

Emprendimiento universitario

en Canarias

Informe GUESSS 2020-21



Emprendimiento universitario en Canarias
Informe GUESSS 2020-2021

Edita:

Rosa M. Batista-Canino. Instituto
Universitario de Turismo y Desarrollo
Económico Sostenible. Universidad de Las
Palmas de Gran Canaria. Campus de Tafira.
35.017 Las Palmas

ISBN: 978-84-09-41358-4

1ª Edición: mayo, 2022

Cómo citar esta publicación:

Batista-Canino, R.M.; García-Rodríguez, F.J.;
Medina-Brito, M. P.; Gutiérrez-Taño, D.; Sosa-
Cabrera, S.; Ruiz-Rosa, I.; Bolívar-Cruz, A.;
Gil-Soto, E.; Santana-Hernández, L. (2022).
Emprendimiento Universitario en Canarias.
Informe GUESSS 2020-2021. Universidad
de Las Palmas de Gran Canaria.

DOI: 10.25145/b.2022.03

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley.

Emprendimiento universitario

en Canarias

Informe GUESSS 2020-21

Equipo investigador

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

Rosa M. Batista-Canino
Pino Medina Brito (Codirectoras)
Silvia Sosa Cabrera
Alicia Bolívar Cruz
Lidia Santana-Hernández*

Universidad de La Laguna

Francisco García Rodríguez
(Codirector)
Esperanza Gil Soto
Desiderio Gutiérrez Taño
Carmen Inés Ruiz de la Rosa

* Becada por el Fondo Social Europeo a través del Programa de Ayuda predoctoral de formación del personal investigador de la Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información del Gobierno de Canarias (num. TESIS2020010027)





Agoney Melián

Presidente de la Asociación de Jóvenes Empresarios de Canarias (AJE Canarias)

Hablar de empresa y emprendimiento, siempre que puedo, forma parte de mis funciones como presidente de AJE Canarias, pero les mentiría si no les dijese que en esta ocasión me hace especialmente ilusión.

No sólo porque creo que tener datos sobre el emprendimiento, especialmente el derivado de las instituciones educativas, es vital para marcar hojas de ruta certeras. También porque, por primera vez se cuenta con la experiencia de la organización destinada a potenciar y apoyar a la juventud empresaria de Canarias, la que tengo el honor de liderar junto a personas talentosas, humildes, generosas y luchadoras. Les hablo de AJE Canarias.

Lo primero que tuve que hacer cuando llegó a mis manos esta oportunidad, fue buscar qué significaba esto de hacer un prólogo. Y no

Prólogo

será porque no leo libros, sobre todo sobre el mundo de la empresa y el emprendimiento, pero nunca me había parado a pensar cuál era el sentido de hacer esta acción. Facilitar e introducir al lector en el texto que leerá a continuación.

Que el emprendimiento por vocación no es una opción mayoritaria en nuestra juventud, es un hecho que intuía, pero después de leer con detenimiento este maravilloso informe, me queda tristemente claro. Los estudiantes, cuando empiezan una carrera, no lo hacen con un gran interés por emprender, y a lo largo de su etapa educativa sólo un 10 % más se lo plantea, que ni mucho menos quiere decir que lo haga. Y es que no me extraña, emprender no es de valientes, sino de inconscientes, y nuestra juventud ya bastante tiene con pensar en tener un proyecto de vida que les sostenga como personas independientes.

Sin duda creo que hay demasiadas instituciones luchando por el emprendimiento de manera individual. Universidades, agencias de desarrollo local, administraciones públicas insulares en las que hay proyectos paralelos en varias áreas, organizaciones empresariales, fundaciones, lanzaderas, etc. ¿Cuántos millones se destinarán a este fin de manera pública? Me temo que demasiados, ya que los altos índices de mortalidad en empresas de reciente creación son catastróficos. Muchas veces pienso que el mejor proyecto de emprendimiento que podríamos poner en marcha es cuidar un poco más a las empresas, generar un plan de consolidación, y así potenciar una economía más fuerte y con más capacidad de generar empleo de calidad. Vamos, que si nos pusiésemos en marcha para trabajar en dignificar a la juventud empresaria, conseguiríamos que los datos de este informe fuesen motivo de orgullo para nuestra tierra y un soplo de optimismo para devolver la esperanza a nuestra juventud desesperada.

Nos falta valor para salir del titular y tomar decisiones de profundo calado, para sentarnos en una mesa a planear, con los actores principales, un proyecto único y coherente, sin fotos, sin prensa, sin logos ni orientación política. Un proyecto que midiera la eficiencia de la generación de empresas de alto valor para las Islas. Y digo esto porque ya van dos leyes, la LEY 14/201 basada en el apoyo a los emprendedores y la nueva Ley de Startups, junto a una estrategia de España Nación Emprendedora que tiene un logo muy bonito, pero sin dotación presupuestaria y excluyendo a la organización nacional destinada a este fin, CEAJE, la Confederación Española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios. Quizás por eso, a pesar de los aparentes esfuerzos, no terminamos de convertirnos realmente en una Nación Emprendedora.

España es un país que tiene muchas PYMES y autónomos. Eso de ser gran empresa ni se plantea cuando vas a emprender y, si viéramos a lo que se dedican las grandes compañías fuera de la banca y las telecomunicaciones, nos asombraríamos de la gran dependencia pública de los negocios. Así nos

estamos perdiendo a la gente ambiciosa, a esa que quiere triunfar con su talento. Esa gente no emprende, porque difícilmente podrá triunfar en un ecosistema que te asfixia.

Emprendedores y emprendedoras duros como rocas volcánicas.

Leer este informe me ha generado también algunas sonrisas. De esas de hermano mayor que ve como aquellos que tienen idea de lanzarse a esta aventura del emprendimiento, incrementan su interés tras pasar por el mercado laboral y adquirir experiencia.

Me ha generado ilusión ver cómo hay proyectos que provienen del entorno universitario en esa primera fase y que, a pesar de estar un poco por debajo de la media nacional, la voluntad es grande y quieren que su empresa sea su principal actividad, su proyecto de vida.

Diría que son pocos, por motivos entendibles, pero fuertes y conciencizados aquellos que deciden montar su negocio, que deciden aportar un valor añadido a nuestra tierra. Esperemos y haremos todo lo posible para que aguanten y puedan generar empleo, a poder ser de calidad, y aún así tengan capacidad para crecer personal y profesionalmente.

Lo que veremos a continuación es un informe que nos ayuda a entender una realidad que merecemos cambiar y que sólo lo podemos hacer si sabemos cuál es el punto de partida.

Proyectos como este nos ayudan a entender y a planificar, nos ayudan con ese propósito que nos hemos marcado, que es devolver la esperanza a la juventud, que es hacer... que las cosas sucedan.



Prólogo	5
0. Resumen ejecutivo	10
1. Introducción	14
2. Intención en la elección de carrera del estudiantado universitario en Canarias	20
2.1. Intención en la elección de carrera al finalizar los estudios y cinco años después	21
2.2. Intención emprendedora: trazabilidad de la intención emprendedora en el tiempo	33
3. Actividad emprendedora del estudiantado universitario en canarias	44
3.1. Emprendimiento naciente	45
3.2. Emprendimiento activo	49
3.3. Emprendimiento naciente y emprendimiento activo: Comparativa territorial	57
4. Actividad emprendedora del estudiantado universitario en canarias	68
4.1. El contexto universitario	69
4.2. Ámbitos de estudio	78
4.3. Género	82
5. Impacto de la pandemia Covid-19 en el emprendimiento universitario en canarias	90
6. Conclusiones y recomendaciones	100
Bibliografía	110
Anexo 1. Características de la muestra	115
Anexo 2. Ficha técnica del estudio	123

Resumen
ejecutivo

cero

Intención emprendedora. La intención de emprender al concluir los estudios universitarios representa al 14,1% del colectivo analizado, porcentaje que se incrementa hasta el 24,6% cuando los estudiantes se plantean su carrera profesional cinco años tras su graduación. Así pues, el interés por emprender mejora una vez que la persona recién titulada complementa su formación académica con experiencia laboral.

Elección de carrera. La comparativa de los datos pre y pospandemia en Canarias demuestra que se ha incrementado el porcentaje de alumnado universitario que elige, para el momento de titular, emplearse en la administración pública (16% en la cohorte prepandemia y 24% para la cohorte 2020-21) o fundar su propia empresa (5% en la cohorte 2018-19 y 14% en 2020-21), reduciéndose la aspiración de incorporarse a la empresa

privada (49% en la cohorte 2018-19 y 28% en 2020-21) o formar parte del tercer sector (4% en la cohorte 2018-19 y 2% en 2020-21).

Emprendimiento naciente. Un 19,3% de los universitarios en Canarias está inmerso en el proceso de puesta en marcha de una iniciativa emprendedora, siendo el entorno universitario en un 20,2% de los casos la fuente de inspiración de su iniciativa. El 43,8% de estos estudiantes quiere que, a la finalización de sus estudios, este negocio se convierta en su principal ocupación.

Emprendimiento activo. De los estudiantes encuestados en Canarias un 4,4% compagina sus estudios universitarios con el desarrollo de un proyecto empresarial. En esta línea, en los últimos tres años se ha detectado en el colectivo universitario en Canarias mayor dinamismo empresarial, con un mayor por-

centaje de creación de empresas en 2020. Respecto al tamaño de estas empresas, el 42,7%, no tienen empleados. Con relación a sus planes de futuro, solo un 21,3% de los estudiantes canarios con negocios activos desean continuar con esta actividad al terminar sus estudios.

Contexto Universitario. En Canarias, la percepción del estudiantado universitario sobre la formación general orientada hacia el emprendimiento sigue el patrón de la edición anterior (3,6 puntos en una escala de 7), debiendo apostar más por formación en la identificación de oportunidades (3,4 de 7), el desarrollo de redes (3,5 de 7) y la conformación de actitudes, valores y motivaciones (3,8 de 7). En cuanto a la formación específica en emprendimiento, el 63,4% de la muestra analizada en Canarias no ha recibido formación en este ámbito, ni de manera voluntaria ni curricular, teniendo un comportamiento similar al de sus homólogos nacionales (63,5%) y difiriendo en más de diez puntos porcentuales de la media de los países GUESSS (53,3%). En el estudiantado con iniciativas emprendedoras nacientes y que tienen in-

tención de iniciar la actividad empresarial justo al finalizar sus estudios universitarios, se revela el interés por la formación emprendedora, ya que en Canarias el 39,7% de los primeros y el 37,4% de los segundos, manifiestan haber realizado al menos un curso de manera voluntaria, superando lo que este mismo indicador informa para el conjunto GUESSS (36,2% y 34,6%, respectivamente).

Clima universitario emprendedor. La percepción media del clima universitario emprendedor en Canarias (3,5 de 7) es inferior a la media nacional (3,8 de 7) y a los referentes europeos (3,9 de 7) y global GUESSS (4,4 de 7), aunque las distancias se mantienen prácticamente constantes respecto a las valoraciones obtenidas en la edición anterior a nivel nacional. La motivación institucional para fomentar la participación del estudiantado en actividades emprendedoras sigue siendo el aspecto mejor valorado por el estudiantado en Canarias.

