



ÍNDICE

Evolución de la Actividad Emprendedora de los Estudiantes de la Universidad de Extremadura

Director Ejecutivo: Ricardo Hernández Mogollón

Director Técnico: Antonio Fernández Portillo

Autores: Antonio Fernández Portillo, Manuel Almodóvar González,

María Calzado Barbero, Nuria Ramos Vecino, Ricardo Hernández Mogollón.

PORTADA

ÍNDICE

Evolución de la Actividad Emprendedora de los Estudiantes de la Universidad de Extremadura

GUESSS 2018

Director Ejecutivo: Ricardo Hernández Mogollón

Director Técnico: Antonio Fernández Portillo

Autores: Antonio Fernández Portillo, Manuel Almodóvar González, María Calzado Barbero, Nuria Ramos Vecino, Ricardo Hernández Mogollón.



Citación: Fernández-Portillo, A., Almodóvar-González, M., Calzado-Barbero, M., Ramos-Vecino, N & Hernández-Mogollón, R. (2021). Evolución de la Actividad Emprendedora de los Estudiantes de la Universidad de Extremadura. Servicio de Publicaciones UEX, Cáceres (España).

GUESSS 2018 was generously supported by Ernst & Young (EY) as the international project partner.



We cordially thank EY for their support. Without it, GUESSS in its current form would not have been possible.



Esta obra ha sido objeto de una doble evaluación, una interna llevada a cabo por el Consejo Asesor del Servicio de Publicaciones de la Universidad de Extremadura, y otra externa, efectuada por evaluadores independientes de reconocido prestigio en el campo temático de la misma.

Edita:

Universidad de Extremadura. Servicio de Publicaciones
Plaza de Caldereros, 2. 10003 Cáceres (España)
Tel. 927 257 041; Fax 927 257 046
publicac@unex.es
<http://www.unex.es/publicaciones>

I.S.B.N.: 978-84-09-30814-9 (edición digital)

Maquetación: Editorial Sindéresis

Cáceres, 2021.



ÍNDICE

CARTA DEL DIRECTOR EJECUTIVO	7
PRÓLOGO	9
RESUMEN EJECUTIVO	11
EXECUTIVE REPORT	13
INTRODUCCIÓN	15
<i>Punto de partida de los objetivos de GUESSS y sus beneficios</i>	<i>17</i>
<i>Marco teórico</i>	<i>20</i>
<i>Organización del proyecto y procedimiento de recogida de datos</i>	<i>21</i>
<i>Características de la muestra y participantes</i>	<i>22</i>
<i>Datos demográficos</i>	<i>23</i>
1. INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA PROFESIONAL EN LA UEX	25
1.1 INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA PROFESIONAL AL FINALIZAR LOS ESTUDIOS Y CINCO AÑOS DESPUÉS	27
1.2 INTENCIONES DE ELECCIÓN POR GÉNERO	31
1.3 INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA PROFESIONAL POR RAMAS DE CONOCIMIENTO	32
2.DETERMINANTES DE LAS INTENCIONES EMPRENDEDORAS EN LA UEX	35
2.1 UNA MIRADA MÁS CERCANA A LAS INTENCIONES EMPRENDEDORAS.....	37
2.2 EL CONTEXTO UNIVERSITARIO.....	39
2.3 EL CONTEXTO FAMILIAR.....	44
3.ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES DE LA UEX.....	47
3.1 CARACTERÍSTICAS PERSONALES.....	49
3.2 CARACTERÍSTICAS DE LAS FUTURAS EMPRESAS	51
4.EMPRESARIOS ACTIVOS	57
4.1 CARACTERÍSTICAS PERSONALES.....	59
4.2 CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS.....	61
RESUMEN Y CONCLUSIONES	69
RECOMENDACIONES	73
BIBLIOGRAFÍA CITADA Y CONSULTADA.....	75
FUENTES ELECTRÓNICAS RECOMENDADAS	77
ANEXO I. FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN. ENCUESTAS A ESTUDIANTES DE LA UEX	78
ANEXO II. PAÍSES, UNIVERSIDADES Y ENCUESTADOS.....	78

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1.1. Intenciones de elección de carrera al finalizar los estudios y a los 5 años	27
Grafico 1.2 Intenciones agrupadas de elección de carrera al finalizar los estudios y a los 5 años. ...	29
Gráfico 1.3 Indicador de las intenciones empresariales por países participantes en porcentaje	30
Grafico 1.4 Intenciones de carrera según el género de los estudiantes	32
Grafico 1.5 Elección de carrera por rama de conocimiento al finalizar la carrera y a los 5 años.....	33
Gráfico 2.1 Fortaleza de las intenciones emprendedoras por ramas de conocimiento y género.....	38
Gráfico 2.3. Formación recibida en emprendimiento	40
Gráfico 2.4. Clima del emprendimiento universitario en la UEx	41
Gráfico 2.5. Clima del emprendimiento universitario en la UEx	43
Gráfico 2.6. Aprendizaje en emprendimiento sobre los cursos y servicios recibidos en la UEx.	44
Gráfico 3.1. Porcentaje de emprendedores nacientes.....	50
Gráfico 3.2. Porcentaje de emprendedores nacientes por ramas de conocimiento y género	51
Gráfico 3.3. Actividades realizadas por los emprendedores nacientes para la puesta en marcha de la empresa (en %)	52
Gráfico 3.4. Sectores en los que se está creando la empresa	53
Grafico 3.5. Número de socios con los que se pretende crear la empresa.....	54
Gráfico 3.6. Novedad del producto/servicio y mejora del producto o servicio	55
Gráfico 3.7. Mejoras del rendimiento competitivo	56
Gráfico 4.1. Porcentaje de los llamados “Emprendedores Activos	60
Gráfico 4.2. Porcentaje de empresarios activos por rama de conocimiento	61
Gráfico 4.3. Porcentaje de empresarios activos por género y rama de conocimiento	61
Gráfico 4.4. Año de creación de la empresa	62
Gráfico 4.5. ¿En qué sector está activa tu empresa principalmente?: Evolución	63
Gráfico 4.6. Porcentaje de capital que posee el empresario	64
Gráfico 4.7. Número de cofundadores de la empresa.....	64
Gráfico 4.8. Número de empleados de la empresa a tiempo completo: Evolución	65
Gráfico 4.9. Rendimiento de la empresa desde su creación en comparación con los competidores: Evolución	67

LISTADO DE FIGURAS

Figura 0.1. Marco teórico del GUESS.....	21
--	----

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1.1. Países, universidades y encuestados.....	22
Tabla 1.2. Distribución de la muestra por ramas de conocimiento y género	23
Tabla 2.1. Indicadores de la escala de intención emprendedora.....	37

Carta del Director Ejecutivo

Los estudios GUESS, buscan medir, con rigor científico, la intención y las actividades emprendedoras de los estudiantes universitarios, a nivel mundial, nacional, y regional. Creado en el año 2003 y liderado por el Profesor *Philipp Sieger* de la University of St.Gallen, en Suiza es de periodicidad bi-anual, armonizado y comparativo. En el año 2018, 8ª edición mundial, participaron 3.191 universidades del mundo, en 54 países, 50 de ellas, eran españolas.

Tiene su fundamento en que la investigación demuestra que la intención, que es consecuencia de la actitud, las normas subjetivas y la percepción, son predictores, directamente, del comportamiento emprendedor (Azjen, Fishbein), como se explica en el modelo teórico de la Introducción.

Siguiendo a Iracheta (2015) se puede establecer dos ideas claves en este campo:

Desde el ámbito académico se ha destacado la importancia de profundizar en la investigación sobre los diferentes factores que influyen en la intención emprendedora (Thompson, 1986; Espíritu y Sastre, 2007; Rodríguez y Santos, 2008). De ahí que, Los responsables de las políticas universitarias necesitan entender los determinantes del emprendimiento. Para ello deben ser guiados, tanto como sea posible, por evidencias y hechos. La falta de evidencia empírica comparable ha restringido el entendimiento del emprendimiento (OECD, 2009).

Entender por qué se desarrolla la intención de emprender, o qué factores motivan dicha intención, es un primer paso para comprender cómo desarrollar exitosamente el emprendimiento. Los estudios acerca del emprendimiento fallan al no proveer una clara imagen de los factores que motivan a un individuo a emprender (Bowen y Hisrich, 1986).

Creemos relevante, como señala el catedrático de la Universidad de Granada, Lázaro Rodríguez Ariza en su prólogo, el mirar a la Universidad y hacia los estudiantes universitarios y reflexionar cómo trabajar el espíritu emprendedor de todos los estudiantes universitarios, sin distinción de Grado ni de Facultad, para que se estimule el espíritu y las capacidades emprendedoras, en estos duros tiempos de pandemia del covid19 y de recesión económica histórica en España. Por ello, en el Grupo de Investigación Emturin, de la Universidad de Extremadura, UEX, (España) una de principales líneas de investigación, es la Iniciativa Emprendedora, tanto de empresas consolidadas, como de personas emprendedores potenciales. El mundo educativo es clave para el cambio, especialmente en una región como Extremadura (España), con unas altas tasas de desempleo, y un gran potencial de desarrollo.

Las Universidades Públicas deben afrontar los nuevos entornos, sin bajar la calidad del nivel de docencia e investigación, en particular, lo que venimos denominando el *Desafío de la Educación Emprendedora*. En esta reflexión, habría que citar, en n/opinión, el *The 2020 Academic Ranking of World Universities (ARWU)* o *El Ranking de Universidades del Mundo 2020*, realizado por la Universidad de Shangai (China), que muestra que la UEX se sitúa en la franja 700-800 de las mejores del mundo, habiendo mejorado unos 100 puestos (Ranking general top 1000), teniendo en cuenta que en todo el mundo hay, al menos, 30.000, mejorando, así, de la anterior edición en el que estaba en el rango 801-900.

Ésta es la 3ª edición del Estudio GUESSS Universidad de Extremadura, proyecto que comenzó en el año 2013 en Extremadura.

En esta edición se culmina el proceso de transición en la Dirección Técnica de este complejo proyecto, asumiéndola totalmente, el que ha sido co-director desde la anterior edición (2013-2014). Profesor Dr. Antonio Fernández, sucediendo al Profesor Dr. Juan Carlos Díaz, que la asumió desde el inicio, en Extremadura, en el año 2013, siendo el líder en Extremadura e interlocutor de ESADE, entidad española representante en GUESSS mundial en sus inicios y organizando el equipo técnico de Extremadura.

Sugerimos al lector reflexione sobre los datos, la información y el conocimiento que aporta esta 3ª publicación del Informe GUESSS. Universidad de Extremadura 2018, y, en especial, las conclusiones y recomendaciones, realizadas con el fundamento y el rigor que corresponde al campo científico. Y esto, desagregado por género, campos de conocimiento, etc.

Agradecimientos:

D. Lázaro Rodríguez Ariza, Gerente de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA), que prologa este estudio.

Al Consejo GEM Extremadura y a Campón-Martínez Pereda abogados.

Al Dr. Juan Carlos Díaz, que aportó la idea de este proyecto al GI Emturin y que ha gestionado la dirección técnica hasta el año 2018.

Al Vicerrector de Estudiantes y Empleo, D. José Mª Conejero, en el año 2018, por su colaboración.

Al director técnico, Dr. Antonio Fernández Portillo, y a los coautores, Dr. Manuel Almodóvar, Dª Nuria Ramos y Dª María Calzado, ambas, personal científico investigador de la UEX.

Ricardo Hernández Mogollón

Catedrático de la Universidad de Extremadura

Prólogo

En la actualidad se acepta ampliamente que fomentar la iniciativa emprendedora puede afectar de forma relevante al desarrollo social y económico de cualquier país. Por ello, el emprendimiento y el autoempleo se han configurado como opciones de máximo interés y se han convertido en temas prioritarios en las agendas y políticas de actuación tanto las administraciones públicas como de las iniciativas privadas.

También se admite que el emprendimiento es una disciplina que puede ser aprendida y se apunta a que las universidades cuentan con las plataformas adecuadas sobre las que la educación en emprendimiento puede tener lugar, a través del desarrollo de las correspondientes competencias de los estudiantes. Las habilidades y actitudes emprendedoras sin duda pueden ser mejoradas a través de programas de emprendimiento. En este sentido, las instituciones de educación superior han ido introduciendo programas de formación en emprendimiento.

En el ámbito académico han proliferado los estudios que analizan los efectos de tales programas sobre la intención y el comportamiento emprendedor, en el entendimiento de que la investigación en educación en emprendimiento debe ser útil para comprender mejor los conceptos que soportan el aprendizaje emprendedor y el desarrollo de competencias emprendedoras. Los resultados de estos estudios, si bien apuntan a que la educación en emprendimiento parece resultar efectiva, no son del todo concluyentes, al tiempo que presentan ciertas deficiencias metodológicas, relacionadas con la falta de uso de diseños cuasi-experimentales, que incluyan pre y post test, grupos de tratamiento y grupos de control, puntuaciones sobre los precursores del emprendimiento (experiencias emprendedoras previas, factores demográficos, etc.) o el uso de técnicas estadísticas robustas como los modelos de ecuaciones estructurales. Siguen siendo necesarias investigaciones que permitan determinar qué elementos influyen en la decisión de los individuos para iniciar una empresa.

Por otro lado, la etapa universitaria es un período en el que el ser humano se encuentra en la cúspide del desarrollo cognitivo y profesional para su vida futura. La fuerza de la juventud permite mover montañas y crear nuevas oportunidades con visión a largo plazo. Y es la actitud de estos jóvenes lo que va a ocasionar que su intención se convierta en acción. De acuerdo con el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2017, dos terceras partes de la población adulta en países que son considerados que se mueven por eficiencia, como es el nuestro, consideran que empezar una empresa es una buena elección de carrera.

Por ello, es importante hacer una revisión de la situación de las instituciones educativas superiores, en tanto que las intenciones emprendedoras de los estudiantes dependen de numerosas variables y muchas de éstas pueden estar vinculadas al entorno universitario, las preferencias profesionales, los valores, la imagen

hacia el emprendimiento, la situación de los individuos (variables físicas, emocionales, económicas) y los antecedentes, tanto educativos como profesionales. Los antecedentes educativos son un importante factor que influye en la intención emprendedora. Las intenciones emprendedoras están relacionadas con el apoyo universitario, existiendo una influencia de la educación superior hacia el emprendimiento, si bien es cierto que esta influencia dependerá del tipo de institución universitaria que la ejerza.

En la literatura encontramos estudios que comparan universidades, en tanto que unas generan más emprendimientos que otras o estudios en los que se demuestra con evidencia el hecho de que el tipo de universidad sí es un elemento importante para el estudio de las intenciones emprendedoras. Sin embargo, aún existe una falta de evidencia empírica para medir la relación entre el desarrollo del emprendimiento y los factores personales y ambientales a través de la educación universitaria.

Con estos antecedentes, la importancia del estudio que aquí nos ocupa, enmarcado dentro del proyecto GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey), desarrollado por el Grupo de Investigación Emturin, con Ricardo Hernández Mogollón y Antonio Fernández Portillo a la cabeza, y centrado en analizar en profundidad en las intenciones y actividades emprendedoras de los estudiantes de la Universidad de Extremadura, queda fuera de toda duda.

Lázaro Rodríguez Ariza

Gerente de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación
Julio, 2020

Resumen Ejecutivo

En este apartado pretendemos destacar los datos más relevantes sobre las intenciones y actividades emprendedoras de los estudiantes de la Universidad de Extremadura en el curso 2018/2019.

De esta forma, a partir de los de los datos extraídos de las encuestas cumplimentadas por los estudiantes universitarios de la UEx, estamos en situación de decir, que el 4,5% de éstos quieren ser empresarios cuando finalicen su carrera, pero si le preguntamos cómo se ven cinco años después de finalizar la misma, el porcentaje que quiere ser empresario alcanza el 26,7%, dato inferior al de años anteriores.

Por ramas de conocimiento, los alumnos de las titulaciones de Ciencias Sociales (7,0%) y Ciencias de la Salud (4,3%) y son los que tienen una mayor intención emprendedora al finalizar la carrera, aunque cabe destacar el descenso en la rama de Ingeniería y Arquitectura. Además, el 43,8% de los de Ingeniería y Arquitectura pretenden ser empresarios al cabo de cinco años, seguidos de los de Ciencias Sociales y Jurídicas (29,4%) y Ciencias de la Salud (22,9%).

Las percepciones del estudiante sobre el entorno emprendedor en la Universidad, se miden en una escala Likert de 7 puntos, en la que se aprueba con 4 puntos. En relación al clima emprendedor de la UEx este obtiene un claro suspenso con 2,69 puntos, situándose por debajo de la media nacional (3,6) y de la internacional (4,2), habiendo descendido un punto desde la pasada edición. En cuanto a la motivación que les transmite la UEx para realizar actividades emprendedoras, por primera vez alcanza el aprobado raspado (4,3), pero el resto de indicadores del entorno tienen valoraciones muy bajas, lo que sitúa a nuestra Universidad muy rezagada en este aspecto (2,9 sobre 7), frente al 4,1 de la media nacional y 4,4 de la media internacional de GUESSS.

En cuanto a la formación emprendedora, llama especialmente la atención que ésta empeora desde el 2013/14 y 2016, ya que el 60,3% de los estudiantes de la UEx no han asistido a un curso sobre emprendimiento, aunque el 30,1% ha recibido al menos un curso optativo de formación emprendedora, frente al 27,7% anterior. La UEx tiene solo un 10,4% de formación emprendedora obligatoria, frente al 10,8% de la media española y al 20,5% del conjunto de GUESSS.

El número de estudiantes de la UEx, que están en proceso de creación de su empresa es del 14,1%, frente al 15,2% y 31,0% de las medias española e internacional respectivamente. De éstos, la mayoría son hombres 71% y de las carreras de Ciencias Sociales y Jurídicas e Ingeniería y Arquitectura, aunque en las de Arte y Humanidades, las mujeres están parejas a los hombres. La mayor parte quieren montar la empresa con algún

socio, pero lo están buscando. Y los sectores más representativos son el turismo y gastronomía, seguido del tecnológico y de la comunicación, y la educación.

El número de empresarios entre los estudiantes de la UEx es del 4,1%, frente al 4,8% del resto de España y 11% de GUESSS. La mayoría son varones de Ingeniería y Arquitectura, seguido de Ciencias de la Salud o de Ciencias Sociales y Jurídicas, que crearon una empresa sin socios en el año 2012, y que ha tenido un crecimiento de los beneficios y de las ventas frente a sus competidores durante estos años, asentadas principalmente en los sectores de educación y turismo, que poseen la mayoría del capital de su empresa, tienen menos de dos empleados.

Executive Report

In this section, we intend to highlight the most relevant data on the entrepreneurial intentions and activities of the students of the University of Extremadura in the 2018/2019 academic year.

In this way, based on the data extracted from the surveys completed by UEx university students, we are in a position to say that 4.5% of them want to be entrepreneurs when they finish their degree, but if we ask them how they see five years after finishing it, the percentage that wants to be an entrepreneur reaches 26.7%, a figure lower than in previous years.

