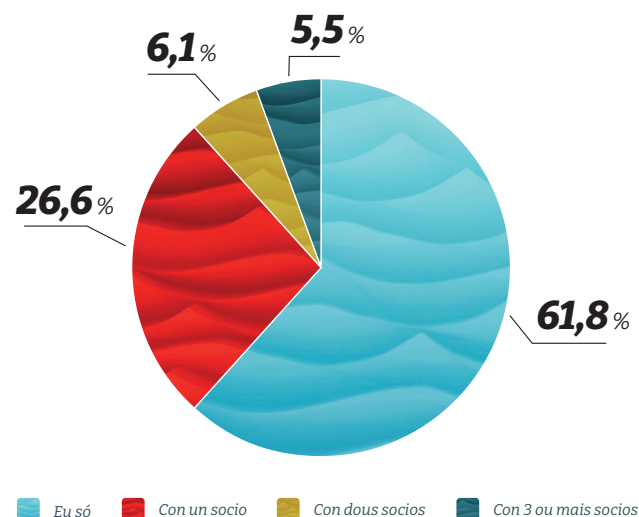


Composición da equipa promotora

A maioría dos emprendedores e emprendedoras nacentes da Universidade de Vigo teñen a perspectiva de emprender en solitario (61,8%). Aproximadamente unha cuarta parte (26,6%) prevé facelo cunha persoa socia, mentres que un 6,1% contará con dúas persoas socias e un 5,5% con tres ou máis (figura 8).

FIGURA 8.

TAMAÑO DA EQUIPA PROMOTORA DOS PROXECTOS DE EMPRENDAMENTO NACENTE DA UNIVERSIDADE DE VIGO

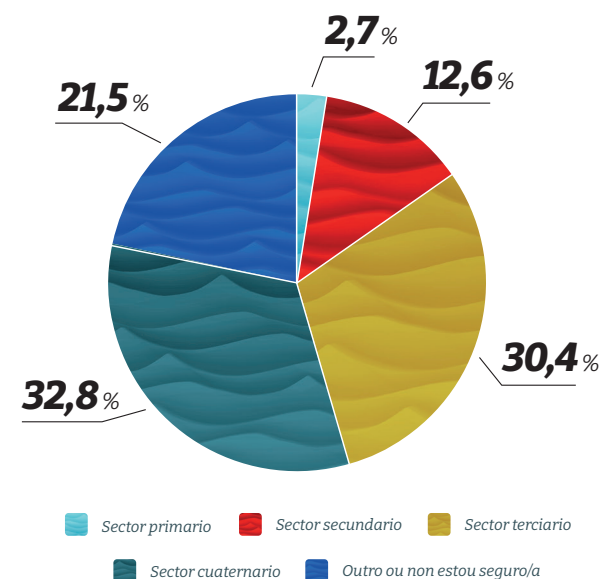


Sector de actividade

A elección dos sectores de actividade revela unha predominancia do sector cuaternario (32,8%) -actividades intelectuais como investigación, informática, educación ou consultoría- e do sector terciario (30,4%), que inclúe servizos como turismo, banca, saúde ou asesoramento legal. Resulta tamén destacable a incerteza inicial de parte do alumnado (21,5%), que aínda non adscribe o seu proxecto a un sector específico. Os sectores cunha presenza menor son o primario (2,7%) e o secundario (12,6%) (figura 9).

FIGURA 9.

SECTORES DE EMPRENDAMENTO NACENTE DA UNIVERSIDADE DE VIGO

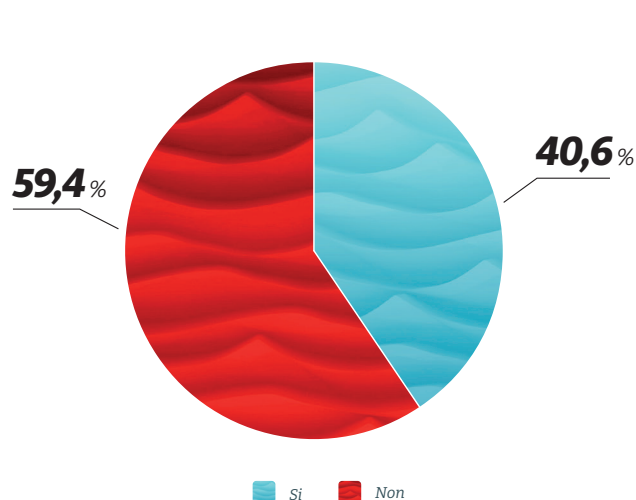


Ubicación do negocio

A maioría dos emprendedores e emprendedoras nacentes (59,4%) non prevé situar o seu negocio na cidade onde cursan os estudos universitarios, mentres que o 40,6% restante si o fará (figura 10).

FIGURA 10.

UBICACIÓN DO NEGOCIO DE EMPRENDEDORES NACENTES EN CIDADE ONDE SE REALIZAN OS ESTUDOS

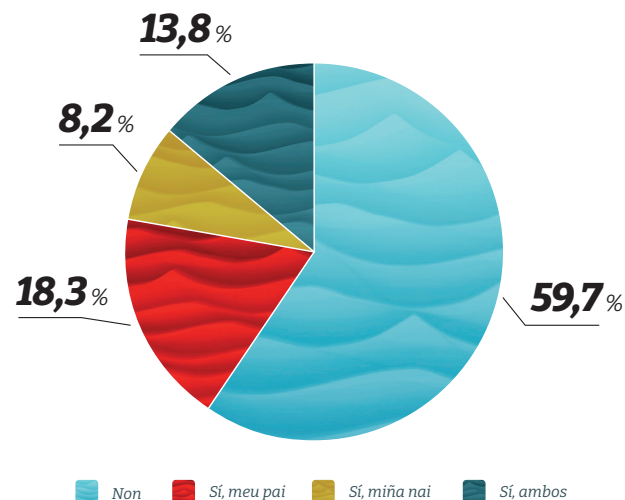


Vinculación con familia emprendedora

Un 59,7% das persoas emprendedoras nacentes non teñen antecedentes familiares de emprendemento. O 40,3% restante distribúese entre quen teñen pai con negocio propio (18,3%), nai emprendedora (13,8%) ou ambos proxenitores (8,2%)(figura 11).

FIGURA 11.

VÍNCULO CON FAMILIA EMPRENDEDORA



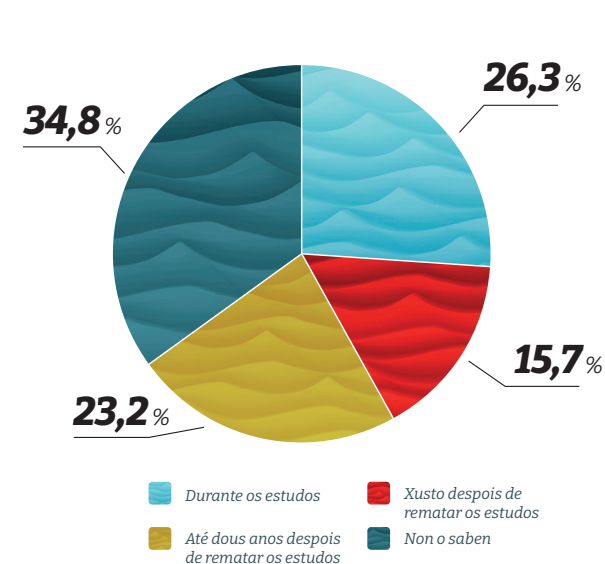
Fase de posta en marcha dos proxectos

A incerteza constitúe o trazo dominante no estado de avance dos proxectos de emprendemento nacente. A opción máis frecuente é non ter definido o momento concreto de fundación.

Entre quen teñen o proceso máis avanzado, un 26,3% pretende fundar o negocio mentres continúa estudando, un 15,7% planéxao para o momento de rematar a carreira e un 23,2% prevé facelo nos dous anos posteriores á graduación (figura 12).

FIGURA 12.

PREVISIÓN DE ARRANQUE DE ACTIVIDADE DO EMPRENDEMENTO NACENTE DA UNIVERSIDADE DE VIGO

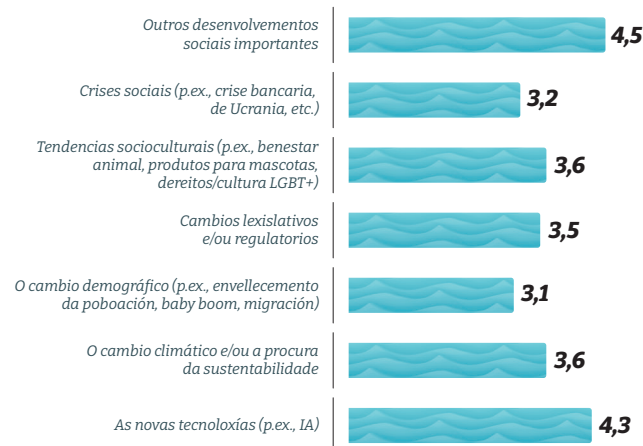


Factores impulsores dos proxectos

As persoas emprendedoras nacentes outorgan valores medios elevados aos impulsores vinculados ás novas tecnoloxías e aos cambios sociais e culturais como elementos motivadores da creación de proxectos

FIGURA 13.

IMPULSORES DOS PROXECTOS DE EMPRENDIMENTO NACENTE DA UNIVERSIDADE DE VIGO . VALORES MEDIOS



Emprendemento activo na Universidade de Vigo

O colectivo de emprendedores e emprendedoras activas está formado polo estudiantado da Universidade de Vigo que xa creou o seu propio negocio, actualmente en funcionamento. A taxa de emprendemento activo na Universidade de Vigo acada o 5,7%.

Perfil das persoas emprendedoras

A distribución por xénero amosa que o 50,5% dos negocios son liderados por homes, o 46,2% por mulleres e o 3,3% por persoas doutro xénero.

En canto ao ámbito de coñecemento, case a metade das persoas emprendedoras activas pertencen á rama de Ciencias Sociais e Xurídicas (47,8%), seguida da Enxeñaría (22,5%). Conxuntamente, estas dúas áreas representan perto de dous terzos do total de emprendementos activos da Universidade de Vigo (figura 14).

Perfil dos proxectos de emprendemento activo

Sector de actividade

Ao igual que no caso do emprendemento nacente, as iniciativas activas abranguen unha ampla diversidade de sectores. Os sectores terciario (33,5%) e cuaternario (34,6%) concentran a maior parte das actividades emprendedoras, fronte aos sectores secundario (9,5%) e

primario (7,3%). Un 15,1% dos proxectos sitúase fóra desta clasificación (figura 15).