Ámbitos de estudio. En Canarias encontramos un comportamiento similar, en cuanto a su intención emprendedora, al de sus homólogos nacionales, no apreciándose excesivas diferencias por rama de conocimiento entre el ámbito nacional y el regional. Destaca un notable 26,8% de estudiantes de Artes y Humanidades que tienen ya clara la actividad profesional a desarrollar, mientras que los estudiantes de Ciencias de la Salud e Ingeniería y Arquitectura presentan elevadas tasas emprendedoras a cinco años vista (32% y 21,4%, respectivamente).

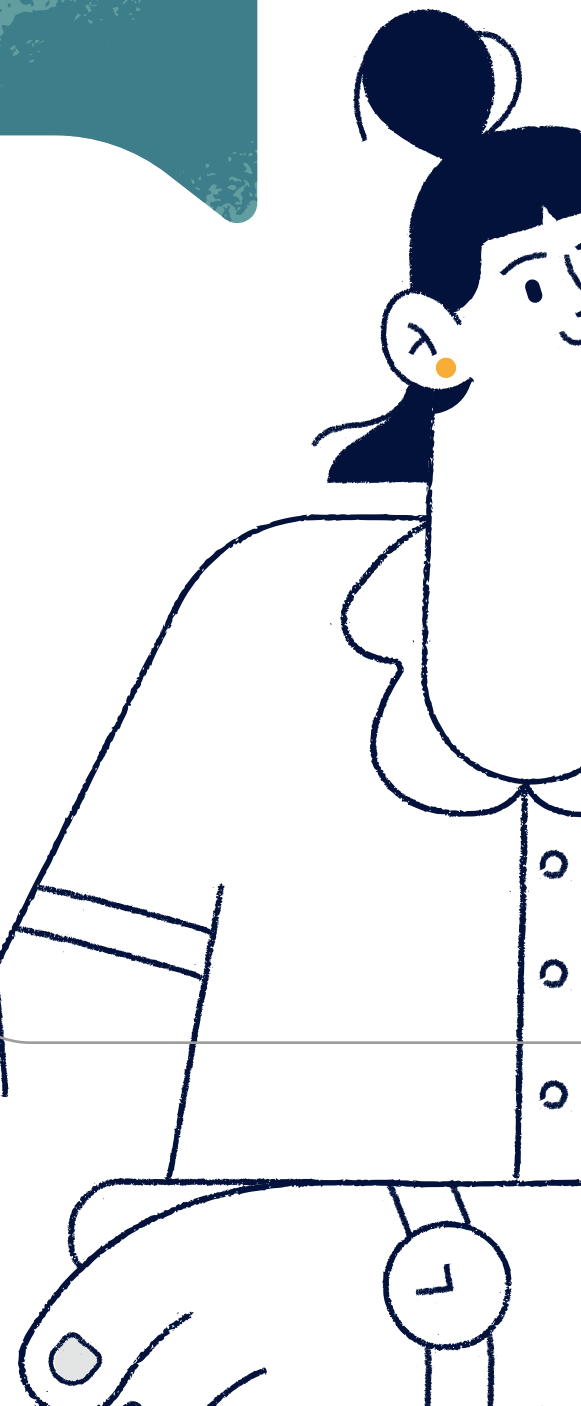
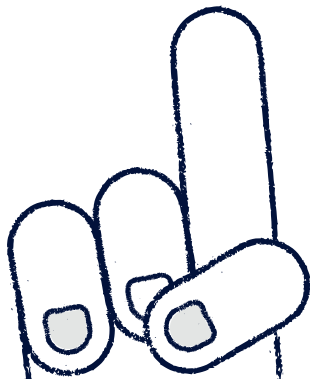
Género y emprendimiento universitario. La intención emprendedora de los estudiantes universitarios en Canarias muestra considerables diferencias de género, con un predominio masculino. La brecha de género en emprendimientos activos, se sitúa en Canarias en 2,3 puntos porcentuales, valor inferior a los 3,7 puntos presentes en todas las circunscripciones referenciadas en este estudio, siendo el dato más favorable de todas las comunidades autónomas españolas.

Impacto de la pandemia en emprendimiento naciente y activo. La pandemia en Canarias ha influido más en los emprendimientos activos (20,4%) que en los nacientes (15%). El 83,1% de los emprendedores al frente de emprendimientos activos no habían creado antes de la pandemia empresa alguna, y el 22,1% han puesto en marcha su negocio principalmente por las implicaciones derivadas de la COVID-19.



Introducción

uno



El fenómeno emprendedor tiene un fuerte carácter sistémico (Fredin y Liden, 2020) y multi-nivel (Audretsch *et al.* 2021), es decir, se muestra a través de un comportamiento que surge de la complejidad de un sistema que no podemos entender aislando cada una de sus partes. En este sentido, la actividad emprendedora es fruto de la acción de personas que interactúan con sus iguales, inmersos en una maraña de relaciones y situaciones de cuyo estudio podemos entender mejor el comportamiento individual y colectivo, así como los resultados de sus acciones. En dicho comportamiento encontramos el sentido de “surgimiento”, ya que la creación de estructuras y de procesos son parte de su esencia (Lichtenstein, 2011).

En esta nueva edición del informe *Emprendimiento Universitario en Canarias* creemos importante tratar de desvelar una parte de la complejidad del fenómeno emprendedor en las Islas. Así, conocer el interés del estudiantado universitario por este comportamiento es una forma de anticipar el potencial de Canarias como región emprendedora, económicamente sostenible y que trata de resolver sus problemas de forma activa, focalizándose en la creación de valor en todas las manifestaciones posibles: creando empresas, contribuyendo al desarrollo de las existentes o forjando nuevas e innovadoras iniciativas sociales, culturales, medioambientales o deportivas.

Es necesario precisar al lector, que esta nueva edición recabó la información del alumnado justo en los primeros meses del año 2021, una vez la pandemia global que ha

venido azotando al mundo desde el año 2020 había desplegado todos sus efectos. Es pues, una radiografía del emprendimiento universitario pospandemia, lo que le confiere un interés especial. La comparación entre los datos que se poseen desde el año 2013, año en que las dos universidades públicas canarias se enrolan en el Proyecto, con los recabados para preparar este informe, nos permiten remarcar las diferencias con las cohortes anteriores, especialmente con la información de la más próxima, la referida al GUESSS 2018-19. Solo las siguientes ediciones del informe nos permitirán conocer el efecto real de esta pandemia sobre la iniciativa emprendedora del estudiantado universitario. Además, los recientes acontecimientos en el continente europeo podrán modificar percepciones, actitudes y equilibrios que, sin duda, afectarán al imaginario colectivo para apalancar o inhibir el espíritu emprendedor de las personas. Ahí seguirán los equipos de investigación observando el fenómeno emprendedor en los contextos más adversos.

Así, a día de hoy, GUESSS (*Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey*), como proyecto de investigación científico sobre el fenómeno emprendedor universitario, goza de mejor salud que nunca. A él no hacen más que adherirse universidades de todo el mundo, de forma que en esta edición más de 267.000 estudiantes han contestado la encuesta en 58 países (Sieger *et al.*, 2021). Algo más de un centenar de universidades, con su activa involucración en el Proyecto, muestran una intensa preocupación por el futuro profesional de su estudiantado, por su grado de participación en la vida socio-económica y por su inserción laboral temprana.

En tal sentido, el Proyecto sigue planteándose los mismos objetivos que le confirieron su valor original. A saber, conocer la intención de carrera del estudiantado universitario, poniendo especial énfasis en su intención emprendedora, al tiempo que se investigan los factores que explican y subyacen a dichas intenciones. En el caso particular del informe GUESSS Canarias, seis objetivos se persiguen para conocer mejor la faceta que nos ocupa sobre el estudiantado universitario en

las Islas, contextualizándolo a nivel nacional, europeo y global GUESSS:

Conocer su elección de carrera, tanto a corto como a medio plazo

Identificar las principales características del estudiantado universitario que declara tener intención emprendedora tanto a corto plazo como a medio plazo, así como de aquellos que muestran una actividad emprendedora incipiente

Caracterizar las actividades empresariales que actualmente desarrollan

Analizar y evaluar las condiciones del entorno que determinan la intención emprendedora y, muy especialmente, el papel que juega el ecosistema emprendedor universitario en las Islas

Prestar atención al efecto que la pandemia ha ejercido sobre la intención de emprender y la actividad emprendedora del estudiantado

Derivar, del análisis anterior, algunas recomendaciones útiles, tanto para la administración autonómica como para las propias universidades, en el desarrollo de sus funciones como palanca de la empleabilidad del alumnado, específicamente bajo el marco de la acción emprendedora.

No podemos perder de vista que el interés en el fenómeno emprendedor deriva del impacto que la actividad empresarial produce en la economía y, concretamente, en la creación de empleo. De ahí que las políticas dirigidas a fomentar y apalancar este fenómeno no hayan hecho más que crecer en todo el mundo, materializándose en planes, desarrollos normativos y administrativos.

Desde la publicación del *Libro Blanco de Delors* (Comisión Europea, 1993), que contaba con el *Informe Birch* presentado ante el Congreso de los Estados Unidos en 1979 como uno de sus más preciados antecedentes al poner de manifiesto la enorme contribución de las nuevas y las pequeñas empresas al empleo, el interés por el em-

prendimiento no ha hecho más que crecer. El *Libro Verde del Espíritu Emprendedor en Europa* (Comisión Europea, 2003) y, más recientemente, el *Plan sobre el Espíritu Emprendedor 2020* (Comisión Europea, 2013) han venido a alicatar un proceso vital para la salud económica de los países y las regiones.

Estos informes respaldan la creciente preocupación por el fomento de la iniciativa emprendedora entre el estudiantado europeo, que de manera explícita se recoge en la “Agenda de Oslo para la educación del espíritu empresarial en Europa” (Comisión Europea, 2006), y que el *Informe Eurydice* (Comisión Europea, 2016) concreta al revelar la importancia de incluir la educación emprendedora en los centros educativos de toda Europa. Y es que los jóvenes, con su actitud positiva e intención de carrera, insuflan valor a la actividad empresarial (Gubik y Farkas, 2016) contribuyendo activamente al crecimiento y el fortalecimiento de las empresas.

Hoy, en España, con la Ley 14/2013 de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, y la reciente remisión a las Cortes

del Proyecto de Ley del ecosistema de las empresas emergente, en diciembre de 2021, que dará lugar a la conocida como *Ley de Startups*, se sientan las bases para que la *Estrategia España Nación Emprendedora* pueda hacerse realidad en los próximos años. Sin duda, todas las medidas de acompañamiento a este marco serán clave y de indudable valor para apalancar el espíritu emprendedor entre la población española y, muy especialmente, entre sus jóvenes.

Así, y con el objetivo de conocer el papel que juega la intención de carrera en el futuro profesional del estudiantado universitario de Canarias, se lleva a cabo el presente estudio, prestando especial atención a la iniciativa emprendedora del estudiantado, depositario de buena parte del conocimiento atesorado en las universidades. De esta forma, se realiza la comparación explícita entre la intención de crear una empresa y las diferentes opciones de carrera, diferenciándose de la dicotomía “empleo por cuenta propia” vs “empleo por cuenta ajena” (Carter et al. 2003; Kolvereid, 1996). El análisis comparativo aporta una visión matizada del fenómeno emprendedor

completando la información que se posee del sistema universitario.

