GUESSS

Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey



GUESSS 23/24 UCM

Intenciones de carreras, espíritu emprendedor e iniciativas empresariales de los estudiantes de la Universidad Complutense de Madrid

M. INMACULADA LÓPEZ NÚÑEZ · JUAN FRANCISCO DÍAZ MORALES
SUSANA RUBIO VALDEHITA · EVA DÍAZ RAMIRO · PEDRO LÓPEZ SÁEZ

compluemprende
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID

GUESSS

23/24 Universidad Complutense de Madrid

Índice de contenidos

1 EL PROYECTO GUESSS 4

2 EL PROYECTO GUESSS EN LA UCM 5

3 RESUMEN DE LOS INDICADORES 6

4 HALLAZGOS PRINCIPALES 7

4.1. INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA DEL ESTUDIANTADO UNIVERSITARIO UCM 7

4.2. ACTIVIDADES EMPRENDEDORAS NACIENTES Y ACTIVAS 11

4.3. EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO: ASPECTOS ESPECÍFICOS 17

FORMACIÓN EMPRENDEDORA 17

CLIMA EMPRENDEDOR 18

CAMPO DE ESTUDIO 19

GÉNERO 20

5 RECOMENDACIONES 23

6 HISTORIAS INSPIRADORAS QUE NACEN DE LA UNIVERSIDAD 26

7 ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO 28

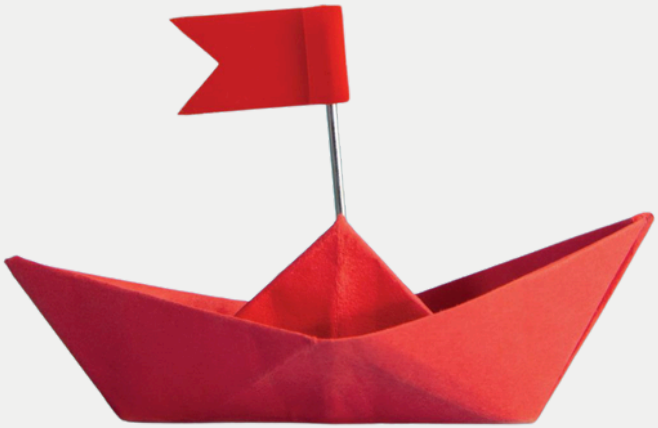
CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA DE 2023 29

GLOSARIO DE TÉRMINOS 31

GUESSS
Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey

GUESSS 23/24 UCM

Intenciones de carreras, espíritu emprendedor e iniciativas empresariales de los estudiantes de la Universidad Complutense de Madrid



CITACIÓN DEL INFORME

Por favor, cite esta publicación como:

López-Núñez, M.I.; Díaz-Morales, J.F; Rubio-Valdehita, S.; Díaz- Ramiro, E y López-Sáez, P. (2025). Informe GUESSS UCM 2023/24. Intenciones de carreras, espíritu emprendedor e iniciativas empresariales de los estudiantes de la Universidad Complutense de Madrid (España).

MAQUETACIÓN

Paloma Martínez García



José Ruiz Navarro
Director del proyecto GUESSS en España
Catedrático Emérito por la Universidad de Cádiz

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

1 El Proyecto GUESSS

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

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

Su décima edición internacional de 2023 abarca a más de cincuenta países, 1.300 universidades y más de 226.000 estudiantes. En España han participado 71 universidades y escuelas de negocios con más de 76.000 estudiantes universitarios que le han dado a nuestro país el liderazgo por número de estudiantes involucrados. El informe nacional, publicado recientemente[1], explota una parte de la extensa base de datos obtenida de las encuestas que se desplegaron entre septiembre y diciembre de 2023 y expone diez historias inspiradoras de startups nacidas de los universitarios.

La alta participación y algunos de los resultados obtenidos muestran el interés y curiosidad de nuestros jóvenes por la materia y rompen algunos tópicos. La explotación de esta información por cada una de las universidades participantes les permite un análisis comparado con los indicadores nacionales e internacionales que es de gran valor para la investigación y la gobernanza de las universidades. Un buen ejemplo es el interés de la Universidad Complutense de Madrid por fomentar la creación de empresas y la participación que ha logrado en el proyecto GUESSS involucrando a más de cuatrocientos estudiantes.

Este esfuerzo de la Universidad de la Complutense se ha visto complementado por el trabajo de las más de 120 personas, entre investigadores, responsables y equipos de las unidades de emprendimiento de las universidades públicas y privadas que se han involucrados en el proyecto GUESSS en España. En esa tarea, hay que agradecer el apoyo recibido a nivel nacional por parte del Santander Financial Institute (SANFI), la Fundación COTEC, la Fundación Colegio Decroly y el programa Acelera Startups de la EOI, además del soporte que ENISA presta al Observatorio del Emprendimiento de España que coordina y facilita sus recursos al proyecto. En esta edición, es muy relevante la atención que hemos recibido del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades cuya ministra, Diana Morant, ha realizado el prólogo al informe nacional.

Como director del proyecto en España, es una satisfacción presentar los informes de las distintas universidades para así poner la lupa y poder analizar con detalle lo que sucede en el ecosistema universitario y diseñar políticas útiles. El trabajo que ha realizado el equipo de la Universidad Complutense es una muestra de buen saber hacer y espero que sea útil para su comunidad universitaria y para lograr el objetivo enunciado de tener más y mejores empresas. A todos mis más sinceras felicitaciones por el informe realizado.



Mª Concepción García Gómez
Vicerrectora de Formación Permanente, Empleabilidad y Emprendimiento de la Universidad Complutense de Madrid

2 El proyecto GUESSS en la Universidad Complutense de Madrid

El concepto de emprendimiento ha evolucionado significativamente con el paso del tiempo, hasta convertirse en un elemento clave para el análisis de las sociedades actuales. Ha recibido múltiples definiciones y se ha vinculado con diversos ámbitos, como el empresarial, el tecnológico o, de forma destacada en las últimas décadas, el académico. A lo largo de la historia, la iniciativa emprendedora ha sido un motor fundamental de desarrollo y progreso, consolidándose así como un indicador de prosperidad de un país o región.

En este contexto, la elaboración del informe GUESSS permite observar con mayor precisión la realidad del ecosistema emprendedor en el ámbito universitario a nivel nacional. Estudiar la actividad innovadora que surge dentro de las instituciones de educación superior no es tarea sencilla, pero se vuelve cada vez más necesaria, pues ofrece unos resultados esenciales para seguir fomentando estas dinámicas en España.

Si bien el emprendimiento impulsa tanto el crecimiento económico como el social, para que realmente tenga impacto, es esencial contar con una base sólida de apoyos y herramientas que garanticen su viabilidad y sostenibilidad. En el entorno universitario, esto implica promover acciones desde los niveles más iniciales —como la inclusión de asignaturas y talleres específicos— hasta etapas más avanzadas, como el acceso a financiación o redes de contacto estratégicas. El respaldo institucional, a través de oficinas especializadas y preincubadoras, junto con la disponibilidad de infraestructuras adecuadas, convierte a la universidad en un espacio idóneo para iniciar proyectos innovadores.

El perfil de quienes deciden poner en marcha una iniciativa dentro del entorno universitario es muy variado. No solo influyen las disciplinas que manejan, también varía el grupo al que pertenecen: pueden ser estudiantes, egresados, personal docente e investigador (PDI) o personal técnico de gestión y de administración y servicios (PTGAS). Por ello, la respuesta institucional debe ser flexible y ajustarse a cada situación, algo que solo se consigue mediante una buena coordinación entre servicios. Si no se refuerzan los vínculos existentes entre áreas universitarias, es muy difícil construir una base sólida para las nuevas propuestas.

La interacción entre el entorno académico y la sociedad se concreta a través de diversas formas, entre ellas, la creación de empresas, sin olvidar que esta relación es bidireccional. Las nuevas iniciativas suelen apoyarse en los recursos de la universidad y, al mismo tiempo, desde la universidad se plantean soluciones a retos reales a los que se enfrenta la sociedad, por lo que la universidad también aprende de las experiencias que ocurren fuera de su ámbito.

Este estudio, enmarcado en el Informe GUESSS, analiza el desarrollo de iniciativas emprendedoras en la Universidad Complutense de Madrid durante el curso 2023/24. Para garantizar un análisis riguroso, se han definido indicadores que recogen los aspectos clave del fenómeno.

Se examinan las intenciones de elección de carreras de los estudiantes universitarios, las actividades emprendedoras de los estudiantes universitarios y los factores condicionantes del emprendimiento universitario. Entre estos últimos se encuentran la formación recibida, el entorno institucional y la variable de género. A partir de los resultados obtenidos, se presentan recomendaciones dirigidas a los distintos agentes que intervienen en el impulso y consolidación de estas actividades, tanto a nivel general como específicamente en la UCM.

Finalmente, el informe dedica un apartado especial a relatar experiencias personales de varios equipos de la universidad que han dado vida a sus ideas. Este espacio busca mostrar el lado más humano del proceso, incluyendo los retos, aprendizajes y logros que acompañan la creación de una start-up.

3 Resumen de los indicadores

Intenciones de elección de carrera de los estudiantes universitarios

Los estudiantes de la Universidad Complutense de Madrid prefieren el empleo asalariado, aunque en un porcentaje ligeramente inferior que el resto de España y los países GUESSS. Al terminar sus estudios, el 12,6% de los encuestados indican su intención de emprender. Este porcentaje se eleva a los cinco años hasta el 23,3% y pasa a ser la elección preferente, superando a la de empleado/a en gran empresa y a la del funcionariado y empleo público. La elección "primero ser empleado, luego emprendedor" se mantiene como preferente en la práctica totalidad de países y en anteriores ediciones.

Actividades emprendedoras de los estudiantes universitarios

El 26,7% de los estudiantes de la Universidad Complutense de Madrid se encuentra involucrado en un proyecto de creación de empresa (emprendedores nacientes) situándose por encima del porcentaje de España (17,5%), Europa (UE27) (21%) y los países en los que se realiza la encuesta GUESSS (25,7%). El 55,6 % de los emprendedores nacientes acomete el proyecto en solitario, y el 22,2% con un socio. El 10,2%, de los estudiantes ya posee una empresa que se encuentra operativa en el mercado (emprendedores activos), porcentaje que supera al resto de las universidades españolas y europeas (UE27).

Factores condicionantes

La formación en emprendimiento influye en su actitud e iniciativa emprendedora. El 65,5% no ha asistido nunca a un curso de emprendimiento, aunque este porcentaje es notablemente inferior para los emprendedores nacientes (45,5%). La percepción del clima emprendedor en la Universidad Complutense de Madrid alcanza el 3 sobre 7 siendo notablemente inferior al de España (4,2) y la media europea (UE27) (4,1). Cabe destacar que el 17,3% de los emprendedores intencionales señala que ha elegido la Universidad Complutense por su alta reputación en emprendimiento.

Por ramas de conocimiento, los estudiantes de Administración/Empresa (60%), Económicas (60%) y Matemáticas (36,4%) son los muestran mayor intención emprendedora como emprendedores nacientes, mientras que los de Informática y Ciencias de la Salud muestran la mayor intención emprendedora a los 5 años de terminar los estudios.

En cuanto a las diferencias por género, los hombres muestran mayor intención emprendedora que las mujeres tanto al finalizar los estudios como pasados cinco años, en línea con los datos del resto de universidades españolas, europeas (UE27) y países GUESSS.