Momento de creación, tamaño, e experiencia

A maioría das iniciativas empresariais poden considerarse incipientes, dado que o 65,2% das empresas foron creadas nos últimos tres anos (figura 16). En coherencia con este carácter recente, obsérvanse as seguintes tendencias:

- » **Tamaño das empresas:** o autoemprego é o formato predominante, xa que o 48,4% non ten persoal contratado. Só un 15,5% conta con máis de dúas persoas empregadas (figura 17).
- » **Implicación futura:** ao tratarse de proxectos moi novos, os seus emprendedores e emprendedoras optan, en moitos casos, por un criterio de prudencia ao nivel de xeración de renda persoal, dado que un 38,3% dos emprendedores e emprendedoras activas indica que o seu negocio non será a súa principal ocupación unha vez rematados os estudos, e un 32,8% non queren aínda anunciar se poderá ou non chegar a ser a súa principal ocupación (figura 18).
- » **Experiencia previa:** menos dunha de cada cinco persoas emprendedoras activas ten participado noutros proxectos empresariais anteriores, o que reflicte a natureza novice do emprendemento universitario (figura 19).

FIGURA 14.

DISTRIBUCIÓN DO EMPRENDAMENTO ACTIVO NA UNIVERSIDADE DE VIGO POR ÁMBITO DE COÑECEMENTO

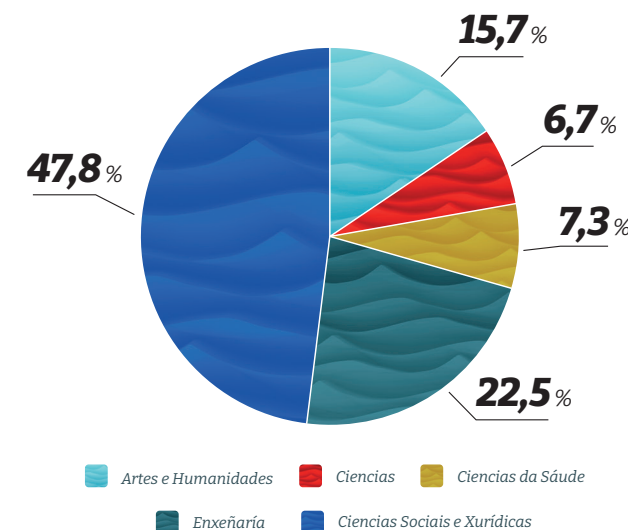


FIGURA 15.

DISTRIBUCIÓN DO EMPRENDIMIENTO ACTIVO DA UNIVERSIDADE DE VIGO POR SECTORES

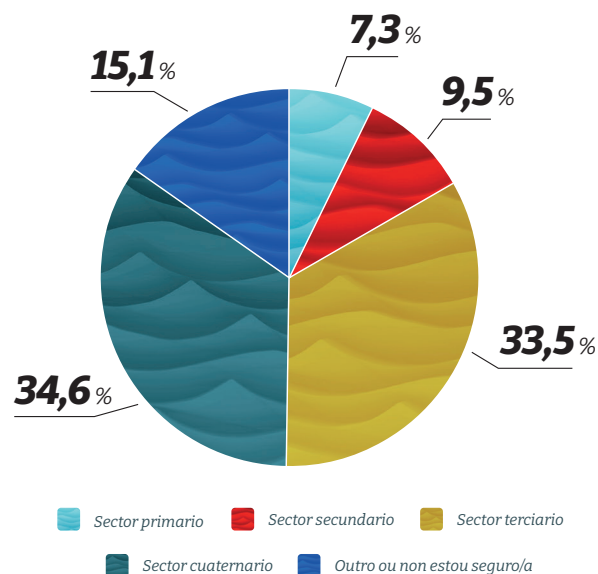


FIGURA 16.

AÑO DE FUNDACIÓN DAS EMPRESA DOS EMPREENDEDORES E EMPREENDEDORAS ACTIVAS DA UNIVERSIDADE DE VIGO

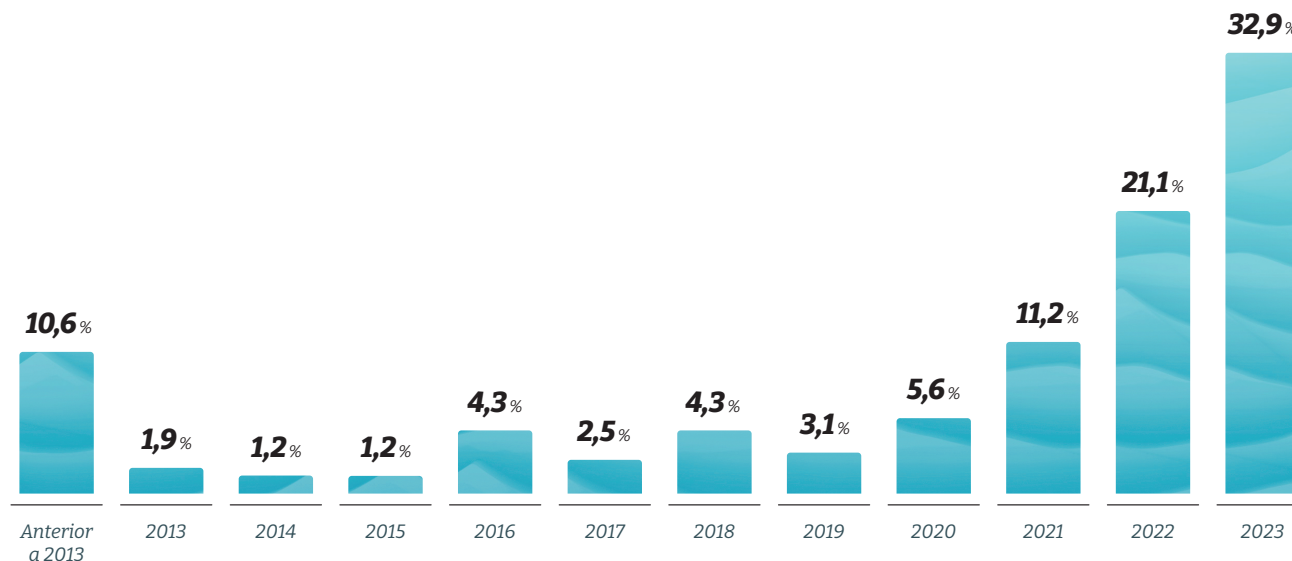


FIGURA 17.

NÚMERO DE EMPREGADOS/AS DAS EMPRESAS DE EMPREENDEDORES E EMPREENDEDORAS ACTIVAS DA UNIVERSIDADE DE VIGO

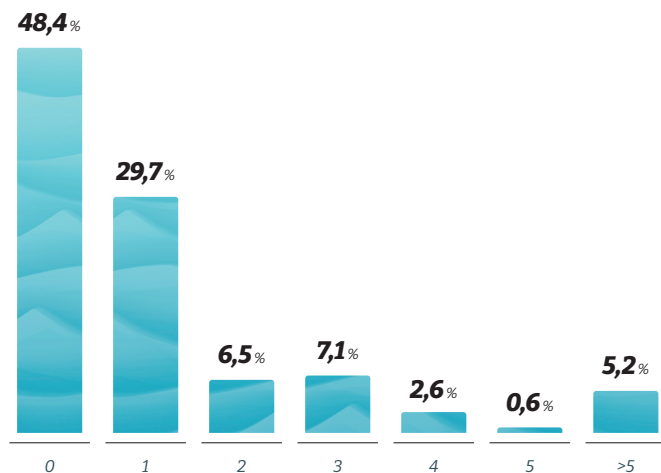


FIGURA 18.

INTERESE DO EMPRENDAMENTO ACTIVO DA UNIVERSIDADE DE VIGO EN CONVERTER O NEGOCIO NA PRINCIPAL OCUPACIÓN TRAS GRADUARSE

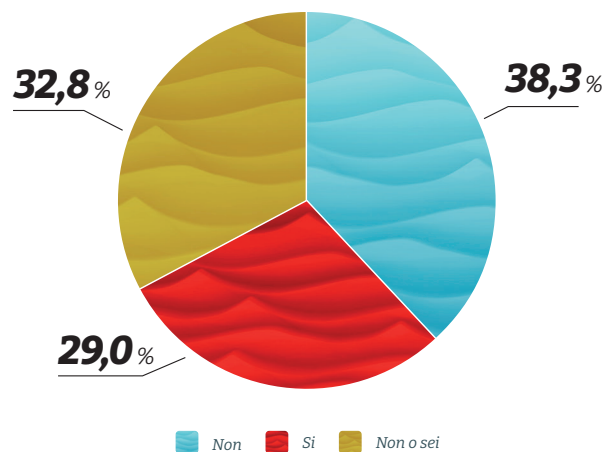
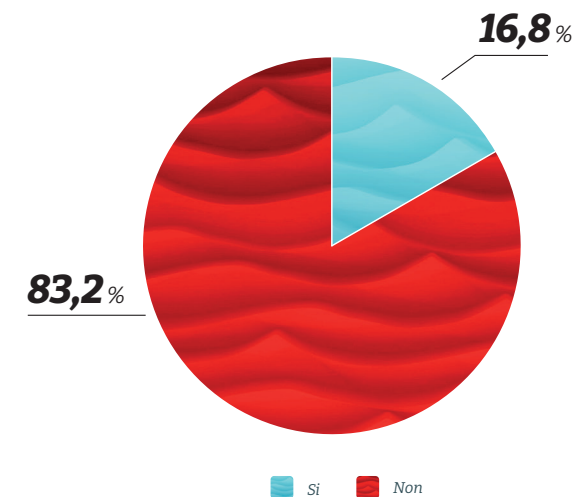


FIGURA 19.

EMPREENDEDORES/AS ACTIVOS/AS DA UNIVERSIDADE DE VIGO QUE TEÑEN EMPRENDIDO ANTERIORMENTE

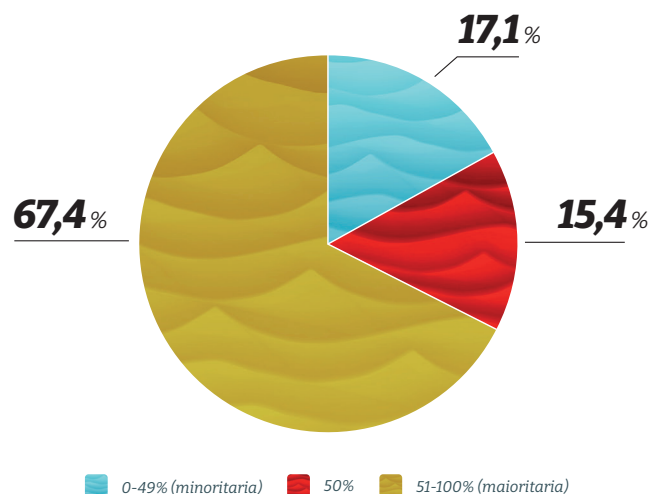


Estrutura de propiedade

A maioría das persoas emprendedoras activas posúe a propiedade maioritaria do seu negocio (67,4%), mentres que só un 17,1% ten unha participación inferior ao 50% (figura 20).