El presente estudio se deriva de los datos recopilados entre los meses de diciembre de 2020 y marzo de 2021, por las dos universidades públicas canarias, la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y la Universidad de La Laguna. Así, un total de 3.276 cuestionarios fueron cumplimentados entre ambas universidades, lo que representa un 1,2% de la muestra mundial y un 3,33% de la muestra nacional que este año recabó 98.226 encuestas. En los Anexos 1 y 2 se presentan la ficha técnica del estudio y la distribución de la muestra por género, edad, nivel cursado y titulación. Además, y con el fin de ilustrar que la iniciativa emprendedora que surge desde las aulas de la Universidad está más viva que nunca, se adereza el informe con un discreto número de casos incipientes y en desarrollo que dejan entrever que el estudiantado universitario en Canarias se mantiene ocupado, pero también preocupado por el devenir de su entorno socioeconómico. En tal sentido, el informe logra demostrar algunas tendencias que permiten constatar dicha preocupación.

Esta investigación se enmarca en un esquema de trabajo planificado entre los equipos de investigación sobre el fenómeno emprendedor de ambas universidades públicas canarias, de forma tal que, después de casi dos décadas de estudio y seguimiento de este fenómeno, el *Observatorio del Emprendimiento y la PYME de Canarias*¹ verá la luz en este año 2022. El informe GUESSS Canarias añade valor a dicho Observatorio al revelar las posibilidades que el emprendimiento universitario brinda para apalancar la iniciativa emprendedora ligada a la economía del conocimiento. Así pues, se concluye esta introducción resaltando la importante colaboración que ambas universidades vienen desarrollando en materia de estudio y seguimiento del fenómeno emprendedor en las Islas.

¹ El *Observatorio del Emprendimiento y la PYME de Canarias* se constituye aglutinando los resultados de investigación y seguimiento de la actividad emprendedora en Canarias que se ha logrado canalizar a través de tres proyectos de investigación: *Global Entrepreneurship Monitor Canarias* (GEM) desarrollado desde el año 2004; FAEDPYME Canarias que inició su andadura en el año 2018 y el Proyecto GUESSS, iniciado en el año 2013. Todos ellos proyectos que se desarrollan en red, tanto en el ámbito nacional como global y que permiten la comparación directa de los datos a nivel regional con las demás circunscripciones geográficas a escala individual o agregada.

*Intención en la
elección de carrera
del estudiantado
universitario en
Canarias*

dos





2.1. Intención en la elección de carrera al finalizar los estudios y cinco años después

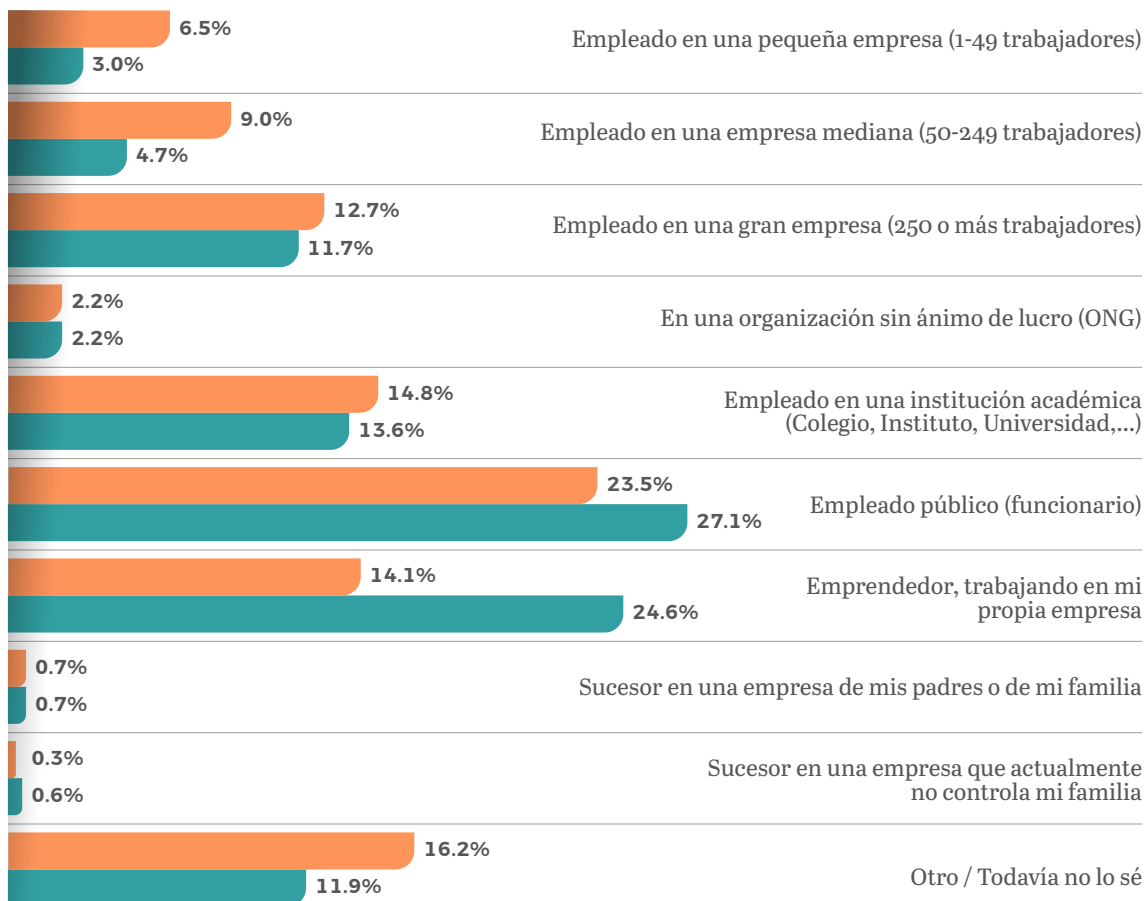
GUESSS inició su andadura en el año 2003 con una preocupación en mente: conocer el interés de carrera del estudiantado universitario que en breve se ve a las puertas del incierto mercado laboral. Y es así que, conocedor de la importancia de los emprendedores en la creación de empleo y desarrollo económico, brindó todo su potencial de crecimiento como proyecto de investigación a conocer los intereses y los factores que influyen en la decisión de optar por una u otra salida profesional. De esta forma, bienalmente pregunta al alumnado su intención de carrera nada más dejar la universidad y 5 años tras su egreso. La Figura 1 resume y representa la elección de carrera del estudiantado de las universidades públicas

canarias en ambos momentos de tiempo para la presente edición.

Así, la intención de emprender, de fundar su propia empresa, no se encuentra entre las primeras opciones de carrera del estudiantado que conforma la muestra analizada, constituyendo una preferencia al finalizar los estudios solamente para el 14,1% del colectivo analizado, porcentaje que se incrementa hasta el 24,6% de las personas que conforman la muestra analizada cuando se plantean su carrera profesional 5 años después de su graduación. El escaso conocimiento del marco empresarial y de los distintos sectores económicos puede estar tras la reticencia a emprender en primera instancia una vez el universitario se gradúa. Así, el estudiantado mantiene una expectativa de mejora de esta circunstancia tras su paso por la experiencia laboral.

F1. Intención en la elección de carrera del universitario en Canarias al finalizar sus estudios y cinco años después

Al finalizar los estudios
 5 años después



Al agregar el conjunto de respuestas por grandes categorías, se constata, entre el alumnado que conforma la muestra en Canarias (Figura 2), la clara intención de incorporarse como asalariado en la empresa privada al finalizar sus estudios (28%), elección que recibe menos apoyo al transcurrir 5 años desde la graduación (19%). En la Figura 1 se observa, además, que la gran empresa es la que atrae más poderosamente la atención de los recién titulados (12,7%), seguida de la empresa de tamaño medio (9,0%), manteniéndose en un lugar más discreto el interés por la pequeña empresa (6,5%). Al plantearse el futuro laboral a los 5 años destaca en la muestra estudiada que la preferencia por cada tipología de empresa cae prácticamente a la mitad excepto por la gran empresa -*i.e.*, pequeña empresa (3,0%), mediana (4,7%) y gran empresa (11,7%)-. El interés por la inserción laboral en empresas grandes puede tener una doble lectura pues, a corto plazo, pueden ser proveedoras de una experiencia laboral rica y diversa que atrae la atención de los universitarios, mientras que a largo plazo algunos pueden ver en ellas una mayor seguridad laboral y un buen contexto para la promoción personal.

La segunda opción de carrera más deseada por el estudiantado de las universidades públicas canarias es la carrera funcionarial, elección que aglutina al 23,5% de la muestra, si nos referimos al momento de finalización de los estudios, y alcanza el 27,1% si el estudiantado aborda su elección de carrera 5 años tras la graduación. Este aumento puede tener una explicación similar a la encontrada en el interés por las grandes empresas, pareciendo primar una clara búsqueda de la seguridad laboral ante la incertidumbre causada por la crisis sanitaria, a la luz de los mismos datos prepandemia que observamos en la Figura 2.

La vocación docente e investigadora de la muestra reúne al 14,8% del estudiantado, que puede verse ante la opción de incorporarse a una institución académica al finalizar sus estudios, posición algo por encima de la encontrada en la intención de emprender que alcanza el 14,1% (Figura 1). Sin embargo, al contrario de lo que ocurre con la creación de empresas, que aumenta en las preferencias de los universitarios más de 10 puntos sobre el valor inicial, la vocación docente descende hasta el 13,6% de la muestra cuando se

observa el deseo de mantenerse vinculados a instituciones académicas a los 5 años tras terminar sus estudios universitarios.

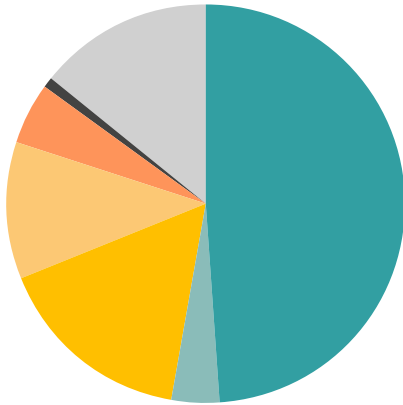
Por otra parte, atrae la atención la importante vocación a largo plazo de un grupo de universitarios por vincularse al tercer sector a través de una ONG (2,2%), así como a mantener la empresa familiar siendo sucesores de la misma (0,7%). Ahora bien, un residual 0,3% de la muestra manifiesta su intención de asumir la sucesión en una empresa que no es de su familia al finalizar sus estudios, porcentaje que se eleva al 0,6% en el escenario futuro de 5 años tras la graduación.

Por último, hay que indicar que un nada despreciable 16,2% de la muestra revela que no sabe qué hacer inmediatamente después de finalizar su formación universitaria, porcentaje que disminuye hasta el 11,9% si se sitúan 5 años después.