4 Hallazgos principales

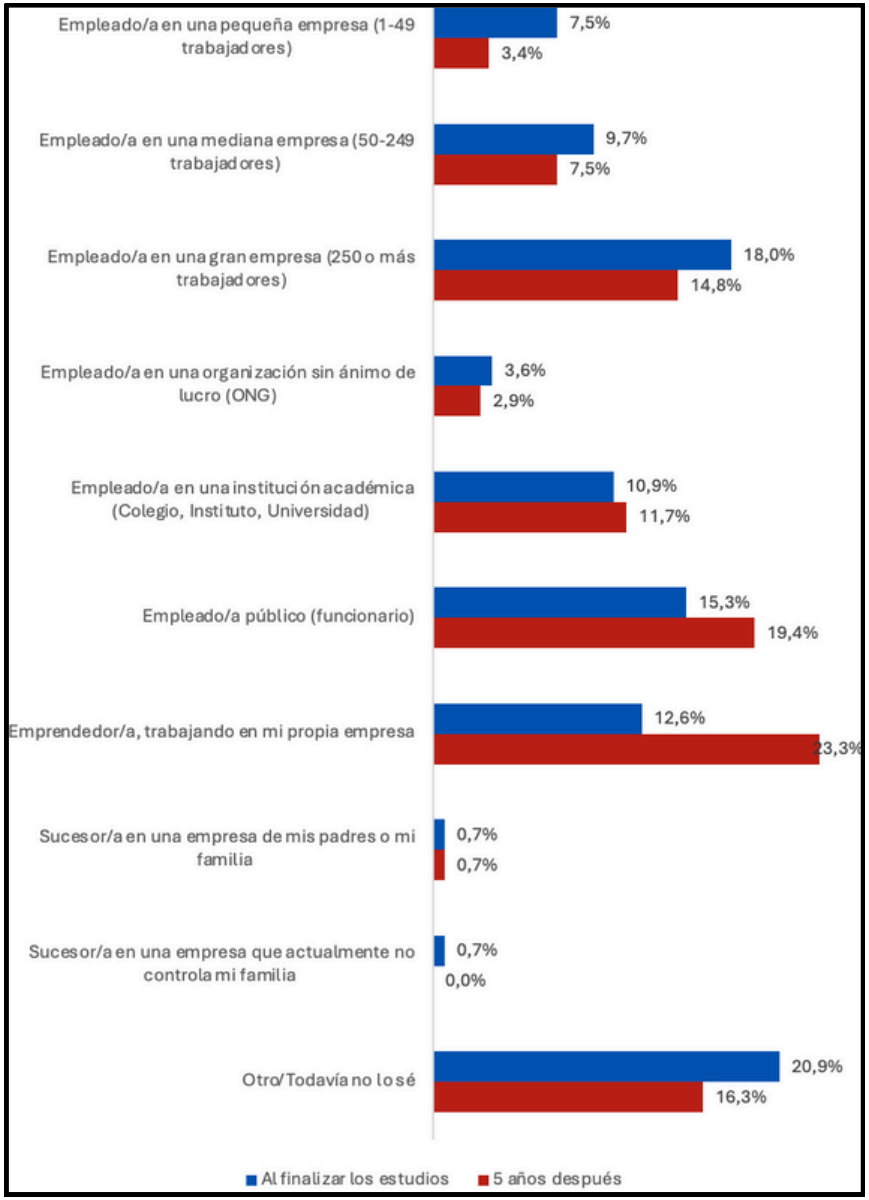
4.1. Intenciones de elección de carrera del estudiantado universitario UCM al finalizar sus estudios y cinco años después

La figura 1 muestra la intención de desarrollo de la carrera profesional que se ha evaluado a través de la expectativa sobre dos momentos distintos, el primero al terminar los estudios y el segundo referido a la intención cinco años después de haberlos finalizado.

Al terminar los estudios, la mayoría (49,7%) se inclina por desarrollarse profesionalmente como empleados por cuenta ajena. En cuanto al tamaño de las empresas, destaca la preferencia por grandes empresas (18%) y medianas (9,7%), seguido por la intención de acceder a un empleo púbico (15,3%), mientras que el 12,6% del estudiantado manifiesta la intención de emprender y gestionar su propia empresa.

Sin embargo, al analizar las intenciones una vez transcurridos cinco años desde la finalización de los estudios, el porcentaje de estudiantes que prevé trabajar por cuenta ajena desciende hasta 40,3%, manteniéndose la preferencia por el trabajo en empresas grandes (14,8%) sobre las pequeñas y medianas (10,9%). Por el contrario, es especialmente llamativo el aumento sustancial en el número de individuos que muestran intención emprendedora a los cinco años de haber finalizado los estudios (23,3%). Igualmente, la intención de trabajar como empleado público también aumenta con el paso del tiempo (19,4%).

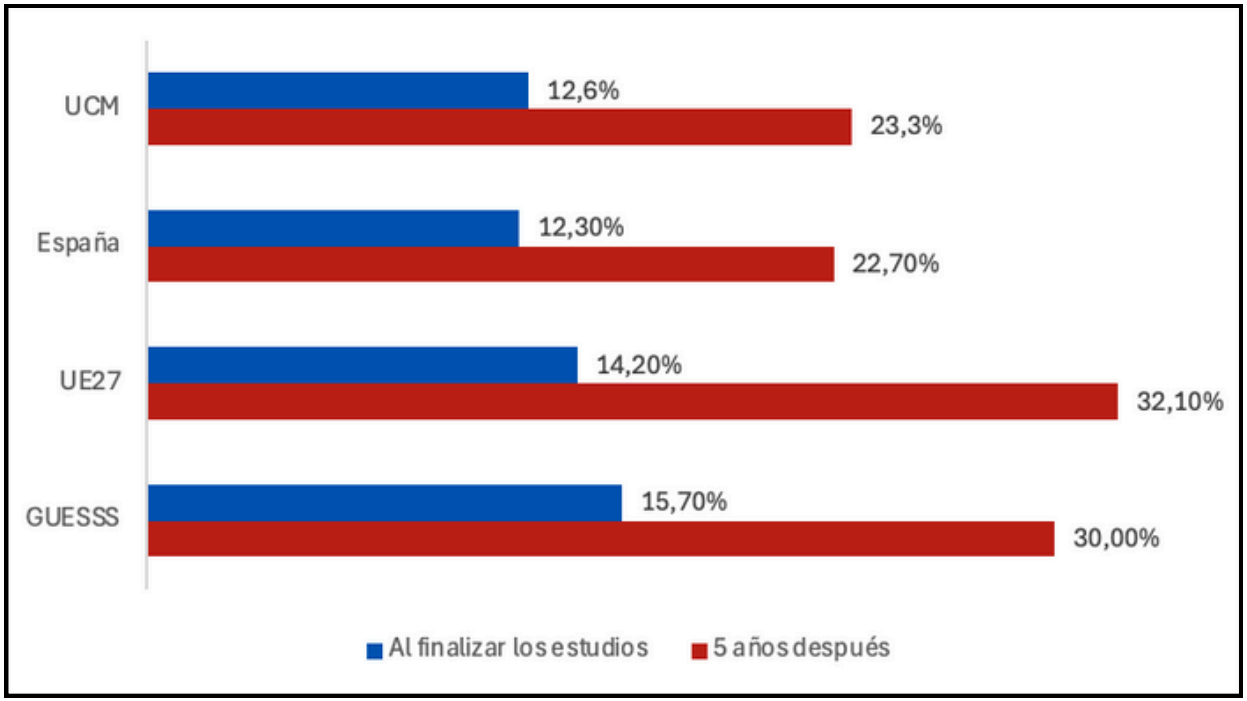
Figura 1. INTENCIONES DE ELECCION DE CARRERA DEL ESTUDIANTADO UNIVERSITARIO UCM AL FINALIZAR SUS ESTUDIOS Y CINCO AÑOS DESPUÉS



En cuanto a la intención de emprendimiento, los estudiantes de la Universidad Complutense superan ligeramente al resto de alumnos españoles, tanto al finalizar los estudios (12,6% universitarios complutense y 12,3% resto universitarios españoles) como pasados 5 años (23,3% complutenses y 22,7% del resto de España).

Sin embargo, existen notables diferencias respecto al cambio de intención pasados los 5 años, especialmente cuando la comparación se realiza en el contexto internacional: un 14,2% (estudiantes de la UE) y un 15,7% (estudiantes de los países que forman parte del proyecto GUESSS) del alumnado considera el emprendimiento como una verdadera opción al terminar sus estudios; mientras que el 32,1% (UE) y el 30% (proyecto GUESSS) de los entrevistados se ve dirigiendo una empresa cinco años después de su graduación (Figura 2).

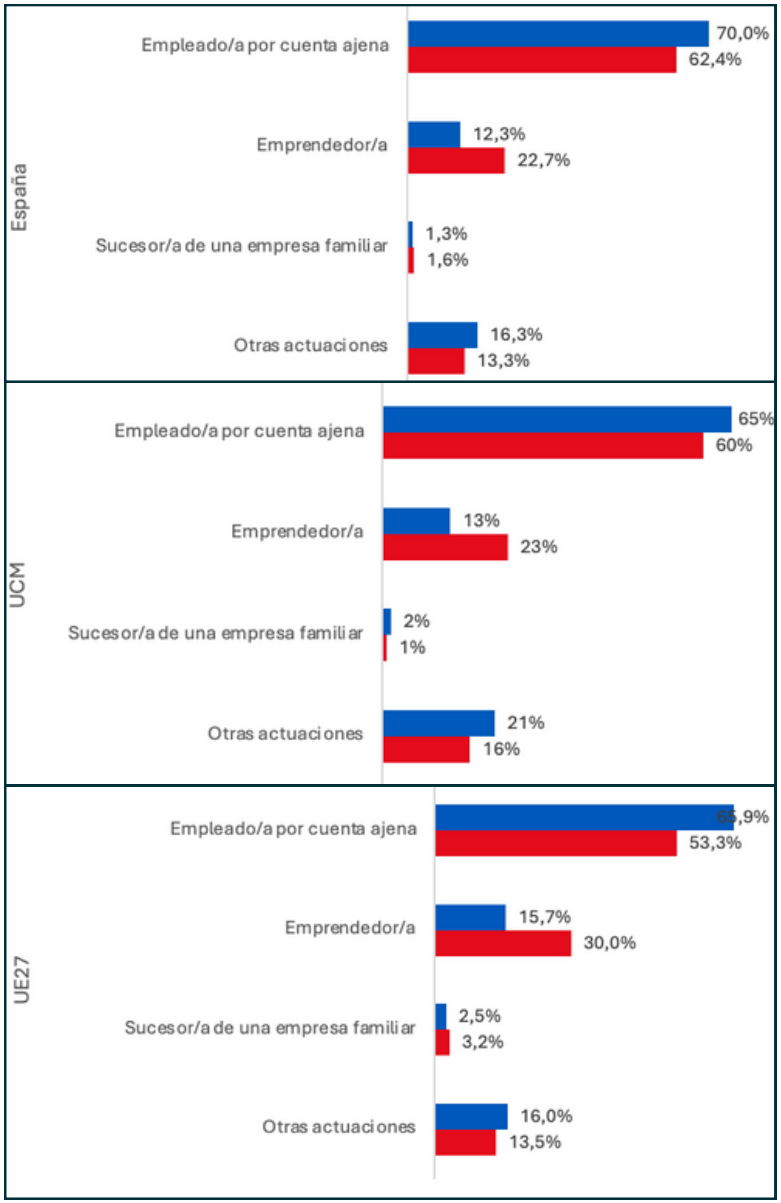
Figura 2. COMPARATIVA DE INTENCION EMPRENDEDORA DEL ESTUDIANTADO UNIVERSITARIO UCM AL FINALIZAR SUS ESTUDIOS Y CINCO AÑOS DESPUÉS CON RESPECTO A LOS DISTINTOS TERRITORIOS DE AGREGACIÓN



La figura 3 muestra como en los cuatro contextos territoriales (alumnos de la Universidad Complutense, resto de España, de la UE y de los países que forman parte del proyecto GUESSS) se observan diferencias en cuanto a la intención de la carrera profesional (empleados por cuenta ajena, emprendedores, sucesores en empresas familiares y otras actuaciones).