FIGURA 20.

ESTRUTURA DA PROPIEDADE DO EMPRENDIMENTO ACTIVO DA UNIVERSIDADE DE VIGO

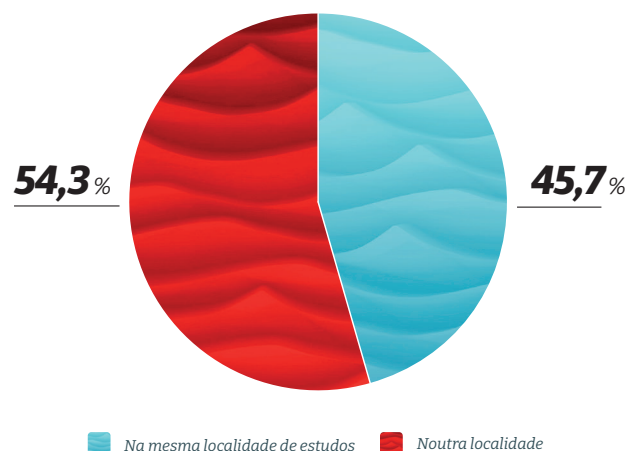


Ubicación do negocio

Un 45,7% das empresas están situadas na mesma localidade onde o alumnado realiza os seus estudos, fronte a un 54,3% que teñen a súa sede noutros municipios (figura 21).

FIGURA 21.

UBICACIÓN DO NEGOCIO DE EMPRENDIMENTO ACTIVO DA UNIVERSIDADE DE VIGO

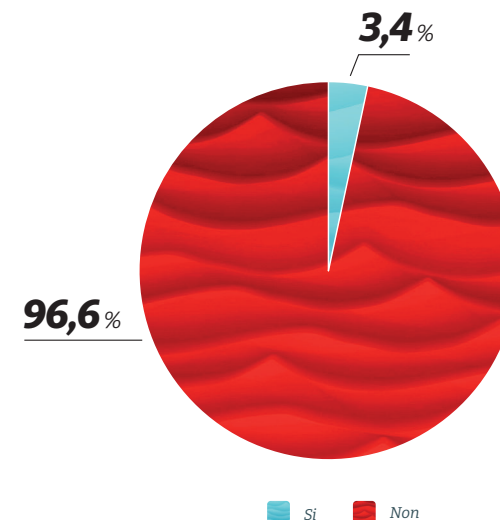


Financiamento

O uso de fondos de capital risco é moi reducido: só un 3,4% do total de emprendedores e emprendedoras activas emprega este tipo de financiamento (figura 22).

FIGURA 22.

UTILIZACIÓN DE FONDOS DE CAPITAL RISCO EN EMPRENDIMENTO ACTIVO DA UNIVERSIDADE DE VIGO



Modificacións da idea de negocio

Só unha de cada catro persoas emprendedoras en activo manifestan que ao longo do desenvolvemento do proxecto modificou a idea inicial de negocio moito ou bastante. Un 75,1% manifesta lixeiros cambios. En termos cuantitativos, un 57,7% realizou entre dúas e tres modificacións significativas (figuras 23 e 24).

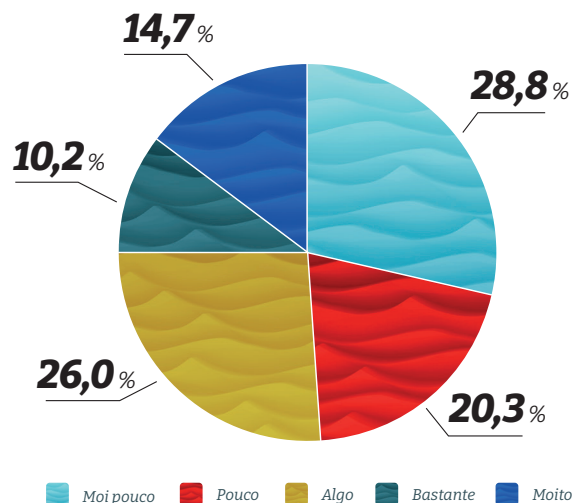
Síntese interpretativa do emprendemento na Universidade de Vigo

Os resultados do estudo amosan que o emprendemento na Universidade de Vigo presenta unha base sólida de interese e potencial de crecemento, tanto nas fases iniciais como nos proxectos xa consolidados. O conxunto de evidencias revela un ecosistema universitario en expansión, caracterizado pola diversidade de perfís, a creatividade e certo equilibrio de xénero entre as persoas emprendedoras.

No caso do emprendemento nacente, destaca a presenza de estudantes das áreas de Ciencias Sociais e Xurídicas e Enxeñaría, así como unha importante participación de mulleres e alumnado de Artes e Humanidades. Trátase maioritariamente de iniciativas individuais, orientadas aos servizos e ás actividades intelectuais e tecnolóxicas, con elevada dose de experimentación e incerteza sobre a posta en marcha inmediata. Aínda así, este colectivo evidencia actitudes emprendedoras emerxentes e creativas, que reflicten o potencial da comunidade universi-

FIGURA 23.

MODIFICACIÓN SOBRE A IDEA ORIXINAL DE EMPRENDEMENTO ACTIVO DA UNIVERSIDADE DE VIGO (CUALITATIVO)

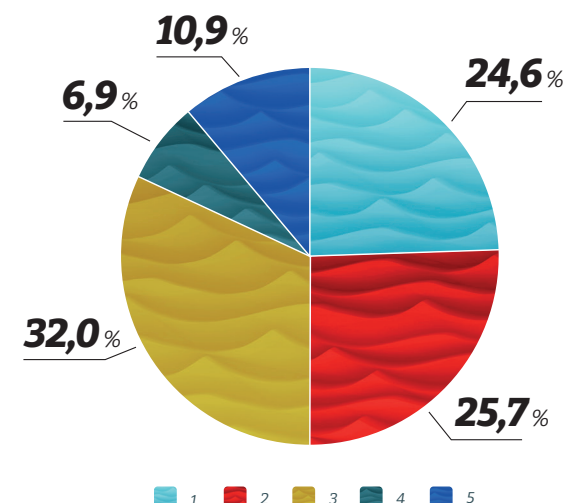


taria para xerar novas ideas e proxectos con impacto. En canto ao emprendemento activo, identifícase un colectivo consolidado pero reducido, composto por proxectos de pequena dimensión e carácter incipiente, nos que predomina o autoemprego e a orientación aos sectores de servizos e tecnolóxicos. A maior parte das iniciativas foron creadas nos últimos anos, o que revela unha dinámica recente e viva, marcada pola aprendizaxe continua. A escasa utilización de financiamento externo e a frecuente reformulación das ideas de negocio evidencian procesos de maduración e adaptación propios das etapas iniciais do emprendemento universitario.

En conxunto, tanto o emprendemento nacente como o activo testemuñan o avance da Universidade de Vigo

FIGURA 24.

MODIFICACIÓNS SOBRE A IDEA ORIXINAL DE EMPRENDEMENTO ACTIVO DA UNIVERSIDADE DE VIGO (CUANTITATIVO)



cara a un modelo de universidade emprendedora, con estudantes capaces de transformar coñecemento en proxectos e de contribuír ao desenvolvemento económico e social do seu entorno. O fortalecemento das políticas institucionais de apoio, a consolidación das redes de acompañamento e a promoción dunha cultura emprendedora transversal constitúen claves para facer medrar e consolidar este potencial.

3.3 EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO: ASPECTOS ESPECÍFICOS

Os factores ambientais, as características persoais e a formación recibida desempeñan un papel determinante na aparición de intencións emprendedoras, podendo condicionar -de forma directa ou indirecta- a decisión dunha persoa estudante de converterse en emprendedora.

Unha vez analizada a información global sobre intención emprendedora, emprendemento nacente e activo, este terceiro capítulo dedica a súa atención á comparación de diversas taxas de emprendemento, co obxectivo de identificar pautas diferenciadas segundo o xénero e o ramo de coñecemento das titulacións da Universidade de Vigo.

Ademais, examínase o contexto universitario como factor chave do comportamento emprendedor. Analízase, concretamente, a percepción que o alumnado ten da Universidade de Vigo como ecosistema de emprendemento, incluíndo variables como o clima institucional, a reputación emprendedora da universidade e a formación recibida nesta área.

Ramo de coñecemento

A figura 25 mostra as taxas de intención emprendedora e comportamento emprendedor segundo os ramos de coñecemento do alumnado da Universidade de Vigo, comparadas coas do conxunto do Sistema Universitario Español

(SUE). Cómpre interpretar estas taxas con cautela, ao estaren calculadas sobre a base do número de estudantes participantes de cada rama no proxecto GUESSS.

En relación coa intención emprendedora a curto prazo (C/P), obsérvanse taxas máis elevadas entre o alumnado de Artes e Humanidades (8,8%), Ciencias Sociais e Xurídicas (8,4%) e Enxeñaría (7,3%). Pola contra, as menores porcentaxes rexístranse en Ciencias da Saúde (4,0%) e Ciencias (2,7%).

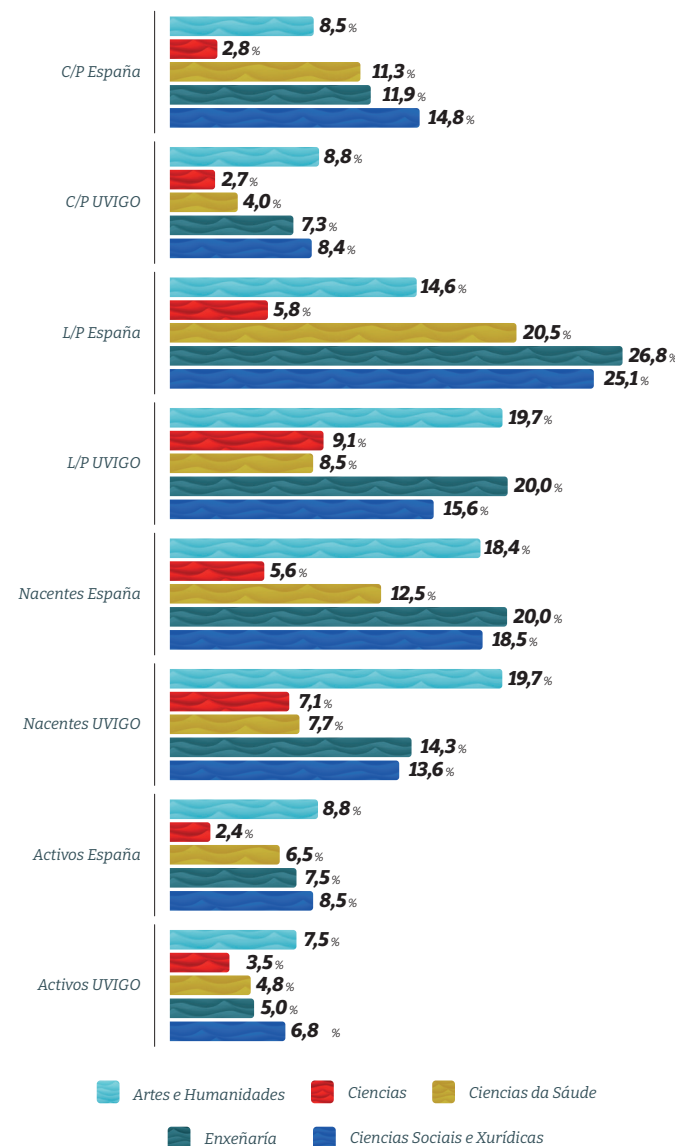
Ao analizar a intención emprendedora a longo prazo (L/P), o ámbito de Enxeñaría pasa a liderar con 20%, seguido de preto polas Artes e Humanidades (19,7%). Séguenlle Ciencias Sociais e Xurídicas (15,6%), Ciencias (9,1%) e Ciencias da Saúde (8,5%).