By branches of knowledge, the students of the degrees of Social Sciences (7.0%) and Health Sciences (4.3%) are those with a greater entrepreneurial intention at the end of the degree, although the decrease is in the branch of Engineering and Architecture. Furthermore, 43.8% of those in Engineering and Architecture intends to be entrepreneurs after five years, followed by those in Social and Legal Sciences (29.4%) and Health Sciences (22.9%).

The perception that students have about the entrepreneurial environment at the University has been measured by a 7-point Likert scale, in which it is approved with 4 points. The entrepreneurial climate of the UEx obtains a clear failure with 2.69 points, placing it below the national average (3.6) and the international (4.2), having fallen one point from the last edition. The students that are motivated to carry out entrepreneurial activities, for the first time it reaches the approved scraping (4.3). However, the rest of the indicators of the environment have very low evaluations, which places our University far behind in this aspect (2.9 out of 7), compared to 4.1 of the national average and 4.4 of the international average of GUESSS.

Regarding entrepreneurial training, it is especially striking that it has worsened since 2013/14 and 2016, since 60.3% of UEx students have not attended a course on entrepreneurship, although 30.1% have received at least one optional entrepreneurial training course, compared to the previous 27.7%. The UEx has only 10.4% of mandatory entrepreneurial training, compared to 10.8% of the rest of the Spanish universities surveyed and 20.5% of all those that are part of the GUESSS.

The number of UEx students who are in the process of creating their company is 14.1%, compared to 15.2% and 31.0% of the Spanish and international averages respectively. As a tray, the majority are 71% men and of the careers of Social and Legal Sciences and Engineering and Architecture, although in those of Art and Humanities, women are even with men. Most want to start the company with a partner, but they are looking for it. And the most representative sectors are Tourism and gastronomy, followed by technology and communication, and education.

The number of entrepreneurs among students in the UEx is 4.1%, compared to 4.8% in the rest of Spain and 11% in GUESSS. The majority are men from Engineering and Architecture, followed by Health Sciences or Social and Legal Sciences, who created a company without partners in 2012, and which has had growth in profits and sales compared to its competitors. During these years, settled mainly in the education and tourism sectors, which own the majority of the capital of their company, they have less than two employees.



PORTADA

ÍNDICE

Introducción

PORTADA

ÍNDICE

El emprendimiento es un tema relevante tanto en los planes de las diferentes administraciones públicas, como en las instituciones de educación superior. Los efectos que la aparición de nuevas empresas provoca sobre la creación de empleo, la innovación y el impacto socioeconómico en las zonas en las que se implantan, ha hecho que las miradas se vuelvan hacia los emprendedores en todos los ámbitos. En el universitario, cada vez con mayor frecuencia se viene exigiendo a la universidad un papel y una dimensión emprendedora (Clark, 1998), basada en el proceso de la comercialización tecnológica de los recursos universitarios y la creación de valor para la sociedad (Bueno y Casani, 2007), que sobrepasa las tradicionales misiones de la institución. Si a esto unimos que la investigación académica ha venido encontrando cada vez más relaciones entre la formación universitaria y la aparición de nuevos negocios (Álvarez y Urbano, 2012), podemos entender el creciente interés institucional, especialmente en el ámbito universitario, de seguir progresando en el conocimiento del papel de la universidad en la sociedad, en el desarrollo de las competencias emprendedoras de sus estudiantes, de sus intenciones hacia la carrera empresarial, su motivación, etc., con el objetivo de establecer mejores niveles de eficiencia en la distribución de los recursos destinados para este fin.

Las investigaciones llevadas a cabo están poniendo de manifiesto que la educación en emprendimiento facilita al estudiante el desarrollo de competencias emprendedoras que mejoran sus posibilidades de creación de una empresa y una mayor determinación en sus intenciones (von Graevenitz et al., 2010). En el caso de los estudiantes universitarios, la mayoría de las aproximaciones realizadas para analizar su iniciativa emprendedora, se han desarrollado desde la perspectiva psicológica, que concibe la intención como un predictor de la conducta planificada orientada a unas metas, especialmente cuando se desarrolla a largo plazo (Ajzen y Fishbein, 1980; Azjen, 1991; 2002).

Por ello, el proyecto GUESSS analiza las intenciones de los estudiantes universitarios, las motivaciones, sus actividades emprendedoras, así como el entorno (social/cultural, universitario, familiar) en el que éstas se desarrollan.

Punto de partida de los objetivos de GUESSS y sus beneficios

El proyecto de investigación internacional GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey) es un proyecto de investigación internacional que versa sobre el contexto de la iniciativa empresarial en el entorno universitario, que pretende estudiar la intención emprendedora y la actividad de los estudiantes universitarios utilizando una comparación geográfica y temporal. Además, el proyecto evalúa la eficacia y calidad de los programas de la Universidad en el contexto de la iniciativa empresarial, tratando de reconocer las debilidades y fortalezas de las propias Universidades participantes en este aspecto.

El liderazgo del proyecto de GUESSS está en manos del Instituto Suizo de Investigación de la PYME y el Espíritu Empresarial en la Universidad de St. Gallen (HSG-KMU) en Suiza (representada por el Prof. Dr. Urs Fueglistaller). El responsable del proyecto es el Dr. Philipp Sieger. Como socio de proyectos internacionales que apoya el proyecto está presente la consultora Ernst & Young. En España el proyecto lo ha estado liderando hasta la edición del año 2016 la escuela de negocios ESADE, en la presente edición 2018 ha estado liderado por los Drs. Antonio R. Ramos y José Ruiz, profesores de la Universidad de Cádiz, y patrocinado por Muving Ecosystem y Santander Universidades. En el caso de la Universidad de Extremadura, está liderado y financiado por el Grupo de Investigación Emturin con el apoyo del Consejo GEM Extremadura, bajo la Dirección Ejecutiva del Dr. Ricardo Hernández Mogollón, y la Dirección Técnica el Dr. Antonio Fernández Portillo.

GUESSS se crea en 2003 con una vocación comparativa internacional con el fin de investigar sobre las intenciones de los estudiantes en la elección de la carrera profesional y otras actividades relacionadas. Con cada oleada de recogida de datos, que se produce cada dos o tres años, GUESSS ha crecido y se ha vuelto más internacional, culminando en la séptima edición, en 2018 con 54 países participantes, 3100 universidades en total, de las cuales 50 son españolas, entre las que está la Universidad de Extremadura (UEX), y 208.636 encuestas recogidas en total.

Los objetivos del proyecto internacional GUESSS pueden resumirse como sigue:

- Observación sistemática y a largo plazo de las intenciones en la elección de carrera profesional y actividades emprendedoras de los estudiantes universitarios.
- Identificación de los antecedentes y las condiciones de entorno que determinan las intenciones emprendedoras, la creación de nuevas empresas y la carrera empresarial.
- Observación y evaluación de las actividades y las ofertas de las universidades en relación con la educación emprendedora de sus alumnos.

Además de la consecución de los objetivos, el proyecto aporta los siguientes beneficios para los siguientes grupos de interés:

- Beneficios prácticos para la política económica y la sociedad:

- La comparación internacional proporciona una estimación y una evaluación de la intención de crear un negocio y de la actividad de los estudiantes en el país o región.
- Los resultados de la encuesta ofrecen recomendaciones para la acción de la política económica nacional y regional.
- El estudio de panel permite una evaluación de los efectos sobre los aspectos medidos en un periodo a largo plazo.

- Los resultados de la investigación contribuyen a sensibilizar a la sociedad acerca de la iniciativa emprendedora y empresarial.

- Beneficios prácticos para las universidades participantes:

- El cambio en el espíritu emprendedor de los estudiantes de forma continua puede ser seguido por cada universidad.

- Los resultados muestran a las universidades los obstáculos y barreras de los programas e infraestructuras educativas relacionadas con el emprendimiento. Por lo tanto, permiten transmitir recomendaciones para la acción de las respectivas estrategias universitarias.

- Los resultados de la encuesta pueden servir como un reflejo de las propias fortalezas y debilidades de cada universidad.

- Con la participación en la encuesta se puede sensibilizar a los estudiantes de las universidades participantes sobre el campo de la iniciativa empresarial y se puede promover su intención y la actividad emprendedora.

- Beneficios para la comunidad científica:

- Permite una comparación internacional en los aspectos relacionados con el espíritu emprendedor, por lo que apoya sustancialmente a la comunidad científica.

- Se forma una plataforma de investigación que, debido a la diferenciación entre el panel, el enfoque y las cuestiones específicas de cada país, permite flexibilidad, así como la evaluación sistemática y el establecimiento de construcciones explicativas.

- El aspecto internacional del proyecto constituye una buena base para su publicación en revistas científicas.

- El núcleo del equipo y de los países delegados del proyecto se reúnen cada dos años para intercambiar información, experiencias e ideas.

- Las publicaciones basadas en los datos GUESSS se hacen accesibles (si es posible) para el público a través de la página web del proyecto¹.

¹ <http://www.guesssurvey.org>

Marco teórico

Los estudios sobre el emprendimiento identifican en muchos casos a empresarios potenciales y empresas. Algunos siguen el proceso desde la fase de la idea hasta la última decisión para iniciar una empresa (Long y McMullan, 1984). En las últimas décadas han cobrado un interés relevante en la literatura los denominados modelos de intención, relacionados con el proceso de creación de empresas. Estos modelos tratan de acercarse a la influencia que ciertas variables medioambientales ejercen en las cualidades y el comportamiento empresarial. En ellos, se interpretan las percepciones e intenciones de los empresarios potenciales como predictores de la conducta empresarial (Ajzen, 1991; Krueger y Brazeal, 1994; Gnyawali y Fogel, 1994; Westhead y Wrigth, 1998).

Estas investigaciones se han dirigido hacia la situación previa a la decisión de crear la empresa, es decir, a la intención o estado de pre-decisión, en la que se han analizado aspectos tales como: la preferencia por una carrera empresarial o las características psicológicas y personales de los empresarios potenciales (Krueger y Casrud, 1993).

Las investigaciones sobre las intenciones demuestran claramente que son el mejor medio para predecir las conductas planeadas (Krueger, 1993). En el proceso global de la creación de empresas, las intenciones empresariales son vitales, pues establecen las características iniciales importantes para las nuevas organizaciones (Krueger y Casrud, 1993).

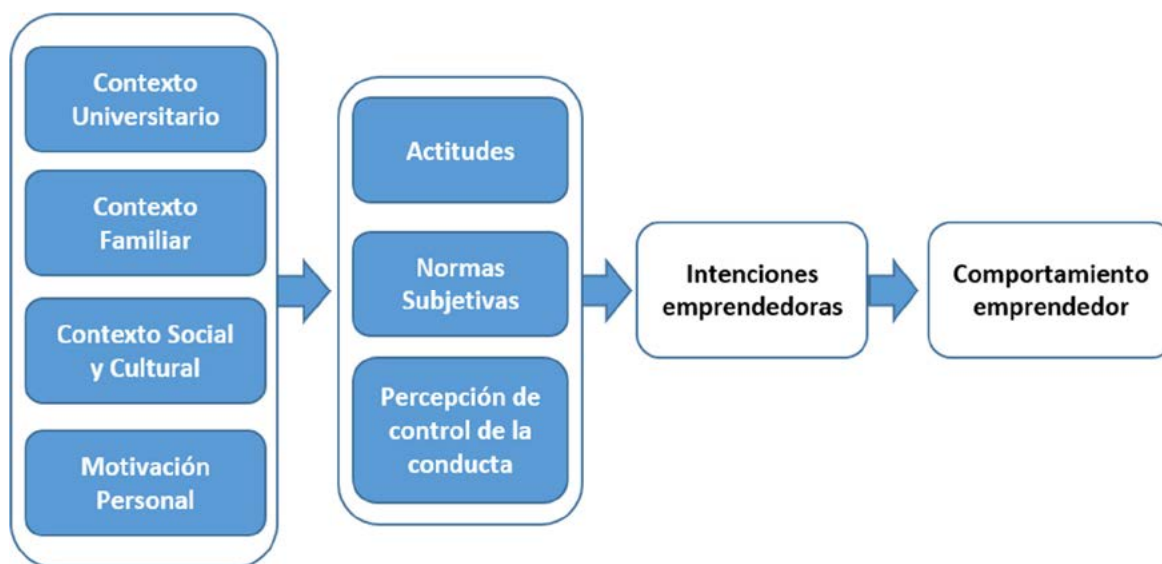
Respecto del marco teórico existente sobre las intenciones, el dominante en la investigación es el modelo de Ajzen y Fishbein sobre el comportamiento planeado. Un factor central de esta teoría es la intención del individuo para llevar a cabo una conducta dada (Ajzen, 1991). Así, las intenciones predicen y explican de manera contundente una conducta planificada, por ejemplo la creación de una empresa (Krueger, 1993). No obstante, la intención de realizar una conducta, sólo se hace realidad, es decir, deja de ser potencial para ser real, si la persona puede decidir, según su propia voluntad, realizar o no esa conducta (se hace con control de la voluntad).

Precisamente el fundamento teórico de GUESSS es la Teoría del Comportamiento Planeado (TPB) (Fishbein y Ajzen, 1975; Ajzen, 1991, 2002). Su argumento de fondo es que la intención de realizar un comportamiento específico está influenciada por tres factores principales: la actitud hacia el comportamiento, las normas subjetivas y el control percibido de la conducta. La actitud hacia el comportamiento se entiende como la opinión favorable o desfavorable que la persona tiene hacia la conducta. La norma subjetiva está referida a la presión social percibida por el individuo en cuanto a realizar o no la conducta. El grado de control

percibido de la conducta, hace referencia a la percepción de dificultad o facilidad para realizar la conducta, que incluye la experiencia pasada y anuncia los obstáculos.

En GUESSS, nos centramos en las intenciones emprendedoras y en el comportamiento emprendedor. Investigamos los factores adicionales que pueden afectar a la evolución de la elección de carrera profesional o las intenciones empresariales a través de los tres elementos principales de la TPB. Ejemplos de ello son el contexto universitario, el contexto familiar, los motivos personales y el contexto socio-cultural. El marco teórico general se ilustra en la siguiente figura.

Figura 0.1. Marco teórico del GUESS.



Fuente: a partir de Sieger, Fueglistaller y Zellweger (2014) y Ruiz, Ramos y Lechuga (2018).

Organización del proyecto y procedimiento de recogida de datos

El proyecto GUESSS está gestionado a nivel internacional por el Instituto Suizo de Investigación de la Pyme y el Emprendimiento de la Universidad de St. Gallen (Suiza), que desarrolla una encuesta destinada a los estudiantes universitarios, que cumple con las mayores garantías académicas para asegurar la fiabilidad y

validez de los datos. Una vez realizada se envía un enlace a una plataforma on-line para que los diferentes equipos nacionales distribuyan el mismo entre las universidades participantes de cada uno de los países. El coordinador español de esta edición, el Prof. Dr. D. Antonio R. Ramos, remitió a la Universidad de Extremadura los enlaces definitivos en español e inglés. La plataforma estuvo abierta desde el 5 de octubre de 2018 hasta el 23 de diciembre de 2018.

La distribución de los cuestionarios en la UEx se hizo con la colaboración esencial del Vicerrectorado de Estudiantes. Se contó también con el apoyo de los Decanos de los centros de la UEx y el Consejo de Estudiantes de la Universidad de Extremadura. Las respuestas se procesaron de forma centralizada en la Universidad de St. Gallen y posteriormente se remitieron a los equipos nacionales, que trasladaron a cada coordinador de las diferentes universidades los suyos. La ficha técnica de investigación se recoge en el Anexo 1.

Características de la muestra y participantes

A la población total de 21.015 estudiantes matriculados en la Universidad de Extremadura en el curso 2018/19, se les enviaron por *email* los enlaces en español e inglés para responder el cuestionario. Se recibieron un total de 469 respuestas completas 1.513. La muestra española ha sido de 33.278, por lo que la UEx ha recogido el 2,32% del total de la muestra de España.

En la tabla 1 podemos ver el resumen de los datos por países², universidades y encuestados.

Tabla 1.1. Países, universidades y encuestados.

Participantes	Nº de países	Nº universidades participantes	Nº respuestas	Estudiantes contactados
GUESSS	54	3191	208.636	-
España	1	50	33.278	-
UEx	-	1	469	21.015

² La tabla con todos los datos GUESSS de los países participantes, el número de universidades y los encuestados podemos verla en el Anexo II.

Datos demográficos

El estudiante encuestado tiene una edad media de 27,25 años, de los cuales el 53,1% son mujeres y el resto hombres. El 95,8% son de nacionalidad española. El 88,5% son estudiantes de grado, pero también han participado un 9,6% de alumnos de master y un 1,8% de doctorado y postdoctorado.

La distribución según las ramas de conocimiento³ que recoge el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, nos muestra que los grupos de participación más numerosos han sido los de Ciencias Sociales y Jurídicas (45,2%) y de Ingeniería y Arquitectura (20,0%). La tabla 1.2 refleja estos datos y la distribución por género en cada rama.

Tabla 1.2. Distribución de la muestra por ramas de conocimiento y género.

Rama de conocimiento	% Total de la rama	Hombres	Mujeres
Artes y Humanidades	5,4%	41,7%	58,3%
Ciencias	13,7%	50,8%	49,2%
Ciencias de la Salud	15,7%	30,4%	69,6%
Ingeniería y Arquitectura	20,0%	76,4%	23,6%
Ciencias Sociales y Jurídicas	45,2%	42,0%	58,0%
Total	100,0%	48,3%	51,7%

³ El Real Decreto 1393/2007 (BOE núm. 260, de 30/10/2007), establece las siguientes ramas de conocimiento: **Artes y Humanidades:** Antropología, Arte, Ética, Expresión Artística, Filosofía, Geografía, Historia, Idioma Moderno, Lengua, Lengua Clásica, Lingüística, Literatura y Sociología. **Ciencias:** Biología, Física, Geología, Matemáticas y Química. **Ciencias de la Salud:** Anatomía Animal, Anatomía Humana, Biología, Bioquímica, Estadística, Física, Fisiología y Psicología. **Ciencias Sociales y Jurídicas:** Antropología, Ciencia Política, Comunicación, Derecho, Economía, Educación, Empresa, Estadística, Geografía, Historia, Psicología y Sociología. **Ingeniería y Arquitectura:** Empresa, Expresión Gráfica, Física, Informática, Matemáticas y Química.