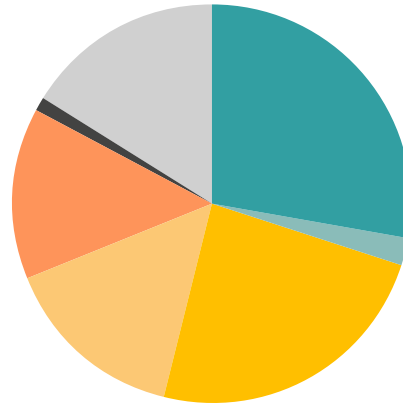
F2. Intención en la elección de carrera del universitario en Canarias al finalizar sus estudios y 5 años después: comparativa cohorte 2018-19 y 2020-21

- Empresas
- Tercer sector
- Empleo público
- Educación
- Emprendedor
- Sucesor
- Otro

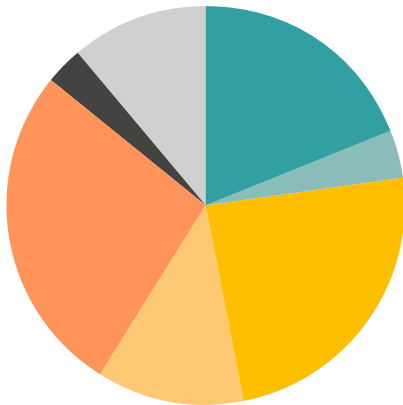
Cohorte 2018 – 19: Al titular



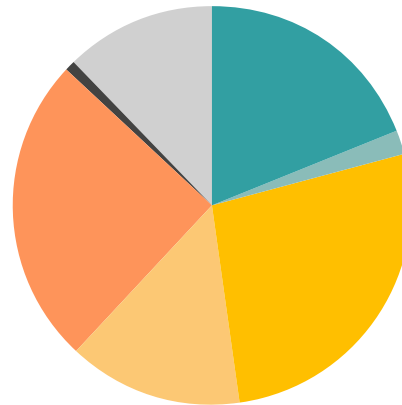
Cohorte 2020 – 21: Al titular



Cohorte 2018 – 19: 5 años tras titular

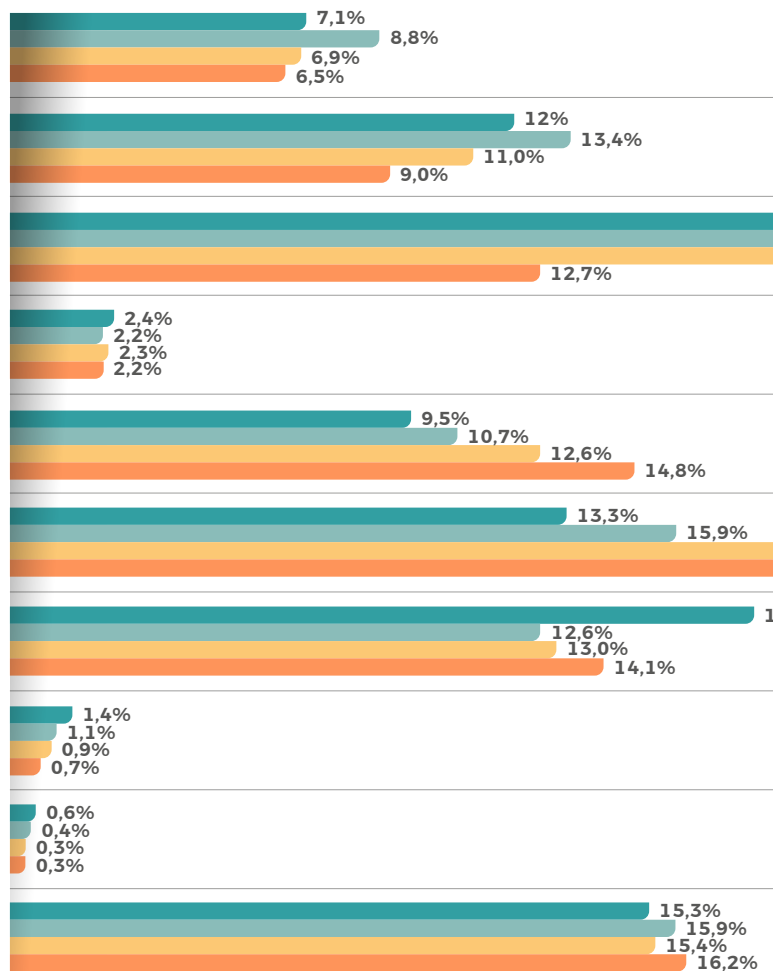


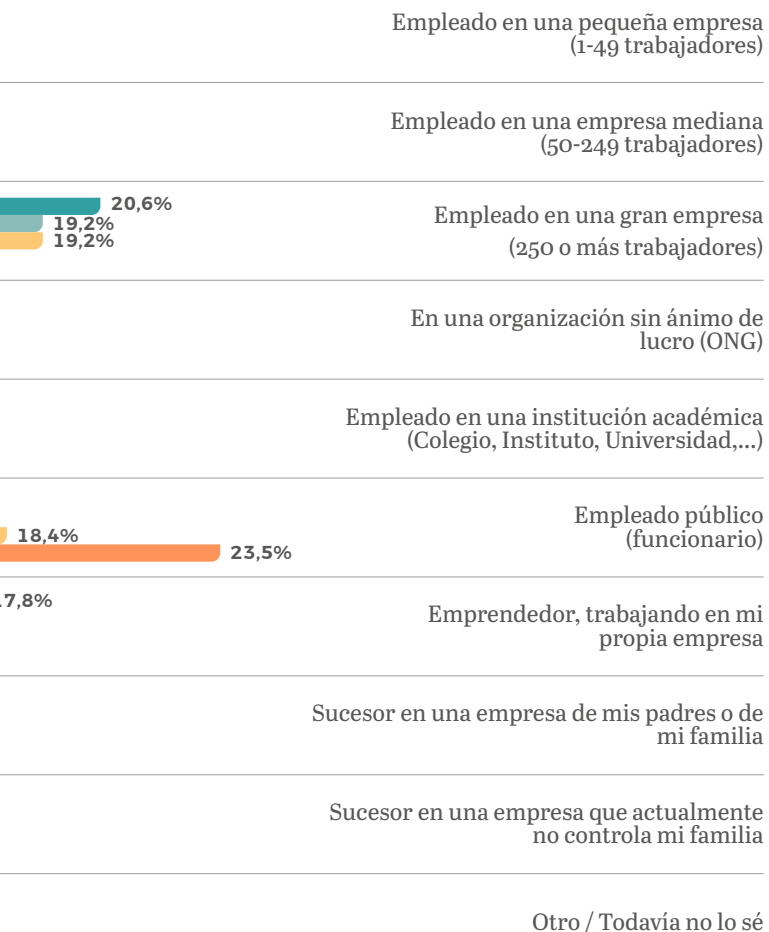
Cohorte 2020 – 21: 5 años tras titular



La comparativa de los mismos datos pre y pos-pandemia en Canarias –Figura 2- permiten observar cómo el alumnado universitario aspira, nada más salir de la universidad, a emplearse ahora más por cuenta de la administración pública (16% en la cohorte pre-pandemia y 24% para la cohorte 2020-21), y a emprender (5% en la cohorte 2018-19 y 14% en 2020-21). Este aumento se produce en detrimento del empleo por cuenta del sector empresarial, que baja en más de 20 puntos porcentuales, y del tercer sector, que se reduce a la mitad. Tras la pandemia, y considerando las aspiraciones del estudiantado a cinco años vista, se mantiene el interés emprendedor, que solo pierde 2 puntos respecto a la cohorte prepandemia, aumentando el protagonismo del sector público en la elección de carrera a largo plazo (27% en la cohorte 2020-21).

Por su parte, la comparación de los porcentajes alcanzados en las diferentes opciones de carrera entre la muestra de estudiantes en Canarias con los datos nacionales, europeos y del entorno GUESSS, facilita la identificación de las particularidades del entorno regional –Figuras 3 y 4.





F3. Intención en la elección de carrera del universitario al finalizar sus estudios: Comparativa Canarias, España, UE27 y entorno GUESSS

- GUESSS AI finalizar los estudios
- ESPAÑA AI finalizar los estudios
- EU27 AI finalizar los estudios
- CANARIAS AI finalizar los estudios

Así, el análisis de la intención de carrera en el momento de finalizar los estudios evidencia que la muestra en Canarias destaca en su elección de la carrera funcionarial (23,5%), sobrepasando en 5 puntos a la de España (18,4%), en 8 puntos a la europea (15,9%) y en 10 puntos a la muestra GUESSS (13,3%). El incierto futuro económico que se ha instaurado tras la pandemia en un Archipiélago fuertemente dependiente del sector turístico, junto al limitado tamaño del mercado laboral local, seguramente se encuentren soterrados en esta elección. Estas mismas razones pueden explicar el elevado porcentaje de estudiantes que en Canarias desean vincularse a una institución académica justo tras su graduación (14,8%); porcentaje que supera los valores encontrados, especialmente, a nivel global: España (12,6%), UE27 (10,7%) y GUESSS (9,5%).

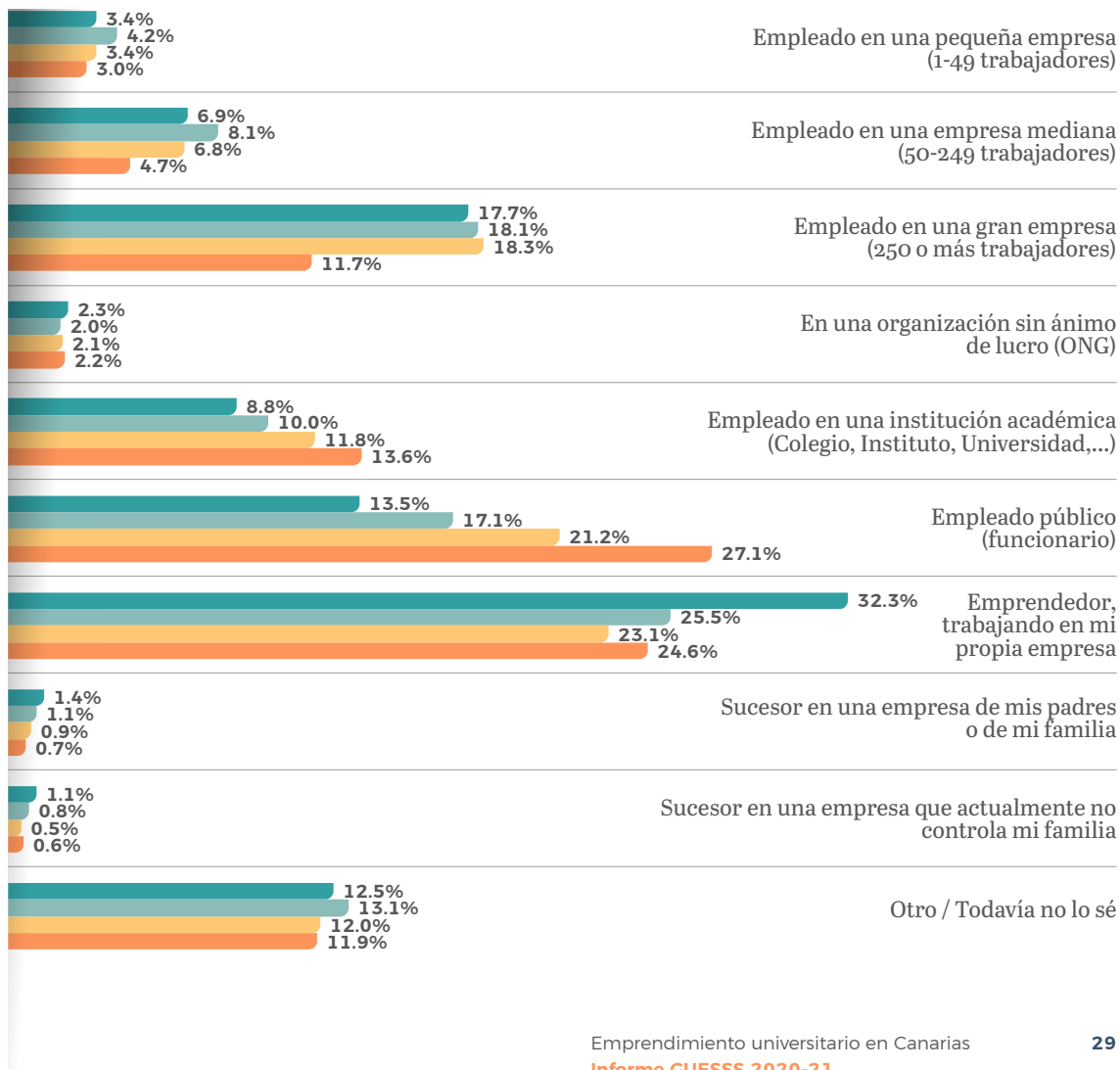
Además, los estudiantes de la región parecen conscientes de la composición del tejido empresarial canario, constituido principalmente por microempresas y empresas de reducida dimensión, razón por la que aspirar a trabajar en una gran empresa no