Estes datos mostran un patrón distinto ao observado a nivel estatal, polo que respecta ás titulacións tractoras na intención de emprendemento, aínda que coinciden en sinalar as titulacións de Ciencias como as que teñen estudantes como menor propensión emprendedora.

En canto á actividade emprendedora activa, tanto en España como na Universidade de Vigo, o colectivo de Artes e Humanidades lidera as taxas de participación. No emprendemento nacente, a Universidade de Vigo rexistra tamén a maior presenza neste ámbito (19,7%), cinco puntos por riba de Enxeñaría e Arquitectura (14,3%). No conxunto do SUE, os valores máis elevados correspóndense con Enxeñaría e Arquitectura (20%), Ciencias Sociais (18,5%) e Artes e Humanidades (18,4%).

FIGURA 25.

COMPORTAMENTO EMPRENDADOR DO ALUMNADO DA UVIGO E DO SUE POR RAMO DE COÑECEMENTO

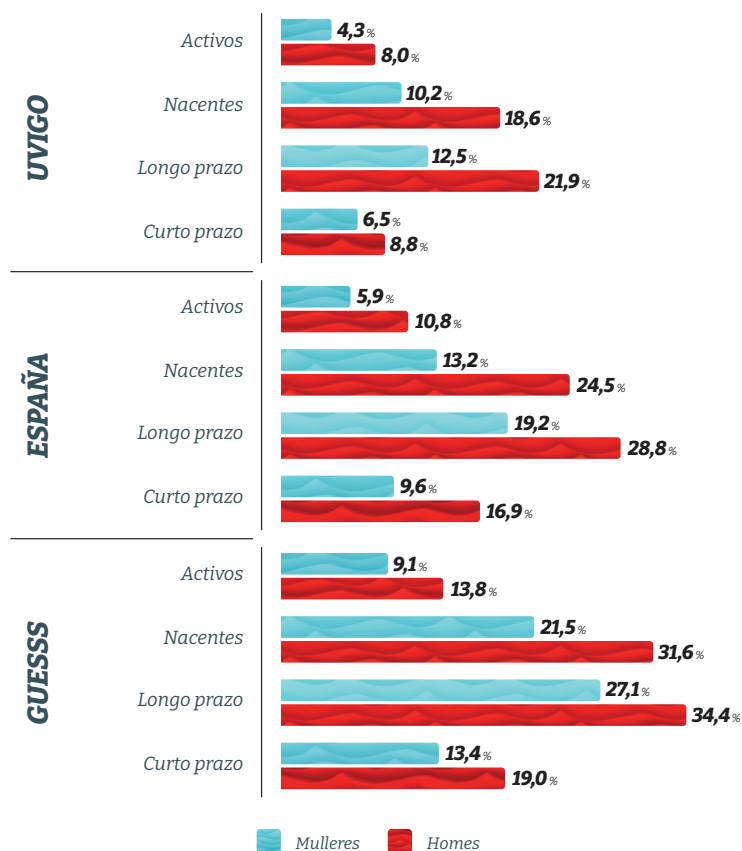


Xénero

A análise dos datos revela un claro nesgo de xénero nas intencións e nas actividades emprendedoras, tanto na Universidade de Vigo como no conxunto do SUE e nas universidades participantes a nivel internacional no proxecto GUESSS.

FIGURA 26.

TAXAS DE EMPRENDIMENTO INTENCIONAL, NACENTE E ACTIVO POR XÉNERO



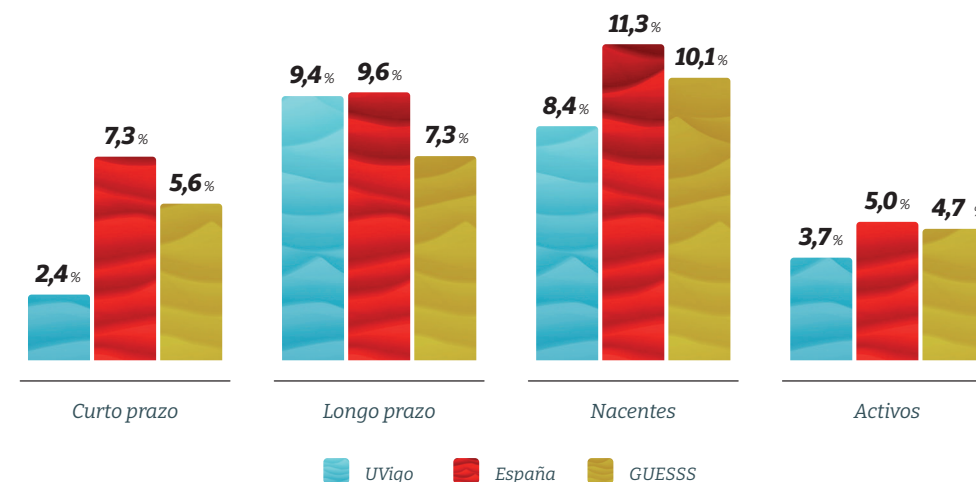
Na Universidade de Vigo, as maiores diferenzas obsérvanse na intención emprendedora a longo prazo, con 21,9% nos homes e 12,5% nas mulleres, o que representa unha fenda de 9,4 puntos porcentuais.

No emprendemento nacente, a diferenza é tamén significativa (18,6% nos homes fronte a 10,2% nas mulleres, cunha fenda de 8,4 puntos).

A intención emprendedora a curto prazo presenta o menor diferencial (8,8% fronte a 6,5%, cunha fenda de 2,4 puntos), mentres que o emprendemento activo mostra unha diferenza intermedia, con taxas de 8% nos homes e 4,3% nas mulleres (fenda de 3,7 puntos). (figuras 26 e 27).

FIGURA 27.

FENDA DE XÉNERO NA UNIVERSIDADE DE VIGO, EN ESPAÑA E NO CONXUNTO GUESSS



Contexto universitario

Formación para o emprendemento

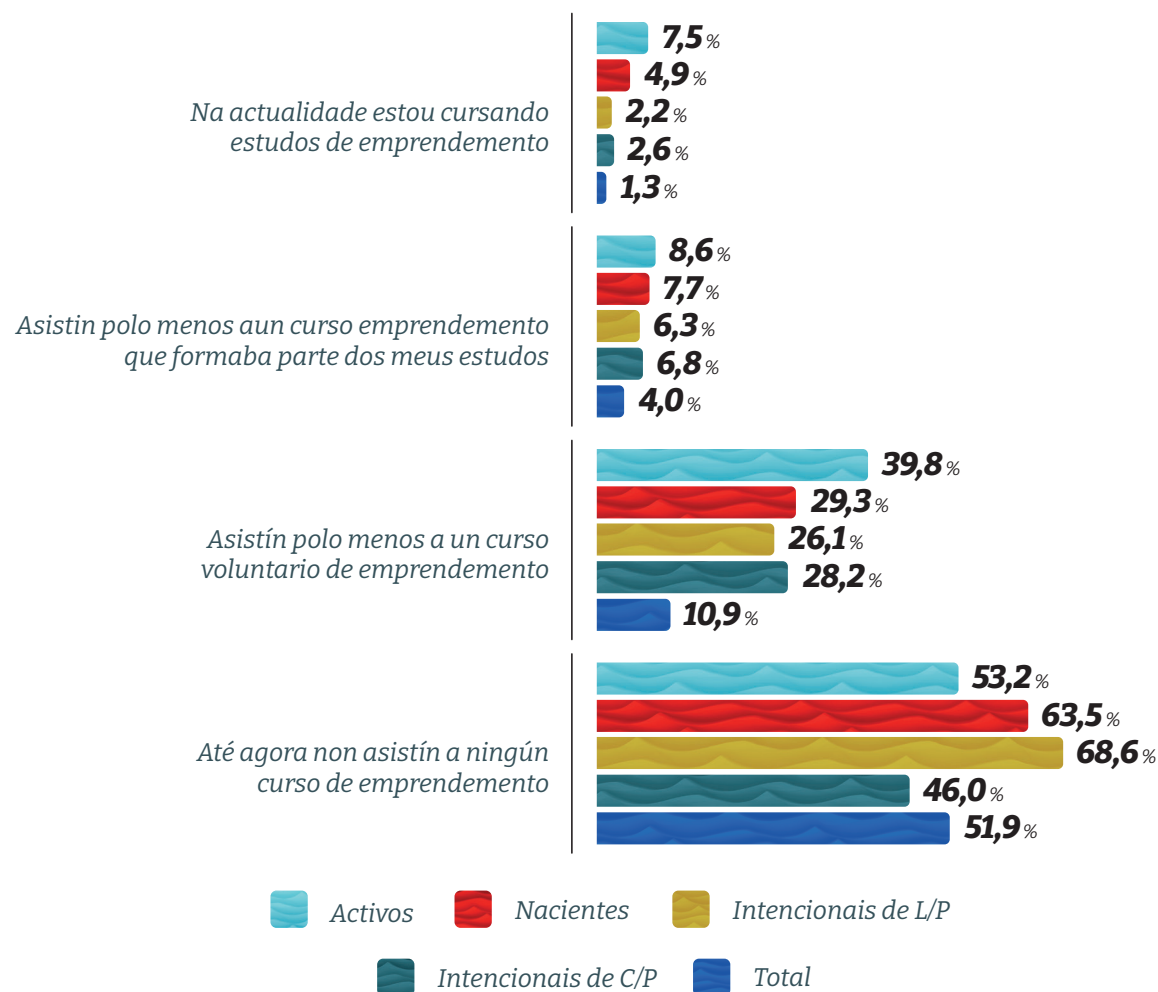
Un dos factores que inflúe na aparición e consolidación do comportamento emprendedor é a formación en emprendemento que recibe o alumnado. Na Universidade de Vigo, a maioría do estudantado (51,9%) non asistiu nunca a ningún curso de emprendemento. A porcentaxe redúcese no caso de persoas emprendedoras intencionais de curto prazo (46%). No entanto, un número moi significativo de emprendedores/as en activo (53,2%), nacentes (63,5%) e emprendedores intencionais de longo prazo da (68,6%) declaran non ter asistido a ningún tipo de formación.