PORTADA

ÍNDICE



PORTADA

ÍNDICE

1.- Intenciones de elección de carrera profesional en la UEx

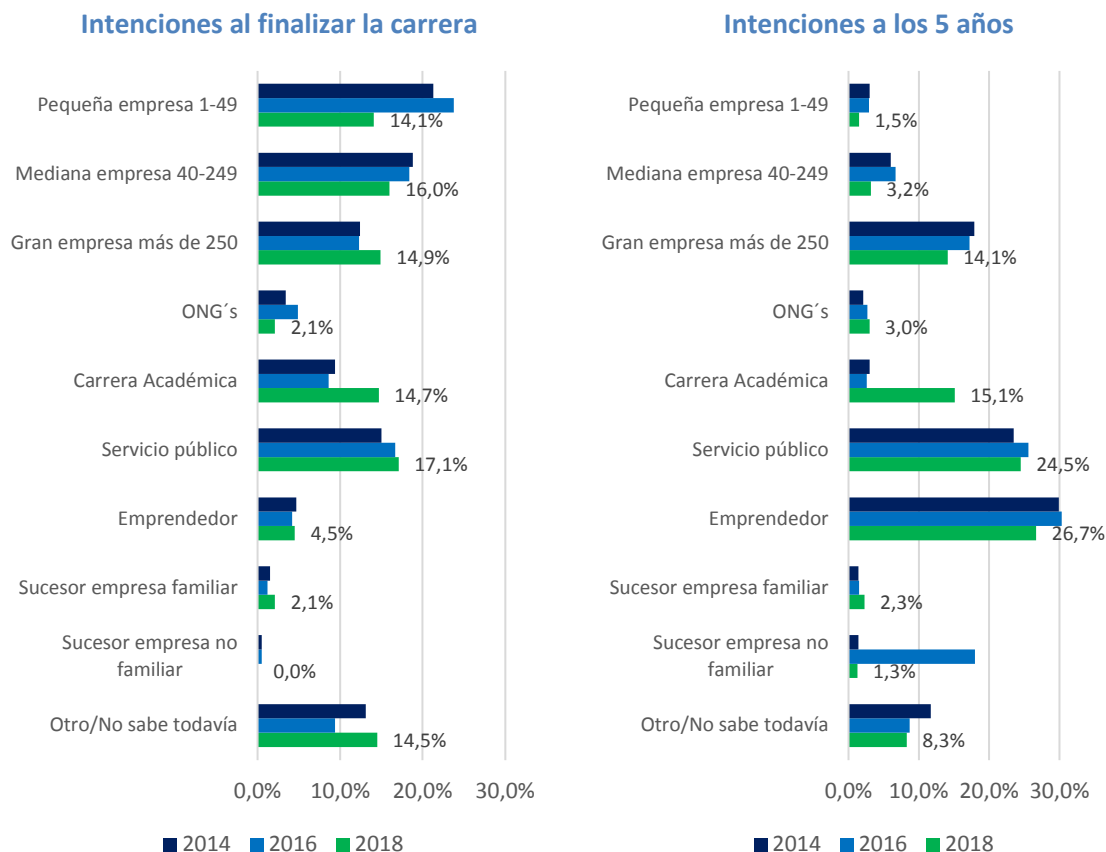
PORTADA

ÍNDICE

1.1 Intenciones de elección de carrera profesional al finalizar los estudios y cinco años después

El proyecto GUESSS tiene unas claras metas, entre ellas, conocer las intenciones profesionales que manifiestan los estudiantes universitarios sobre lo que desean hacer una vez que finalicen sus estudios. Preguntas como ¿qué camino profesional intentan seguir en un futuro próximo? o ¿qué es lo que quieren hacer directamente después la finalización de sus estudios, y cuál es su plan de carrera a largo plazo? son fundamentales para poder acercarnos al conocimiento de las intenciones de los estudiantes de la UEx al finalizar sus estudios. Así, el gráfico 1.1 refleja las intenciones de carrera profesional al finalizar los estudios y cinco años más tarde.

Gráfico 1.1. Intenciones de elección de carrera al finalizar los estudios y a los cinco años.



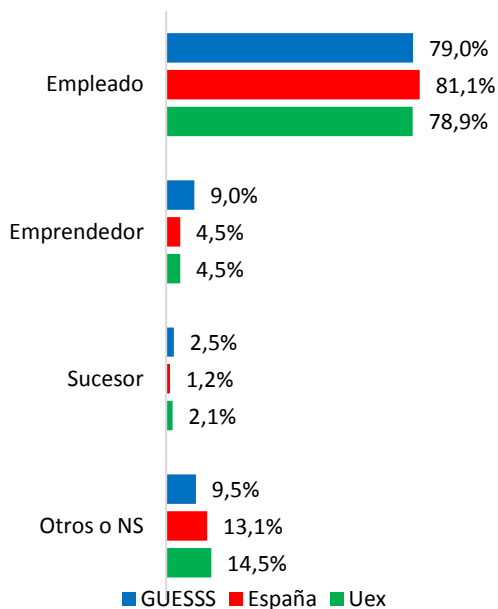
En las respuestas se recogen diez diferentes opciones profesionales para trabajar tanto por cuenta propia como por cuenta ajena. Las primeras seis opciones ilustran las trayectorias profesionales como empleado, ya sea en el sector privado, en el sector público, o en una organización sin fines de lucro. Las primeras tres opciones, es decir, empleado de una empresa pequeña, mediana o grande, son claramente las preferidas inmediatamente después de terminar los estudios con más de un 50% de respuestas entre los alumnos, aunque su atractivo cambia notablemente a los cinco años de haber finalizado sus estudios, al quedar reducido prácticamente a la mitad (26,8%). No obstante, las intenciones de trabajar en una gran empresa al cabo de cinco años son las únicas que crecen en el trabajo por cuenta ajena. Es de destacar también la mayor intención para dar el paso al emprendimiento entre los universitarios extremeños, intención que después de los cinco años de haber finalizado los estudios se multiplica por siete veces y se convierte en la opción preferida de los estudiantes, por encima de la de convertirse en empleado público.

En referencia a las intenciones empresariales, sólo el 4,2% de todos los estudiantes de la UEx indican que quieren trabajar en su propia empresa después finalizar sus estudios. Cinco años después, es el 30,3% el que desea tener su propia empresa. Es destacable la evolución de las intenciones y el cambio de perspectiva de los estudiantes, ya que gran parte de los que pensaban trabajar por cuenta ajena al finalizar la carrera (25%) deciden probar la opción del trabajo por cuenta propia y emprender su propio proyecto tras cinco años en el mercado laboral.

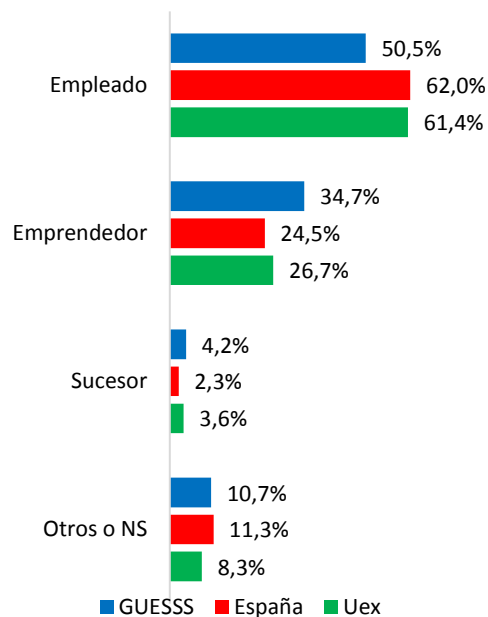
Al agrupar los resultados de las intenciones de elección de carrera profesional en el gráfico 1.2, vemos más claramente lo que ya hemos comentado. Los propósitos de ser empleados nada más acabar la carrera son los dominantes entre los estudiantes, pero éstos disminuyen al cabo de los cinco años, en los que las intenciones de crear la propia empresa crecen multiplicándose por siete. Y los indecisos representan un porcentaje significativo, casi un 10%, que no tiene claro su futuro ni ahora ni en cinco años. Al comparar con el resto de estudiantes, de España y del proyecto GUESSS, los extremeños se muestran algo menos emprendedores inmediatamente después de acabar sus estudios, pero con tantas intenciones como los demás al cabo de cinco años.

Gráfico 1.2 Intenciones agrupadas de elección de carrera al finalizar los estudios y a los 5 años.

Intenciones agrupadas al finalizar la carrera

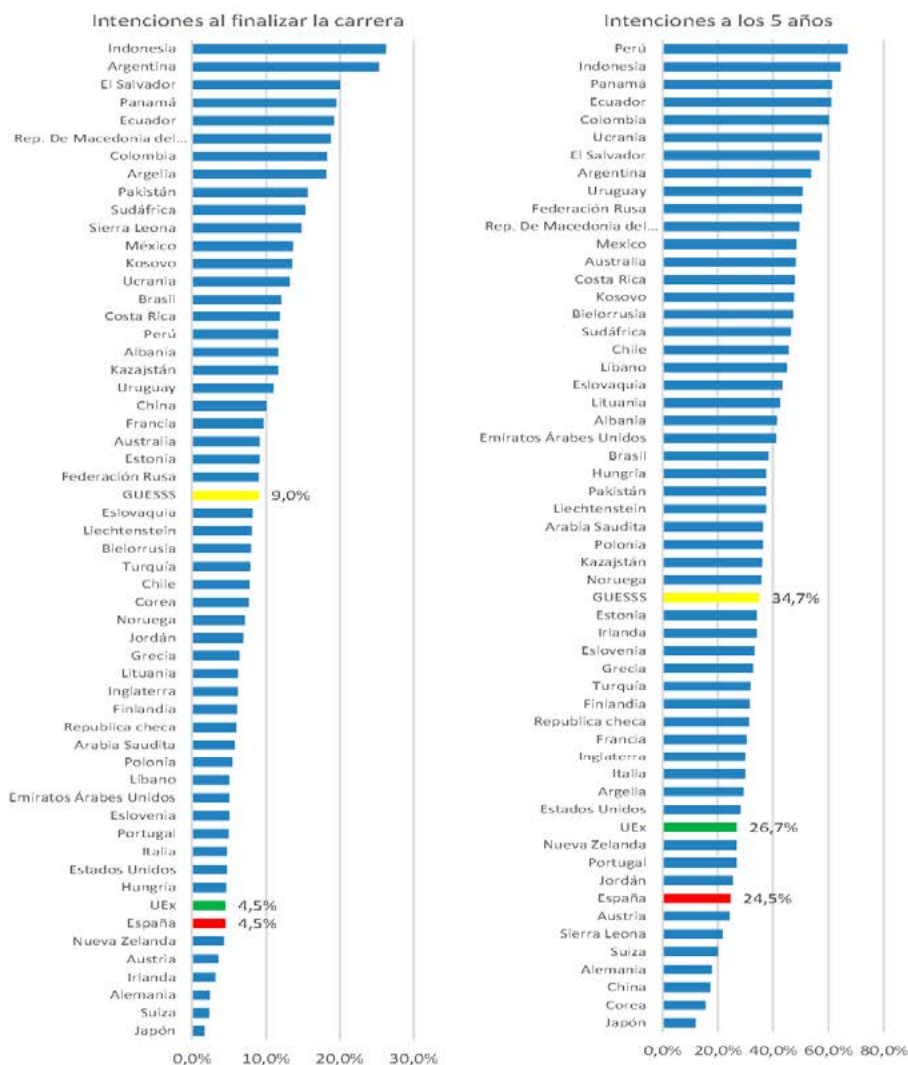


Intenciones agrupadas a los 5 años



De forma complementaria, el gráfico 1.3 recoge la posición de la Universidad de Extremadura entre los países del GUESSS.

Gráfico 1.3. Indicador de las intenciones empresariales por países participantes en porcentaje.



Fuente: Elaborado a partir de Sieger et. al. (2018).

Como puede observarse, en todos los casos impera la lógica por la que la cantidad de alumnos dispuestos a emprender pasados cinco años tras terminar sus estudios, es mayor que la cantidad de alumnos con intenciones de emprender inmediatamente después de graduarse. Utilizamos el término lógica porque parece coherente que los individuos traten de adquirir cierta experiencia profesional antes de embarcarse en sus aventuras empresariales.

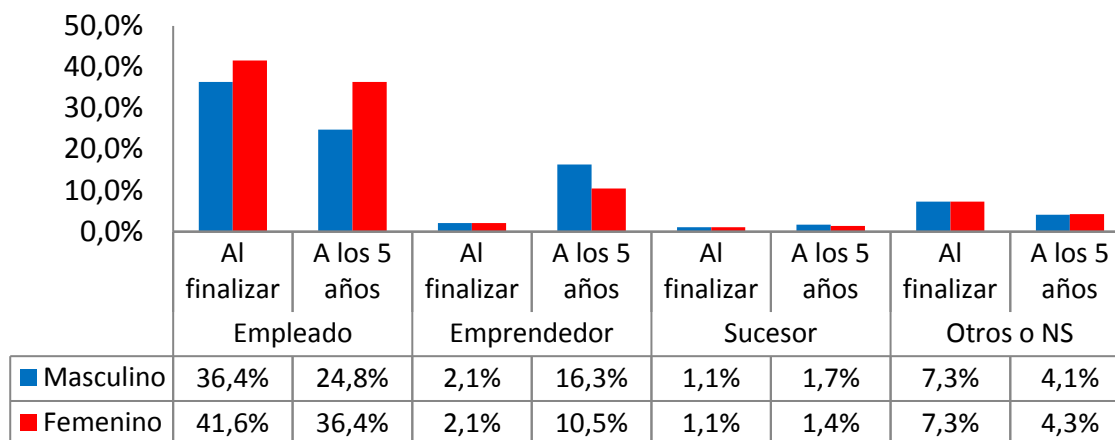
Si tomamos como referencia el valor medio del GUESSS respecto a la intención inmediata de emprendimiento (9,0%), observamos que el porcentaje para la UEx es la mitad (4,5%), y que sube ligeramente respecto a años anteriores (4,3% en 2016, y 3,8% en 2013-14). A este respecto, Extremadura se encuentra alineada con el resto de España (4,5%) o países como Hungría o Nueva Zelanda y lejos de Indonesia o Argentina. Esta circunstancia puede reflejar que el tipo de emprendimiento que se halla detrás de estos altos valores se encuentre motivado más por la necesidad, puesto que los países con bajos niveles de ingresos y altos niveles de emprendimiento suelen caracterizarse porque sus negocios evidencian muchas actividades de subsistencia en vez de oportunidades de negocios. Aún así, debemos destacar que los esfuerzos en la difusión de la cultura emprendedora, en nuestra región comienzan a percibirse en los resultados de este informe, que por primera vez nos sitúan a la par que el resto de España en este indicador.

El mismo análisis puede realizarse al observar la intención de emprendimiento a cinco años. Los egresados de la universidad extremeña muestran una intención similar al entorno español (26,7% y 24,5% respectivamente), y dicho porcentaje se encuentra en sintonía con países de un nivel de desarrollo económico análogo. Aunque, si es cierto, y en sintonía con los datos del Observatorio GEM, se percibe un descenso en las intenciones emprendedoras potenciales, quizás promovido por un futuro incierto en la economía, y también por el descenso de la tasa de paro en el momento de la recogida de los datos de este proyecto.

1.2. Intenciones de elección por género

Al establecer una diferenciación en función del género entre los estudiantes de la UEx (gráfico 1.4), vemos que hay más mujeres que hombres que desean ser empleados después de terminar sus estudios y también a los cinco años. Sin embargo, el porcentaje de hombres es mayor entre los que desean ser empresarios, aunque al cabo de cinco años la intención femenina se multiplica por ocho, frente a la masculina que lo hace por siete, tras finalizar los estudios.

Gráfico 1.4. Intenciones de carrera profesional según el género de los estudiantes.



Entre los que esperan ser continuadores o sucesores de una empresa que ya está en marcha, sea familiar o no, están ambos géneros bastante compensados. Por último, entre los estudiantes que aún no tienen claros sus propósitos o esperan que sea otro no contemplado entre las opciones de respuesta, predomina el género femenino.

1.3. Intenciones de elección de carrera profesional por ramas de conocimiento

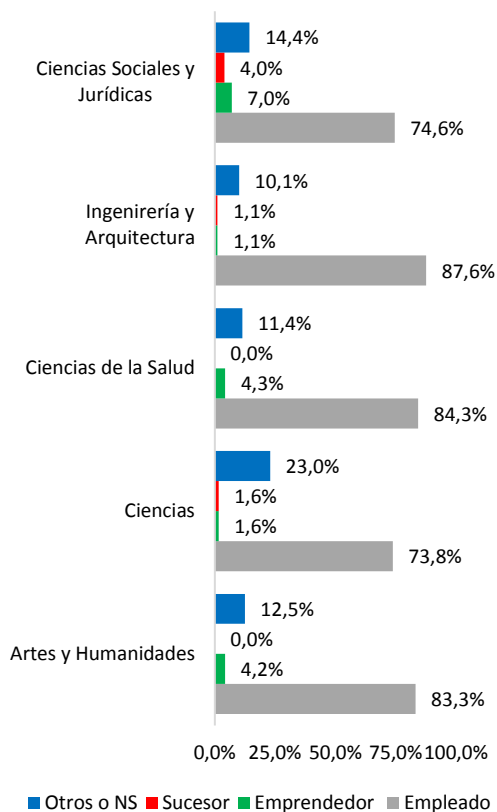
Cuando analizamos la elección de carrera profesional por ramas de conocimiento (Gráfico 1.5), observamos que en todas las ramas la inmensa mayoría de los estudiantes ambicionan encontrar un trabajo por cuenta ajena nada más terminar sus estudios, especialmente los de Ingeniería y Arquitectura y Ciencias de la Salud. En los estudios de Artes y Humanidades, a pesar de ser inmensamente mayoritarios también los que desean trabajar por cuenta ajena, hay más estudiantes que se deciden por otras opciones o no saben qué hacer.

Los que tienen mayor intención emprendedora nada más terminar la carrera son los de Ciencias Sociales y Jurídicas (7% frente al anterior 4,9%), siendo los estudiantes de Ingeniería y Arquitectura los que más ven su futuro en el emprendimiento (48,7%), seguidos de los de Ciencias Sociales y Jurídicas (29,4%) y Ciencias de la Salud (24,9%). Por otro lado, los menos emprendedores y los que menos piensan en serlo después de

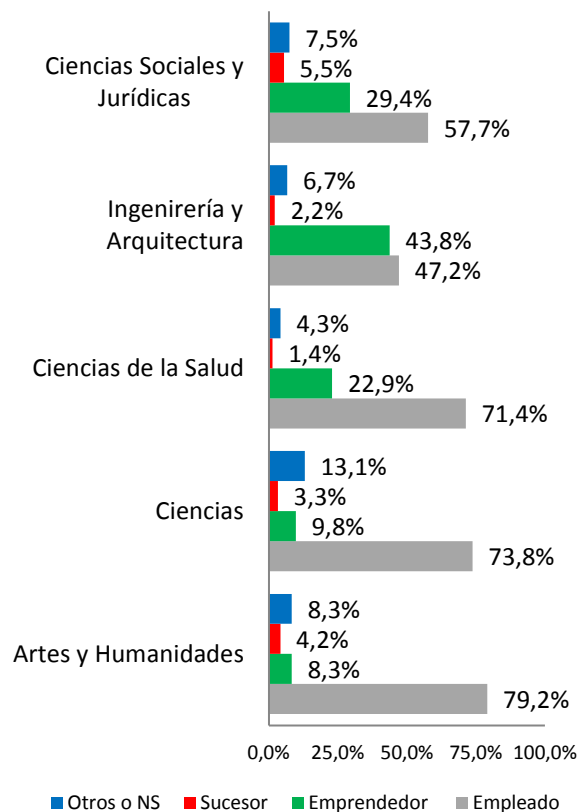
un lustro de finalizar sus estudios son los de Artes y Humanidades, con valores del 8,3% en intención emprendedora, muy por debajo de las intenciones de convertirse en empresarios que tienen los estudiantes en áreas de Ingeniería y Arquitectura o Ciencias Sociales.