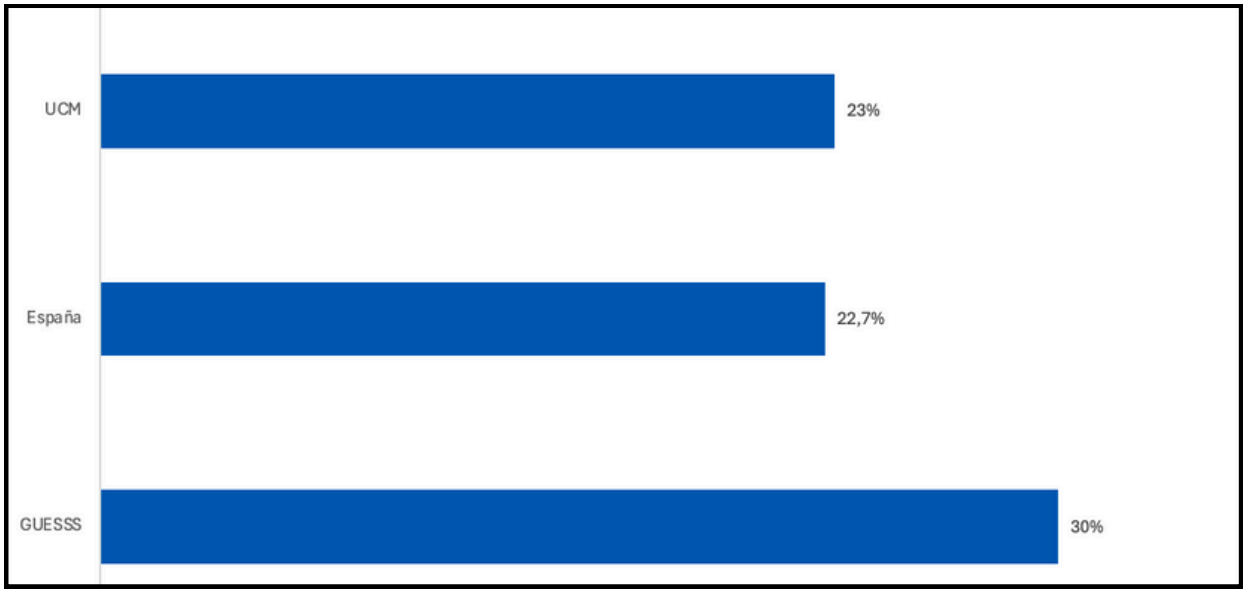
Los cuatro grupos manifiestan que la intención emprendedora crecerá pasados 5 años: 10% para el alumnado de la Universidad Complutense, universitarios del resto de España un 10,4%, 14,3% para los estudiantes de la UE y para los países GUESSS un incremento del 17,9%. Estos datos explican que la preferencia por trabajar por cuenta ajena se ve reducida en los cuatro grupos de universitarios, especialmente en los estudiantes de fuera de España (universitarios de la UE se reduce en un 12,6% y participantes en proyecto GUESSS un 17,7%).

Figura 3. INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA POR GRUPOS DEL ESTUDIANTADO UNIVERSITARIO UCM, ESPAÑOL, EUROPEO Y DE LOS PAISES GUESSS AL FINALIZAR SUS ESTUDIOS Y CINCO AÑOS DESPUÉS



La figura 4 muestra como la intención emprendedora 5 años después de finalizar los estudios es ligeramente superior en el alumnado de la Universidad Complutense (23%) sobre el resto universitarios de España (22,7%). Sin embargo, los alumnos GUESSS muestran mayor intención sobre el resto (30%). Esto sugiere que, aunque hay un incremento en la intención emprendedora 5 años después, los universitarios europeos tienen una mayor inclinación hacia el emprendimiento que los universitarios españoles y los estudiantes de la Universidad Complutense.

Figura 4. INTENCIONES EMPRENDEDORAS CINCO AÑOS DESPUES DE FINALIZAR LOS ESTUDIOS, COMPARATIVA POR PAÍSES



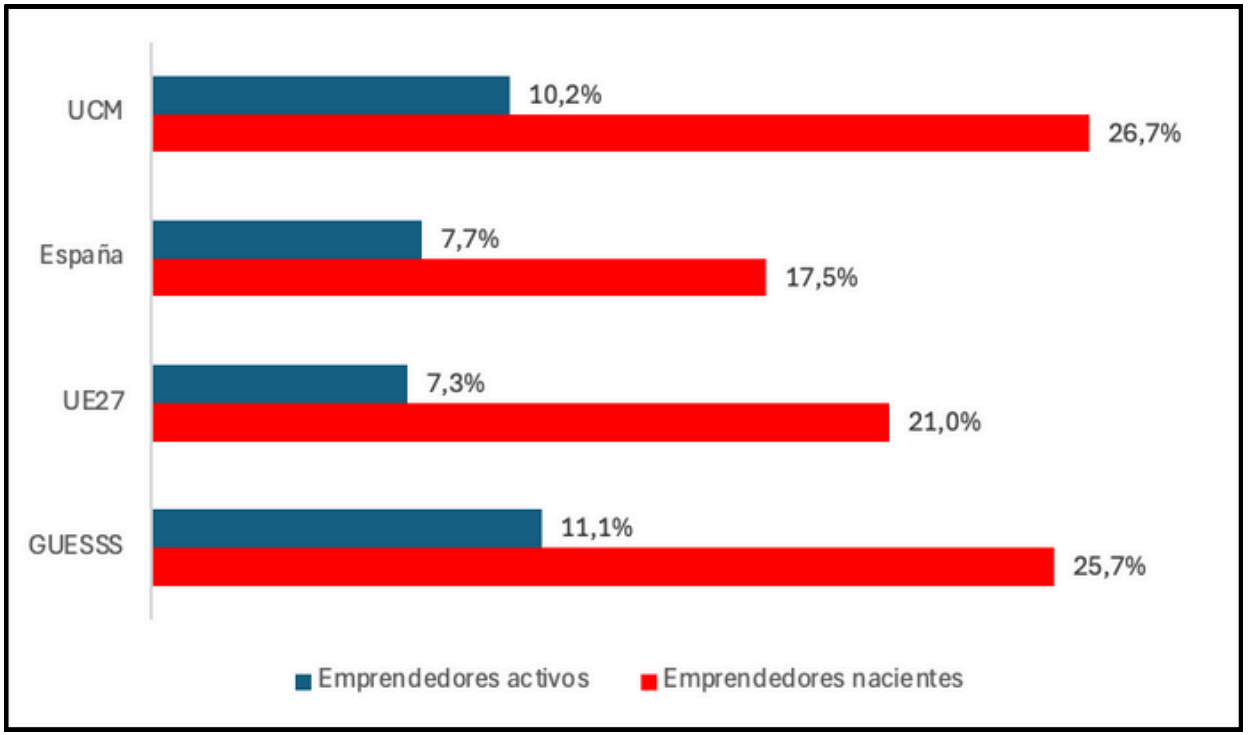
4.2. Actividades emprendedoras por territorios agregados (activos y nacientes)

La encuesta GUESSS recaba información acerca de cuántos de los estudiantes entrevistados se encuentran dando los primeros pasos para la puesta en marcha de un proyecto empresarial (emprendedores nacientes) o han superado esta fase y el proyecto se halla ya en funcionamiento (emprendedores activos).

Destacar que el 26,7% de los estudiantes de la Universidad Complutense indican que están inmersos en la creación de una empresa (emprendedores nacientes) y que el10,2% afirman que poseen una empresa en funcionamiento, un porcentaje 3 puntos superior al del alumnado del resto de universidades españolas y europeas (UE27).

Por otra parte, en todos los contextos geográficos, el número de emprendedores nacientes es muy superior al de emprendedores activos, en concreto el alumnado de la Universidad Complutense es el que presenta mayor cambio (16,5%) (Figura 5).

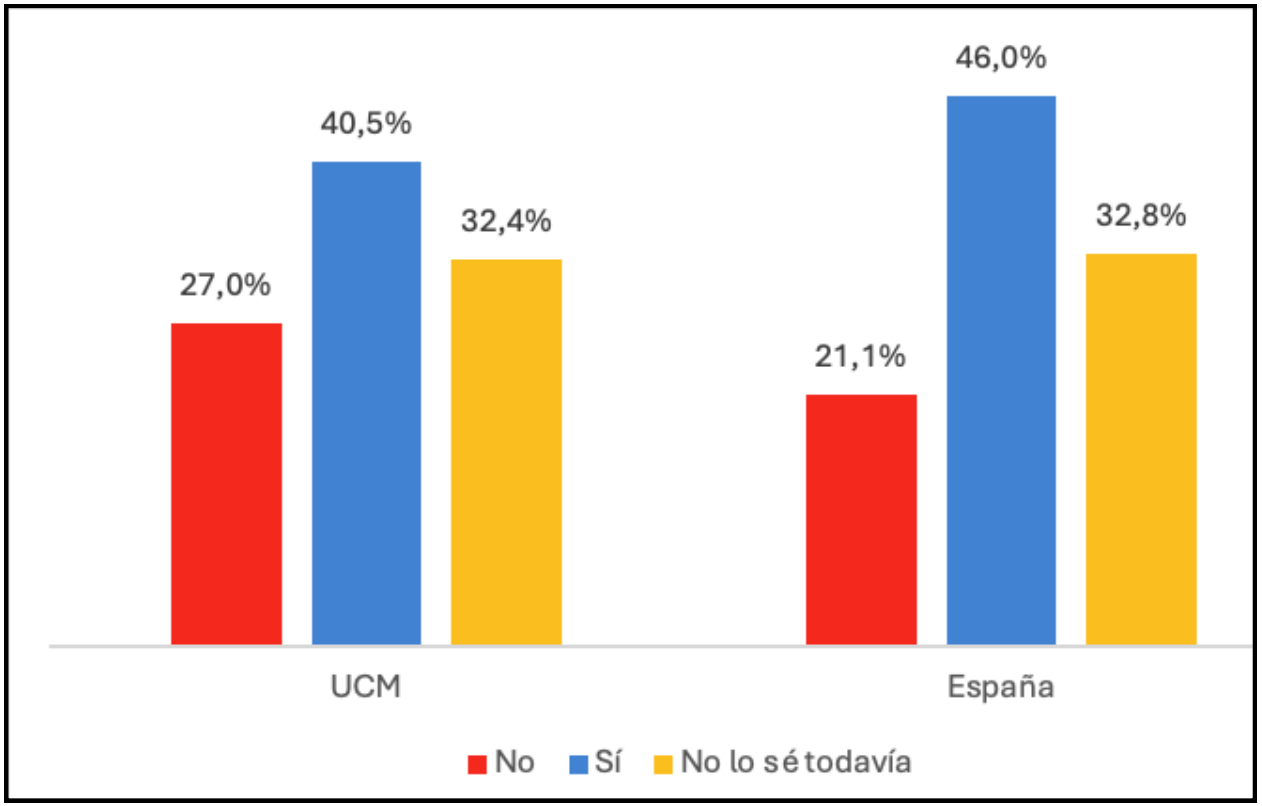
Figura 5. EMPRENDEDORES ACTIVOS Y NACIENTES



La figura 6 muestra la intención que tiene los emprendedores nacientes de que el proyecto que están desarrollando se convierta en su principal ocupación tras finalizar los estudios. Casi la mitad de los encuestados manifiesta dicha intención (40,5% alumnado complutense y 46,0% resto de alumnado español).