Un 10,9% do alumnado asistiu a cursos de emprendemento de maneira voluntaria, e esta porcentaxe é maior entre o alumnado con intención emprendedora de curto prazo (28,2%), de longo prazo (26,1%), emprendedores e emprendedoras nacentes (29,3%), e sube considerablemente ante persoas emprendedoras activas (39,8%).

En todos os grupos, menos do 10% do alumnado declara ter recibido formación en emprendemento como parte das súas materias oficiais, e só un 1,3% estaba a cursar formación en emprendemento no momento da enquisa (2023), cunha maior presenza relativa entre o alumnado emprendedor activo (7,5%)(figura 28).

FIGURA 28.

FORMACIÓN EMPRENDEDORA RECIBIDA POLO ESTUDANTADO DA UNIVERSIDADE DE VIGO



Reputación da Universidade como institución emprendedora

Un 3,4% do alumnado da Universidade de Vigo afirma ter elixido esta institución pola súa reputación no eido do emprendemento. Esta porcentaxe é máis elevada entre os emprendedores activos (7%) e o alumnado con intención emprendedora de curto prazo (6,4%), o que evidencia a influencia positiva da imaxe institucional para determinados perfís de estudantes (figura 29).

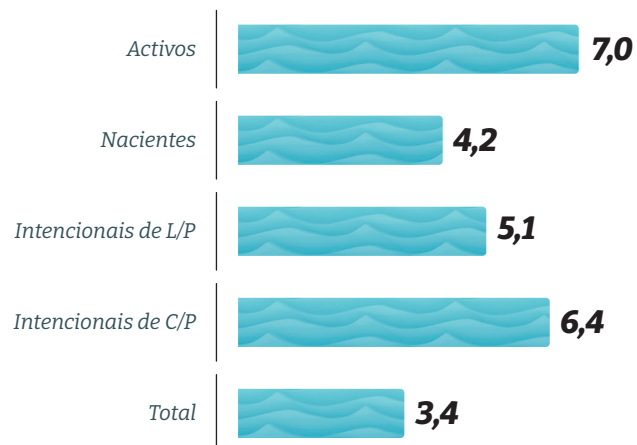
Clima de emprendemento

A percepción do clima emprendedor universitario mídese mediante valores medios (escala Likert 1-7, onde 1 significa en absoluto e 7 nun grao moi alto) sobre catro dimensións:

- » existencia dun clima favorable para emprender,
- » inspiración para desenvolver novas ideas,

FIGURA 29.

REPUTACIÓN DA UNIVERSIDADE NO EIDO DO EMPRENDEMENTO

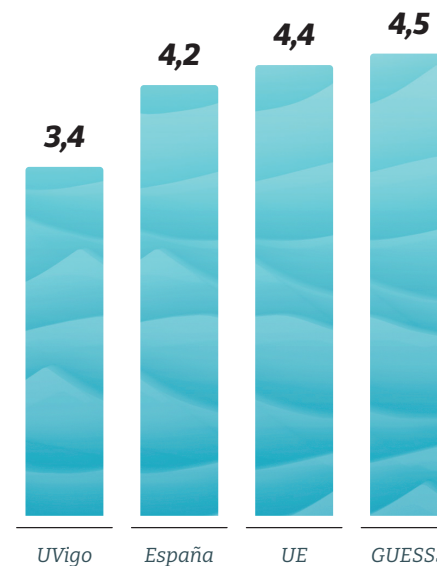


- » motivación institucional para participar en actividades emprendedoras, e
- » acceso a servizos de asesoramento en materia de emprendemento.

A Universidade de Vigo obtén unha puntuación media de 3,4, inferior á do conxunto das universidades españolas participantes no proxecto (4,2), o que indica marxes de mellora na creación dun ecosistema máis visible e motivador para o emprendemento (figura 30).

FIGURA 30.

CLIMA DE EMPRENDEMENTO NA UNIVERSIDADE



Síntese interpretativa dos factores contextuais

Os resultados mostran que o **comportamento emprendedor do alumnado da Universidade de Vigo** está condicionado por factores persoais, disciplinares e institucionais.

As **diferencias por ramas de coñecemento e a fenda de xénero persistente** evidencian a necesidade de continuar reforzando políticas que impulsen a participación de mulleres e estudantes de ámbitos científicos e sanitarios.

A análise do **contexto universitario** revela un interese crecente pola formación en emprendemento, pero tamén unha **limitada participación en programas formais**, así como unha **percepción mellorable do clima e reputación emprendedora da universidade**.

Estas conclusións poñen de manifesto a importancia de **consolidar a formación transversal en emprendemento, visibilizar os recursos existentes e reforzar a cultura institucional de apoio**, co fin de seguir avanzando cara a unha Universidade de Vigo plenamente recoñecida polo seu carácter emprendedor e innovador.



Os principais resultados do *Informe GUESSS 2023* da Universidade de Vigo poñen de manifesto a importancia de que **estudiantado, profesorado, autoridades académicas e persoal investigador** traballen de maneira coordinada no **desenvolvemento do espírito emprendedor**, que precede e fundamenta a creación de novas empresas e proxectos innovadores.

Tal e como sinalan os propios estudantes e titulados/as promotores/as dos negocios recollidos neste informe, **emprender é unha tarefa retadora e transformadora**, na que deben confluír os esforzos de todos os axentes do ecosistema universitario.

A Universidade de Vigo dispón actualmente dunha **Área de Emprego e Emprendemento** consolidada, que articula programas como *INCUVI Emrende*, *INCUVI Avanza*, *INCUVI Conso-lida*, *Explorer UVigo-Santander*, a ferramenta *SUCEDE*, o *Servizo Universitario de Creación de Empresas do Estudiantado*, así como unha ampla rede de **profesorado emprendedor**. Non obstante, os resultados do informe suxiren **marxes de mellora e novas oportunidades de acción**, resumidas a continuación:

1. Acompañamento e seguimento das intencións emprendedoras

Dado que a intencionalidade emprendedora aumenta significativamente entre a finalización dos estudos e os cinco anos posteriores, sería

oportuno identificar, manter o contacto e ofrecer seguimento e apoio ao alumnado con vocación emprendedora, co fin de facilitar a súa transición cara a proxectos reais.

A creación dun repositorio institucional de ideas e proxectos emprendedores, así como de espazos e eventos periódicos de encontro entre estudantes con intención de emprender, permitiría reducir a postergación detectada e consolidar unha comunidade activa de futuros emprendedores/as, co obxectivo de intercambio de información, apoio mutuo, identificación de demandas compartidas, etc.

A potencialidade observada -unha posible saída profesional emprendedora para un de cada seis egresados/as- xustifica a posta en marcha deste acompañamento estruturado.

2. Apoio ao emprendemento durante os estudos

A maioría dos emprendedores/as nacentes pospoñen a creación do seu negocio até despois da graduación. Dado que moitas oportunidades teñen unha “fiestra temporal” limitada, resulta fundamental favorecer que os proxectos poidan desenvolverse mentres se cursan os estudos universitarios.

A Universidade e o profesorado deberían promover medidas de conciliación académica para o alumnado emprendedor e recoñecer institu-

cionalmente o valor formativo e profesional das iniciativas que poñen en marcha durante a súa etapa universitaria.

3. Redución da fenda de xénero no emprendemento

As diferenzas detectadas por xénero en todas as fases do proceso emprendedor fan necesario analizar as causas que limitan a participación das mulleres e deseñar plans de acción específicos que eliminen obstáculos e fomenten a igualdade de oportunidades.

Programas de mentorización, visibilización de referentes femininos e actividades de formación e sensibilización poden contribuír a reducir o nesgo de xénero na vocación e na práctica emprendedora.

4. Intervencións adaptadas por ramas de coñecemento

As diferenzas por ámbitos disciplinares evidencian a necesidade de intervencións específicas en cada rama de coñecemento, con accións orientadas a superar dificultades e aproveitar as fortalezas propias de cada área.

Cómpre reforzar a presenza do emprendemento como saída profesional transversal, adaptando metodoloxías, exemplos e casos prácticos ao contexto das distintas titulacións.

5. Promoción da colaboración multidisciplinar

Dado que o alumnado de Ciencias Sociais e Xurídicas posúe coñecementos en empresa, economía, finanzas e comportamentos psicosociais, útiles para outros perfís, e indispensables para o emprendemento, sería recomendable fomentar encontros e proxectos colaborativos multidisciplinares.

Estas actividades permitirían crear redes de cooperación entre escolas e facultades, identificar necesidades e complementariedades competenciais, e dar lugar a proxectos empresariais máis completos e sustentables.

6. Fortalecemento do clima e da cultura emprendedora

A Universidade debería intensificar as accións que reforcen a percepción dun clima institucional favorable ao emprendemento, fomentando a inspiración, o asesoramento e o recoñecemento das iniciativas emerxentes.

A ampliación de programas formativos, a difusión de boas prácticas e a creación de espazos visibles de encontro poden incrementar a motivación e o sentido de pertenza do alumnado emprendedor.

7. Colaboración con familias emprendedoras

Dado que unha parte significativa do alumnado emprendedor procede de familias con actividade empresarial ou autónoma, resulta oportuno explorar accións formativas conxuntas dirixidas tanto a estudantes como a proxenitores/as.