Gráfico 1.5 Elección de carrera por rama de conocimiento al finalizar la carrera y a los 5 años.

Intenciones por rama al finalizar la carrera



Intenciones por rama a los 5 años



PORTADA

ÍNDICE



PORTADA

ÍNDICE

2.- Determinantes de las intenciones emprendedoras en la UEx

PORTADA

ÍNDICE

2.1. Una mirada más cercana a las intenciones emprendedoras

Para estudiar los determinantes de las intenciones emprendedoras en la UEx, seguiremos aplicando el modelo GUESSS y efectuaremos comparaciones con otros grupos de estudiantes que no pertenecen a la Universidad de Extremadura.

Si bien en el capítulo anterior se evaluaron las intenciones en la elección de carrera de los estudiantes de la UEx, dándole diversas opciones de respuestas en dos horizontes temporales, y dado que este enfoque de estudio es común y fiable (Zellweger et al., 2011), existe una debilidad en él, ya que los estudiantes que piensan seriamente en convertirse en empresarios en algún momento de su carrera, pero no ahora, son considerados como no emprendedores en el momento de preguntarles sobre su decisión. Es decir, este tipo de análisis no tiene en cuenta como emprendedores a los estudiantes cuya segunda opción sea convertirse en empresarios.

Con objeto de superar esta limitación y obtener una visión más clara a en las intenciones empresariales, se ha utilizado la escala Likert de 7 puntos desarrollada por Liñán y Chen (2009), mediante la cual los estudiantes indican su nivel de acuerdo con una serie de declaraciones que captan su intención general para convertirse en un empresario en el futuro. Posteriormente se ha generado una medida de la intención emprendedora agregada mediante el cálculo de la media de las seis respuestas que fueron evaluadas desde 1 (muy en desacuerdo) a 7 (muy de acuerdo).

Tabla 2.1. Indicadores de la escala de intención emprendedora.

Nº	Ítems	2018	2016	2013/14
1	Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor	3,92	4,12	3,98
2	Mi meta profesional es llegar a ser emprendedor	3,80	4,14	4,07
3	Haré todo lo posible para crear y dirigir mi propia empresa	3,75	4,16	4,08
4	Estoy decidido a crear una empresa en el futuro	3,71	4,01	4,07
5	He pensado muy seriamente en iniciar una empresa	3,59	3,91	3,9
6	Tengo la firme intención de crear una empresa algún día	3,73	3,99	3,98
Indicador de Intención Emprendedora en la UEx		3,75	4,05	4,01

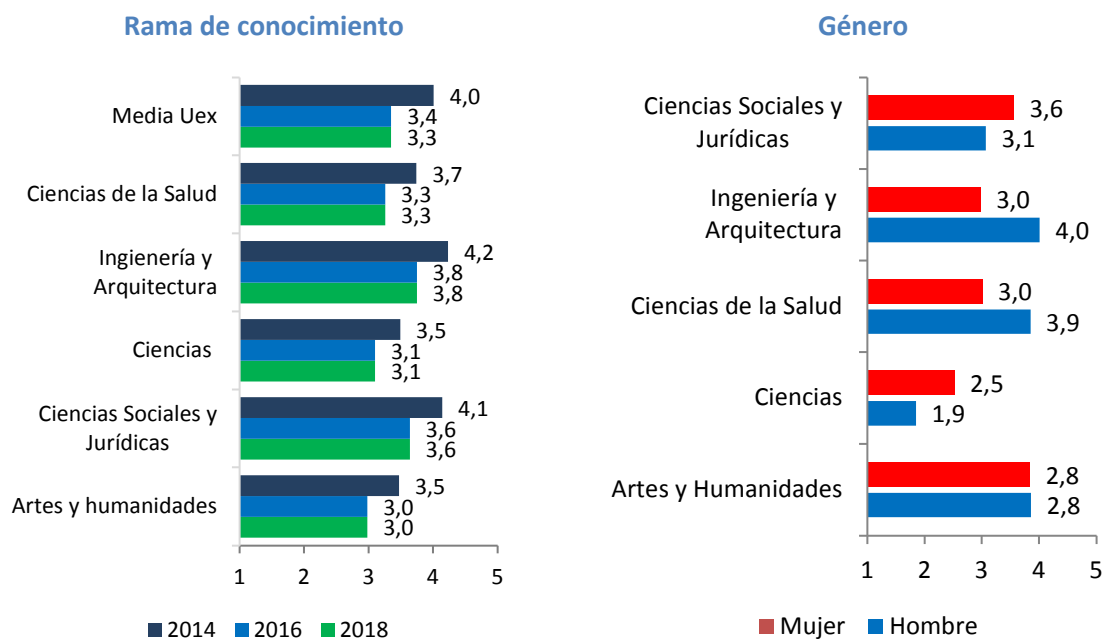
Estas cuestiones se recogen en la tabla 2.1, en ella se aprecian los diferentes ítems y la media obtenida en cada uno, así como el indicador de intención emprendedora final. A primera vista, resulta llamativo que en 2018 ninguno de los indicadores se sitúa por encima de 4 puntos (media sobre el mínimo de 1 punto y el máximo de 7 puntos). En realidad, de forma general todos los ítems han sufrido la misma evolución: han

crecido en el periodo 2014-2016 y han decrecido de 2016 a 2018. Estas variaciones, moderadas la mayoría, han desembocado en que los indicadores en último periodo hayan resultado menores que en el primer momento del estudio (2014), en otras palabras, el descenso ha situado a la intención emprendedora por debajo de los valores de iniciales.

Cabe destacar el caso de las preguntas “*mi meta profesional es llegar a ser emprendedor*” y “*haré todo lo posible para crear y dirigir mi propia empresa*”, puesto que representan los mayores retrocesos.

El gráfico 2.1 refleja un desglose de las fortalezas de las intenciones emprendedoras. Se recurre al término “fortaleza” porque los datos expresados en dicho gráfico se refieren exclusivamente a aquellos estudiantes que efectivamente están dispuestos a emprender, es decir, se centra únicamente en los individuos con firmes convicciones para crear negocios. Los resultados se ofrecen por ramas de conocimiento y género.

Gráfico 2.1. Fortaleza de las intenciones emprendedoras por ramas de conocimiento y género.



De forma global, todas las ramas han retrocedido desde el 2014 (entre 0,4 y 0,5 puntos) y esta caída se ha mantenido hasta la actualidad. En otras palabras, la bajada experimentada del 2014 al 2016 no se ha recuperado en 2018. Individualmente e área más débil desde el punto de vista emprendedor es “Arte y humanidades”, mientras que las más fuertes es el área técnica (ingeniería y arquitectura”).

Cuando añadimos al área académica el género apreciamos que los resultados del informe anterior se están consolidando en 2018. Al igual que en el informe anterior, se repite la prevalencia emprendedora de las mujeres en las Ciencias y en las Ciencias Sociales y Jurídicas y la de los hombres en las Ciencias de Salud e Ingeniería y Arquitectura, y la paridad en Artes y humanidades. Por tanto, se reproduce la situación del año 2016, en la que en dos campos prevalecen las mujeres, en dos los hombres y en uno se equiparan

Una vez examinada la intención emprendedora de los estudiantes universitarios extremeños, resulta conveniente aproximarnos a los posibles determinantes de dichas intenciones. Así, y siguiendo el modelo de investigación GUESSS, utilizaremos dos tipos de condicionantes, que se corresponden con el contexto universitario y el contexto familiar.

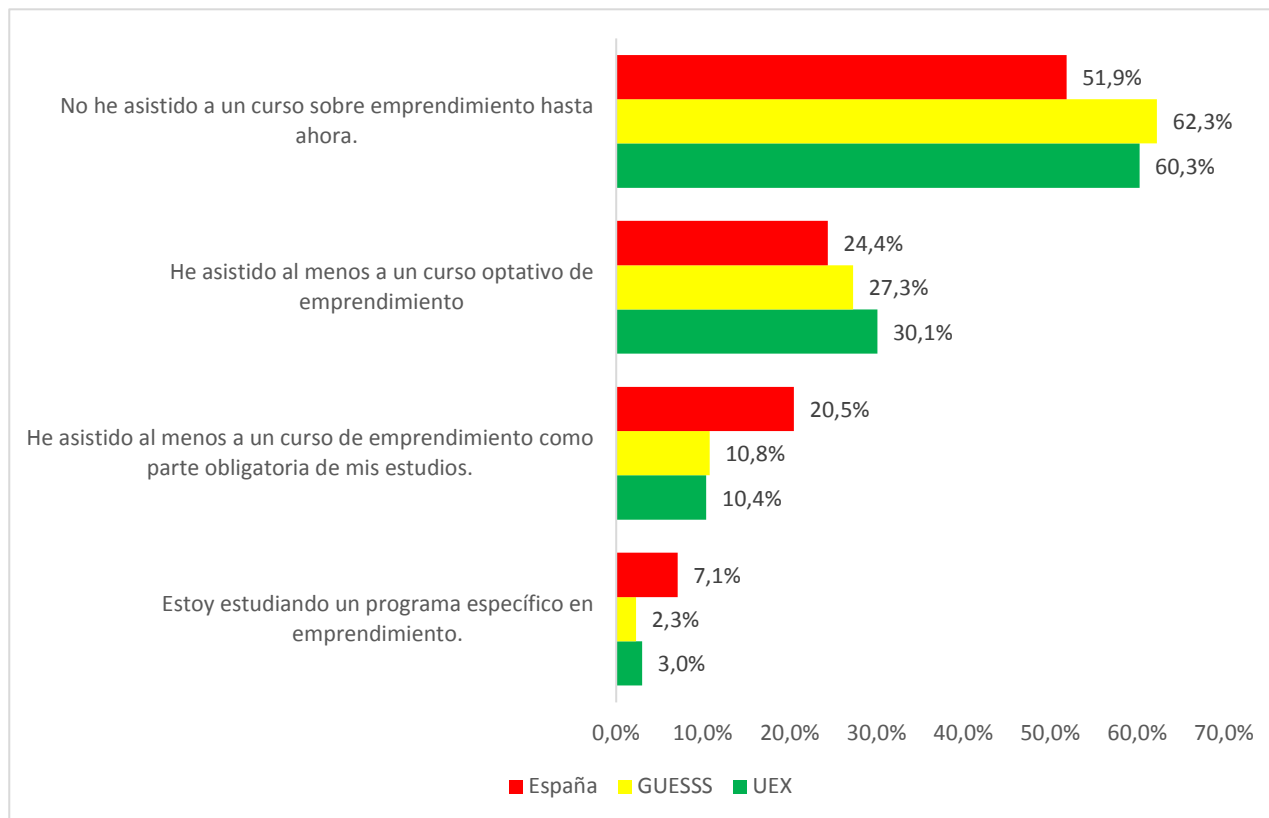
2.2. El contexto universitario

La Universidad es fundamental para la vocación emprendedora. A partir de una educación que impulse los conocimientos y habilidades emprendedoras, los alumnos tomarán conciencia e interés en estas actividades, así como las capacidades que les permitan abordar la creación de una empresa o negocio (Lima et al., 2014).

Con esta premisa, y para ofrecer un análisis completo, el informe no sólo analiza la formación recibida en la universidad, sino que amplía el estudio al clima de emprendimiento que se genera en la misma, así como el aprendizaje en emprendimiento sobre los cursos y servicios recibidos.

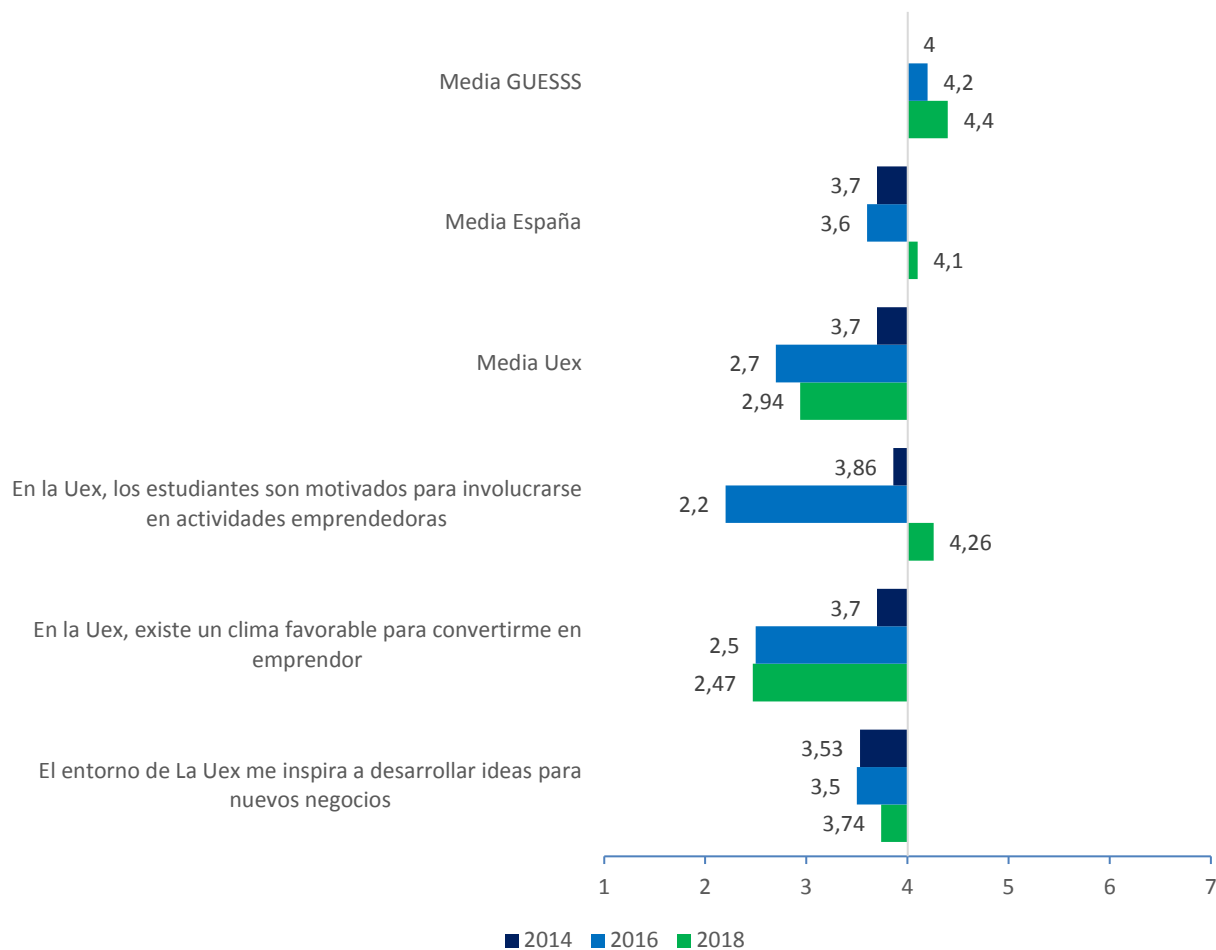
Comenzaremos este apartado analizando la formación recibida (siempre en la Universidad) respecto al emprendimiento. En este sentido plantearemos diversos ítems. Entre ellos podemos encontrar los cursos relacionados con el emprendimiento y el grado de asistencia de sus participantes. Partiendo del gráfico 2.3, podemos observar que el valor más frecuente, e independiente del tipo de población, la mayor parte de los estudiantes no han recibido ningún curso de emprendimiento. Cuando pormenorizamos la muestra, el dato más negativo se encuentra en la población encuestada a nivel global mediante GUESSS (62,3%), seguida de los estudiantes de la UEx (60,3%), y por su parte, el mejor valor se obtiene para la media española (51,9%).

Gráfico 2.3. Formación recibida en emprendimiento.



Respecto a los cursos optativos en emprendimiento se invierte la pauta anterior: el dato de España es el menor (24,4%), seguido del GUESSS (27,3%), siendo el mayor el dato extremeño (30,1%). No obstante, la tendencia en los cursos obligatorios es contraria a los cursos optativos, y las muestras de población con mayor porcentaje de optativos tienen mejor proporción de cursos obligatorios.

Gráfico 2.4. Clima del emprendimiento universitario en la UEx.



Una vez finalizado el análisis de la formación universitaria, vamos a exponer los datos obtenidos sobre el clima del emprendimiento universitario. El clima universitario extremeño para la promoción del emprendimiento (gráfico 2.4) se mide mediante tres cuestiones que se puntúan con valores del 1 a 7, a partir del grado de acuerdo o desacuerdo del encuestado (Luethje y Franke, 2004). El valor que se ofrece en el informe corresponde a la media de dichos ítems.

Para evaluar los resultados tomaremos como referencia el valor de 4 puntos. Dicho valor representa la respuesta intermedia en la escala de 1 a 7, que son las posibles respuestas de los encuestados, es decir, deja 3 puntos a su izquierda y 3 puntos a su derecha.

El análisis dinámico (de los tres periodos) nos señala una subida progresiva de la media en el entorno GUESS, añadiendo además, que partía del valor alto en 2014 respecto a los otros grupos que estamos comparando (Extremadura y España). Respecto al clima emprendedor universitario a nivel regional y nacional, si en 2014 ofrecían valores similares, la media de la UEx se ha deteriorado mientras que la de España se ha recuperado.