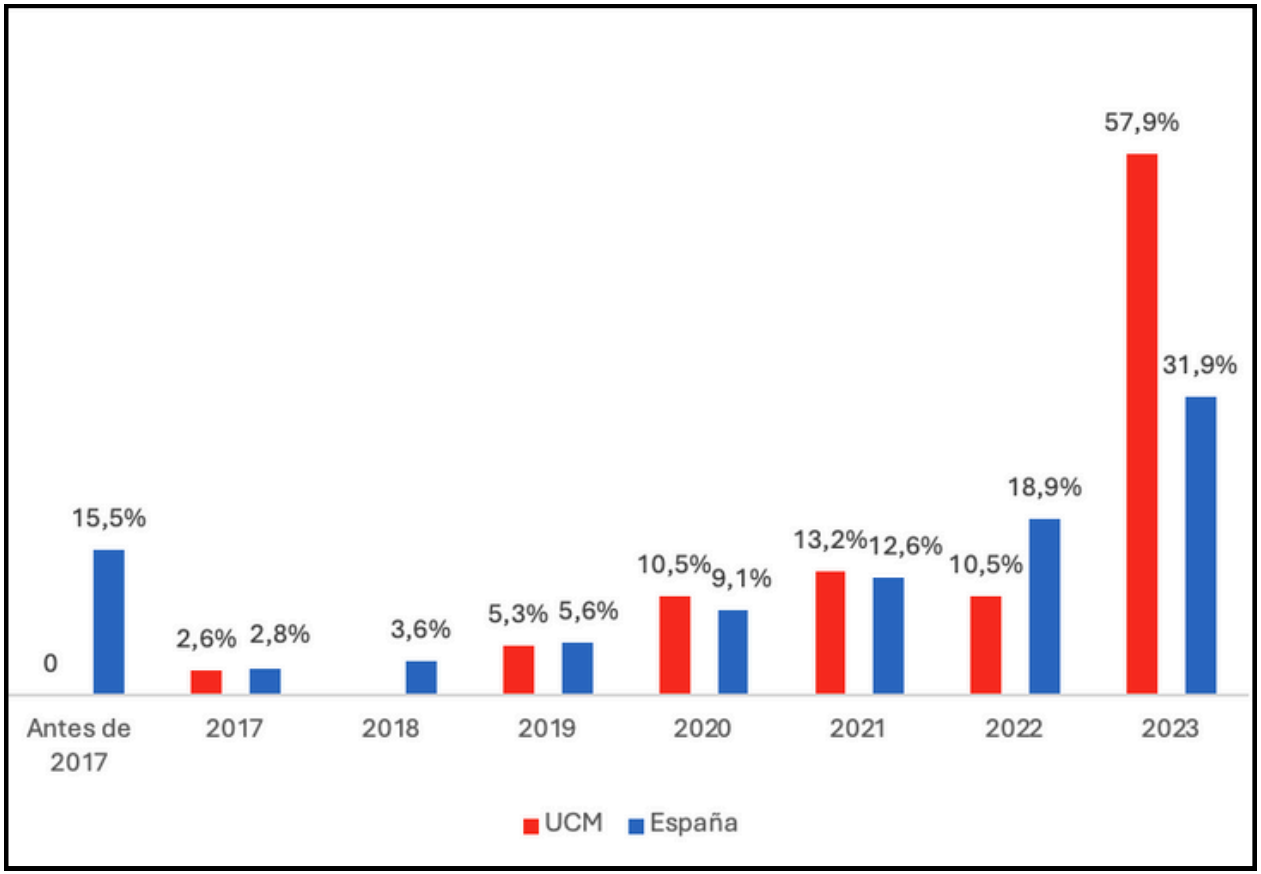
Sin embargo, tanto el alumnado de la Universidad Complutense como el resto de los universitarios españoles indican que aún es pronto para saberlo (en torno al 32,6%).

Figura 6. INTENCIONALIDAD DE QUE EL PROYECTO NACIENTE SE CONVIERTA EN LA PRINCIPAL OCUPACIÓN TRAS LA GRADUACIÓN



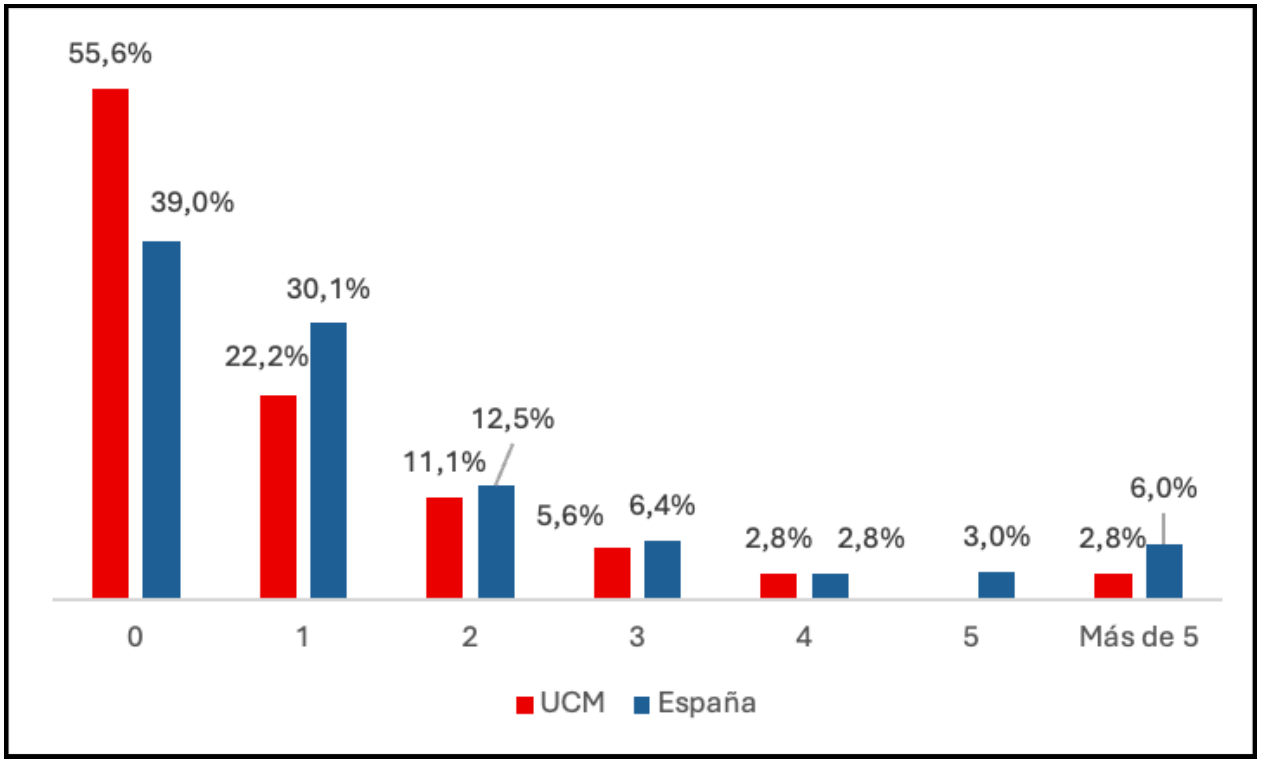
La figura 7 muestra el año de constitución de las empresas indicadas por los emprendedores activos. El año 2023 ha supuesto un momento clave en la iniciativa emprendedora respecto a los años previos y se observa que una gran parte de los emprendedores activos han creado recientemente sus empresas. La "explosión" en cuanto al alumnado que ha creado su empresa ha supuesto un incremento en esta cifra del 47,4% del año 2022 al 2023 en el caso de la Universidad Complutense, mientras que entre el resto de la población universitaria española ha crecido un 13%. Aunque la UCM había experimentado una contracción en cuanto a fundación de empresas del 2,7% en el periodo 2021-2022 y en el resto de España se había producido un aumento en la cifra del 6,7%, en el siguiente periodo (2022-2023) se ha cerrado esta distancia e incluso se ha ampliado considerablemente, demostrando una multiplicación en el número de empresas creadas por los emprendedores activos de la UCM.

Figura 7. AÑO DE FUNDACIÓN DE LAS EMPRESAS DE LOS EMPRENDEDORES ACTIVOS UCM Y ESPAÑOLES



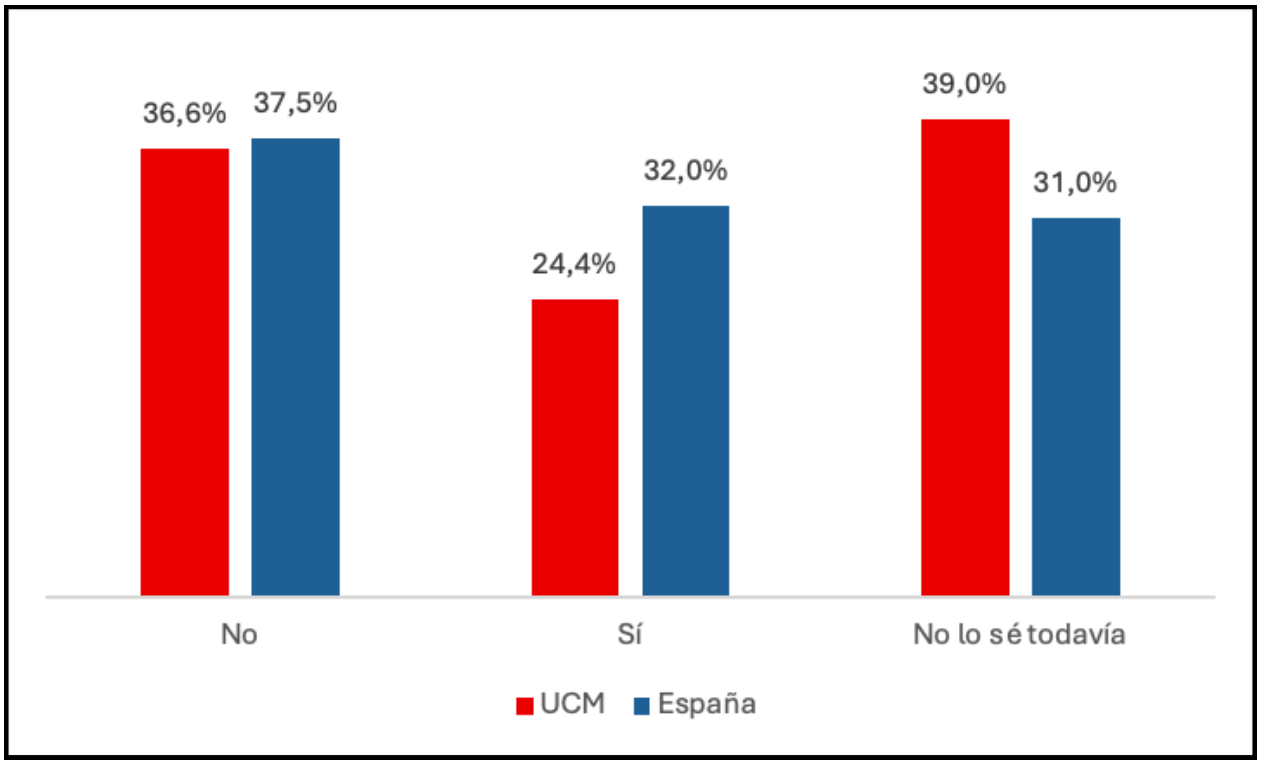
El tamaño de las empresas creadas es muy reducido, tanto en las empresas creadas por el alumnado de la Universidad Complutense como por el resto de los universitarios españoles, y la capacidad de creación de empleo es limitada. En concreto, el 55,6% de las empresas de emprendedores complutenses no genera empleo, una cifra que en el resto de España es del 39%. Las empresas creadas por universitarios con más de 5 empleados en plantilla representan un 6% en España y tan solo un 2,8% en la UCM (Figura 8).

Figura 8. NÚMERO DE EMPLEADOS DE LAS EMPRESAS DE LOS EMPRENDEDORES ACTIVOS



Los emprendedores activos muestran una alta incertidumbre (Figura 9). El 39% del alumnado de la Universidad Complutense indicó no saber si su negocio actual sería su principal ocupación una vez terminados sus estudios. En general, la intencionalidad de que el negocio sea la principal ocupación tras graduarse se encuentra repartida de forma equitativa entre las opciones negativa e indecisa. Sin embargo, es significativo que los emprendedores nacientes muestren mayor intencionalidad de que sea su principal ocupación sobre los emprendedores ya en activo (el 40,5% de los emprendedores nacientes frente al 24,4% de los emprendedores activos, en concreto para los emprendedores de la Universidad Complutense).

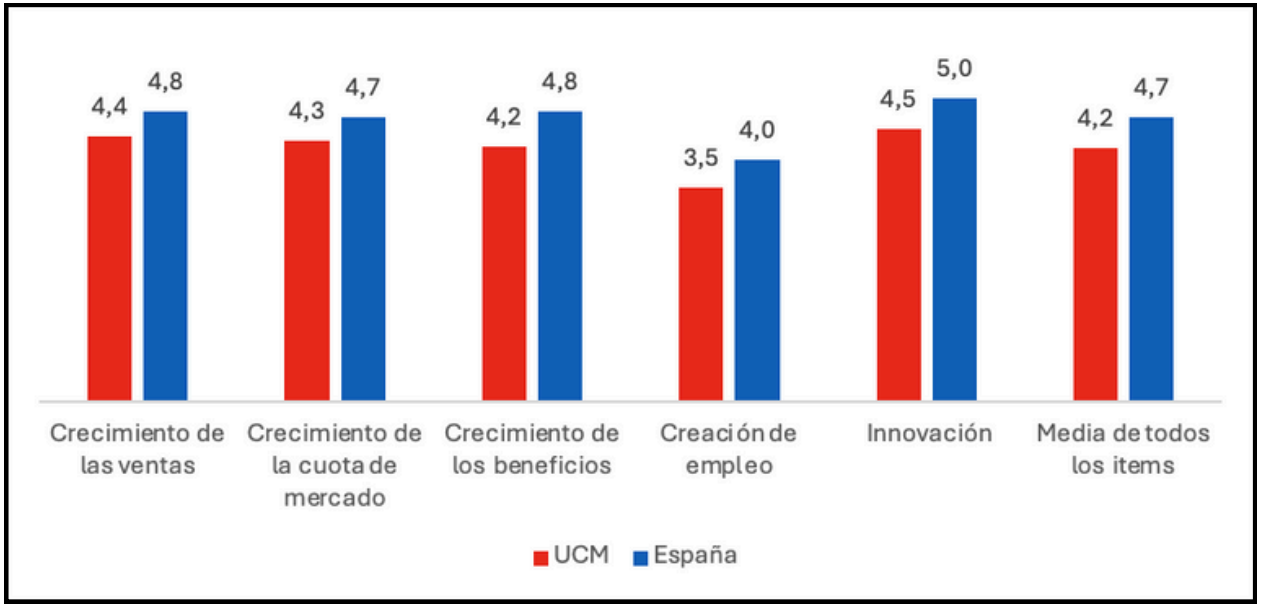
Figura 9. ¿QUIERES QUE ESTE NEGOCIO SE CONVIERTA EN TU PRINCIPAL OCUPACIÓN TRAS GRADUARTE?