aparece entre las preferencias principales, ascendiendo a un 12,7% de la muestra frente al 19,2% nacional y europeo, y al 20,6% del entorno GUESSS. No debemos olvidar que optar a trabajar en una gran empresa, en la mayoría de los casos, supone trabajar fuera de Canarias, cuestión que puede explicar una cierta aversión a esta opción de carrera.

En el resto de las opciones al finalizar los estudios universitarios, los porcentajes de las distintas muestras presentan diferencias que no superan los 5 puntos. No obstante, y dado que nuestro principal interés se centra en conocer la intención emprendedora del estudiantado de las universidades públicas canarias, es destacable cómo un 14,1% de los universitarios en Canarias optan por esta posibilidad, lo que resulta inferior al valor que encontramos en el contexto GUESSS (17,8%), pero por encima de los valores encontrados en España (13,0%) y Europa (12,6%).

F4. Intención en la elección de carrera del universitario 5 años después de terminar sus estudios: Comparativa Canarias, España, UE27 y entorno GUESSS

GUESSS 5 años después ●
 EU27 5 años después ●
 ESPAÑA 5 años después ●
 CANARIAS 5 años después ●







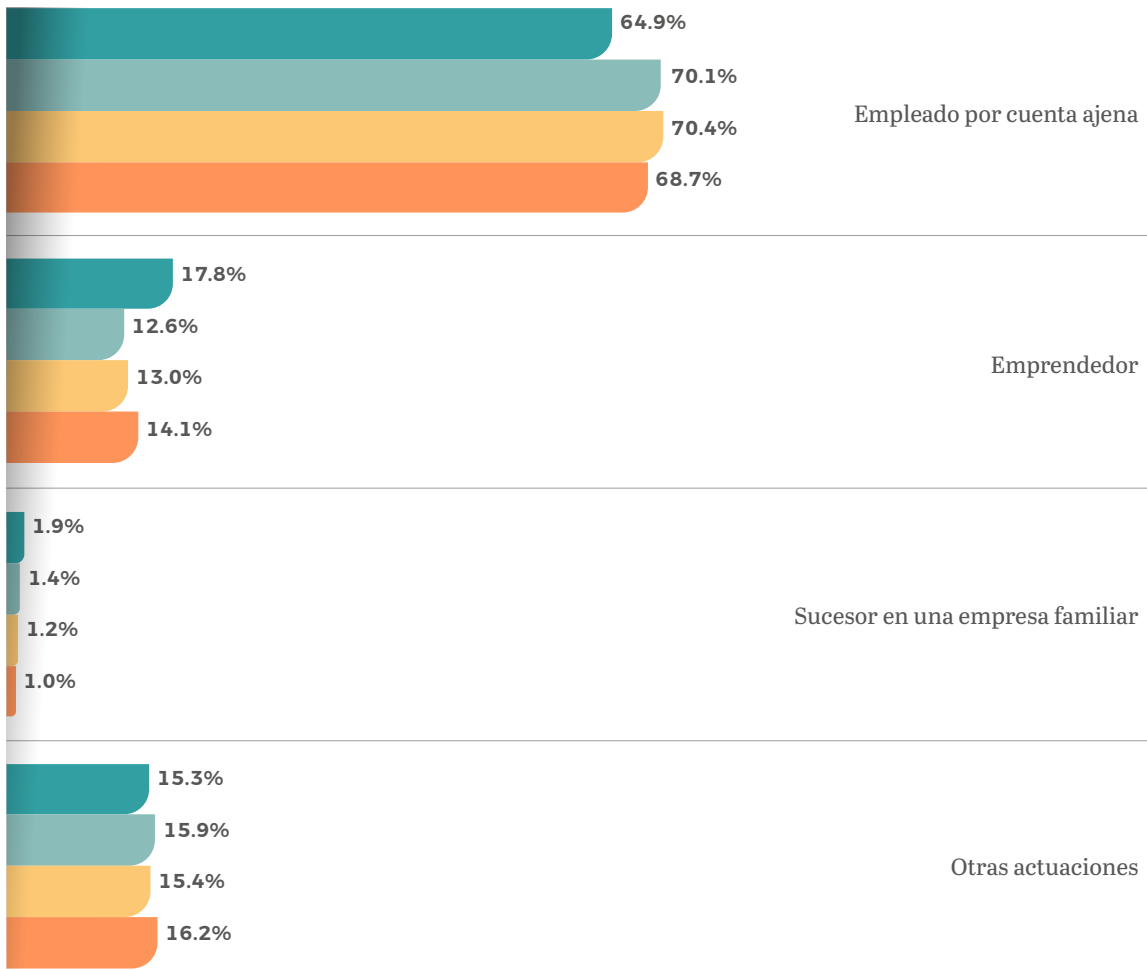
Al observar los porcentajes que obtienen las diferentes opciones de carrera cuando los participantes en la encuesta se plantean su futuro profesional a los cinco años de terminar su formación universitaria, se puede concluir que las diferencias entre la muestra regional y las correspondientes a los demás contextos de referencia, son similares a las encontradas cuando se analiza la opción de carrera justo al egreso de la universidad. En la Figura 4 destaca el alto porcentaje de estudiantes que, a nivel global, declaran interés en desarrollar sus propias empresas (32,3%) seguido en importancia por la expectativa de los universitarios en la UE (25,5%) y en Canarias (24,6%) que se despegan en 1,5 puntos del conjunto nacional (23,1%). A cinco años vista, aumenta en Canarias el interés por el empleo público, tendencia que se manifiesta en todas las circunscripciones territoriales, salvo a nivel global que se mantiene en torno a un 13%.

Al agrupar las opciones similares de intención de carrera se facilita la interpretación de las elecciones realizadas por los participantes en las diferentes muestras recogidas

–Figura 5-. Así, se considera “Empleado por cuenta ajena” toda alternativa que suponga percibir un salario de una entidad de la que no se es fundador, sino empleado. El grupo “Emprendedor” refleja la elección de carrera de quienes tienen intención de liderar su propia iniciativa empresarial. Por su parte, bajo el epígrafe “Sucesor en una empresa familiar” se unifican en una sola las intenciones de aquellos que desean ser sucesor de una empresa de índole familiar, ya sea propia o ajena. Por último, “Otras actuaciones” unifica el resto de las opciones que no tienen cabida en los grupos anteriores.

F5. Elección de carrera del universitario por grupos de intención al finalizar los estudios: comparativa Canarias, España, UE27 y entorno GUESSS

-  GUESSS Al finalizar
-  EU27 Al finalizar
-  ESPAÑA Al finalizar
-  CANARIAS Al finalizar



Se observa así, que el empleo por cuenta ajena sigue siendo la elección de carrera más apetecible. Concretamente, el estudiantado de las universidades públicas canarias muestra su mayor interés, cuando finalice sus estudios universitarios, en trabajar por cuenta de un tercero como asalariado. El porcentaje que se observa en la muestra regional (68,7%) es inferior, aunque muy próximo, al encontrado en la muestra de España (70,4%) y UE27 (70,1%), si bien supera al facilitado por la muestra GUESSS (64,9%). No cabe duda de que la incertidumbre económica y la escasa experiencia laboral de los recién titulados justifica la intención de desarrollar, en una empresa que no es propia, las competencias adquiridas durante su formación universitaria, antes de aventurarse a la creación de la propia empresa, cualquiera que sea el contexto analizado.

La intención de ser la persona sucesora de una empresa familiar, encuentra en Canarias, con un 1,0%, el porcentaje más bajo de todos los contextos analizados -i.e., España (1,2%), UE27 (1,4%) y GUESSS (1,9%)-. A pesar de que el tejido empresarial de las Islas destaca por el importante volumen de empresas de tipo familiar, su continuidad no parece estar en las manos de la muestra analizada, lo cual puede tener más que ver con el perfil del estudiante universitario analizado que con factores relativos a las características del propio tejido empresarial.

De esta forma, los porcentajes de la opción que recoge la intención de ser una persona emprendedora en todas las muestras analizadas son relativamente bajos en este primer escenario, referido a la opción de carrera justo tras el momento de titular. Se observa, no obstante, que la elección de la opción de emprender en Canarias (14,1%) es superior a la obtenida en la muestra de España (13,0%) y de UE27 (12,6%), si bien está por debajo del porcentaje del contexto GUESSS (17,8%).

2.2.

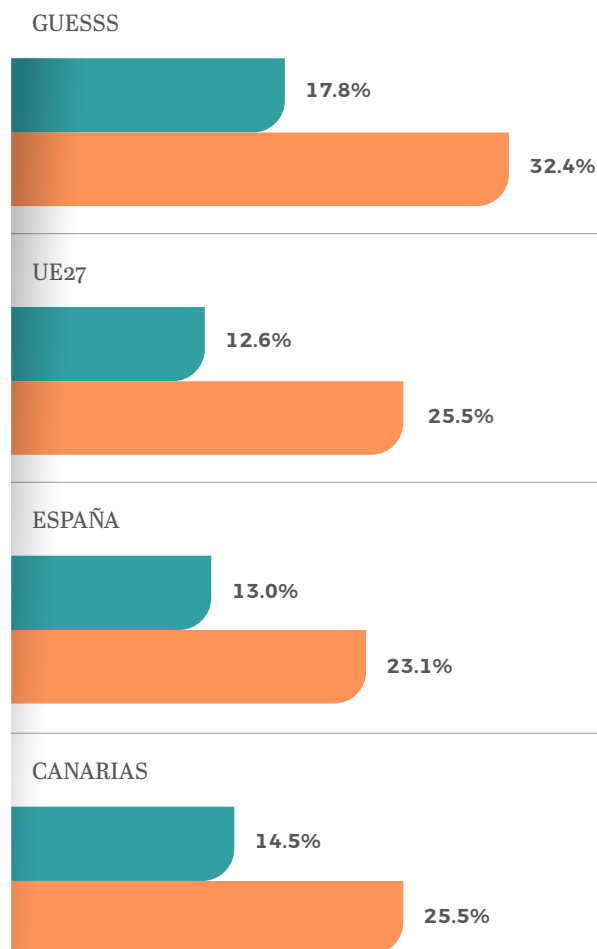
Intención emprendedora: trazabilidad de la intención emprendedora en el tiempo

La Figura 6 muestra que la intención emprendedora es realmente una opción de interés para los universitarios en el contexto global GUESSS, tanto al finalizar los estudios universitarios (17,8%) como una vez transcurridos cinco años desde la graduación (32,4%). Como si de un *ranking* se tratara, resaltar que la segunda posición la ocupan los estudiantes que conforman la muestra analizada en Canarias, quienes manifiestan la intención de emprender justo al terminar sus estudios en un 14,5%, superior al 13,0% de España y al 12,6% de UE27. Tras 5 años desde la finalización de los estudios universitarios, la muestra en Canarias presenta similar posicionamiento que el encontrado en el conjunto de la UE27, con un 25,5%, porcentaje que supera al 23,1% de la muestra de España.