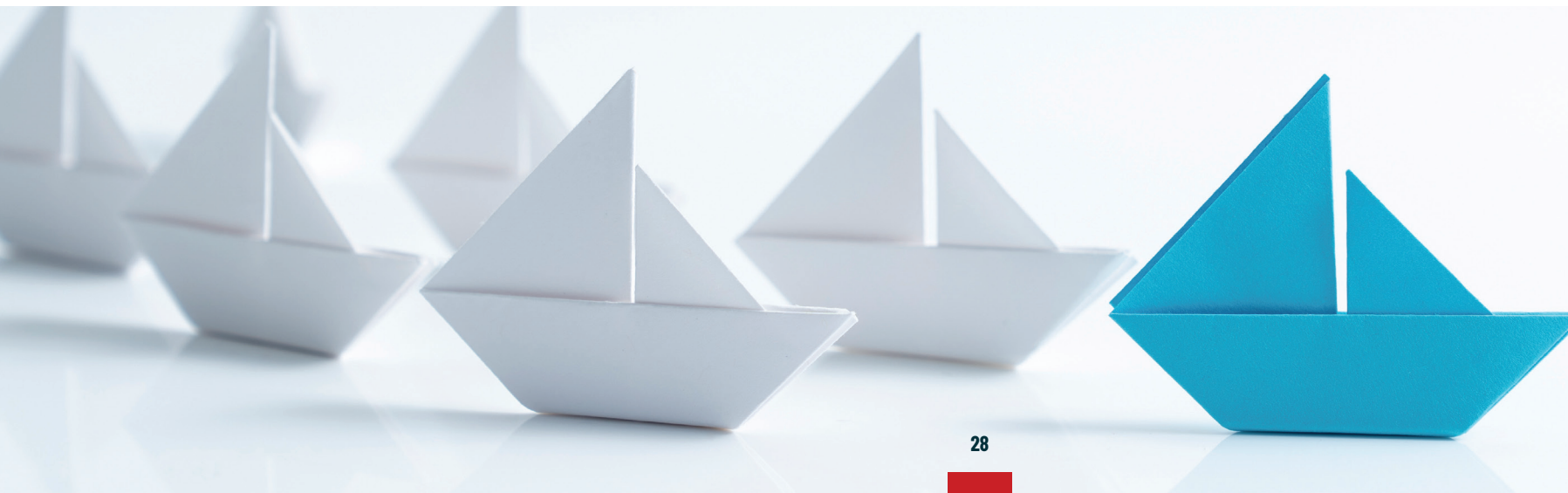
Estas actividades poderían favorecer o crecemento dos negocios familiares, á vez que potenciar o interese emprendedor das novas xeracións, reforzando a aprendizaxe interxeracional e o aproveitamento da experiencia empresarial previa.

En definitiva, o impulso do emprendemento universitario na Universidade de Vigo require un **enfoque integral e sos-**

tido, baseado na colaboración entre institución, profesorado e alumnado.

Os datos do informe amosan un **ecosistema dinámico e con potencial**, que pode consolidarse a través do **seguimento das vocacións emprendedoras, a redución das desigualdades, o apoio durante os estudos e a creación de espazos colaborativos e multidisciplinares**.

A Universidade de Vigo atópase, así, nunha posición privilexiada para **reforzar o seu papel como motor de innovación, talento e desenvolvemento económico e social**, avanzando con decisión cara a unha **universidade plenamente emprendedora**.



A continuación recómpilase un conxunto de exitosos casos de iniciativa emprendedora de egresados e egresadas da Universidade de Vigo. Permiten visualizar o enorme potencial que ten a UVigo como ecosistema emprendedor, así como a opinión das diversas persoas emprendedoras en canto a bagaxe académica, profesional e vital e con negocios en distintas fases de desenvolvemento.



Luxsit

Ano de creación ou inicio de actividade da empresa: Decembro 2019

<https://luxsit.es>



"Luxsit é unha iniciativa empresarial adicada á creación de espectáculos de luces con enxambres de drons totalmente personalizados, diseña, desenvolve e fabrica a súa propia tecnoloxía dron e os espectáculos que ofrece"

Promotores:

- » Santiago Alberto Corrales Martínez, Grao en Enxeñaría Aerespacial (2024)
- » Lucas Hermida Peña, Grao en Enxeñaría Aerespacial (2024)
- » Martín Goñalóns Méndez, Grao en Enxeñaría dos Alimentos (en curso)
- » Pablo Quiro Blanco, Grao en Enxeñaría Aerespacial (2023)

¿Cal foi o motivo principal que vos levou a emprender? ¿Quen ou que vos axudou nos momentos de arrancar?

Crear espectáculos con enxames de drons é unha idea que levamos querendo facer realidade case desde que empezamos a carreira, xa que é o equilibrio perfecto entre unha mente artística e a proeza tecnolóxica que iso significa.

Luxsit nace desde a admiración da arte dos ceos nocturnos e da confianza nas habilidades adquiridas durante os anos cursados no grao.

O emprendemento é a oportunidade que temos para crear algo significativo e adicar o noso traballo e esforzo a un obxectivo común no que cremos. Desde un punto de vista persoal, Luxsit significa a unión entre os mundos da enxeñaría Aeroespacial, a arte e a imaxinación, pero tamén a oportunidade de aportar significativamente á sociedade.

¿Que dificultades atopastes?

Unha das grandes dificultades de emprender, como ao aventurarse nalgo novo, foi o descoñecemento dos pasos a seguir e os distintos requirimentos que definen o avance dun proxecto empresarial a longo prazo e o seu desenlace prematuro.

¿Quen ou que vos axudou nos momentos de arrancar?

Grande parte da axuda a solventar esta incerteza atopámola na iniciativa de unirnos ao programa INCUVI Emprende, onde achamos moitas das respostas e a orientación necesaria para dar nacemento ao proxecto desde o marco da mentalidade de emprendemento e traballo en equipo necesarias para seguir adiante.

Tamén, contamos co apoio dos nosos profesores, Guillermo Rey e Pedro Orgeira, que nos guiaron nos primeiros instantes da fundación do proxecto para atopar unha perspectiva realista e nocións tanto do que significa sacar adiante a tecnoloxía que conseguimos con Luxsit como os fitos do proxecto para materializalo de maneira efectiva nun servizo para crear momentos únicos e recordos para toda a vida da xente das nosas cidades.

¿Que consellos dariades ás persoas da nosa universidade relacionados coa aventura de emprender?

O mellor consello que podemos dar é o de deixarse levar pola curiosidade e a ilusión, e sobre todo ter a iniciativa de tomar acción para preguntar, apuntarse e crer no pequeno proxecto ou idea que podes ter na cabeza. É duro, son moitas horas, pero cando as invistes no que cres e na oportunidade de crear algo sorprendente, ao final do día sempre merecerá a pena polos éxitos, pero, sobre todo, polas leccións aprendidas polo camiño.

MONET Tecnología e Innovación SL

Ano de creación ou inicio de actividade da empresa: 2014

 <https://monet-ti.com/>



“Monet Viticultura é un sistema de apoio á toma de decisións que permite controlar o viñedo desde calquera dispositivo conectado a Internet, ofrecendo o risco de enfermidade, as necesidades hídricas, e un sistema de xestión documental ”

Promotora e promotores:

- » Débora Franco Vázquez, Enxeñaría en Telecomunicacións (2006)
- » José A. Gay Fernández, Enxeñaría en Telecomunicacións (2006), Doutor en Telecomunicacións (2013)
- » David Rey, Enxeñaría en Telecomunicacións (2007), Doutor en Telecomunicacións (2013)

¿Cal foi o motivo principal que vos levou a emprender?

Os fundadores de Monet son tres Enxeñeiros de Telecomunicación, dous deles Doutores, que traballaron durante máis de sete anos como investigadores na Universidade de Vigo, en proxectos de investigación e aplicación de tecnoloxía ao sector primario e industrial.

No marco dun proxecto europeo desenvolveuse un sistema para monitorizar cultivos de forma remota, e se puxo en marcha un proxecto piloto nos viñedos dunha adega galega. Esta adega amosou interese en estender este sistema ao resto dos seus viñedos se éramos quen de extraer información útil para os técnicos a partires dos datos recollidos polo sistema. É desta experiencia de onde xurde a idea de Monet Viticultura.

Nos estudos de Bioloxía, cursamos unha materia de carácter emprendedor que nos levou a realizar un proxecto de empresa innovadora. Quixemos levalo máis alá e presentámonos a algúns premios e certames, conseguindo recoñecemento neles. Nese momento non sabiamos nada sobre emprender e, de cara a aprender sobre o tema, e de paso madurar o noso proxecto, presentámonos ao programa da Uvigo “INCUVI Emprende”. Unha vez conseguimos acceder ao programa comezamos a madurar a idea de negocio, mellorar como emprendedores e levar o proxecto máis alá.

¿Que dificultades atopastes?

Nos nosos inicios cando dicíamos que eramos 3 enxeñeiros de telecomunicación sempre xurdía a mesma dúbida: “a parte técnica está resolta, pero ¿quen se vai a encargar da xestión do negocio, da xestión financeira ou da xestión do plan comercial?”. A resposta é sinxela: cada un dos membros do equipo ten que asumir responsabilidades que van máis alá da súa formación académica e hai que facer unha “reconversión” cara a parte de xestión empresarial intentando que o perfil de cada membro do equipo sexa o máis axeitado. No noso caso foi sinxelo porque xa había unha integrante do equipo fundador que tiña orientación á xestión, co que a “reconversión” foi relativamente rápida. Se non hai dentro do equipo un perfil axeitado hai que buscalo fora do equipo inicial, e, se é posible, incorporalo ao equipo fundador.

¿Quen ou que vos axudou nos momentos de arrancar?

Os nosos inicios remóntanse ao ano 2013 cando presentamos a nosa idea de proxecto aos premios INCUVI Emprende da Universidade de Vigo. Resultamos gañadores dun dos premios, o que nos permitiu entrar na incubadora de empresas da Universidade de Vigo e recibir formación e asesoramento no ámbito empresarial.

Posteriormente, presentamos a nosa idea ao Programa Vía Vigo de Zona Franca de Vigo, o que nos permitiu acceder á súa

MONET Tecnología e Innovación SL

Ano de creación ou inicio de actividade da empresa: 2014

 <https://monet-ti.com/>

aceleradora de empresas e recibir formación empresarial e financiamento a través dun empréstimo participativo por parte de Vigo Activo SCR. Esta axuda financeira foi chave para constituir a empresa en marzo de 2014.

En 2015 resultamos gañadores dun dos premios de Galicia Open Future de Telefónica. Neste mesmo ano contamos coa axuda de XES Galicia a través dun empréstimo participativo no marco do programa Galicia Iniciativas Emprendedoras, e coa axuda da Empresa Nacional de Innovación, a través doutro préstamo participativo na liña ENISA Xoves Emprendedores.

¿Que consellos dariades ás persoas da nosa universidade relacionados coa aventura de emprender?

A nosa idea sempre nos parece xenial pero a quen lle ten que parecer xenial é ao noso cliente potencial. E para que lle pareza xenial ten que resolverlle un problema. Por isto é moi importante coñecer os problemas aos que se enfronta cada día o noso cliente potencial para buscar o mellor xeito de resolverllos. Ademais, a nosa idea ten que resolver o problema dos usuarios,

que non sempre son os mesmos que os clientes. Por isto, é moi importante distinguir un cliente de un usuario. Un usuario fará uso do produto ou servizo que desenvolvemos, e un cliente é o que paga por el. Unha vez coñecido o mercado ao que nos diriximos, é imprescindible coñecer os recursos (humanos, técnicos, financeiros) que necesitaremos para desenvolver o produto ou servizo, para buscar canto antes aqueles dos que non dispoñamos. O mellor consello que se lle pode dar a unha persoa que quere emprender é que confíen na súa idea, intentar validala con persoas expertas do sector da actividade, deixarse asesorar por eles ou elas e, sobre todo, botarlle moitas ganas.