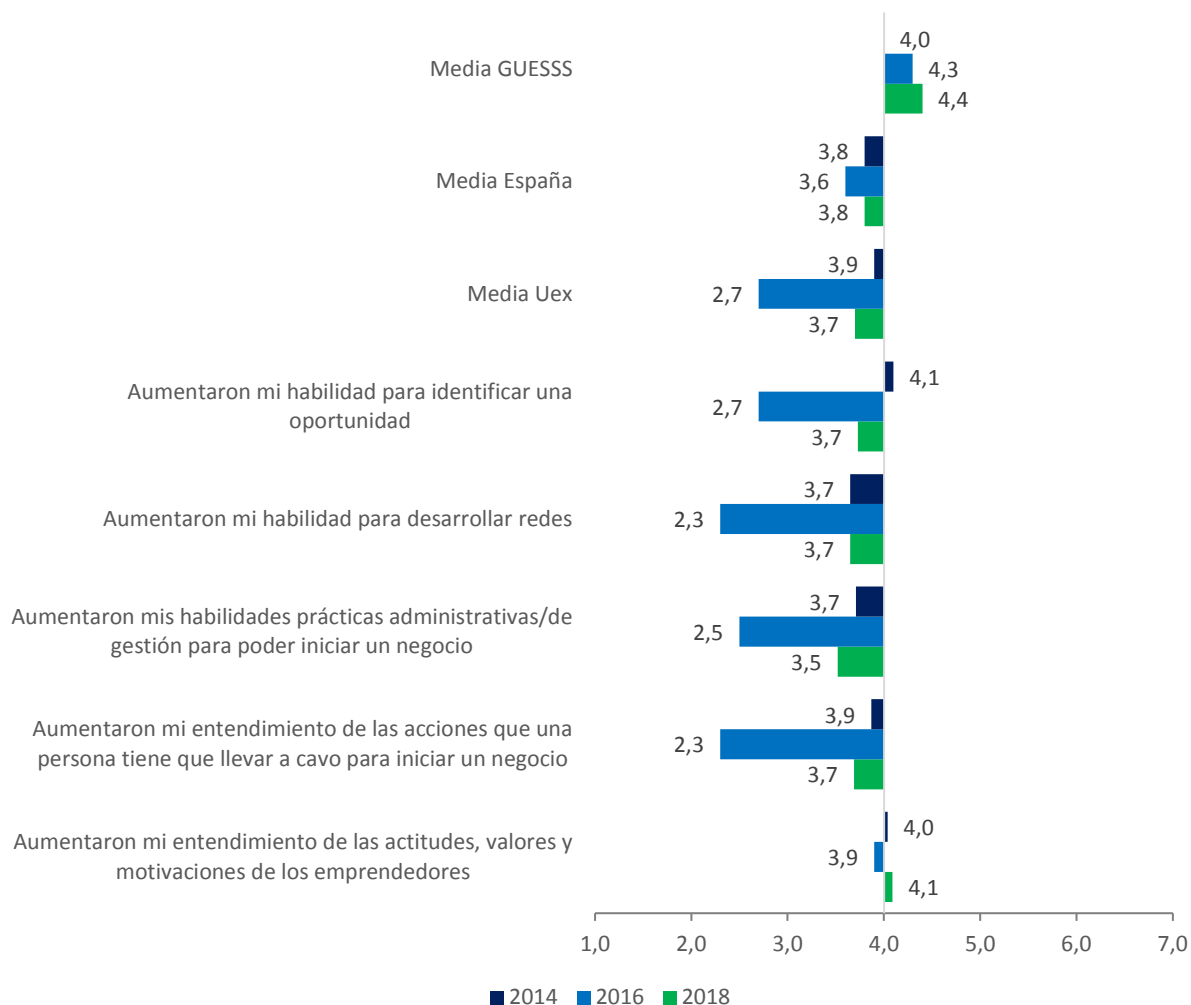
Centrándonos exclusivamente en la UEx, y en el análisis de las tres preguntas con las que se elabora la media, encontramos como punto fuerte la motivación que ejerce la universidad para que sus alumnos se involucren en actividades emprendedoras. Este valor ha evolucionado positivamente desde 2014 (3,86 puntos) hasta 2018 (4,26 puntos). Si bien el efecto motivador de la universidad es positivo, los alumnos no perciben un clima favorable (universitario) para convertirse en emprendedores. De hecho, este aspecto ha empeorado progresivamente (de 3,7 puntos en 2014 a 2,47 en 2018).

El último aspecto que se analiza en este apartado es la capacidad inspiradora del ambiente universitario, en concreto, si favorece la generación de ideas de negocio. El resultado en los tres periodos analizados se encuentra por debajo de la media. En ninguno de los tres periodos ha alcanzado los 4 puntos, aunque los resultados indican una moderada mejoría desde 2014 (3,53 puntos) hasta 2018 (3,74).

Tras la formación emprendedora y el clima para el fomento de actividades emprendedoras, continuamos nuestro estudio valorando el efecto que estos aspectos han ejercido en el aprendizaje en emprendimiento de los estudiantes.

En este sentido, el gráfico 2.5 refleja 5 preguntas a partir de las respuestas de los alumnos, y cuyos posibles valores oscilan entre 1 y 7 puntos. Estas preguntas sirven de indicadores para valorar el aprendizaje en emprendimiento (sobre cursos y servicios recibidos en la Universidad de Extremadura). Con dichos indicadores se calcula una media que refleja el nivel de aprendizaje. Al igual que en el caso anterior se toma el valor 4 como referencia.

Gráfico 2.5. Aprendizaje en emprendimiento sobre los cursos y servicios recibidos en la UEx.



Los resultados indican que en 2016 se deterioraron los 5 indicadores, y esta circunstancia, explica la caída de la media en dicho periodo. El resultado a 2018 es que los indicadores se han recuperado respecto a 2016,

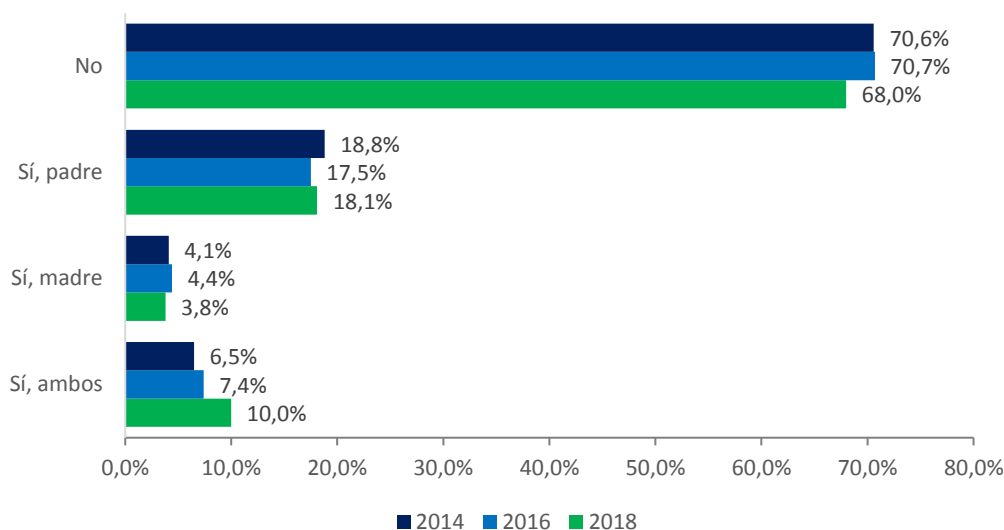
pero todos los analizados, sólo uno ha llegado a superar tímidamente los niveles iniciales de 2014 (indicador referido a las actitudes, valores y motivaciones).

La comparación con otros grupos poblacionales sugiere un distanciamiento regional respecto a la población GUESS y una pauta similar entre Extremadura y España. Si bien la media GUESS ha experimentado un crecimiento sostenido, los universitarios extremeños y españoles, en valores medios, manifiestan una caída en 2016 y una leve recuperación en 2018. Por supuesto, caben los matices en la comparación entre Extremadura y España. Ambos grupos, en 2014, manifestaban un nivel similar (Extremadura 3,9 y España 3,8), pero la caída en 2016 fue mucho mayor para Extremadura. En la actualidad (2018) el dato nacional se ha recuperado (3,8) y el regional está cerca de conseguirlo (3,7).

2.3. El contexto familiar

GUESSS dedica atención al contexto familiar de los alumnos porque influye en el emprendimiento. Esta afirmación se basa en que ciertos científicos señalan que es más probable que el hijo de un emprendedor inicie un negocio si lo comparamos con los hijos de no emprendedores (Laspita et al., 2012).

Gráfico 2.6 El contexto familiar.



El gráfico 2.6 ofrece una distribución de los estudiantes de la UEx en función del carácter emprendedor de sus progenitores, entendiendo que los padres son (o han sido) empresarios. La evolución temporal indica que entre los dos primeros periodos prácticamente no se observaron variaciones en cuanto al número de encuestados con algún (o ambos) progenitor emprendedor. Si bien es cierto, que en el último periodo ha aumentado ligeramente el número de alumnos con algún padre emprendedor. El mayor de los grupos, que representa un 68,0% de los encuestados, es aquél en el que no hay ningún individuo empresario. Por el contrario, un 32,0% de los alumnos tienen padres empresarios (uno o ambos). Dentro de esta categoría, la mayor proporción es aquella en la que el padre es el empresario (18,1%), seguida de los casos en los que ambos progenitores lo son (10,0%). Por último, encontramos un 3,8% de los alumnos en el que la madre es la propietaria del negocio.

PORTADA

ÍNDICE



PORTADA

ÍNDICE

3.- Actividades emprendedoras de los estudiantes de la UEx

PORTADA

ÍNDICE

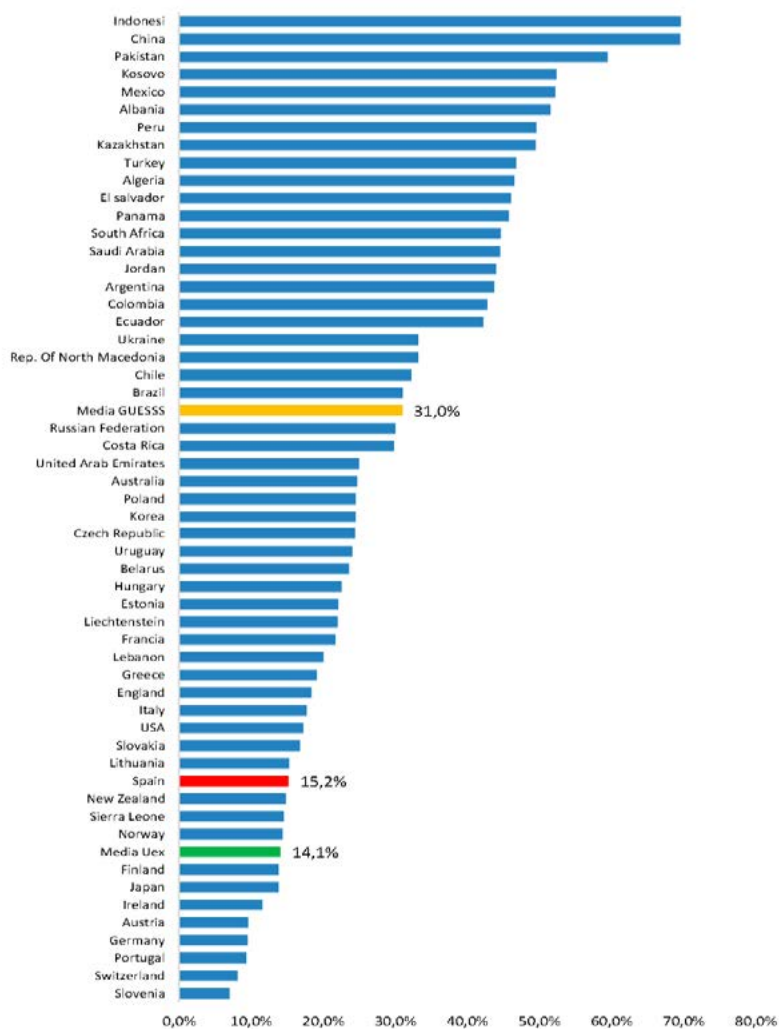
3.1. Características personales

Una vez descritas las intenciones de elección de carrera profesional y los condicionantes de las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios extremeños, en este capítulo se pretende prestar atención a aquéllos que ya están en el proceso de creación de una empresa, es decir, que son emprendedores nacientes según el modelo de proceso emprendedor del proyecto GEM. Por ello, en este primer apartado se realizará una aproximación a algunas de las características que los distinguen, para, en el siguiente destacar diversas peculiaridades de sus proyectos empresariales.

Así, el primer paso ha consistido en preguntar a los encuestados si actualmente están tratando de iniciar su propio negocio o de convertirse en auto-empleados. Las respuestas se pueden observar en el gráfico 3.1., con un 14,10% de afirmaciones para el caso de la Universidad de Extremadura, ponderación superior a la del estudio anterior realizado en el curso 2015/2016, en el cual se obtuvo un 8,5% de afirmaciones, si bien ostenta la octava posición más baja, por debajo de la ratio nacional, que alcanza el 15,20%. A su vez, el promedio de respuestas positivas para el conjunto de participantes en el proyecto GUESSS está en el 31%, porcentaje que duplica tanto a la medida extremeña como a la española. Por tanto, tales resultados muestran una clara diferencia respecto a la intención de convertirse en emprendedores entre los universitarios extremeños y españoles basada en una evidente menor intensidad en el caso de los primeros.

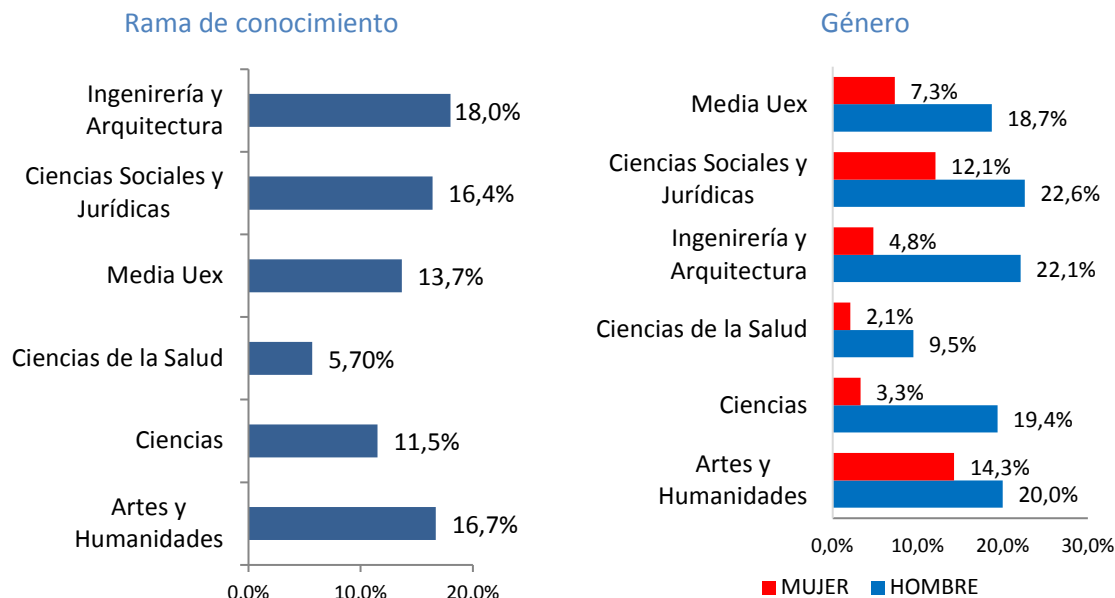
Para finalizar, y unido a lo anterior, el gráfico 3.2. desagrega las respuestas por ramas de conocimiento y género, lo cual permite concretar dos cuestiones fundamentales. Por una parte, que existen diferencias notables entre dos conjuntos de ramas de conocimiento, ya que los valores más altos se muestran en la rama de Ingeniería y Arquitectura (confirmado por el 18% de los emprendedores nacientes), en la rama de Artes y Humanidades (mostrando un 16,7% de emprendedores nacientes) y en la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas (con un 16,4% de emprendedores nacientes) mientras que para el resto de ramas se obtienen porcentajes más bajos. Por otra parte, destacan las marcadas divergencias por género en prácticamente todas las ramas de conocimiento, como refleja el hecho de que la proporción masculina supera a la femenina.

Gráfico 3.1. Porcentaje de emprendedores nacientes.



Fuente: Elaborado a partir de Sieger et. al., (2018).

Gráfico 3.2. Porcentaje de emprendedores nacientes por ramas de conocimiento y género.



3.2. Características de las futuras empresas

Este apartado tiene como finalidad ofrecer una aproximación sobre los pasos llevados a cabo por los estudiantes de la UEx que son emprendedores nacientes en el proceso de creación de la empresa, así como algunas características de sus incipientes proyectos empresariales. Respecto al primer punto, el gráfico 3.3. muestra el porcentaje de respuestas afirmativas por actividad realizada para la puesta en marcha de la empresa. Tal como se aprecia, la mayor parte de los emprendedores ha recopilado información sobre los mercados o competidores, concretamente un 27,3% por lo que en su gran mayoría se encuentran en una fase muy primaria del proyecto; lo que se confirma con el hecho de que tan solo el 16,7% ha presentado la idea de negocio a clientes potenciales. Por otro lado, el 25,8% han realizado el plan de negocio, a la vez que solamente el 15,2% ha iniciado el desarrollo del producto o servicio, proporción que se reduce de manera significativa si se hace referencia a los que han alcanzado la fase de venta de productos o servicios, representado

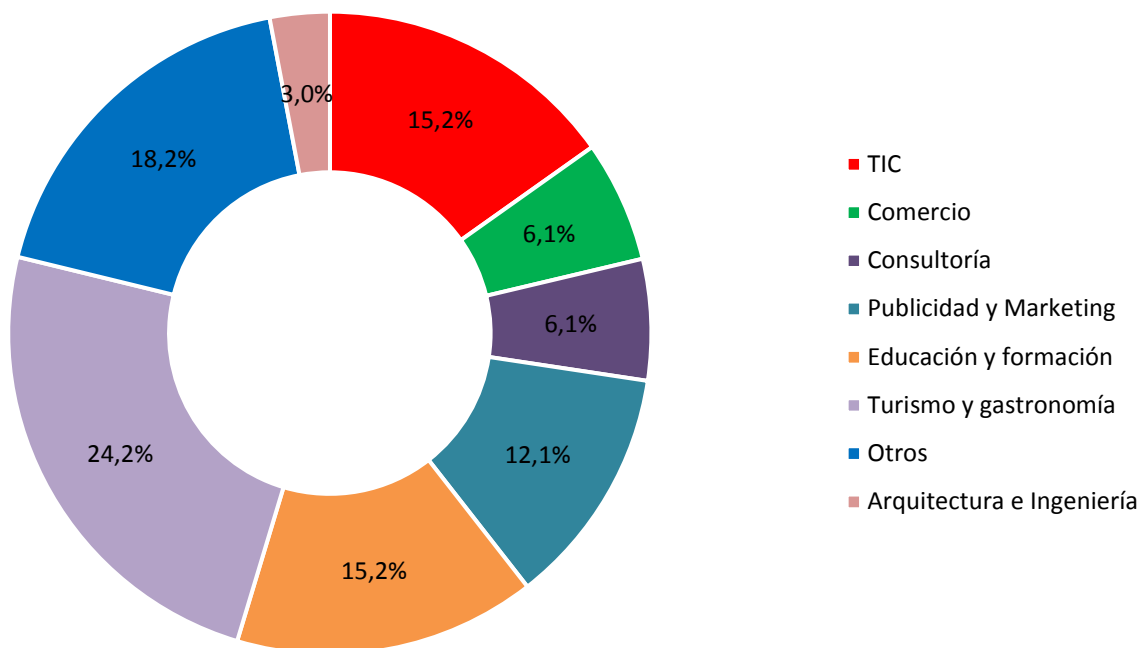
por el 6,1% o la fase de registro de la empresa, llevada a cabo por el 1,5%. Por tanto, si bien, más de la mitad de los estudiantes encuestados tienen ideas emprendedoras, lo cierto es que la materialización de las mismas se erige como una meta difícil de alcanzar.

Gráfico 3.3. Actividades realizadas por los emprendedores nacientes para la puesta en marcha de la empresa (en %).