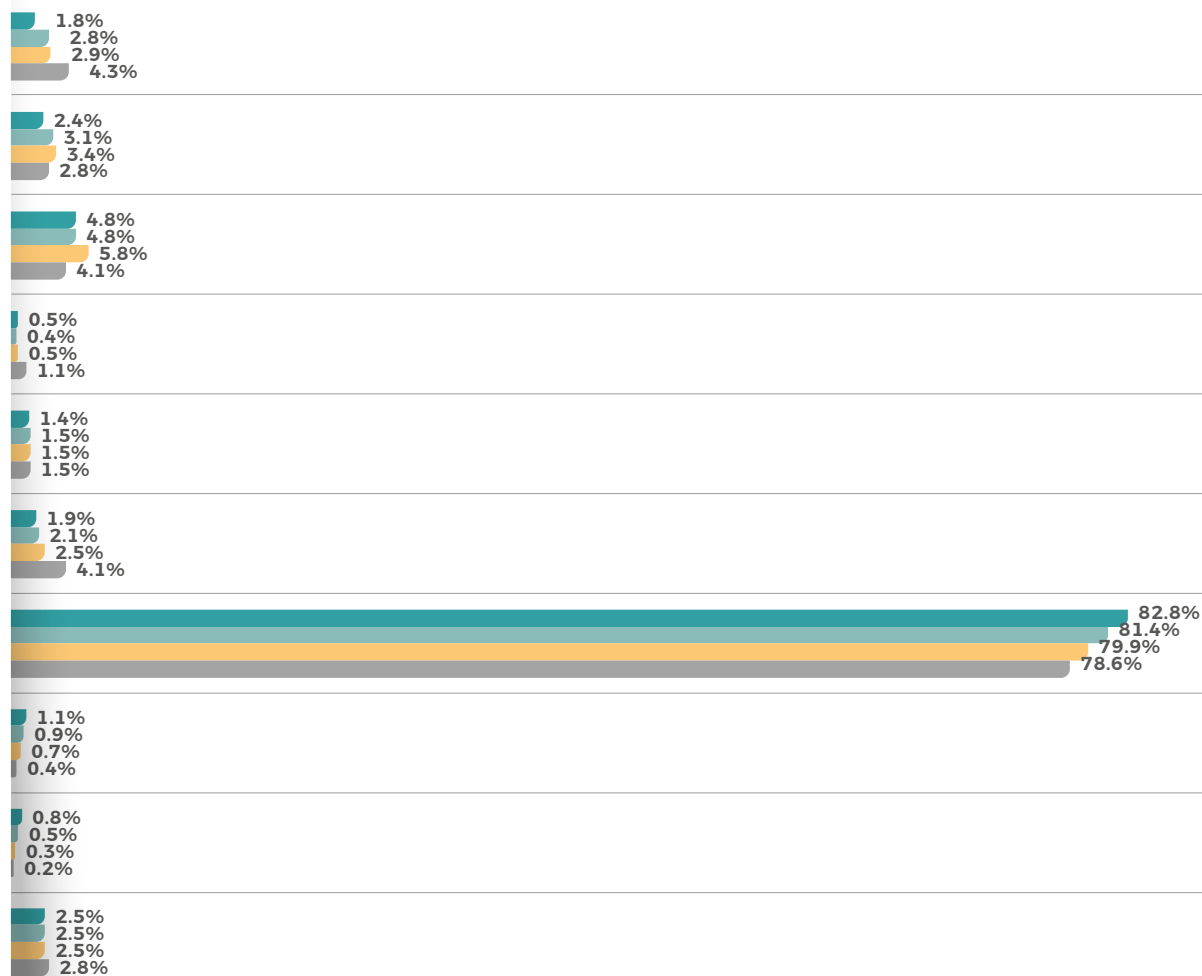
Al finalizar

5 años después

F6. Intención emprendedora de los universitarios: comparativa Canarias, España, UE27 y entorno GUESSS



F7. Trayectoria profesional que los universitarios pretenden seguir 5 años después de terminar su formación en la universidad, habiéndose declarado con intención de emprender nada más egresar: comparativa Canarias, España, UE27 y entorno GUESSS



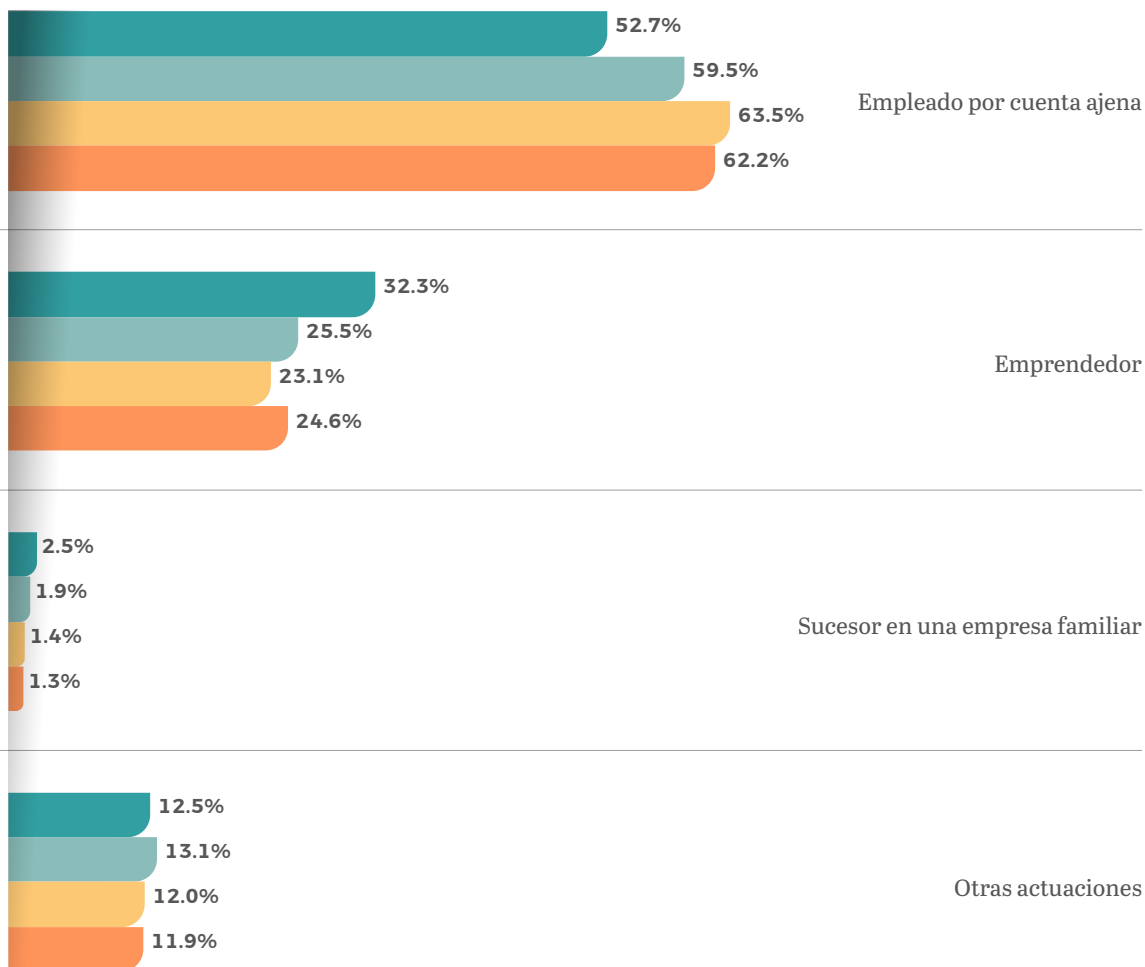
- GUESS 5 años después
- ESPAÑA 5 años después
- EU27 5 años después
- CANARIAS 5 años después

Empleado en una pequeña empresa (1-49 trabajadores)
Empleado en una empresa mediana (50-249 trabajadores)
Empleado en una gran empresa (250 o más trabajadores)
En una organización sin ánimo de lucro (ONG)
Empleado en una institución académica (Colegio, Instituto, Universidad,...)
Empleado público (funcionario)
Emprendedor, trabajando en mi propia empresa
Sucesor en una empresa de mis padres o de mi familia
Sucesor en una empresa que actualmente no controla mi familia
Otro / Todavía no lo sé

Ahora bien, la trazabilidad de la intención en el tiempo es algo que resulta también revelador. Así, la Figura 7 ilustra la elección de carrera de aquellos individuos que, habiendo manifestado su intención de emprender en el momento de terminar sus estudios universitarios, indican su opción de carrera tras cinco años desde la conclusión de sus estudios. Se puede comprobar que los demás contextos estudiados, España, con un 79,9%; EU27, con el 81,4% y GUESS, con un 82,8%, presentan porcentajes superiores a los encontrados para el estudiantado de las universidades públicas en Canarias, donde el 78,6% seguirían regentando su propia empresa tras los cinco años del egreso. El restante 21,4% de individuos que mostraron su interés en crear su propia empresa al finalizar sus estudios universitarios exponen que tienen la intención, 5 años más tarde, de incorporarse al cuerpo de funcionarios públicos (4,1%), a una pequeña empresa (4,3%), mediana (2,8%) o grande (4,1%), o bien a una institución académica (1,5%), una ONG (1,1%), o de convertirse en sucesor en una empresa de su familia (0,4%) o de alguien que no lo es (0,2%).