COVINTES ECOPERATIVA

Ano de creación ou inicio de actividade da empresa: 2023

 <https://www.covintes.com/>



Servizo de xestión de proxectos de reacondicionamento espacial e enerxético en vivendas para poboacións en risco de exclusión no rural galego.

“Fomentamos a creación de comunidades mais incluívas e sostíbeis a través de redes”

Promotora:

» Yamila Susana González Álvarez, Xestión do Desenvolvemento Sostíbel (2023)

¿Cal foi o motivo principal que vos levou a emprender?

O principal motivo que nos levou a emprender con COVINTES foi a identificación dunha necesidade no territorio para mellorar a calidade de vida mediante solucións tecnolóxicas innovadoras. Identificamos unha oportunidade para aplicar os nosos coñecementos e habilidades, ofrecendo un servizo integral nun contexto de reto demográfico.

¿Que dificultades atopastes?

Entre as dificultades que enfrontamos destacan a obtención de financiamento, falta de experiencia en termos burocráticos, o que nos obrigou a aprender rapidamente sobre aspectos legais, financeiros e de marketing, e desafíos técnicos que conlevan a integración de xestión de múltiples funcionalidades de maneira eficiente.

¿Quen ou que vos axudou nos momentos de arrancar?

O apoio recibido foi crucial para iniciar. Desde a UVIGO o Programa INCUVI proporcionounos espazo de traballo, mentorías e acceso a unha rede de contactos valiosa. Os mentores ofrecéronnos orientación en áreas clave e axudáronnos a evitar erros comúns. Santander Explorer, Merlo, e o apoio de Fundación Ronsel e Blubusiness son outros programas que foron de moita axuda e claves nesta etapa.

¿Que consellos darías ás persoas da nosa universidade relacionados coa aventura de emprender?

En canto á nosa experiencia, podemos dicir a quen pense en emprender que se tomen o seu tempo para analizar e armar un bo modelo de negocio, que sexan resilientes aos cambios, nos primeiros pasos moitas das cousas transfórmanse e é parte do proceso. Que sexan perseverantes, flexíbeis e receptivos ás transformacións, xestionando ben o tempo e os recursos. Que procuren apoio e constrúan redes de participen en programas de apoio ao emprendemento e rodearse de persoas con experiencia que poidan brindarlle orientación e apoio continuo. Por último, formarse e aproveitar os recursos educativos e formativos dispoñíbeis na universidade para adquirir coñecementos en diversas disciplinas necesarias para emprender resultou ser chave para COVINTES.



Asoc. Producións OU ké

Ano de creación ou inicio de actividade da empresa: 2023



<http://www.ouke.gal/>



https://www.instagram.com/ouke_gal/



“Desde a Asoc. Producións OU ké!, un amplo grupo de profesionais da comunicación e o xornalismo e tamén persoas de diversas profesións artísticas ou docentes creamos o medio de comunicación OU ké! con todos os seus diversos formatos. Tamén actuamos como produtora audiovisual producindo contidos para terceiros”

Promotor:

- » Iván Iglesias, Grao en comunicación audiovisual (2020), Mestrado en Xornalismo e comunicación multimedia (2023)

¿Cal foi o motivo principal que vos levou a emprender?

A escusa foi o TFM do Mestrado de Xornalismo. Desde había anos tiña a idea de crear un “medio” que tratara a actualidade política, cultural... dun xeito diferente, máis directo e tamén máis divertido. Iván Olmos, Conchi Pérez... e cantidade de xentiña máis viu o proxecto atractivo e quixo sumar o seu tempo de gratis.

¿Que dificultades atopastes?

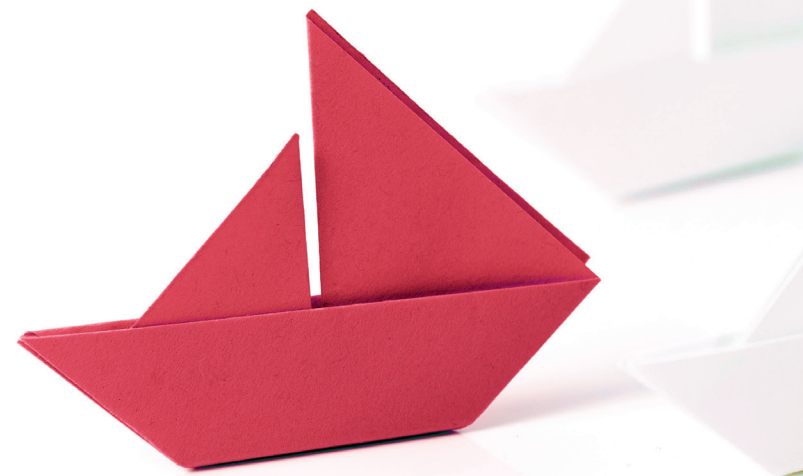
O xornalismo de hoxe carece dun modelo de negocio claro, é un eido profesional complexo. Entre iso e a dificultade de resultar cribles e confiábles cando acabamos de aparecer, está a cousa.

¿Quen ou que vos axudou nos momentos de arrancar?

Moita xente puxo da súa parte, pero o principal e inestimable apoio de Openhost SL e o seu CEO David Martínez foi decisivo para que puidésemos existir como existimos hoxe.

¿Que consellos darías ás persoas da nosa universidade relacionados coa aventura de emprender?

As cousas poden saír mal e non pasa nada. Fracasas, se deches todo de ti, é algo do que sentirse orgulloso. Fíxeches o que puides, que é todo o que se pode facer.



Academia Tecnificat

Ano de creación ou inicio de actividade da empresa: 2021

<https://academiatecnificat.mailerpage.io/>



"TecnificaT é unha academia de fútbol dedicada a formar, perfeccionar e dotar de recursos necesarios a xoves xogadores para acadar o seu obxectivo de ser futbolistas. TecnificaT céntrase na persoa través do deporte como ferramenta educativa para transmitir educación e valores"

Promotores e promotora:

- » Juanjo Rodríguez Castro, Grao en Administración e Dirección de Empresas (2015)
- » Diego Valtierra Da Costa, Grao en Administración e Dirección de Empresas (2018)
- » Ana Carlota Gil Ares, Grao en Educación Social (2014)

¿Cal foi o motivo principal que vos levou a emprender?

O principal motivo é a vocación, consideramos o deporte unha ferramenta educativa fundamental para o desenvolvemento dos futuros mozos e mozas, e a partir de aquí desenvolvemos o noso proxecto e o pilar fundamental de nosa academia.

¿Que dificultades atopastes?

Pois as dificultades que encontramos son as propias do noso sector deportivo, trátase dun mercado non regulado, non existe unha lei do deporte nin marco legislativo nin laboral que o regule nos contextos de deporte formativo. Atopamos moita competencia desleal, xa que existen moitos clubs ou adestradores ofrecendo un produto similar, pero sen titulación adecuada para exercelo. E a nivel persoal e social, atopamos as típicas dificultades relacionadas con que moita xente próxima ou familiar non considera que o emprendemento e o noso sector constitúan un traballo.

¿Quen ou que vos axudou nos momentos de arrancar?

Nosoutros empezamos a actividade grazas ao apoio dunha metodoloxía que se chama coerver que está avalada por adidas e outras institucións do fútbol como Uefa e Fifa.

E grazas ao apoio de tres clubs como El Cultural Areas, Racing de Castrelos e UD Santa Marina, xa que grazas á súa colabo-

ración utilizamos as súas instalacións para a nosa actividade. E ao pouco de comezar a nosa actividade presentámonos ao programa de emprendemento da Universidade de Vigo INCUVI, contando co seu apoio estes 3 anos.

Tamén contamos co apoio dos concellos de Ponteareas, Gondomar, a asociación de clubs de Vigo AFAVI e as tendas deportivas "futbol emotion" e "fútbol y más", que son os nosos provedores de roupa e material, e a axuda da plataforma de xestión de metodoloxía e adestramentos Kaantera do grupo "Galicia sport 360".

¿Que consellos darías ás persoas da nosa universidade relacionados coa aventura de emprender?

Se o teñen moi claro e é vocacional, que segan o seu corazón, pois con traballo, sacrificio e perseverancia, todo é posible.

Se o teu proxecto é vocacional, coa axuda da xente adecuada e a túa motivación, podes conseguilo. É un camiño longo e duro, pero como o é a vida, e neses momentos difíciles a túa motivación e esas ganas por cumprir ese obxectivo de emprender ou axudar a cambiar o mundo vaiche axudar a logralo.

É un camiño e viaxe longo pero debes aprender a valoralo e desfrutar da viaxe e do camiño para conseguilo, porque ese é o destino.

VI&GO

Ano de creación ou inicio de actividade da empresa: 2022

 <https://viandgo.com/>



Mobilidade eléctrica

“Servizo de subscrición a unha rede de estacións de intercambio de baterías para vehículos eléctricos lixeiros”

Promotores:

- » Ignacio Iglesias Araújo, Enxeñaría en Organización Industrial (2021)
- » Adrián Marnotes Rodríguez, Enxeñaría en Organización Industrial (2021)

¿Cal foi o motivo principal que vos levou a emprender?

Desde o principio tivemos claro que queríamos emprender para poder levar a cabo un proxecto que fora noso, e sobre todo que estivese relacionado coa sustentabilidade e o respecto polo medio ambiente, ademais de crear valor para a nosa contorna e a comunidade.

¿Que dificultades atopastes?

A principal dificultade para arrancar un proxecto de emprendemento é a falta de apoios económicos e a complexidade de lograr apoios financeiros para emprender.

¿Quen ou que vos axudou nos momentos de arrancar?

Gustaríanos realizar unha mención especial a Rafa e Luis da Fundación Ronsel polas súas grandes mentorizacións e a Rosario e Javi de Blubusiness.

¿Que consellos darías ás persoas da nosa universidade relacionados coa aventura de emprender?

O emprendemento é un camiño moi difícil pero moi bonito, que vos levará a un enorme crecemento persoal en moitas facetas, ademais de a coñecer a xente interesantísima. Seguro que haberá baches no camiño, pero o importante é erguerse e seguir loitando para levar a cabo o proxecto co que soñades.



Características da mostra de 2023

O cuestionario GUESSS foi cumprimentado por 3.192 estudantes da Universidade de Vigo:

- » Un 80,9% son estudantes de grao, o 11,2% de mestrado e 7,6% de doutoramento, estando o restante 0,3% matriculado noutro tipo de formación.
- » Por ámbito de coñecemento das titulacións nas que están matriculados/as, o 41,2% corresponde con estudantes de Ciencias Sociais e Xurídicas, o 20,1% é de Ciencias e Ciencias da Saúde, o 26,4% de Enxeñaría, e o 12,3% é alumnado de Artes e Humanidades.
- » A maioría, un 67,8%, sitúase na franxa de idade 18-24 anos.
- » Atendendo ao xénero, o 62% son mulleres, o 36,6% son homes, e o restante 1,4% non declara xénero.