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

La figura 10 muestra esta satisfacción. En general, salvo en la creación de empleo, se supera la satisfacción media, tato en el alumnado de la Universidad Complutense como en el alumnado del resto de universidades españolas. Destaca el alto nivel medio de satisfacción (5 sobre 7) con las percepciones positivas en innovación.

Figura 10. AUTOEVALUACIÓN DEL RENDIMIENTO DE LA EMPRESA DEL EMPRENDEDOR ACTIVO



4.3. Emprendimiento universitario: aspectos específicos

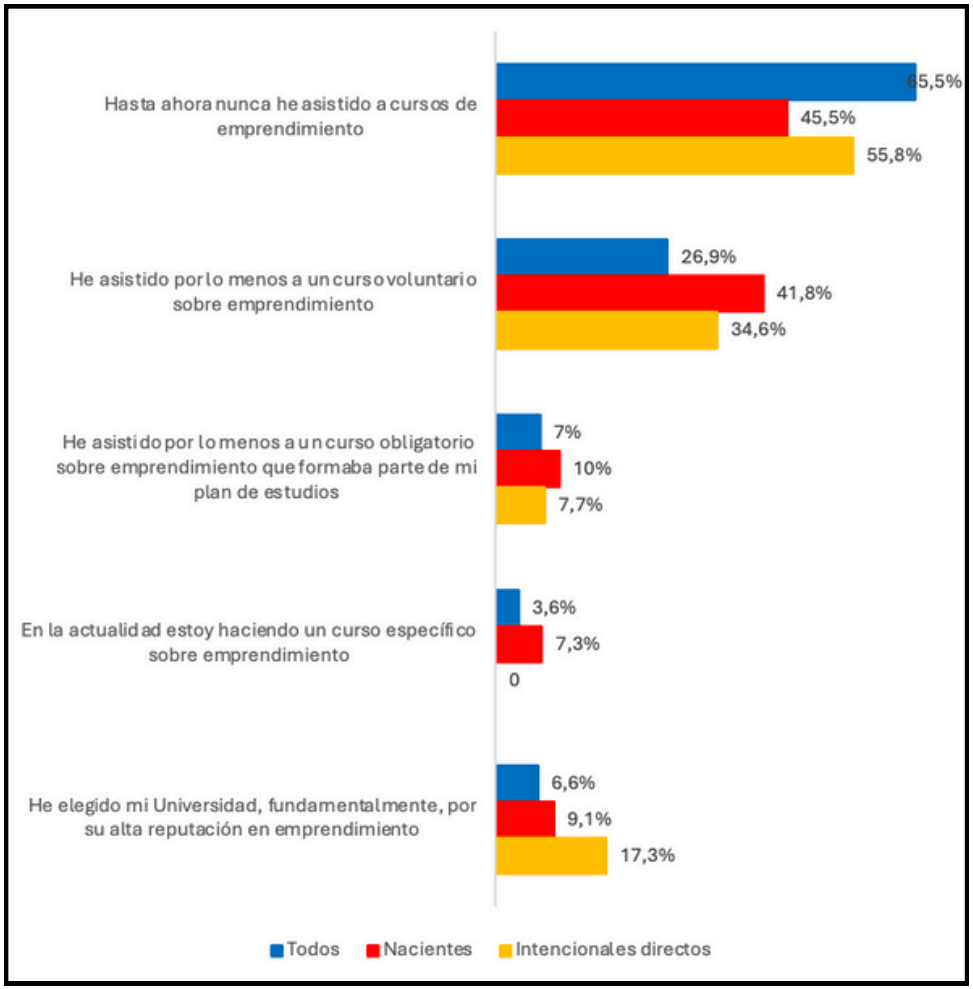
Formación emprendedora

Respecto a la formación en emprendimiento recibida, más de dos tercios de la muestra total de estudiantes de la Universidad Complutense (65,5%) reconoce no haber asistido nunca a cursos de emprendimiento. Sin embargo, este porcentaje es notablemente inferior para los emprendedores nacientes (45,5%).

Tanto los emprendedores nacientes (41,8%) como el alumnado con intenciones emprendedores (34,6%) han asistido de forma voluntaria a la formación en emprendimiento, lo que refleja un alto interés por la formación en emprendimiento.

Es importante resaltar que un 17,3% de los emprendedores intencionales señala que ha elegido la Universidad Complutense por su alta reputación en emprendimiento (Figura 11).

Figura 11. FORMACION EMPRENDEDORA RECIBIDA EN LA UCM

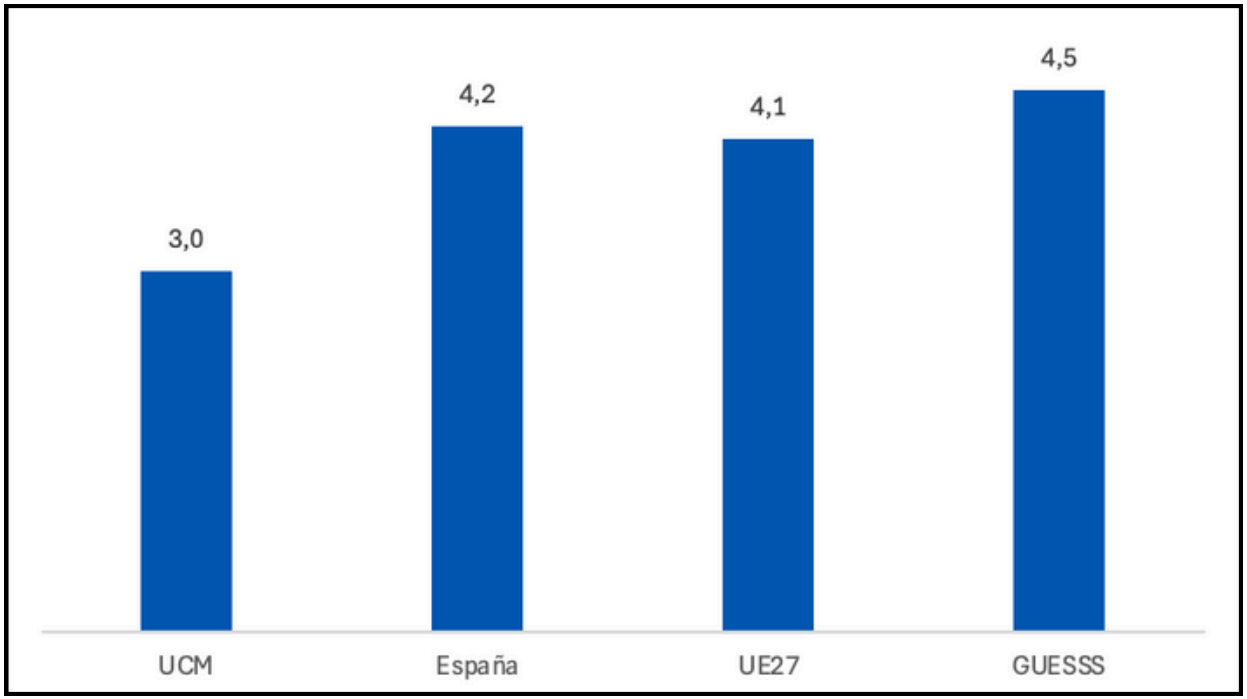


Clima emprendedor

Con el objetivo de evaluar el clima emprendedor se han planteado diversas preguntas sobre si la universidad inspira al desarrollo de ideas y oportunidades y si existe un clima favorable para emprender (Figura 12). Se ha utilizado una escala de Likert de 7 puntos (1: en absoluto; 7: muy alto).

Los datos indican que el alumnado de los países participantes en el informe GUESSS son los que perciben un mayor clima facilitador (4,5) seguido de los estudiantes de las universidades españolas (4,2) y los países incluidos en el GUESSS, estando la UCM especialmente rezagada en este aspecto (3).

Figura 12. CLIMA EMPRENDEDOR DE LA UCM



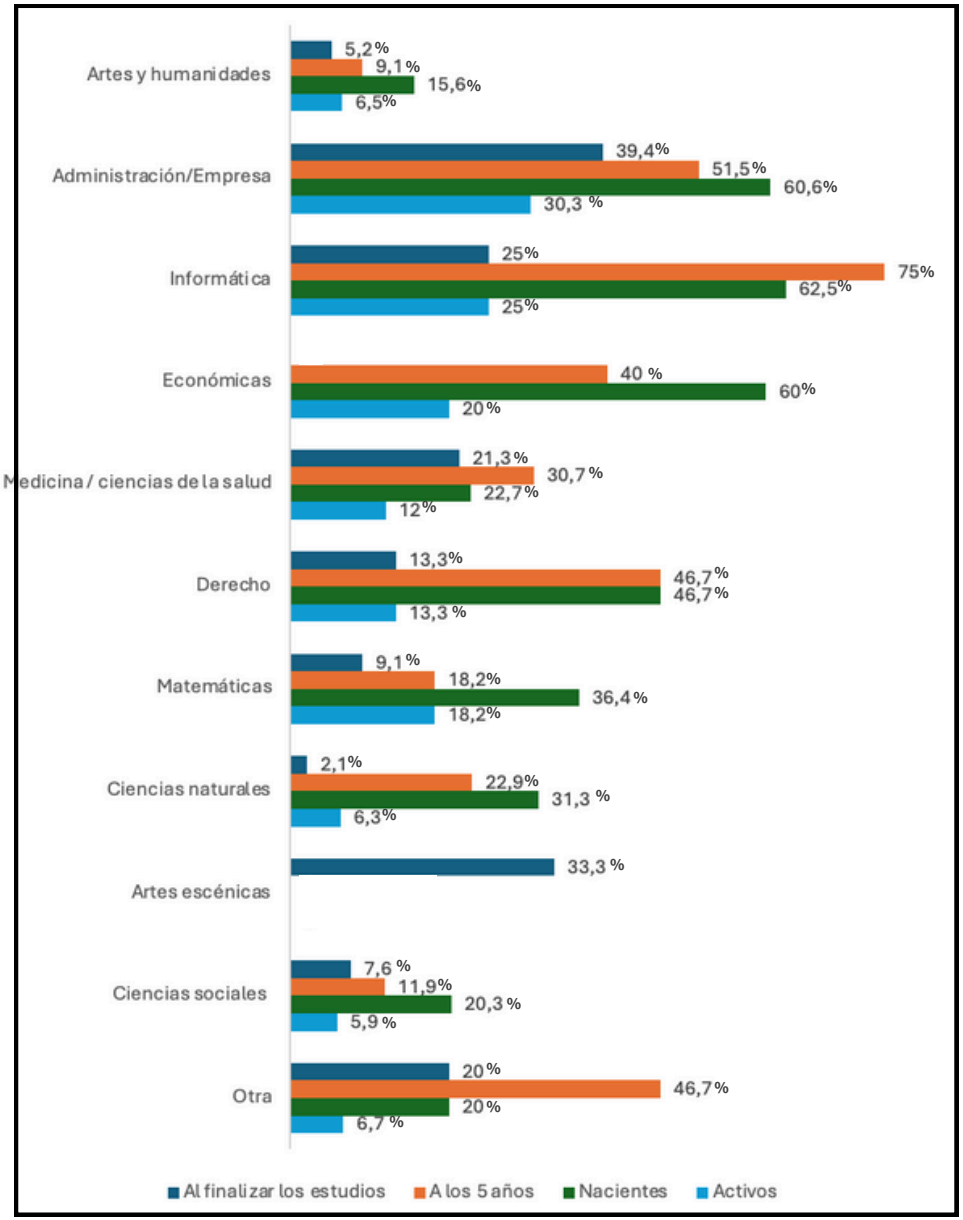
Campo de estudio

Los indicadores de intención emprendedora han sido analizados entre estudiantes de la Universidad Complutense por áreas de conocimiento (Figura 13). En cada área, además de la intención de emprender al acabar los estudios y 5 años después, se suma la intención emprendedora en la submuestra de emprendedores nacientes y de emprendedores activos.