F8. Elección de carrera del universitario por grupos de intención y tras 5 años del egreso: comparativa Canarias, España, UE27 y entorno GUESSS

- GUESSS 5 años después ●
- EU27 5 años después ●
- ESPAÑA 5 años después ●
- CANARIAS 5 años después ●



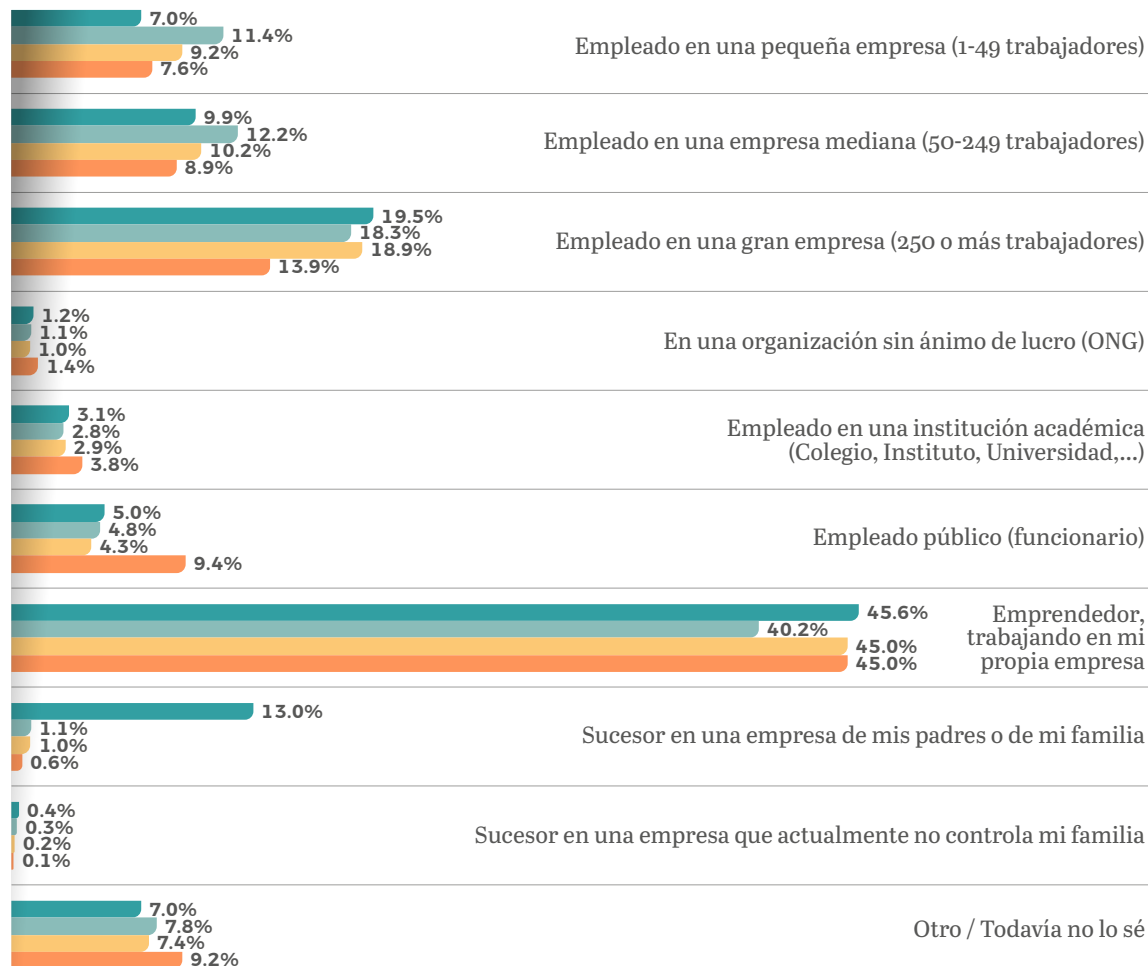
La Figura 8 muestra las respuestas agrupadas por categorías del estudiantado que ha expresado su interés en liderar su proyecto emprendedor transcurridos 5 años desde la finalización de sus estudios universitarios. La opción más elegida en todos los contextos, por los participantes en la encuesta es la de empleado por cuenta ajena. El estudiantado universitario en Canarias, con un porcentaje del 62,2% elige esta alternativa y en menor proporción que el conjunto de España (63,5%), al tiempo que superan al estudiantado de la muestra UE27 (59,5%) y del contexto GUESSS (52,7%). Respecto a los participantes en la muestra objeto de estudio que revelan su intención de ser una persona emprendedora a los 5 años de titular, se corresponden, aproximadamente, con una cuarta parte de los encuestados (24,6%), porcentaje que supera el obtenido en España (23,1%), pero que se queda algo por debajo del alcanzado por EU27 (25,5%) y bastante alejado de la representación de dicha opción en el contexto GUESSS (32,3%). La opción de ser sucesor en una empresa familiar es la que menos adeptos manifiesta y, en la muestra regional (1,3%), es incluso inferior al resto de contex-

tos -i.e., España (1,4%), EU27 (1,9%), GUESSS (2,5%)-. Los porcentajes que representan el grupo que recoge “Otras actuaciones” son muy similares, encabezando EU27 (13,1%) esta opción.

Ahora bien, los encuestados que manifiestan la intención de emprender a los 5 años de graduarse, ¿qué opción de carrera habían elegido para el momento en que finalizarán sus estudios universitarios? La figura 9 ilustra dichas elecciones en todos los contextos. Así, algo menos de la mitad de las personas que han mostrado su intención de ser emprendedores a los 5 años de finalizar sus estudios universitarios, expresaron que también tienen intención de ser emprendedores en el momento de graduarse. El estudiantado de las universidades públicas canarias presenta un 45,0%, igual al porcentaje que arroja la muestra de España, y algo inferior al encontrado en la muestra GUESSS (45,6%); siendo el contexto EU27 (40,2%) el que arroja la menor proporción. El resto de los participantes en la muestra objeto de estudio que

F9. Trayectoria profesional que los universitarios pretenden seguir tras terminar su formación universitaria, habiéndose declarado emprendedor a los 5 años tras titular

GUESSS al finalizar ●
 UE27 al finalizar ●
 España al finalizar ●
 Canarias al finalizar ●



indicaron su intención de ser emprendedores a los 5 años manifestaron principalmente su interés en vincularse a una gran empresa (13,9%), porcentaje que es inferior al del resto de los contextos analizados -i.e., España (18,9%), EU27 (18,3%), GUESS (19,5%)-; ser empleado público (9,4%) es una alternativa que representa el doble de lo que encontramos en los ámbitos nacional (España 4,3%), europeo (EU27 4,8%) y GUESS (5,0%).

Los porcentajes obtenidos en las otras alternativas de intención de carrera de los universitarios en Canarias, específicamente para el momento de finalización de los estudios, entre quienes mostraron intención de emprender a los 5 años, se mueven en una horquilla de más menos un punto porcentual respecto al resto de los entornos. Entre dichas opciones se encuentran la de ser empleado en una mediana (8,9%) o pequeña empresa (7,6%), vincularse a una institución académica (3,8%), o a una organización sin ánimo de lucro (1,4%), o ser sucesor en una empresa familiar (0,6%), al margen de los que manifiestan no tener claras sus intenciones de carrera para el momento de finalizar sus estudios (9,2%).



El equipo y la idea

Un equipo multidisciplinar de estudiantes ha creado *Jatila*, una marca para una empresa del mismo nombre cuyo propósito es el desarrollo de productos cosméticos de referencia por su calidad y su producción artesanal, con materias naturales y ecológicas. El enfoque de sostenibilidad e identidad canaria dan carácter a la iniciativa, que pretende contribuir a la diversificación de la economía insular a través de la fabricación de productos elaborados a partir de materias primas de km 0, proporcionadas por agricultores que desempeñan su actividad en las Islas. Así, el componente principal de cada una de las líneas de producto es un elemento natural reseñable y característico del Archipiélago, con los que ya han definido tres líneas específicas a base de espirulina, fresas y almendras, y miel y canela.

El equipo promotor de *Jatila* está conformado para aportar valor a la empresa. Así, *Claudia Quintana García*, estudiante de quinto año del *Doble Grado ADE y Derecho* en la ULPGC aporta su pasión por la cosmética, habiendo complementado su formación con un estudio legal profundo

sobre el sector, tanto en su faceta de fabricación como de comercialización. De esta misma titulación y curso, *Noemí Reyes Marrero* ha centrado su esfuerzo en desarrollar el estudio de viabilidad económico-financiera del proyecto, preocupándose de todos los aspectos relacionados con el control de la gestión del proyecto y la futura empresa.



Por su parte, *Judit Estupiñán Padrón*, graduada en *Ciencias del Mar* por la ULPGC y *Máster en Seguridad Alimentaria y Sanidad Animal*, por la misma Universidad, ha completado su formación con cursos acreditados sobre elaboración de jabones artesanales desarrollados por el Gobierno de Canarias, contando además con experiencia en la formulación y elaboración de cosmética natural y artesanal, así como la generación de contenidos para las redes sociales de la empresa *Biotech*. A este equipo promotor se ha unido recientemente *Gonzalo Jiménez García*, graduado en *Ingeniería Química Industrial* en la ULPGC, activo participante del programa DEMOLA del Gobierno de Canarias en los años 2018 y 2020, donde la solución de retos empresariales era clave para adquirir experiencia y contacto con las empresas, a todo lo cual se une su labor de *Community Manager* dentro de la entidad *Soy Mamut*, una iniciativa de voluntariado organizada por antiguos estudiantes de la ULPGC.

Los antecedentes del proyecto y sus principales logros

Jatila, como proyecto, tomó forma bajo el paraguas del Programa *Santander Explorer* desarrollado en la ULPGC durante los meses de cuarentena. En aquel entonces Judit ya experimentaba con la elaboración de jabones artesanales con microalgas en una empresa de biotecnología que pronto dejaría para unirse al proyecto de forma activa, y para experimentar con nuevos ingredientes de tierra adentro.

El proyecto fue madurando y el equipo se enroló en nuevos programas de apoyo a emprendedores. Así, en la Mancomunidad del Norte pudieron profundizar aún más en su desarrollo en un programa de formación de emprendedores, hasta llegar a hacerse con el Premio a la Mejor Idea de Negocio del Norte de Gran Canaria en la Feria FENORTE 2021, promovido por la SPEGC y la Mancomunidad del Norte de la Isla, y con el primer premio Emprende ULPGC-Santander ese mismo año.

Lo más dulce y lo más amargo

“Es el proceso de iniciar un proyecto y la sensación de realización como persona y como profesional de un ámbito lo que más nos llena. Pero el estudio minucioso del sector y el aprendizaje constante al que nos somete el proyecto, con sus aciertos y sus errores, es lo más gratificante. No nos dejamos atrás el poner de relieve cómo nos ha permitido un mejor conocimiento de nosotros mismos, viendo y probando nuestras capacidades y limitaciones para mejorar juntos, tanto individualmente como en equipo. El proyecto también nos ha permitido conocer mejor nuestras Islas, la riqueza y diversidad de materias primas naturales que nos aporta, pero también el mundo empresarial y el sector cosmético, desde diversos puntos de vista que comprenden tanto el trato personal con agricultores, como el apoyo de las instituciones públicas.

También ha sido gratificante la ayuda recibida de los medios de comunicación como la *COPE*, *Canarias Radio*, *Radio Arucas*, *Canarias 7*, *La Provincia* y *Televisión Canaria*, que nos han permitido, con entrevistas y reseñas, despertar la curiosidad de posibles consumidores que se han puesto en contacto con nosotros para interesarse en el lanzamiento de nuestros productos. Sin olvidar el apoyo de nuestra Universidad, el *Santander*, la *Sociedad de Promoción Económica de Gran Canaria*, la *Fundación Mapfre*, la *Red Recaba* de la CEOE y la *Asociación de Jóvenes Emprendarios de Las Palmas*.