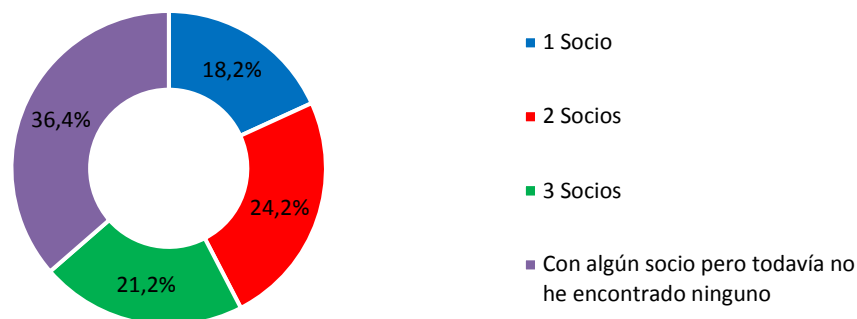
Continuando con las características que distinguen a tales proyectos empresariales, el gráfico 3.4. muestra una clasificación de los mismos por sectores de actividad, donde llama la atención, a priori, tanto la variedad como el mayor peso de respuestas en el ámbito Turismo y Gastronomía (24,2%), cuestión ésta que puede explicarse debido a la irrupción del turismo gastronómico en la región de Extremadura y, a la importancia de la comida mediterránea, entre otras cosas. No obstante, también adquieren importancia las proporciones en Publicidad y Marketing (18,2%), el ámbito de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y de Educación y Formación, ambas representadas por la misma puntuación (15,2%).

Gráfico 3.4. Sectores en los que se está creando la empresa.



Haciendo referencia al número de socios con los que se pretende desarrollar la idea de negocio, el gráfico 3.5. muestra que existe una tendencia mayoritaria al inicio en solitario, pero la búsqueda de trabajo en equipo, ya que la proporción más alta hace referencia a la búsqueda de socios (36,4%), también, hacen referencia a crear la empresa con tres (21,2%) y 2 socios (24,2%). Además, si bien el trabajar como socio único representa el 18,2% de las respuestas. Esto puede responder a razones como la necesidad de contar con talento multidisciplinar y el alto valor añadido que ello aporta al proyecto.

Gráfico 3.5. Número de socios con los que se pretende crear la empresa.

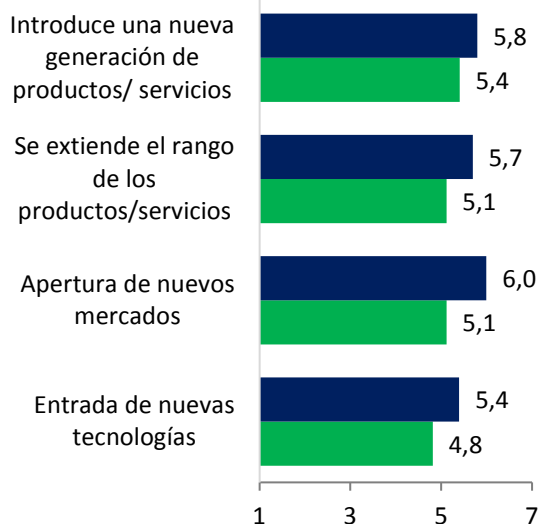


Unido a lo anterior, en los dos gráficos restantes se realiza un acercamiento a la valoración que los emprendedores nacientes de la UEx hacen tanto de su capacidad de innovación, mediante la pregunta sobre el grado de novedad y de mejora que aportan los productos o servicios que sustentan su actividad empresarial, como del desempeño de la empresa en relación con los competidores, pudiendo tomar la respuesta en ambos casos un valor entre 1 y 7, indicando peor y mejor resultado posibles, respectivamente. Además de lo mencionado anteriormente, se pretende representar, la evolución respecto al informe anterior (año 2016), con el objetivo de conocer cómo se han desarrollado las capacidades de innovación y el desempeño de las empresas frente a sus competidores. Para el primer caso, según refleja el gráfico 3.6., los resultados en el año 2016 se mueven en el rango 5,4 - 6,0, es decir, más próximos al 7, lo que indica que los estudiantes encuestados otorgaron puntuaciones altas al grado de novedad de los productos/servicios que ofrecen al mercado y de mejora que el desarrollo de tales productos/servicios supone para los ya existentes. En cuanto a los resultados en el año 2018, se mueven en el rango 4,8 - 5,4, más próximos al 5, lo que indica que se ha producido una disminución sobre las puntuaciones que los estudiantes encuestados han otorgado al grado de novedad del producto/ servicio para el mercado, respecto al año 2016. En cuanto al tipo de novedad que confiere el producto/servicio al mercado de acción, se puede comprobar que la valoración más alta en el año 2016 (6,0) está asociada a la consideración de que dicho producto/servicio proporciona la apertura de nuevos mercados, sin embargo, la valoración más alta en el año 2018 (5,4) está asociada a la introducción de nuevas generaciones de productos y servicios.

Además de las novedades mencionadas, las valoraciones sobre los beneficios que aportan los nuevos productos/servicios a los ya existentes también muestra la evolución respecto al informe presentado en el año 2016 (véase información de mejora para el mercado en gráfico 3.6.) En el año 2016 se reflejan datos muy cercanos en las cuatro situaciones, en el año 2018 la tendencia se mantiene constante. Así, la mejora más apreciada en el año 2016 (con una puntuación de 6) se refiere a la contribución en la flexibilización de la producción de productos/servicios de calidad, seguida de una valoración de 6,0 que premia la capacidad de desarrollar la calidad de un producto existente. En el año 2018 las mejoras más apreciadas se mantienen respecto al año anterior, con una puntuación de (6,1) donde se premia la capacidad de desarrollar la calidad de un producto existente, seguida de conseguir un aumento de la flexibilidad en producir buenos productos y servicios (5,5).

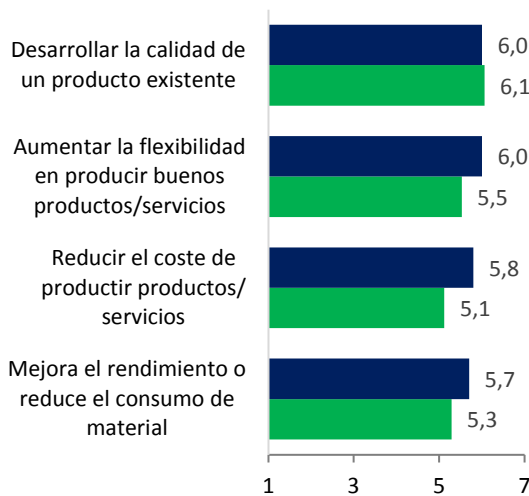
Gráfico 3.6. Novedad del producto/servicio y mejora del producto o servicio.

Novedad del producto/servicio para el mercado



■ 2016 ■ 2018

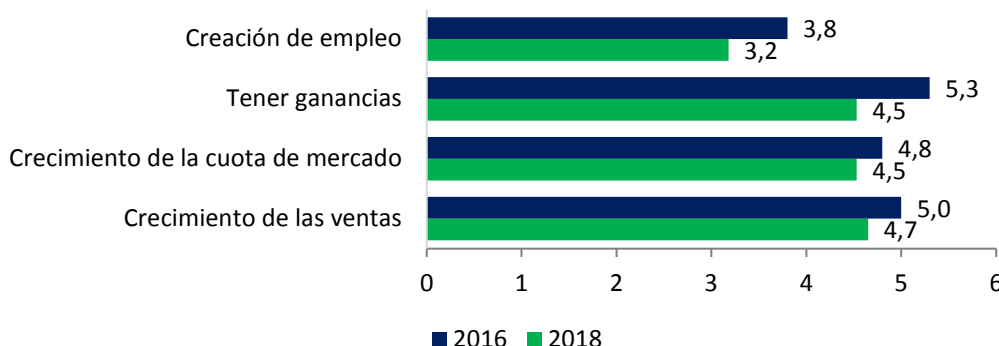
Mejora del producto /servicio para el mercado



■ 2016 ■ 2018

Respecto a la calificación del desempeño de la empresa en comparación con el de los competidores (gráfico 3.7). Los emprendedores universitarios extremeños mantienen una tendencia constante en cuanto a la consideración de las principales iniciativas universitarias extremeñas en relación con la competencia. En primer lugar, se encontraría la obtención de ganancias (5,3 vs 4,5) y crecimiento de las ventas (5,0 vs 4,7). Es decir, los universitarios extremeños estiman sus proyectos más rentables y con mayor potencial de ventas, hecho éste que puede explicar la consideración de que poseen también mayor crecimiento de cuota de mercado (valoración de 4,8 vs 4,5). No obstante, en términos de creación de empleo es donde menor diferencia manifiesta al compararse con sus competidores (valoración de 3,8 vs 3,2).

Gráfico 3.7. Mejoras del rendimiento competitivo.



Para dar por terminado este capítulo, se hará alusión a algunos de los resultados que merecen ser destacados. En primer lugar, la proporción de estudiantes extremeños encuestados que son emprendedores nacientes (14,10%) es muy similar al promedio obtenido de las universidades de la Unión Europea participantes en este estudio (15,5%). Además, los valores más altos de participación provienen de las ramas de Ingeniería y Arquitectura, Ciencias Sociales y Jurídicas y Artes y Humanidades, con marcadas diferencias por género que revelan una preponderancia masculina. Por otra parte, la mayoría de estos emprendedores se encuentran en una fase muy primaria del proyecto, aunándose la mayor concentración de actividad en el sector del Turismo y la gastronomía, a la vez que se trata de proyectos empresariales concebidos, en general, actualmente en solitarios pero con tendencia a crear equipos con algún socio, a través de cuyos productos/servicios dichos emprendedores se atribuyen una alta capacidad innovadora, así como estiman un mejor desempeño respecto a los competidores en términos de aumento de las ventas.



PORTADA

ÍNDICE

4.- Empresarios activos

PORTADA

ÍNDICE

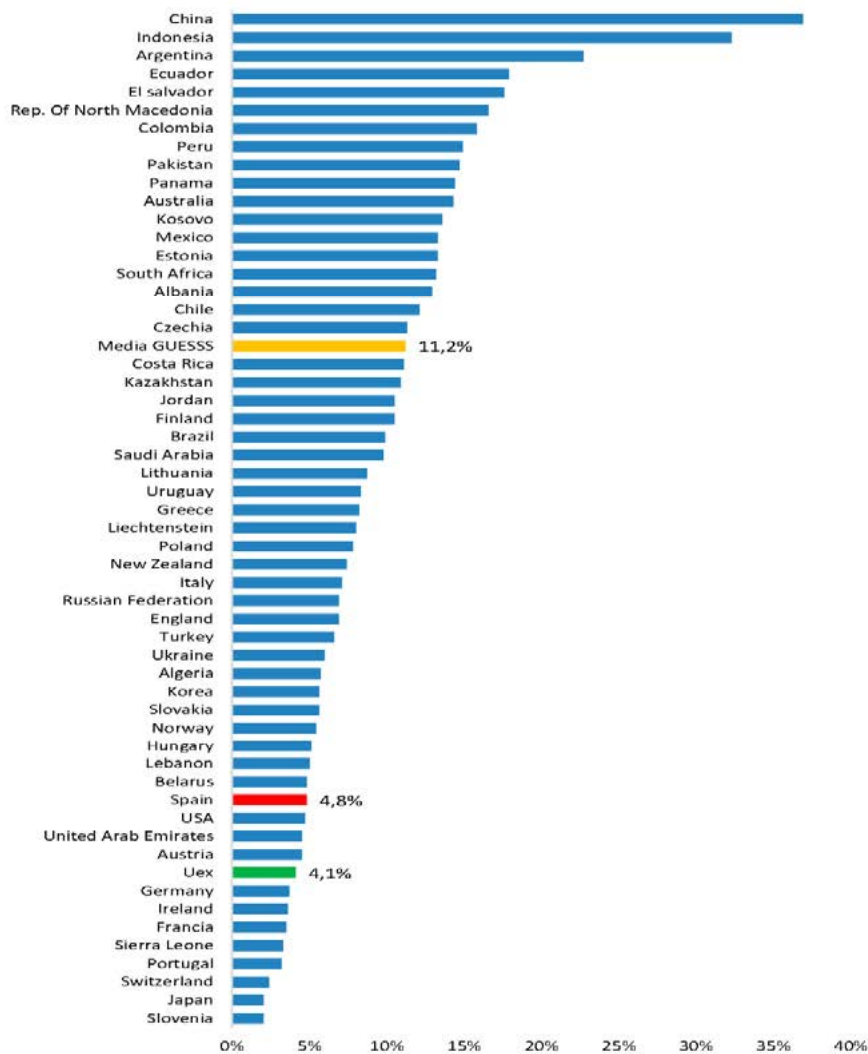
4.1. Características personales

Este capítulo tiene como objetivo realizar una breve caracterización de los estudiantes universitarios de la UEx que son empresarios activos (Parte 4.1.) y de sus empresas (Parte 4.2.). Para ello, en primer lugar, se presentan las respuestas a la pregunta sobre si actualmente se está gestionando una empresa o se es auto-empleado, es decir, se muestra el porcentaje de los Emprendedores Activo (Gráfico 4.1.). Así, en el caso de la Universidad de Extremadura, las respuestas afirmativas alcanzaron 4,1% ligeramente inferior al promedio español (4,8%), que cuenta con un 4,80%, situando a la UEx en una posición alejada de la media del GUESSS (11%). En adición, el valor regional ha descendido en 4,4 puntos porcentuales respecto al obtenido en el estudio GUESSS anterior, relativo a la edición 2015/16 (Díaz-Casero et al., 2018). Aunque, tal como se justifica en el capítulo anterior (apartado 3.1.), al realizar comparativas deben tomarse como referencia economías asimilables bajo el criterio de homogenización del desarrollo económico, por lo que se puede afirmar que la presencia de emprendedores activos en el entorno universitario español es inferior a la que se da en la mayor parte de la selección perteneciente a la UE, dándose la misma situación con los estudiantes de la UEx.

Por último, llama la atención que las mayores proporciones las ostentan en general países en desarrollo, tomando los valores más altos China (36,90%) e Indonesia (32,30%), todo lo cual va en consonancia con el argumento de la literatura del emprendimiento respecto a que los países en desarrollo tienen mayores tasas de actividad emprendedora que los desarrollados (Larroulet y Couyoumdjian, 2009; Singer et al., 2018).

Profundizando en las características de la población estudiantil de la UEx que son empresarios activos, el gráfico 4.2. los clasifica en función de la rama de conocimiento a la que pertenezcan y, dentro de éstas, se realiza posteriormente una distinción por género (gráfico 4.3.). En el primer caso, es posible apreciar que la mayor presencia de estos emprendedores se concentra en la rama de la Ingeniería y la Arquitectura, representando un 7,9%, seguido de la rama de Arte y Humanidades que cuenta con un 4,2%, y cabe mencionar la ausencia de emprendedores en los datos recogido en la rama de Ciencias de la Salud, motivo por el cual tiene un porcentaje nulo (0,0%). Todo ello va en parte, en consonancia con el hecho de que la mayor parte de los emprendedores nacientes también se localizan en el ámbito de la Ingeniería y Arquitectura, como pudo comprobarse en el capítulo 3 (gráfico 3.2.). Es decir, este ámbito representa la mayor parte de las iniciativas empresariales que, posteriormente, terminan estableciéndose. Respecto a la distribución por género según rama de conocimiento, los datos del gráfico 4.3, revelan que la actividad emprendedora entre los estudiantes universitarios de la región está impulsada fundamentalmente por hombres. Así, se aprecian marcadas diferencias entre géneros, al igual que en años anteriores, ya que en dos de las cinco ramas de conocimiento las mujeres no alcanzan a representar ni la mitad de los empresarios (Ciencias y Ciencias Sociales y Jurídicas), aunque en contraste, se encuentra con que, en la rama de Arte y Humanidades, las mujeres despuntan con un 7,1% no habiendo encontrado hombres en nuestra muestra.

Gráfico 4.1. Porcentaje de los llamados “Emprendedores Activos”.



Fuente: Elaborado a partir de Sieger et. al., (2018).

Gráfico 4.2. Porcentaje de empresarios activos por rama de conocimiento.

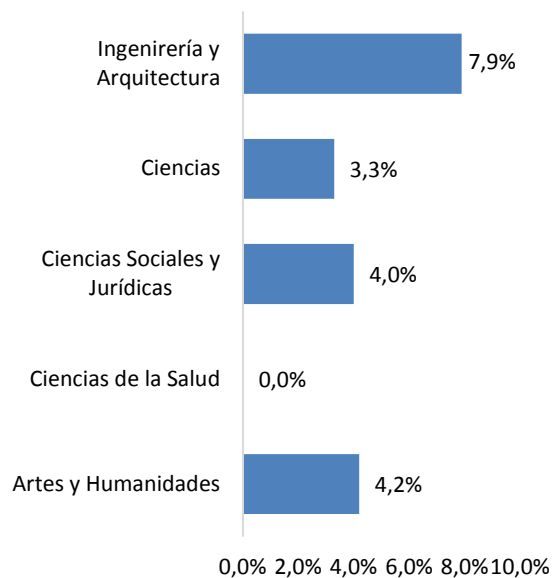
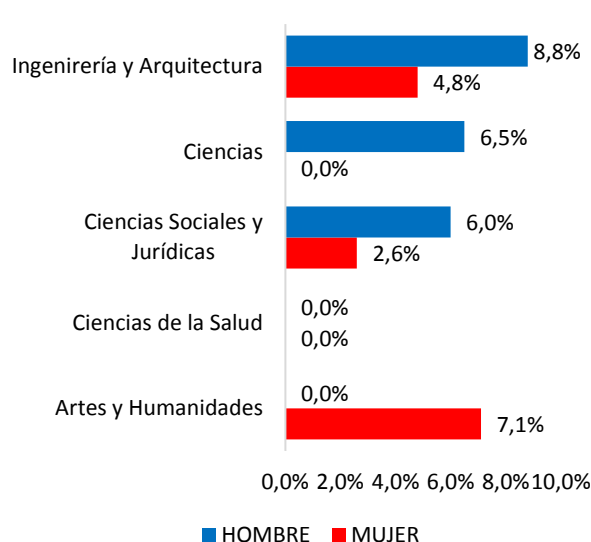


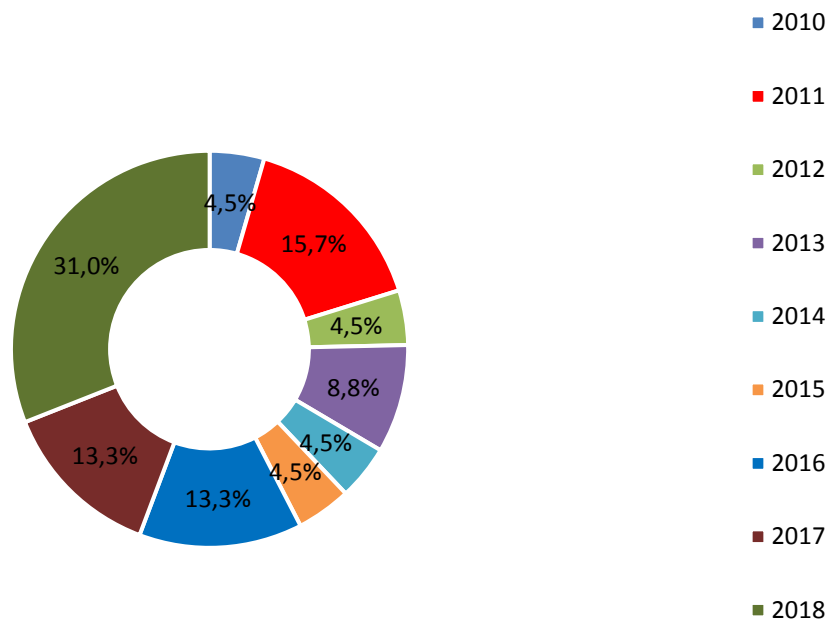
Gráfico 4.3. Porcentaje de empresarios activos por género y rama de conocimiento.