Los datos sobre la intención emprendedora analizada por áreas de conocimiento reflejan una significativa dispersión por las distintas ramas. En cuanto a las ramas con mayores porcentajes de intención emprendedora, los estudiantes de Informática y Ciencias de la Salud muestran la mayor aspiración de emprendimiento a los 5 años de terminar los estudios (75% y 30,7% respectivamente), mientras que para el alumnado de Administración/Empresa (60%), Económicas (60%) y Matemáticas (36,4%) son los emprendedores nacientes los que muestran mayor intención emprendedora.

El alumnado de Administración y Empresa es el grupo que manifiesta menores diferencias entre sus puntuaciones en intención emprendedoras: al finalizar los estudios, (39,4%), 5 años después de finalizar estudios (51,5%), emprendedores nacientes (60,6%) y emprendedores en activo (30,3%).

Figura 13. INTENCIÓN EMPRENDEDORA POR RAMAS DE CONOCIMIENTO

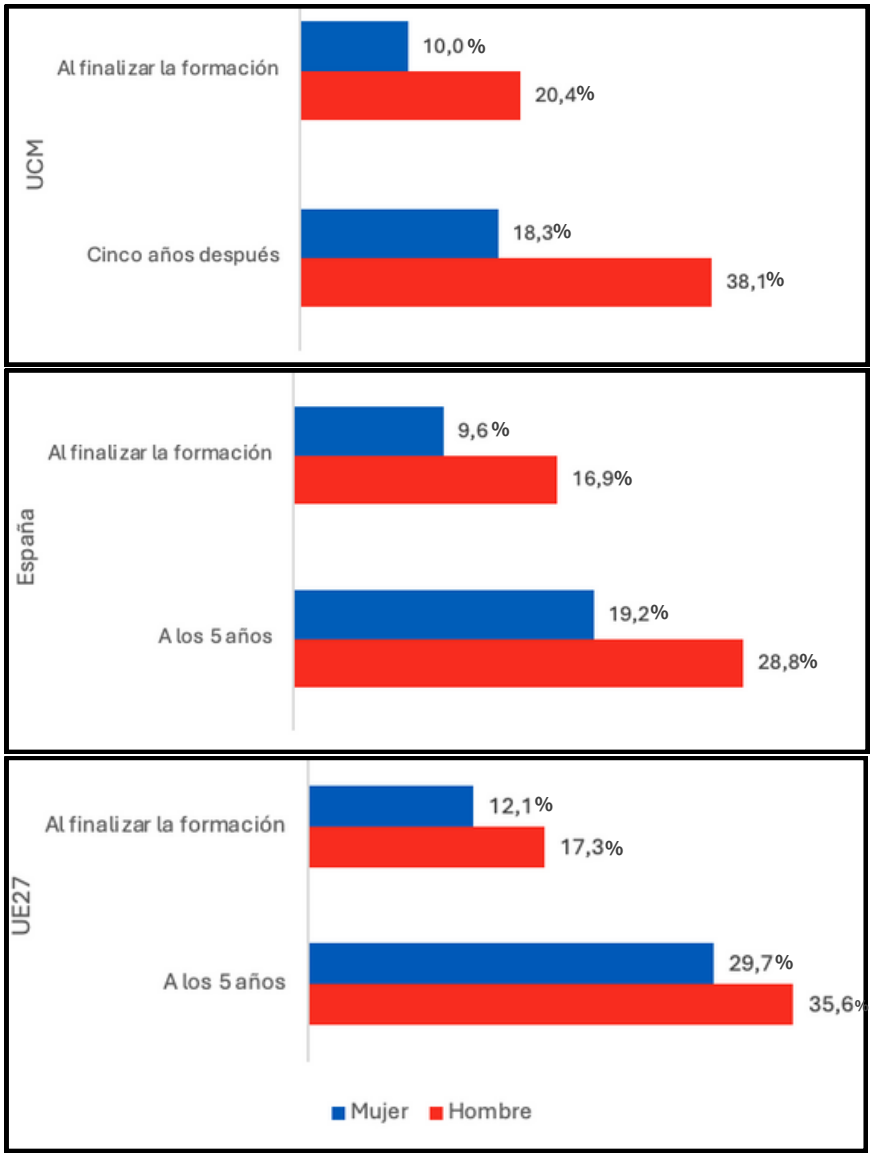


Género

La intención emprendedora según el género presenta notables diferencias en todos los contextos territoriales. En general, los hombres muestran mayor intención emprendedora que las mujeres (Figura 14).

Concretamente, en la Universidad Complutense son los hombres los que muestran mayor intención emprendedora transcurridos 5 años de la finalización de los estudios sobre el resto de los contextos analizados. Además, los hombres duplican en intención emprendedora a las mujeres, tanto al finalizar los estudios (10% para las mujeres y 20,4% para los hombres) como pasados 5 años (18,3% para las mujeres y 38,1% para los hombres).

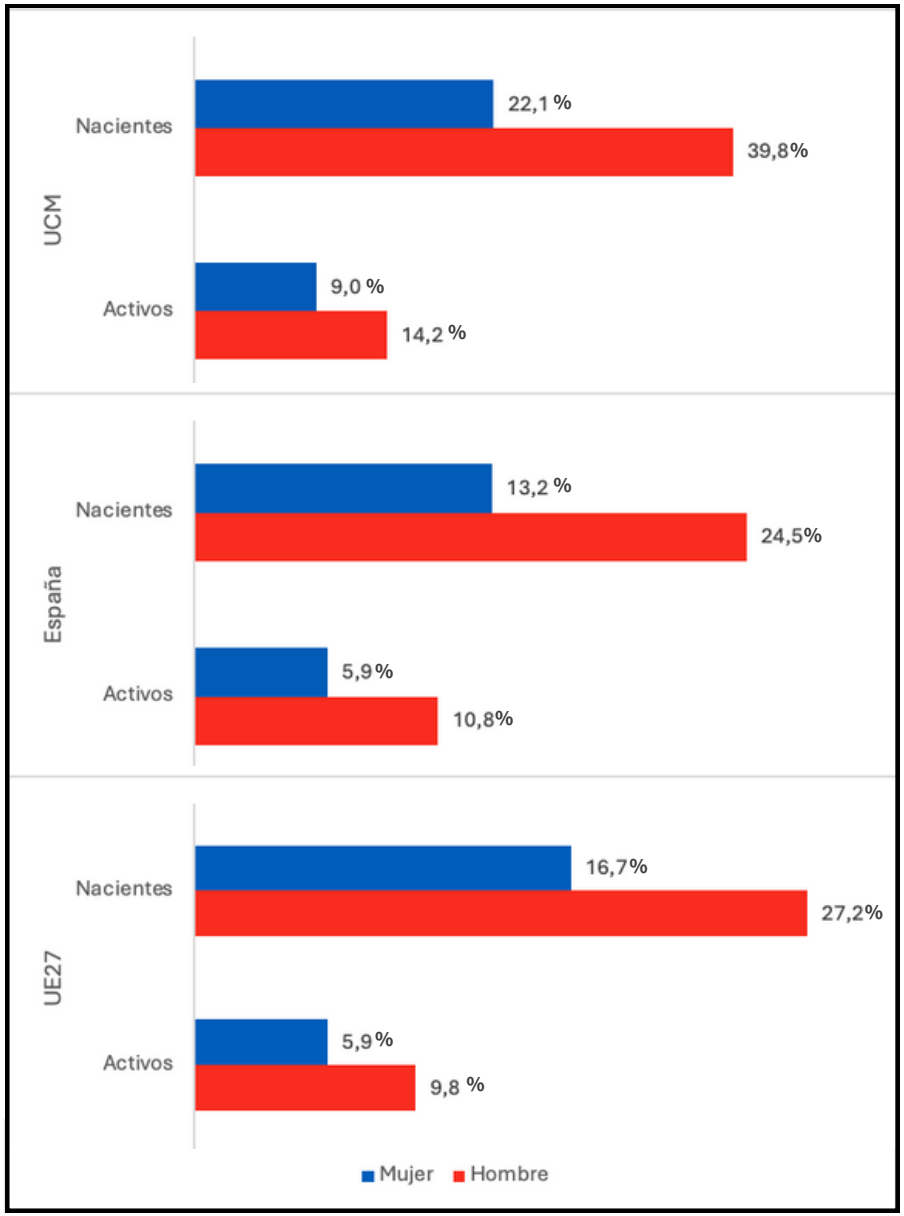
Figura 14. DIFERENCIAS DE GÉNERO EN LAS INTENCIONES EMPRENDEDORAS AL TERMINAR Y A LOS CINCO AÑOS



En cuanto a las diferencias entre emprendedores nacientes y activos en función del género, nuevamente, los datos indican mayor intención emprendedora para los hombres en todos los contextos geográficos analizados (Figura 15).

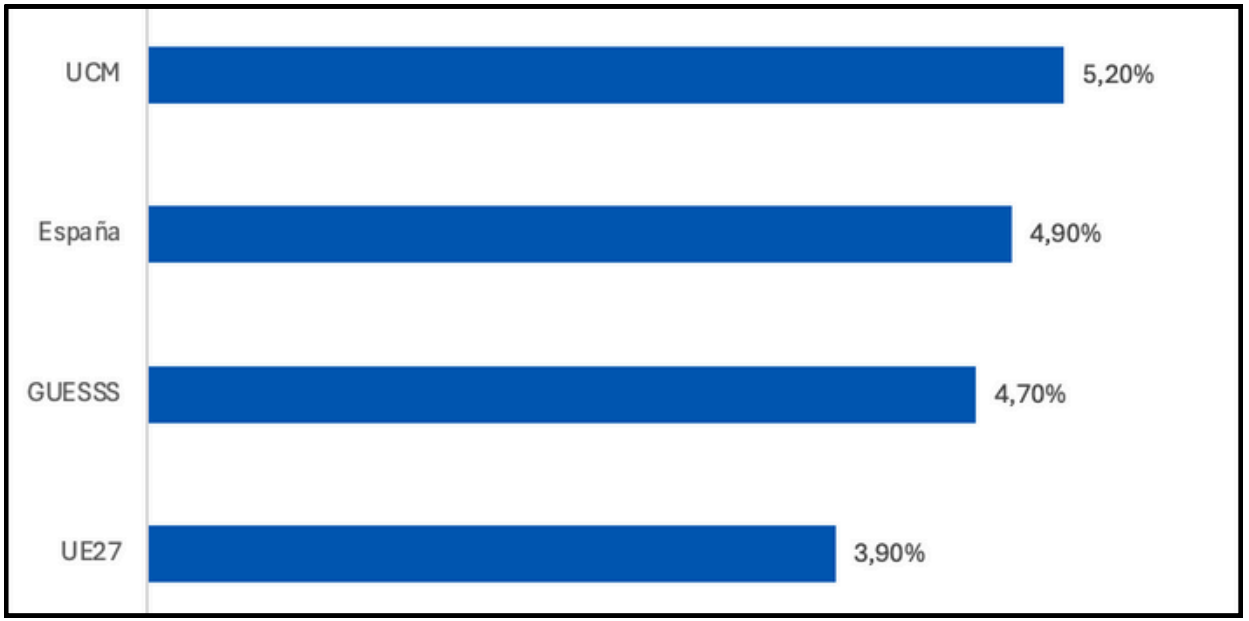
Conviene que las estudiantes de la Universidad Complutense son las que muestran mayor intencionalidad emprendedora sobre el resto alumnas, tanto en el caso de las mujeres emprendedoras nacientes (22,1%) como en el de las emprendedoras activas (9%), llegando a casi duplicar la media española, superando la media de la UE-27 y estando prácticamente a la par con la media GUESSS.