Universidades españolas participantes e mostra total

A mostra da que se extraen os resultados para o conxunto de Universidades españolas está configurada polas respostas de 79.158 estudantes universitarios españois. Tal e como figura no Informe GUESSS España 2023 a distribución por curso, ámbito de coñecemento e xénero é a seguinte:

- » O 81,4% do alumnado cursa estudos de grao, o 14,6% cursa estudos de mestrado e o 4% está matriculado nun programa de Doutoramento.
- » En relación ao ámbito de coñecemento dos estudos, o 46,3% son estudantes de Ciencias Sociais e Xurídicas, o 21,6% de Enxeñaría e Arquitectura, o 14,7% de Ciencias e Ciencias da Saúde, e o restante 17,4% é de Artes e Humanidades.
- » O rango de idade que predomina na mostra é 18-24 anos (61,8%).
- » En relación a xénero, o 62,2% das respostas son de mulleres e o 37,1% de homes.

A continuación figura a distribución de cuestionarios por Universidades:

Universidades	Respostas	Taxa de resposta
UNED Total	4563	5,94%
Universidad de Barcelona	3857	5,02%
Universidad de Alicante	3537	4,60%
Universidad Autónoma de Barcelona	3279	4,27%
Universidade de Vigo	3192	4,15%
Universidad Politécnica de Madrid	3182	4,14%
Universidad de Murcia	2467	3,21%
Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	2400	3,12%
Universidad Loyola de Andalucía	2212	2,88%
Universidad de Valencia	1879	2,45%
Universidad de Oviedo	1867	2,43%
Universidad Autónoma de Madrid	1813	2,36%
Universidad Europea de Madrid	1811	2,36%
Universidad de Cádiz	1801	2,34%
Universidad de Zaragoza	1749	2,28%
Universidad de Granada	1728	2,25%
Universidad de Cantabria	1728	2,25%
Universidade de Santiago de Compostela	1676	2,18%
Universidad Rey Juan Carlos	1602	2,09%
Universidad Francisco de Vitoria	1355	1,76%
Universidad Politécnica de Valencia	1328	1,73%
Universidad Internacional de Valencia (VIU)	1257	1,64%
Universidad de Jaén	1184	1,54%

Universidades	Respostas	Taxa de resposta
Universidad de Málaga	1180	1,54%
ESIC University	1171	1,52%
Universidad Pública de Navarra	1167	1,52%
Universidad de La Rioja	1077	1,40%
Universidad de Girona	1002	1,30%
Universidade da Coruña	990	1,29%
UDIMA (Universidad a Distancia de Madrid)	973	1,27%
Universidad Católica San Antonio de Murcia	924	1,20%
Universidad de Extremadura	914	1,19%
Universidad Carlos III de Madrid	863	1,12%
Universidad de Sevilla	862	1,12%
Universidad de La Laguna	839	1,09%
Universitat Rovira i Virgili	783	1,02%
Universidad de Córdoba	727	0,95%
Universitat Jaume I	670	0,87%
Universidad de Deusto	670	0,87%
Universidad de Valladolid	632	0,82%
Universidad de León	630	0,82%
Universidad Pontificia Comillas	612	0,80%
Universidad de Castilla-La Mancha	591	0,77%
Universidad Europea de Valencia	513	0,67%
Universidad Pablo de Olavide	507	0,66%
Universitat La Salle (Ramon Llull)	488	0,64%
Universidad de Almería	478	0,62%
Universidad Complutense de Madrid	412	0,54%
Universidad de Mondragón	369	0,48%

Universidades	Respostas	Taxa de resposta
Universidad Miguel Hernández de Elche	349	0,45%
Universitat Oberta Catalunya	335	0,44%
Universidad del País Vasco	330	0,43%
Universidad de Salamanca	323	0,42%
Universitat Abat Oliba CEU	312	0,41%
Universidad Europea de Canarias	305	0,40%
Universidad de las Islas Baleares	293	0,38%
CUNEF	262	0,34%
Universidad Católica Santa Teresa Jesús de Ávila	255	0,33%
Universidad de Lleida	239	0,31%
Universidad Europea del Atlántico	239	0,31%
Universidad Internacional de Cataluña	213	0,28%
Universidad CEU San Pablo	210	0,27%
Universidad de Burgos	204	0,27%
Universidad de Vic Universidad Central de Catalunya	175	0,23%
Universidad Politécnica de Cartagena	158	0,21%
Universidad Internacional de Andalucía (UNIA)	151	0,20%
Universidad de Huelva	123	0,16%
Universidad Politécnica de Cataluña	80	0,10%
Universidad de Alcalá	50	0,07%
Universidad Internacional de la Rioja	31	0,04%
Universitat Pompeu Fabra	11	0,01%
Otras	669	0,87%
Total xeral	76.828	100%
Total xeral	76.828	4,74%

FIGURA 1.	INTENCIÓN DE ESCOLLA DE CARREIRA DO ALUMNADO DA UNIVERSIDADE DE VIGO AO FINALIZAR OS SEUS ESTUDOS E CINCO ANOS DESPOIS	09	FIGURA 16.	ANO DE FUNDACIÓN DAS EMPRESA DOS EMPREENDEDORES E EMPREENDEDORAS ACTIVAS DA UNIVERSIDADE DE VIGO	18
FIGURA 2.	INTENCIÓN DE ESCOLLA DE CARREIRA DO ESTUDANTADO DO SUE AO FINALIZAR A CARREIRA E 5 ANOS DESPOIS	09	FIGURA 17.	NÚMERO DE EMPREGADOS/AS DAS EMPRESAS DE EMPREENDEDORES E EMPREENDEDORAS ACTIVAS DA UNIVERSIDADE DE VIGO	19
FIGURA 3.	INTENCIÓN DE ESCOLLA DE CARREIRA PROFESIONAL POR GRUPOS DO ALUMNADO UVIGO, SUE, E PAÍSES GUESS; AO REMATAR OS ESTUDOS E 5 ANOS DESPOIS	10	FIGURA 18.	INTERESE DO EMPRENDIMENTO ACTIVO DA UNIVERSIDADE DE VIGO EN CONVERTER O NEGOCIO NA PRINCIPAL OCUPACIÓN TRAS GRADUARSE	19
FIGURA 4.	TRAXECTORIA PROFESIONAL QUE O ALUMNADO EMPREENDEDOR DE CURTO PRAZO PRETENDE SEGUIR 5 AÑOS DESPUÉS DE TERMINAR A FORMACIÓN. DATOS DE UVIGO E SUE	11	FIGURA 19.	EMPRENDEDORES/AS ACTIVOS/AS DA UNIVERSIDADE DE VIGO QUE TEÑEN EMPRENDIDO ANTERIORMENTE	19
FIGURA 5.	TRAXECTORIA PROFESIONAL PREVIA DO ALUMNADO CON INTENCIÓN DE EMPRENDER A LONGO PRAZO. DATOS DA UNIVERSIDADE DE VIGO E SUE	12	FIGURA 20.	ESTRUTURA DA PROPIEDAD DO EMPRENDIMENTO ACTIVO DA UNIVERSIDADE DE VIGO	20
FIGURA 6.	EMPRENDIMENTO NACENTE NA UNIVERSIDADE DE VIGO POR ÁMBITO DE COÑECEMENTO	13	FIGURA 21.	UBICACIÓN DO NEGOCIO DE EMPRENDIMENTO ACTIVO DA UNIVERSIDADE DE VIGO	20
FIGURA 7.	EXPECTATIVAS DAS PERSOAS EMPREENDEDORAS NACENTES DA UNIVERSIDADE DE VIGO PARA CONVERTER O NEGOCIO EN OCUPACIÓN PRINCIPAL TRAS GRADUACIÓN	14	FIGURA 22.	UTILIZACIÓN DE FONDOS DE CAPITAL RISCO EN EMPRENDIMENTO ACTIVO DA UNIVERSIDADE DE VIGO	20
FIGURA 8.	TAMAÑO DA EQUIPA PROMOTORA DOS PROXECTOS DE EMPRENDIMENTO NACENTE DA UNIVERSIDADE DE VIGO	14	FIGURA 23.	MODIFICACIÓN SOBRE A IDEA ORIXINAL DE EMPRENDIMENTO ACTIVO DA UNIVERSIDADE DE VIGO (CUALITATIVO)	21
FIGURA 9.	SECTORES DE EMPRENDIMENTO NACENTE DA UNIVERSIDADE DE VIGO	14	FIGURA 24.	MODIFICACIÓN SOBRE A IDEA ORIXINAL DE EMPRENDIMENTO ACTIVO DA UNIVERSIDADE DE VIGO (CUANTITATIVO)	21
FIGURA 10.	UBICACIÓN DO NEGOCIO DE EMPREENDEDORES NACENTES EN CIDADE ONDE SE REALIZAN OS ESTUDOS	15	FIGURA 25.	COMPORTAMENTO EMPREENDEDOR DO ALUMNADO DA UVIGO E DO SUE POR RAMO DE COÑECEMENTO	22
FIGURA 11.	VÍNCULO CON FAMILIA EMPREENDEDORA	15	FIGURA 26.	TAXAS DE EMPRENDIMENTO INTENCIONAL, NACENTE E ACTIVO POR XÉNERO	23
FIGURA 12.	PREVISIÓN DE ARRANQUE DE ACTIVIDADE DO EMPRENDIMENTO NACENTE DA UNIVERSIDADE DE VIGO	15	FIGURA 27.	FENDA DE XÉNERO NA UNIVERSIDADE DE VIGO, EN ESPAÑA E NO CONXUNTO GUESS	23
FIGURA 13.	IMPULSORES DOS PROXECTOS DE EMPRENDIMENTO NACENTE DA UNIVERSIDADE DE VIGO	16	FIGURA 28.	FORMACIÓN EMPREENDEDORA RECIBIDA POLO ESTUDANTADO DA UNIVERSIDADE DE VIGO	24
FIGURA 14.	DISTRIBUCIÓN DO EMPRENDIMENTO ACTIVO NA UNIVERSIDADE DE VIGO POR ÁMBITO DE COÑECEMENTO	17	FIGURA 29.	REPUTACIÓN DA UNIVERSIDADE NO EIDO DO EMPRENDIMENTO	25
FIGURA 15.	DISTRIBUCIÓN DO EMPRENDIMENTO ACTIVO DA UNIVERSIDADE DE VIGO POR SECTORES	18	FIGURA 30.	CLIMA DE EMPRENDIMENTO NA UNIVERSIDADE	25