4.2 Características de las empresas

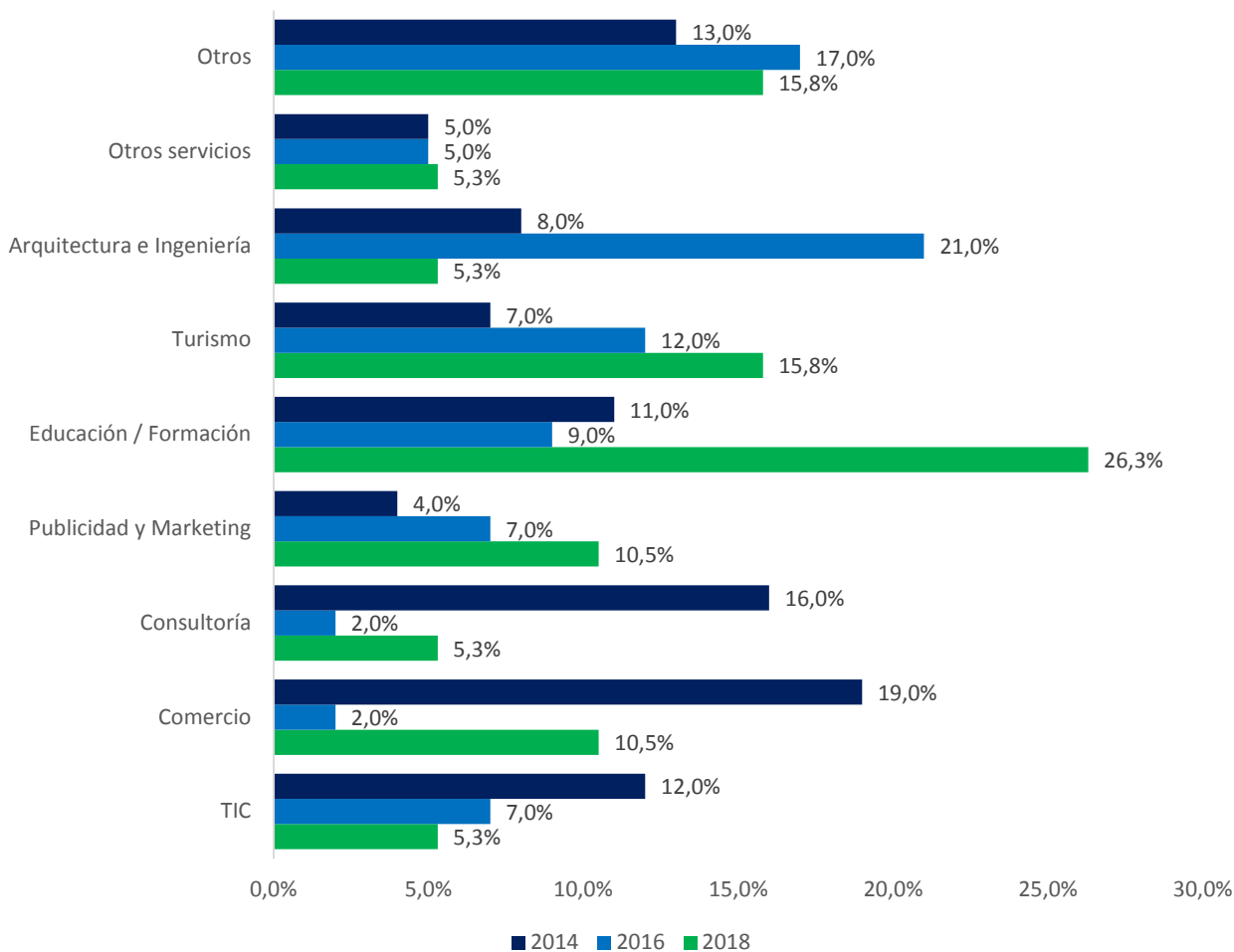
En este apartado se hace referencia a algunas de las cuestiones que caracterizan a las empresas de los empresarios activos de la muestra regional. En primer lugar, con el gráfico 4.4. se pretende ofrecer una visión de la antigüedad de las empresas, mediante la recopilación de sus años de creación. A partir de la información mostrada, llama la atención que las empresas más antiguas surgieron en 2010, lo que, teniendo en cuenta que los grados universitarios tienen una duración de cuatro años, indica que un 4,5% de éstas empresas fueron creadas por estudiantes que ya estaban inmersos en alguna actividad empresarial previa al comienzo de su carrera. En el mismo caso estarían las que se crearon en 2011, cuya proporción alcanza el 15,7% lo que hace pensar que en ambos grupos la trayectoria emprendedora estaría posiblemente favorecida por el entorno familiar. Si a las citadas proporciones adicionamos las de 2012 (4,5%), 2013 (8,8%) y 2014 (4,5%) entonces las empresas que como mínimo tienen una vida de cuatro años en el momento de la realización de la encuesta representan 18% de la muestra. En contraste, la gran mayoría de las empresas son de muy reciente creación, ya que el mayor porcentaje lo representan las empresas establecidas en 2018 con un 31%, seguidas de las establecidas en el 2017 y 2016, presentando ambas un valor del 13,3%; finalmente las establecidas en 2015, representan el 4,5% del porcentaje total.

Gráfico 4.4. Año de creación de la empresa.



Unido a lo anterior, a continuación, el gráfico 4.5. Permite analizar la distribución por sectores de las empresas de interés, mostrando la evolución de los últimos tres informes (2014, 2016 y 2018). Tal como se aprecia, los valores más altos están asociados al sector de la Educación y Formación (26,3% en el año 2018) seguido del sector turístico (15,8% en el año 2018). En el primer caso, la proporción puede explicarse debido a la importancia de la educación y formación en la región. Respecto al Turismo, el resultado puede ser un reflejo de la importancia del sector para Extremadura, dada la riqueza cultural, histórica y natural de la región, que hacen de este uno de sus baluartes, así como que constituya una de las apuestas y líneas estratégicas de la política regional. En contraste, los valores menos representativos en la región extremeña, teniendo en cuenta su evolución con el paso de los años, son los correspondientes a otros servicios y al sector TIC, presentando ambos un valor de 5,3% en el último año.

Gráfico 4.5. ¿En qué sector está activa tu empresa principalmente?: Evolución.



A su vez, resulta de interés la aproximación a la estructura de propiedad que define a las empresas de los estudiantes de la UEx, ya que ello define la capacidad de decisión de éstos en las mismas, así como al número de socios cofundadores de la empresa, que ofrece una idea de la diversidad de su gestión. Para ello se presentan el gráfico 4.6., a partir del cual se observa que el 57,9% de los empresarios encuestados afirmó aportar

el 100% del capital de la empresa, proporción que destaca por superar ampliamente al resto de opciones, haciéndose con la mayoría. Si a lo anterior sumamos la ponderación relativa a los que contestaron contribuir con entre el 50% y 99% del capital (21,1%) entonces se puede concluir que casi el 80% de los emprendedores extremeños estudiantes de la UEx son propietarios como mínimo del 50% del capital de su empresa, es decir, que ostentan ampliamente el control de la propiedad. No obstante, poco más del 20% ha acudido fundamentalmente a la financiación de otros para dotar de capital al negocio.

Gráfico 4.6. Porcentaje de capital que posee el empresario.

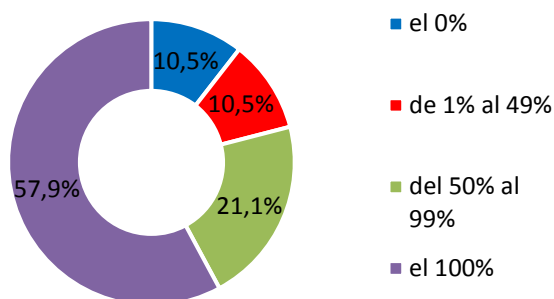
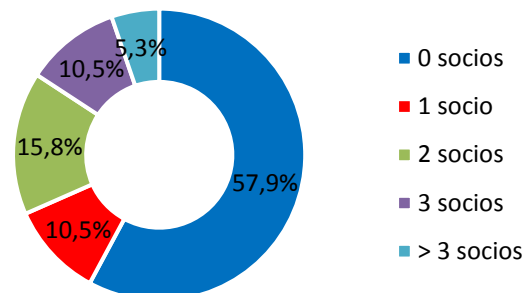
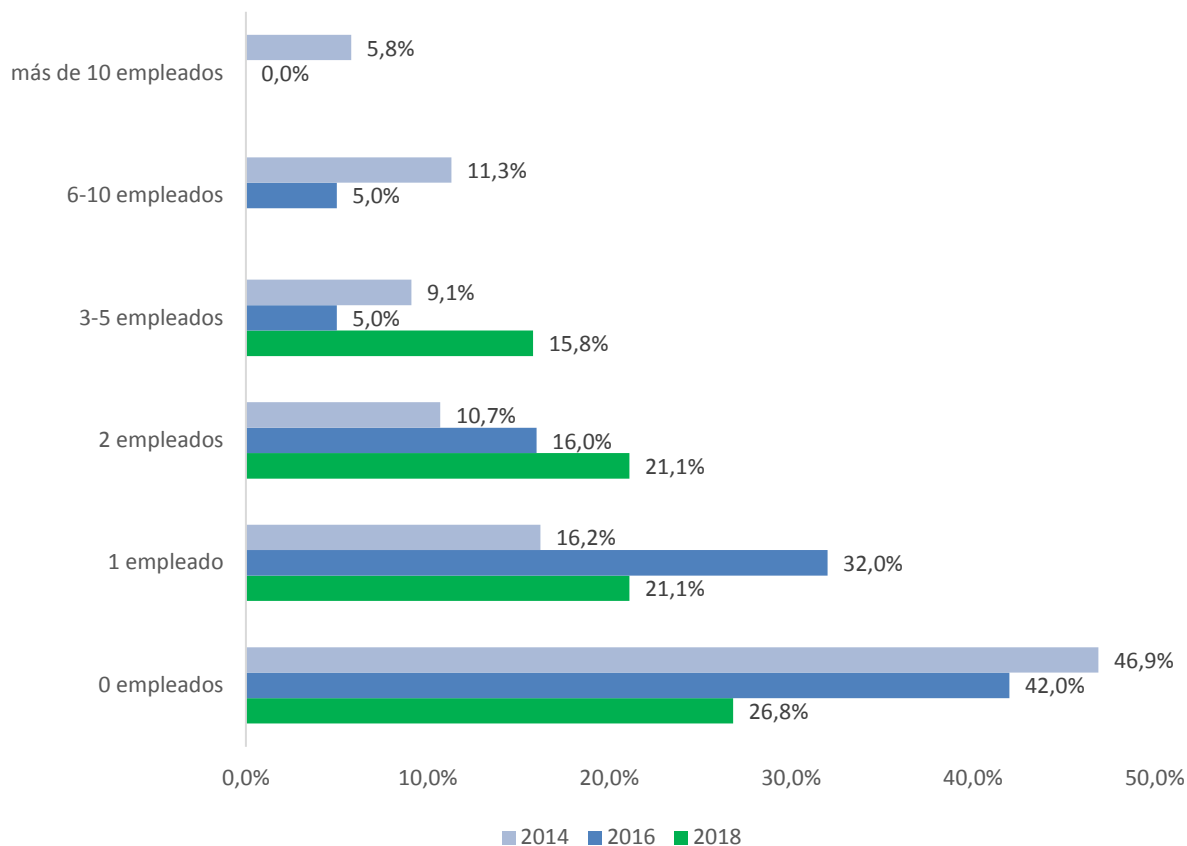


Gráfico 4.7. Número de cofundadores de la empresa.



Respecto al tamaño del equipo propietario que fundó la empresa (gráfico 4.7), el mayor peso, con diferencia, está representado por cero socios, que se hace con la mayoría del porcentaje total, representando un 57,9%. Los siguientes valores más significativos son los representados por la tenencia de 2 socios (15,8%) y por 1 y 3 socios, contando ambos con un valor del 10,5%. Es decir, la gran mayoría de los proyectos empresariales analizados cuenta con un número reducido de socios, destacando el negocio propio sin socios. Ello refleja una apuesta clara por el trabajo y gestión reducida e individual.

Gráfico 4.8. Número de empleados de la empresa a tiempo completo: Evolución.



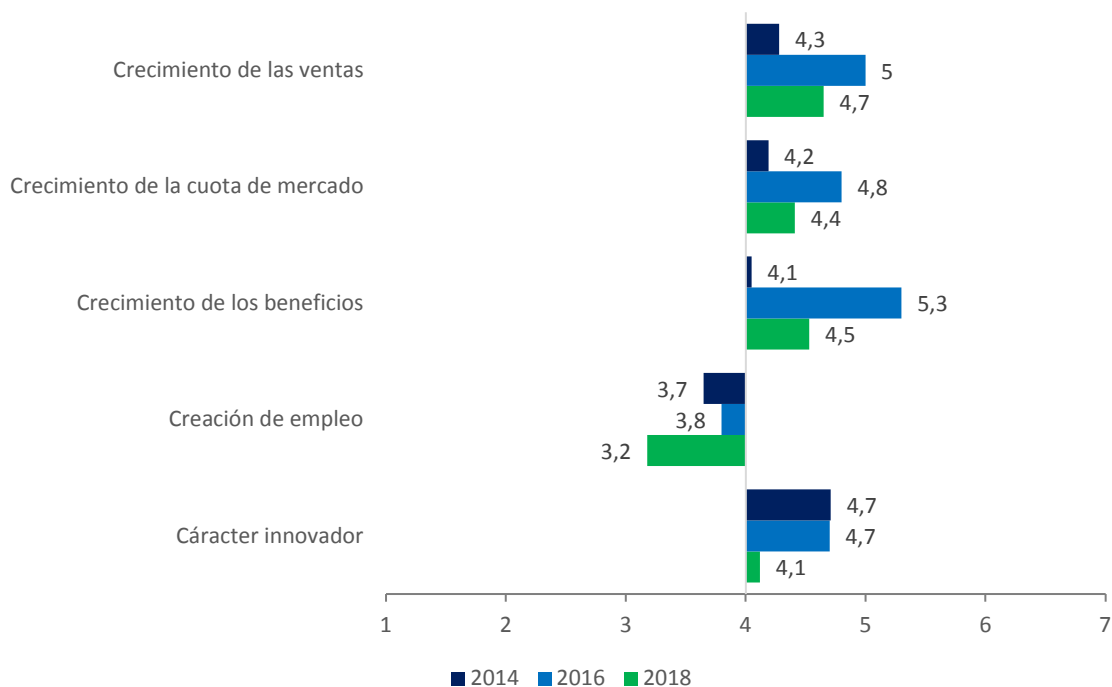
Los empleados representan un activo fundamental en la empresa, por lo que constituyen un buen indicativo tanto de su actividad como de su evolución. Por ello, en el gráfico 4.8. Se muestra información del número de empleados a tiempo completo con que han contado las empresas a lo largo de los años. Comenzando por la disposición de empleados a tiempo completo, cabe destacar que el porcentaje más alto lo ocupan aquellas empresas que no poseen ningún empleado. Este dato se ha reducido desde el año 2014 donde representaba un 46,9% hasta el valor 26,8% que presenta en el año 2018. Gracias a esta disminución, ha

aumentado la contratación de personal pues, en el año 2018 las empresas que cuentan con 1 y 2 empleados representan ambas el 21% y ascendiendo hasta el 15,8% aquellas que poseen entre 3-5 empleados. Por tanto, se trata, en general de empresas que, pese a su pequeño tamaño, han favorecido la creación de empleo en la región.

Por último, con el gráfico 4.9. se pretende ofrecer una visión de la valoración que otorgan los estudiantes de la UEx a sus empresas respecto a sus competidores y de acuerdo a cinco ítems, visión comparativa que abarca desde la creación de la empresa y cuyos resultados pueden moverse en el rango de valores 0-7, por lo que la mitad (3,5) representaría la igualdad de condiciones. A priori, cuatro de los ítems superarían el aprobado en todos los años que abarca esta evolución, que serían los correspondientes a poseer un carácter innovador (4,1 para el año 2018), experimentar un crecimiento de las ventas (4,7 para el año 2018), de la cuota de mercado (4,4 para el año 2018) y de los beneficios (4,5 para el año 2018). Es notable el descenso de estos valores a medida que pasan los años, especialmente en innovación, dato preocupante si se tiene en cuenta que la innovación es considerada un factor esencial para conseguir diferenciación respecto de la competencia. Aun así, se puede afirmar que los estudiantes de la UEx empresarios, consideran tener mayor capacidad que sus competidores, de potenciar el crecimiento de la actividad de su empresa y de una manera más rentable. Sin embargo, donde menos optimistas se muestran respecto a sus competidores es en la capacidad de creación de empleo (valoración de 3,2 para el año 2018) lo cual puede responder a la similitud percibida en términos de requerimientos de estructura de la empresa necesarios para el desarrollo de la actividad.

Con el fin de culminar este capítulo, se concretan a continuación una serie de cuestiones destacables del mismo. Por una parte, entre los estudiantes encuestados de la Universidad de Extremadura existen unas diferencias notables en cuanto al dinamismo empresarial, respecto a los universitarios del resto del país, y mucho más notable respecto a los estudiantes de gran parte de países de la Unión Europea. Se ha podido establecer que la mayor concentración de los universitarios de la UEx que son empresarios activos provienen de la rama de ingeniería y Arquitectura, con importantes desequilibrios en términos de género basados en una infrarrepresentación femenina. Por otra, las empresas se caracterizan por ser en su mayor parte de muy reciente creación (el 61% de éstas surgió en los 4 últimos años) cuya mayor representación se encuentra en el sector de la Educación y formación, con una alta concentración en su estructura de propiedad, que apuestan en general por la gestión individual, que en su mayoría no cuentan con ningún empleado, pero se puede apreciar una tendencia a la creación de y que se trata de negocios a los que sus propietarios estiman con mayor potencial de ventas y rendimiento que los de sus competidores.

Gráfico 4.9. Rendimiento de la empresa desde su creación en comparación con los competidores: Evolución.



PORTADA

ÍNDICE



PORTADA

ÍNDICE

Conclusiones

PORTADA

ÍNDICE

Este estudio del proyecto GUESSS analiza en profundidad diferentes resultados sobre las intenciones y actividades emprendedoras de los estudiantes de la Universidad de Extremadura durante el curso 2018/2019. Los más significativos se muestran a continuación.

En términos generales, Sólo el 4,5% de todos los estudiantes de la UEx quieren crear su propia empresa después de finalizar sus estudios, frente al 4,5% de la media española y el 9% de la internacional. Pero a los cinco años después de finalizar sus estudios, es el 26,7% el que espera tener su propia empresa, frente al 24,5% de la media nacional y al 34,7% de la internacional. Es decir, los estudiantes extremeños muestran datos similares a los nacionales, pero muy alejados del nivel internacional, cuando se les pregunta que quieren hacer inmediatamente después de acabar sus estudios, y después de cinco años.