Figura 15. DIFERENCIAS DE GÉNERO ENTRE EMPRENDEDORES NACIENTES Y ACTIVOS



A pesar de que las estudiantes de la Universidad Complutense son las que muestran mayor intencionalidad emprendedora sobre el resto de los contextos territoriales, la brecha de género entre los emprendedores activos es la más alta para el alumnado de la Universidad Complutense (5,2%), el alumnado de la Unión Europea es el grupo con menores diferencias por género (3,9%) (Figura 16).

Figura 16. DIFERENCIAS DE GÉNERO ENTRE EMPRENDEDORES ACTIVOS



5 Recomendaciones

A la vista de los resultados obtenidos en este informe pueden realizarse varias recomendaciones para distintos colectivos implicados en el impulso y desarrollo del emprendimiento universitario en general y en la UCM en particular. **Los estudiantes y potenciales emprendedores** deberían:

Valorar las opciones que representa el emprendimiento no sólo en el corto plazo o al obtener su título universitario, sino también a largo plazo como parte de su futuro profesional. Las intenciones de elección de carrera del estudiantado universitario de la UCM cuando finalizan sus estudios presentan alta incertidumbre (21% declaran "todavía no lo sé"), con el empleo en una gran empresa como segunda opción (18%) y el empleo público (15%). No obstante, pasados cinco años tras finalizar los estudios, el emprendimiento se convierte en la opción mayoritaria (23%), superando incluso al empleo público (19%).

Aprovechar la formación para el emprendimiento que les ofrece gratuitamente la universidad. Esto es especialmente importante para quienes ya tienen una empresa y para quienes se plantean tenerla a medio o largo plazo. El 45% de los emprendedores nacientes declara no haber asistido nunca a un curso de emprendimiento en la UCM y esta cifra asciende al 56% en el caso de emprendedores intencionales directos.

Fijar la creación de empleo (como mínimo de autoempleo) como uno de los objetivos principales de sus proyectos emprendedores. El 56% de las empresas creadas por los emprendedores activos de la UCM no han creado ningún empleo. Un 39% de estos emprendedores no tiene claro si quiere que ese negocio se convierta en su principal ocupación tras graduarse, y un 37% no lo desea. Estas cifras denotan un compromiso relativamente débil con la iniciativa emprendedora por parte de sus promotores.



Por su parte, la Universidad Complutense de Madrid, **agentes sociales, empresas e instituciones sociales** deberían:

Prestar atención a la importancia que está adoptando el emprendimiento como opción laboral a largo plazo para el alumnado universitario. Es pertinente plantear el debate entre el modelo de "Universidad profesionalizante", con orígenes en el siglo XIX y centrado esencialmente en la formación de profesionales cualificados para satisfacer las demandas del mercado laboral, y el modelo de "Universidad emprendedora", surgido como respuesta a las dinámicas de cambio propias del siglo XXI, yendo más allá de la mera formación profesional, con el fin de fomentar una mentalidad proactiva, creativa y orientada a la generación de nuevas iniciativas que creen valor para la sociedad. Si el alumnado parece optar, según los resultados de la encuesta, por "primero ser empleado, luego emprendedor", el modelo de Universidad debería adaptarse en consecuencia.

Mantener las políticas de promoción del emprendimiento femenino, a la vista de los resultados que están ofreciendo actualmente. Aunque el emprendimiento femenino en la UCM es superior a la media española y a la de la UE-27, lo cierto es que los hombres duplican en intención emprendedora a las mujeres, tanto al finalizar los estudios (10% para las mujeres y 20,4% para los hombres) como pasados 5 años (18,3% para las mujeres y 38,1% para los hombres).

Desarrollar acciones que fomenten el clima emprendedor de la UCM. Se observa una distancia relevante con los principales contextos de referencia (frente al 4,2 de la media española, la UCM tiene un 3, valorando en una escala de 5 posiciones). Aunque el emprendimiento naciente supera el 60% en las áreas como Informática, Administración/Empresa o Económicas, en otras, como Artes y Humanidades (16%), Ciencias Sociales (20%) o Medicina/Ciencias de la Salud (23%), presenta un considerable margen de mejora.

Fomentar el desarrollo de proyectos emprendedores con potencial para la creación de empleo o, como mínimo, para el autoempleo. El 56% de las empresas creadas por los emprendedores activos de la UCM no han conseguido crear ningún puesto de trabajo. Puesto que uno de los principales beneficios sociales que ofrece el emprendimiento para la sociedad es su potencial para la creación de empleo, este debe ser un objetivo de mejora para la UCM.

Incorporar la formación para el emprendimiento a las diferentes titulaciones. El porcentaje de emprendedores (y más aún el de no emprendedores) que no recibe formación para el emprendimiento en la UCM es elevado, con cifras que oscilan entre el 45% y el 65%. Esto puede llevarse a cabo mediante la modificación de los propios planes de estudio, para que incluyan contenidos y competencias relativos al emprendimiento, o de manera transversal, atendiendo a los perfiles que definen los distintos niveles de orientación emprendedora, mediante servicios centralizados (Oficina para el Emprendimiento Compluemprende) o especializados (Preincubadoras en Facultades).



Para poder aumentar la concienciación del alumnado e impulsar el emprendimiento como Universidad es imprescindible que el personal docente e investigador se involucre en estas actividades. Así, en este sentido, cabe recomendar que **docentes e investigadores** intenten:

Incorporar la formación para el emprendimiento a las diferentes titulaciones, en función de las necesidades específicas del título, el área de especialización y las oportunidades de desarrollo profesional propias de su campo. Son los propios docentes los que cuentan con la capacidad para detectar las asignaturas o contenidos susceptibles de modificación o incorporación, las demandas de los propios estudiantes y egresados, así como las tendencias de su sector. El desarrollo de trabajos fin de grado o fin de máster (TFGs y TFMs) es una excelente oportunidad de incorporar la iniciativa emprendedora con estudiantes que están próximos a la finalización de sus estudios y les brinda una opción de desarrollo inmediata para ese momento.

Ayudar a superar los prejuicios relativos al sexo o área de conocimiento. Considerar que un determinado sexo o campo de especialización es menos proclive al emprendimiento suele basarse en prejuicios o falta de trayectoria, pero lo peor de todo es que genera barreras para el alumnado a la hora de poder acceder a este campo de desarrollo profesional. Al igual que las actividades de investigación se han desarrollado, con sus propias particularidades en todas las áreas de conocimiento y la mujer se ha incorporado plenamente a ellas en la Universidad, es necesario que suceda lo mismo con el emprendimiento universitario. De hecho, una buena manera de lograrlo es impulsar el emprendimiento científico con aplicaciones reales para la sociedad a través de las actividades de transferencia de conocimiento o de resultados de investigación a través de proyectos emprendedores.

Fomentar el desarrollo de proyectos emprendedores con potencial para la innovación y la creación de empleo. En línea con el punto anterior, el emprendimiento científico y universitario suele tener un mayor componente tecnológico y capacidad de creación de empleo a largo plazo. Trabajar en estrecha colaboración con estudiantes y egresados es una forma de generar proyectos de mayor calidad e impacto, aunque estos requieren una mentalidad y actitud emprendedoras por parte de directores de proyectos y grupos de investigación, tutores y supervisores académicos, y personal docente e investigador en su conjunto.

Desarrollar acciones que fomenten el clima emprendedor de la UCM. Aunque se ha hecho esta recomendación en un plano estratégico para el conjunto de la UCM, el clima emprendedor se desarrolla en cada Facultad, Departamento o Grupo de Investigación. Es por ello necesario reflexionar, en los grupos que realizan el trabajo diario en nuestra institución, sobre el papel que se quiere y debe jugar en la transición de una "Universidad profesionalizante" a una "Universidad emprendedora".



Ravenwits. Producción de energía renovable mediante técnicas de Deep Learning

¿Cuál fue el motivo principal que os llevó a emprender? ¿Qué dificultades os encontrasteis y qué apoyos recibisteis en los momentos de arrancar?

Ambos fundadores teníamos desde hacía tiempo una inquietud por emprender, combinada con una trayectoria académica centrada en los últimos años en el Aprendizaje Automático. La oportunidad concreta surgió cuando asumimos la dirección de un proyecto de I+D financiado por Red Eléctrica de España, orientado al uso de Deep Learning para la predicción de energía renovable. El éxito de esa prueba de concepto fue decisivo: nos impulsó a dar el salto y fundar una empresa enfocada al desarrollo de soluciones basadas en Deep Learning aplicadas al sector eléctrico.

La principal dificultad con la que nos encontramos fue nuestra absoluta falta de cultura empresarial. Arrancamos a base de ensayo y error, cometiendo muchos fallos y acumulando pocos aciertos al principio. Procedentes del ámbito académico, tuvimos que "desaprender" ciertas dinámicas para poder adaptarnos a un entorno con necesidades, motivaciones, ritmos y prioridades muy distintas.

El primer gran apoyo llegó cuando fuimos seleccionados como una de las empresas ganadoras del Fondo de Emprendedores de la Fundación Repsol. Este premio supuso no solo una ayuda económica y un reconocimiento muy valioso, sino también un acompañamiento a través de mentoría especializada que nos ayudó enormemente a adoptar la mentalidad empresarial necesaria. Además, el respaldo recibido en convocatorias como Compluemprende y las iniciativas de emprendimiento de la UPM nos aportó una validación externa que fortaleció nuestro proyecto en las primeras fases.

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

A quienes, como nosotros, provienen del mundo académico y se plantean emprender, les diríamos que dediquen tiempo a entender las diferencias entre lo que se valora en la investigación y lo que impulsa una empresa. No basta con tener una buena idea o una tecnología prometedora: hay que saber escuchar al mercado, comunicar valor y construir algo que realmente resuelva un problema.



Ravenwits

Medea Mind. Ciencia y tecnología para transformar el cuidado de la salud mental

Medea Mind es una startup innovadora en salud mental que aplica inteligencia artificial y ciencia de datos para mejorar el proceso clínico, desde la evaluación inicial hasta el seguimiento terapéutico. Nace en el contexto universitario, impulsada por un equipo de psicólogos e investigadores de distintas áreas formados en la Universidad Complutense de Madrid, con experiencia internacional en investigación clínica y desarrollo tecnológico.

Desde 2022, Medea ha desarrollado herramientas como el Medea Mix, un sistema de evaluación biopsicosocial con generación automática de informes que facilita la toma de decisiones clínicas; el Medea Live Mix, un sistema de seguimiento personalizado que permite a profesionales y pacientes monitorizar la evolución del tratamiento; y Match Mind, un algoritmo pionero para la selección del profesional más adecuado y la mejora de la alianza terapéutica. Actualmente, la empresa colabora con clínicas, hospitales y aseguradoras a nivel nacional, con la mirada puesta en mercados internacionales.

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

Como psicólogos clínicos e investigadores, experimentamos en primera persona la brecha entre el conocimiento científico y su aplicación en contextos reales. Emprender fue nuestra manera de responder a esta necesidad: transformar los avances en ciencia de datos y salud mental en soluciones prácticas, escalables y accesibles. Queríamos que los profesionales pudieran tomar decisiones basadas en datos, ahorrar tiempo en la evaluación y ofrecer un seguimiento más ajustado a las necesidades reales de cada paciente.

¿Qué dificultades os encontrasteis y qué apoyos recibisteis en los momentos de arrancar?

Las principales dificultades fueron navegar los requisitos regulatorios en salud y comunicar con claridad el valor añadido de la IA a profesionales clínicos. Además, combinar el rigor científico con la agilidad del emprendimiento supuso un aprendizaje constante. Sin embargo, contamos con apoyos clave: mentores especializados en salud digital, el respaldo de nuestra universidad en las primeras fases, y el acompañamiento de entidades como Compluemprende, A3Z Advanced en el ámbito regulatorio y mentores de la red de EIT Health. Estos apoyos nos permitieron avanzar con mayor solidez y validar nuestra propuesta en contextos reales.

¿Qué consejos daríais a quienes quieren emprender desde la universidad?