Pero un dato que preocupa sobre manera, es que el 14,5% de los estudiantes está indecisos ante su futuro, tanto para el momento en el que acaben sus estudios, valores superiores a los nacionales e internacionales, aunque sí es cierto, que los datos mejoran sensiblemente en al preguntarles donde se ven cinco años después de acabar su carrera, obteniendo mejores valores que los nacionales e internacionales.

Por su parte, las mujeres tienen una mayor preferencia por trabajar como empleadas que los hombres, tanto para un futuro inmediato como al cabo de cinco años. Y son menos emprendedoras que los hombres a los cinco años de la finalización de la carrera.

Por ramas de conocimiento, las Ciencias Sociales y Jurídicas, son los alumnos que tienen una mayor intención de ser empresarios al finalizar la carrera, siendo también estos de los que más prevén ser empresarios al cabo de cinco años, quizás porque tienen una mayor formación y conocimiento en el área empresarial. Destaca sobre manera, la diferencia de Ingeniería y Arquitectura, sobre las intenciones emprendedoras, al finalizar la carrera y después de cinco, años, ya que esta aumenta desde 1,1% hasta 43,8% al cabo de 5 años, esto puede estar ligado a la necesidad de adquirir experiencia y aprendizaje empresarial, antes de ser emprendedores en esta área de conocimiento.

Es especialmente preocupante la percepción del entorno y la educación emprendedora de la Universidad de Extremadura por parte de los estudiantes universitarios. En el caso de la UEx, la percepción que tienen los estudiantes sobre el clima emprendedor que se vive en la Universidad de Extremadura (2,9) está por debajo de la media nacional (4,1) y de la internacional (4,4), este valor preocupa especialmente porque la diferencia con el resto de Universidades GUESSS, se amplía en lugar de reducirse. En general, los estudiantes no perciben que estén recibiendo una formación orientada hacia el emprendimiento. El 60,3% de los estudiantes universitarios extremeños, no han asistido a un curso sobre emprendimiento. Y cuando lo han hecho, ha sido de manera optativa, y en el menor de los casos, de forma obligatoria en sus estudios o formando parte de un programa educativo de emprendimiento. En este sentido, la Universidad de Extremadura destaca en la

oferta de formación optativa sobre emprendimiento, con respecto al promedio de las universidades participantes en este proyecto, aunque es menor que la media española. En definitiva, la Universidad de Extremadura adolece en el plano de formación en emprendimiento de índole obligatoria, y seguimos sin aprobar en la percepción que tienen los estudiantes, en lo que aprenden en los cursos y servicios de la UEx sobre emprendimiento. En conclusión, el clima de emprendimiento universitario en la UEx debe mejorar de forma significativa, para que la Universidad se convierta de forma definitiva, en una organización tractora a nivel económica y que genere empresas a su alrededor, ya sea través de la transferencia, o a través de sus egresados.

El número de emprendedores nacientes, los datos han aumentado frente a los datos de años anteriores, es necesario comentar que la mayoría son hombres (71%), de las carreras de Ciencias Sociales y Jurídicas e Ingeniería y Arquitectura, pero en las de Arte y Humanidades, no se encuentra diferencias de género reseñables. La mayor parte de los emprendedores potenciales quieren montar la empresa con algún socio, pero todavía no lo tienen. En cuanto a los sectores, el más representativo es el Turismo y gastronomía.

El número de empresarios activos entre los estudiantes de la UEx ha descendido notablemente y ahora se encuentra por debajo de los niveles nacionales y muy lejos de los internacionales (4,1% UEx vs 11% GUESS). La mayoría vuelven a ser varones de Ciencias Sociales y Jurídicas o de Ciencias de la Salud, que crearon una empresa innovadora con uno o dos socios en los años 2010 o 2011, manteniendo la antigüedad media de las empresas, en relación a los datos anteriores, en cuanto a su competitividad, podemos decir que se sienten fuertes frente a los competidores, ya que han tenido un crecimiento en ventas y cuota de mercado durante estos años. En cuanto al sector aquí destaca la Ingeniería, suelen ser empresas con un solo socio, que poseen la mayoría del capital de su empresa, y con menos de dos empleados.

Recomendaciones

En la línea de las recomendaciones que presentamos en anteriores análisis, desde el equipo GUESSS Extremadura, que forma parte del *grupo de investigación Emturin*, el cual tiene entre sus líneas prioritarias de investigación la *Educación Emprendedora*, y teniendo en su haber la creación de la asignatura de Creación de Empresas en el año 1992 y de un *Microecosistema Emprendedor, EMFITUR*, en esta Universidad; consideramos que continuamos en una verdadera URGENCIA, en actuar, en la UEx, para cumplir y devolver a la sociedad extremeña, un desarrollo empresarial, como esta se merece, para dejar de ser una de las regiones más pobres de Europa, a la espera de recoger subvenciones, y crear nuestras propias oportunidades, a partir del gran número de estudiantes que formamos cada año, en este sentido, proponemos lo siguiente:

1. Los resultados indican que sería pertinente un cambio en el Sistema Educativo, hacia una visión proactiva y emprendedora.
2. La Universidad de Extremadura debería luchar por conseguir ratios que se acerquen a la media internacional, y no debe conformarse con estar en media española, ya que, para promover la cultura emprendedora, no es necesario tener grandes recursos económicos, es más una cuestión de actitud frente a la adversidad.
3. La Universidad debe trabajar en cada centro y titulación, la orientación laboral, ya que preocupa sobre manera, la gran cantidad de alumnos que se encuentran indecisos sobre lo que quieren hacer al finalizar la carrera, cuando esto es algo de vital importancia para poder fijar un objetivo profesional y prepararse adecuadamente durante su periodo de formación Universitario.
4. Aunque existe un periodo de prácticas al finalizar la carrera, sería interesante, que hubiera diferentes periodos de prácticas desde el segundo año de carrera, y que alguno de ellos fuera de acompañamiento a un emprendedor, aunque estos periodos de prácticas fueran más pequeños, pero esto podría ayudar al alumno a enfocar mejor su futuro laboral. También sería interesante que se establecieran empresas en todos los centros, aunque sea pequeñas oficinas, en la que siempre hubiera alumnos en prácticas rotando, con el fin de que tengan más contacto con las empresas de su sector.
5. Para abordar la problemática del entorno emprendedor de la Universidad de Extremadura, recomendamos la impartición de charlas de empresarios semanalmente, con el fin de que los alumnos puedan encontrar modelos de referencia, en los que fijarse. Además, los centros universitarios, deben ser el lugar de referencia de las empresas, a la hora de realizar conferencias, exposiciones, o cualquier tema relacio-

nado con las titulaciones que se imparten en dicho centro. La Universidad se debe prestar a ello, y conseguir que las empresas consideren a esta, como un socio estratégico de difusión, coloquio y fuente de Recursos Humanos presentes y futuros.

6. En cuanto al apoyo a los alumnos que quieren crear una empresa, la Universidad debe dotar en todos sus campus, de espacios y programas de apoyo, que sirvan al estudiantado a llevar sus productos y/o servicios al mercado, y que fortalezca el vínculo futuro entre egresados y Universidad.
7. La Universidad debería conocer quiénes son los estudiantes que durante su periodo universitario son a la vez empresarios, y conocer sus necesidades, ya que son un tipo de clientes especiales, porque son pocos, y son necesarios, ya que la mejora de la formación de los empresarios, es necesaria para la mejora de la competitividad de las empresas de la región.

Bibliografía citada y consultada

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(1), 1-20.
- Ajzen, I. y Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Alvarez, C. y Urbano, D. (2012). "Factores del entorno y creación de empresas: un análisis institucional". *Revista Venezolana de Gerencia*, 17(57), 9-38.
- Amorós, J.E.; Fernández, C. y Tapia, J. (2012). Quantifying the relationship between entrepreneurship and competitiveness development stages in Latin America. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8, 249-270.
- Bueno, E. y Casani, F. (2007). La tercera misión de la universidad enfoques e indicadores básicos para su evaluación. *Revista de Economía Industrial*, 366, 43-59.
- Clark, B. (1998). *Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation*, International Association of Universities and Elsevier Science, New York. Comisión Europea (1995). *White Paper on Education*.
- Díaz, J.C.; Fernández, A.; Almodóvar, M.; Díaz, A., y Fernández, Y. (2017). *GUESSS. Intenciones y actividades emprendedoras de los estudiantes de la Universidad de Extremadura*. Cáceres. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Extremadura.
- Díaz-Casero, J.C.; Fernández-Portillo, A.; Sánchez-Escobedo, M. C. y Hernández-Mogollón, R. (2017): *The influence of university context on entrepreneurial intentions, en el libro "Entrepreneurial Universities. Exploring the Academic and Innovation Dimensions of Entrepreneurship in Higher Education"*. ED.: Springer International Publishing. Cham/Switzerland-65-82.
- Fishbein, M., y Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior. An introduction to theory and research*. New York: Addison-Wesley.
- Freeman, J. (2012): Changing the Face of Education. *College of Charleston Magazine*. Spring 2012. Pp.: 38-45. Vol. XVI. Issue, 2. Web site: <http://www.magazine.cofc.edu>. Friedman, A.L.; Miles.
- Gnyawali, R. D. y Fogel, D. S. (1994). Environments for Entrepreneurship Development: Key dimensions and Research Implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Summer, 43-62.
- Hernández, R. (2017): *El Gran Desafío de la Educación Emprendedora. Propuesta de un Modelo para la Educación superior*. Ed. Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras. Barcelona. España.
- Hernández, R.; Fernández, A.; Díaz, J. C.; Sánchez, M. C. (2017). *Formación emprendedora en educación superior y ecosistema para el emprendimiento*, en Libro de resúmenes "Dos décadas de investigación y docencia en Emprendimiento." Coordinador: Juan José Jiménez Moreno. 47.
- Hernández-Mogollón, R., Fernández-Portillo, A., Sánchez-Escobedo, M.C. y Coca-Perez, J.L. (2018). The Approach of the Entrepreneur Microecosystem for University Entrepreneurial Education: Model M2E EMFITUR. *Economy, Business and Uncertainty: New Ideas for a Euro-Mediterranean Industrial Policy*. Gil-Lafuente, J., Marino, D., Morabito, F.C. (Eds.), Springer, Universitat de Barcelona, Barcelona, Spain, SSDC 180, 1-26, 2019. https://doi.org/10.1007/978-3-030-00677-8_21.

- Hernández-Mogollón, R., Fernández-Portillo, A., Díaz-Casero, J.C. y Sánchez-Escobedo, M.C. (2018). ¿Es posible trabajar la educación emprendedora universitaria en contextos poco favorables para ello? *Journal of Management and Business Education*, 1(2), 160-181.
- Hernández, R. (2018). La Economía. Datos, interpretación y propuestas de futuro. En el libro: A los Extremeños, ¿Qué nos pasa para estar donde estamos...? Reflexiones autocríticas mirando al futuro. Autores: Barriga, J.J.; Cabeza de Herrera, R.; Castro, J.; Coletto J.M.; Cortés, F. y otros. Ed.: Club Senior de Extremadura. José Castro Serrano Ediciones Beturia. Madrid. España. PP.: 127-152.
- Iracheta, A., J.A. (2015): Determinación de los factores que, en el contexto universitario, motivan la intención de emprender. El caso de los estudiantes y egresados de arquitectura del sistema tecnológico de Monterrey, México. Tesis Doctoral. Universidad de Cantabria-Instituto Tecnológico de Monterrey.
- Krueger, N. (1993). The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (1), 5-21.
- Krueger, N. y Brazael, D.V. (1994). Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Spring, 91-104.
- Krueger, N. y Casrud, A. (1993). Entrepreneurial Intentions: Applying the Theory of Planned Behavior. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5. 315-330.
- Larroulet, C. y Couyoumdjian, J.P. (2009). Entrepreneurship and Growth. A Latin American Paradox? *Independent Review*, 14, 81-100.
- Laspita, S., Breugst, N., Hebllich, S., y Patzelt, H. (2012). Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 27(4), 414-435.
- Lima, E., Lopes, R. A., Nassif, V. M. J., y Silva, D. (2014). Opportunities to improve entrepreneurship education: Contributions considering Brazilian challenges. *Journal of Small Business Management*, forthcoming.
- Liñan, F., y Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- Long, W. y McMullan, W. (1984). Mapping the new venture opportunity identification process. *Frontiers of Entrepreneurship Research 1984 Edition*. Center for Entrepreneurial Studies. Babson College. Wellesley, MA.
- Luethje, C., y Franke, N. (2004). Entrepreneurial intentions of business students: A benchmarking study. *International Journal Innovation and Technology*, 1(3), 269- 288.
- Ramos, A. R. y Ruiz, J. (2018). *Emprendimiento en la Universidad de Cádiz. Informe GUESSS 16/17*. Ed. Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz. Cádiz.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., y Zellweger, T. (2016). Student Entrepreneurship 2016: Insights From 50 Countries. St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., Zellweger, T. & Braum, LL. (2018). Student Entrepreneurship 2016: Insights From 50 Countries. St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU.
- Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programs raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566-591.
- Singer, S., Herrington, M. y Menipaz, E. (2018). *Global Entrepreneurship Monitor 2017/2018 Global Report*. Global Entrepreneurship Research Association (GERA).

- Solé-Parellada, F. (2016). *La contribución de la universidad al desarrollo económico y social como objeto de estudio en las Ciencias Económicas y de Gestión*. Ed. Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras. Barcelona.
- Stenholm, P.; Acs, Z.J. y Wuebker, R. (2013). Exploring country-level institutional arrangements on the rate and type of entrepreneurial activity. *Journal of Business Venturing*, 28, 176-193.
- Summers, L. H. (2012): *What you (really) need to know*. The New York Times, stat.wisc.edu.
- Valliere, D. y Peterson, R. (2009). Entrepreneurship and economic growth: Evidence from emerging and developed countries. *Entrepreneurship and Regional Development*, 21, 459-480.
- Veciana, J.M. (2005). *La creación de empresas Un enfoque gerencial*. Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona “la Caixa”. Servicio de Estudios. Barcelona.
- Von Graevenitz, G.; Harhoff, D. y Weber, R. (2010). “The effects of entrepreneurship education”. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 76 (1), 90-112.
- Volkman, Christine (2004): *Entrepreneurship Studies—An Ascending Academic Discipline in the Twenty-First Century Higher Education in Europe*, Vol. XXIX, No. 2, July. Customer Services for Taylor & Francis Group Journals, 325 Chestnut Street, Suite 800, Philadelphia, PA 19106.
- Westhead, P. y Wright, M. (1998). Novice, portfolio and serial founders in rural and urban areas. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 22 (4).
- Zellweger, T., Sieger, P. y Halter, F. (2011). Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background. *Journal of Business Venturing*, 26 (5), 521-536.

Fuentes electrónicas recomendadas

<http://www.guesssurvey.org>

www.emturim2020.gemextremadura.es

<http://www.gemconsortium.org/>

<http://www.fundacionxavierdesalas.com>

ANEXO I. FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN. Encuestas a Estudiantes de la UEx.

Universo (1)	Alumnos de la Universidad de Extremadura Curso 2018/19
Población objetivo	21.015 individuos
Muestra	469 individuos
Metodología	Encuesta online
Error muestral (+/-) (2)	+/- 4,47%
Nivel de confianza	95%
Periodo realización encuestas	Octubre – Diciembre 2018
Trabajo de campo	Universidad de Extremadura / Universidad de Cádiz
Codificación y creación de base de datos	Instituto Suizo de Investigación de la Pyme y el Emprendimiento (KMU-HSG). Universidad de St. Gallen (Suiza)
Análisis estadísticos y tratamiento de datos	Equipo GUESSS Extremadura. Programa estadístico SPSS V.21.0 y Microsoft Excel

- (1) El cálculo del error muestral se ha realizado para poblaciones infinitas.
 (2) Hipótesis: P=Q=50% o de máxima indeterminación.

ANEXO II. PAÍSES, UNIVERSIDADES Y ENCUESTADOS.

#	País	Numero de universidades	Respuestas completadas	Porcentaje válido
1	Albania (ALB)	5	518	0.25
2	Algeria (ALG)	10	979	0.47
3	Argentina (ARG)	26	2691	1.29
4	Australia (AUS)	1	77	0.04
5	Austria (AUT)	33	1999	0.96
6	Belarus (BLR)	15	504	0.24
7	Brazil (BRA)	143	20623	9.88
8	Chile (CHI)	30	7704	3.69
9	China (CHN)	2010	18685	8.96
10	Colombia (COL)	65	15851	7.60
11	Costa Rica (CRC)	85	7359	3.53
12	Czech Republic (CZE)	9	1254	0.60
13	Ecuador (ECU)	8	3702	1.77
14	El Salvador (ESA)	11	641	0.31
15	England (ENG)	6	465	0.22
16	Estonia (EST)	26	1303	0.62

17	Finland (FIN)	16	181	0.09
18	France (FRA)	7	230	0.11
19	Germany (GER)	25	10082	4.83
20	Greece (GRE)	32	1157	0.55
21	Hungary (HUN)	24	9667	4.63
22	Indonesia (IND)	7	1279	0.61
23	Ireland (IRL)	12	1408	0.67
24	Italy (ITA)	21	7299	3.50
25	Japan (JAP)	49	4150	1.99
26	Jordan (JOR)	29	4564	2.19
27	Kazakhstan (KAZ)	20	3425	1.64
28	Kosovo (KOS)	4	683	0.33
29	Lebanon (LBN)	1	40	0.02
30	Liechtenstein (LIE)	1	338	0.16
31	Lithuania (LTU)	24	1059	0.51
32	Mexico (MEX)	53	5173	2.48
33	New Zealand (NZL)	2	1924	0.92
34	Norway (NOR)	10	56	0.03
35	Pakistan (PAK)	17	2389	1.15
36	Panama (PAN)	8	3564	1.71
37	Peru (PER)	1	121	0.06
38	Poland (POL)	8	332	0.16
39	Portugal (POR)	26	4178	2.00
40	Republic of Korea (KOR)	19	832	0.40
41	Republic of North Macedonia (MKD)	6	398	0.19
42	Russia (RUS)	15	2851	1.37
43	Saudi Arabia (KSA)	16	1641	0.79
44	Sierra Leone (SLE)	11	332	0.16
45	Slovakia (SVK)	17	4868	2.33
46	Slovenia (SLO)	6	564	0.27
47	South Africa (RSA)	16	3515	1.68
48	Spain (ESP)	76	33278	15.95
49	Switzerland (SUI)	69	9784	4.69
50	Turkey (TUR)	25	693	0.33
51	Ukraine (UKR)	25	722	0.35
52	United Arab Emirates (UAE)	5	931	0.45
53	Uruguay (URY)	3	509	0.24
54	USA	2	64	0.03
Total		3191	208636	100.0

Fuente: Sieger, Fueglistaller, Zellweger and Braun (2018).

Instituciones



CONSEJO GEM EXTREMADURA 2020



Fundación Xavier de Salas

JUNTA DE EXTREMADURA

Consejería de Economía e Infraestructuras



PHILIP MORRIS SPAIN, S.L.



Sodiex



tanynature

Patrocinador especial

CAMPÓN & MARTÍNEZ-PEREDA
ABOGADOS



PORTADA

ÍNDICE

UNIVERSIDAD



DE EXTREMADURA