Emprender es una aventura exigente pero profundamente formativa. Nuestro consejo es que se rodeen de personas con experiencia complementaria, no teman equivocarse y se mantengan cerca de los problemas reales que quieren resolver. La universidad es un entorno ideal para experimentar, crear redes y acceder a conocimiento y apoyo institucional. Aprovechadlo al máximo, sin perder de vista que el impacto real se construye escuchando, adaptándose y colaborando con quienes más pueden beneficiarse de vuestra idea.



medea mind

7 Organización del proyecto

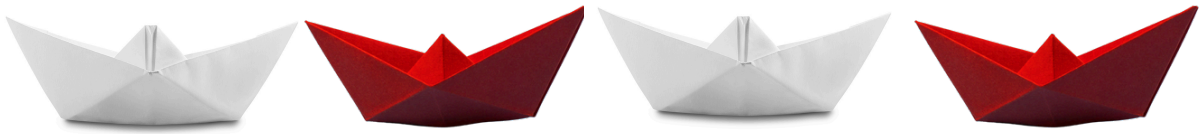
El proyecto Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey (GUESSS) es el observatorio de investigación colaborativa relacionado con el emprendimiento universitario más importante del mundo. La primera edición internacional comienza en 2003 y emite informes globales periódicos. La décima edición internacional de 2023 ha sido coordinada por el profesor Philipp Sieger (GUESSS CEO) de la Universidad de Berna y por los miembros del comité de supervisión, los profesores Urs Fueglistaller (Chairman), Thomas Zellweger, Isabella Hatak y Norris Krueger.

En España el proyecto GUESSS lo organiza el Observatorio del Emprendimiento de España y lo dirige el profesor José Ruiz Navarro, catedrático emérito por la Universidad de Cádiz. Los antecedentes se remontan a 2014 y 2016 cuando ESADE lo pone en marcha en algunas universidades. En 2018 se publica el primer informe nacional en el que participan 54 universidades y lo coordina la Universidad de Cádiz. En 2021 pasa a coordinarse por el Observatorio del Emprendimiento de España manteniéndose la realización por el equipo de investigación de la Universidad de Cádiz.

La preparación de la edición 2023 comenzó a principios de 2022 con la revisión y actualización del cuestionario, común para todos los países excepto en las preguntas adicionales propuestas por España. La traducción al español, para todos los países de habla hispana, correspondió al equipo de la UCA y se realizó a mediados de 2022. Tras probar el cuestionario en línea, se prepararon los protocolos de confidencialidad y protección de datos y se invitó a participar a todas las universidades, públicas y privadas y a las principales escuelas de negocios. En junio de 2023 se cerró la lista de las universidades participantes. Posteriormente, las universidades estimaron el número de alumnos a encuestar. A primeros de septiembre se envió y probó nuevamente el enlace al cuestionario de la encuesta a cada universidad. El 4 de septiembre, la encuesta comenzó a estar operativa, aunque cada universidad estableció sus propias fechas de distribución interna en función de sus calendarios lectivos. Semanalmente las universidades recibían un informe de seguimiento de la participación de los alumnos. El 22 de diciembre de 2023 se cerraron las encuestas.

Tras la depuración de los cuestionarios recibidos y una vez agrupada la información por países, se les envió a las universidades la base de datos de las respuestas obtenidas de su universidad con objeto de ir tratándolas y compararlas con la información nacional, una vez publicados los datos de España, y poder elaborar sus informes.

Tras la publicación del informe internacional el pasado mes de mayo y la presentación del informe nacional en noviembre 2024, el equipo de la Universidad Complutense de Madrid ha realizado el presente informe analizando los datos de nuestros estudiantes. La información recogida en los informes explota solo una parte de la extensa base de datos construida, lo que abre futuras líneas de investigación y publicaciones.



Características de la muestra 2023

Con el fin de conocer el perfil de los estudiantes encuestados en la Universidad Complutense, se han efectuado análisis descriptivos sobre diversas variables sociodemográficas como sexo, edad, nivel y campo de estudios de los alumnos participantes en la encuesta.

La encuesta ha sido cumplimentada por un mayor número de mujeres (70,6%) que de hombres (27,5%) (Figura 17). Este porcentaje es algo superior a la proporción que representan las mujeres en la Universidad Complutense (61%). Respecto a la edad, la mayoría de los alumnos encuestados (67,5%) tiene entre 20 y 29 años. El 21,6% de los encuestados es menor de 20 años y solo el 3,3% es mayor de 40 años (Figura 18). →

Figura 17. COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA POR GÉNERO

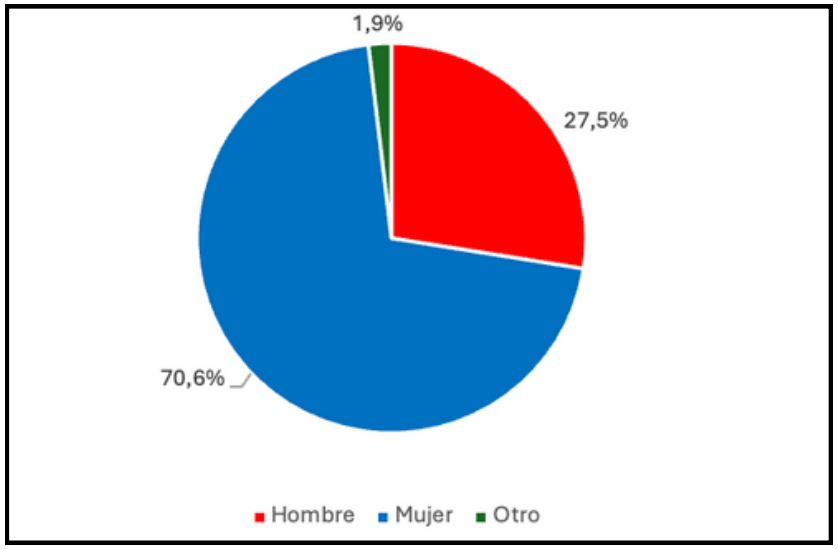
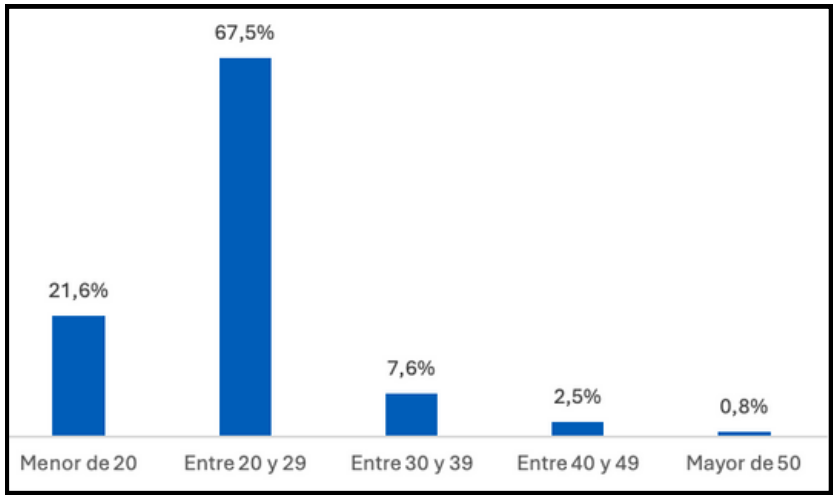


Figura 18. EDADES DE LOS PARTICIPANTES



→ En cuanto al nivel de estudios, el 67,5% del alumnado encuestado está realizando estudios de grado, un 22,6% son estudiantes de máster y un 8% son estudiantes de doctorado (Figura 19).

Respecto al campo de estudio (Figura 20), la rama de conocimiento con mayor representación es Ciencias Sociales (28,6%), con similar representación destacan en segundo lugar las ramas de Artes/Humanidades (18,7%) y Ciencias de la Salud (18,2), mientras que el alumnado que cursa estudios de Administración y Empresa representa un 8% de la muestra.

Figura 19. PARTICIPANTES POR CICLOS FORMATIVOS

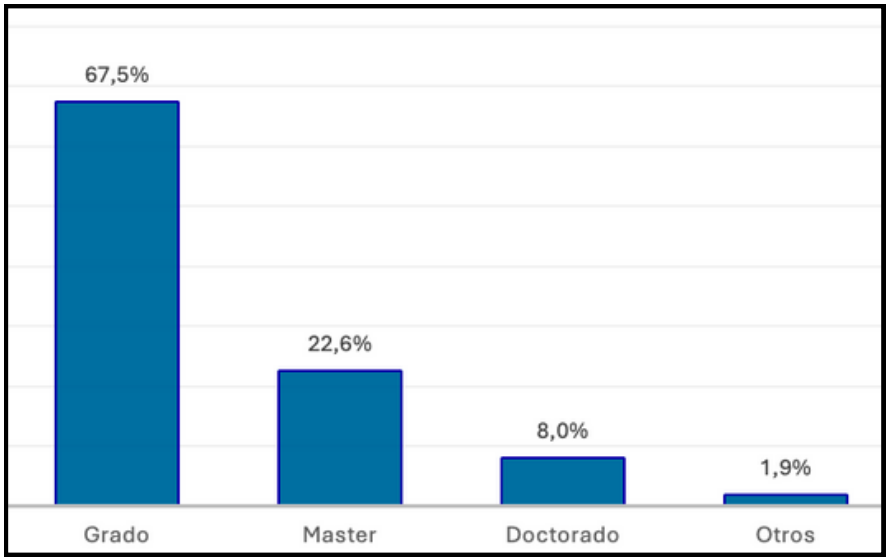
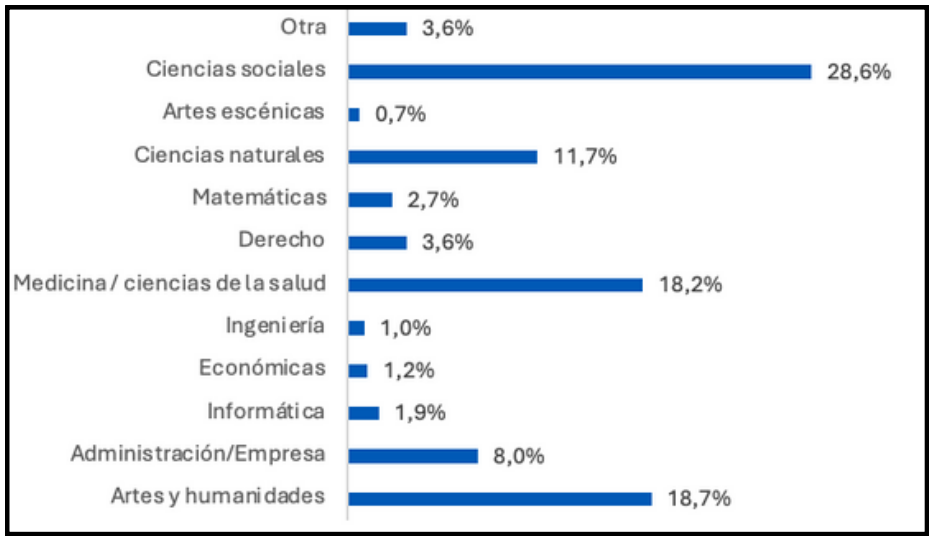


Figura 20. PARTICIPANTES POR RAMAS DE CONOCIMIENTO



Glosario de términos

Término 1 - *Intenciones directas*

Porcentaje de estudiantes universitarios que muestra su elección profesional una vez que terminan sus estudios, independientemente de que la opción sea inmediata al término de sus estudios o a cinco años después.

Término 2 - *Intenciones emprendedoras*

Porcentaje de estudiantes universitarios que muestra la intención de convertirse en emprendedores una vez que terminan sus estudios.Para ello, se les pregunta sobre sus opciones de carrera futuras, tanto al término de sus estudios universitarios, como cinco años después de dicho momento.

Término 3 - *Emprendedor naciente*

Porcentaje de estudiantes universitarios que se encuentran inmersos en el proceso de creación de sus propias empresas.

Término 4 - *Emprendedor activo*

Porcentaje de estudiantes universitarios que manifiestan que son propietarios de una empresa.

Término 5 - *Formación en emprendimiento*

Uso que los estudiantes universitarios hacen de la oferta de actividades de formación en emprendimiento que se organizan en su Universidad.

Término 6 - *Clima Emprendedor*

Percepción de los estudiantes universitarios sobre el apoyo de su universidad al espíritu emprendedor.