Las principales dificultades tienen que ver con la burocracia asociada a los controles sanitarios que la *Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios* establece y que son necesarios para lograr la autorización de un negocio de esta índole. Pero también la dificultad que entraña introducirse en el mercado debido a la gran cantidad de marcas ya establecidas de las que resulta difícil diferenciarse, así como el engorro de la gestión administrativa y las exigencias de Hacienda. Sobrellevar la ausencia de capital para llevar a cabo la inversión precisa, tampoco está siendo fácil pero hemos conseguido poco a poco importantes logros también en esta área”.

Un consejo para otros universitarios emprendedores

“Creemos que lo que debemos transmitir a los posibles emprendedores que nos estén leyendo, es que disfruten de su idea y del proceso, porque lo más importante no es el fin de conseguir dinero, sino conocer lo que realmente les va a aportar el proyecto y, de este modo, creemos que el éxito llega. Obviamente, y desde una visión más realista, nadie crea una empresa por amor al arte, el fin suele ser lucrativo, pero al principio siempre hay que sopesar el trabajo que conlleva y que realmente el proyecto genere bienestar y felicidad a los promotores. Si tienes una idea, desarróllala y aprende de ella, que el esfuerzo siempre trae frutos, y que de los errores siempre se aprende”.



*Actividad
emprendedora
del estudiantado
universitario en
canarias*



tres





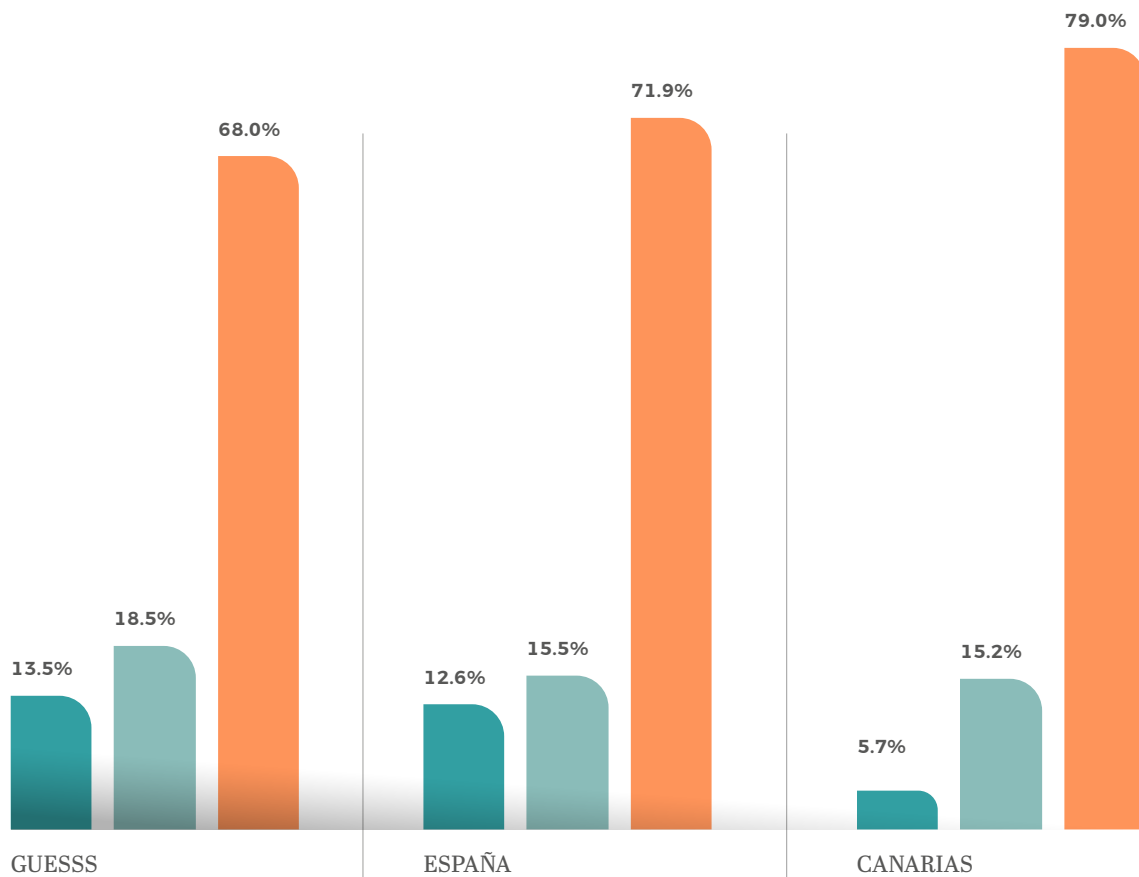
3.1. Emprendimiento naciente

En Canarias, un 19,3% de los universitarios está inmerso en el proceso de puesta en marcha de una iniciativa emprendedora, es decir, se encuentran en la posición de emprendedores nacientes. Este porcentaje casi duplica al detectado en la edición GUESSS 2018-19 en Canarias, dónde un 13,4% se encontraba en situación de naciente. De estos emprendedores, un 6,6% ya había puesto en marcha anteriormente otro proyecto empresarial, lo que de manera incipiente puede representar el volumen de lo que se conoce como emprendedores “en serie” soterrados en la muestra.

Si tenemos en cuenta la fuente de inspiración del proyecto emprendedor que desarrollan los emprendedores universitarios nacientes, se constata que, aproximadamente un 21% de las iniciativas emprendedoras en fase naciente en Canarias emana del entorno universitario (Figura 10). Este porcentaje, no obstante, es inferior al detectado en el contexto nacional (28,1%) y en el global GUESSS (32%).

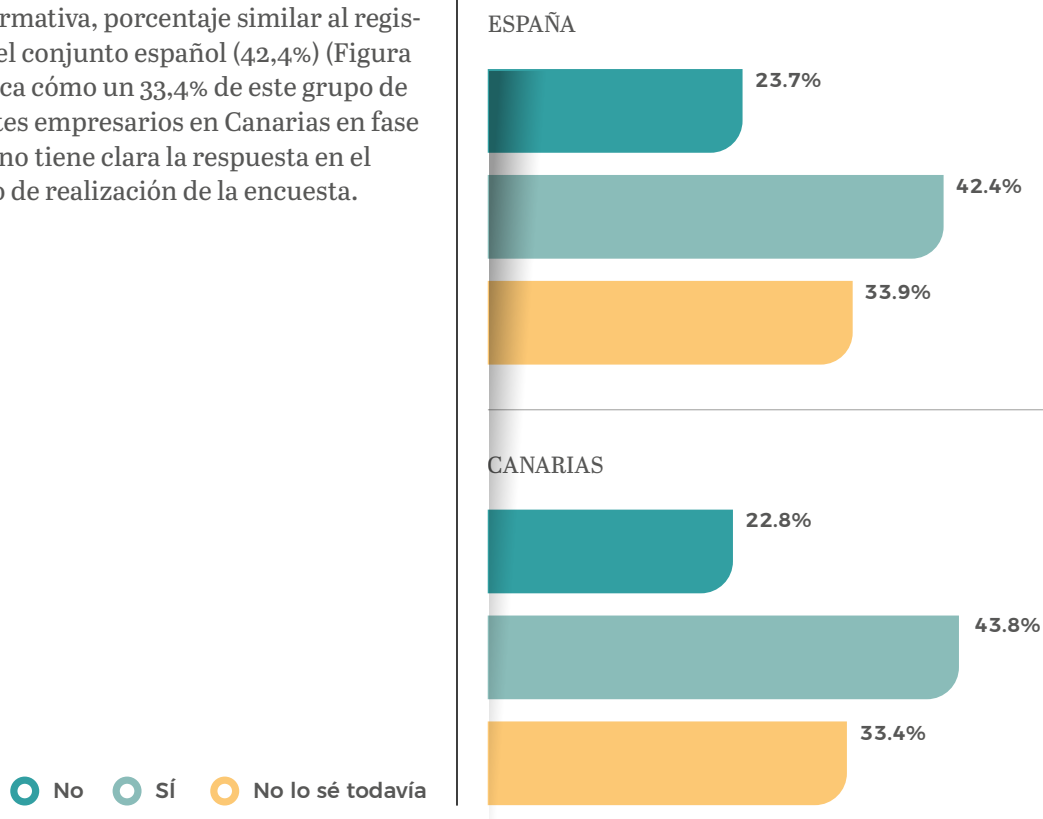
F10. Origen del proyecto de los emprendedores nacientes universitarios en Canarias

- De un curso de la Universidad
- En otro ámbito relacionado con la Universidad
- Independientemente de lo realizado en la Universidad



Cuando se pregunta a estos emprendedores nacientes sobre su deseo de que, a la finalización de sus estudios, este negocio sea su principal ocupación, el 43,8% responde de forma afirmativa, porcentaje similar al registrado en el conjunto español (42,4%) (Figura 11). Destaca cómo un 33,4% de este grupo de estudiantes empresarios en Canarias en fase naciente no tiene clara la respuesta en el momento de realización de la encuesta.

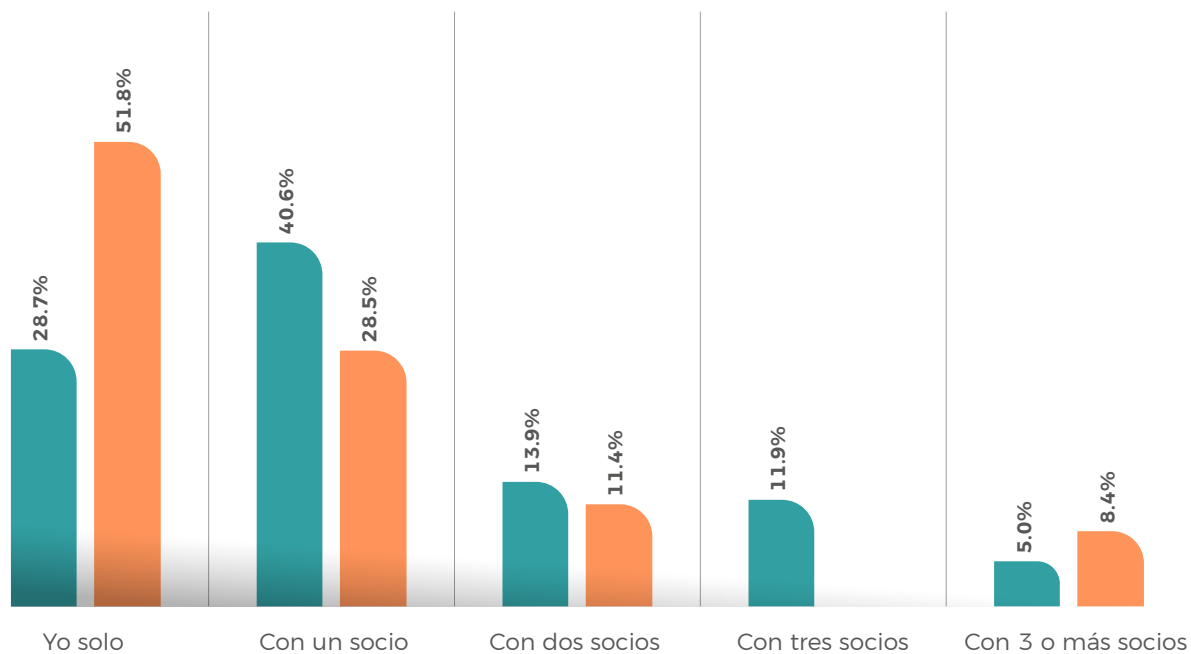
F11. ¿Quieres que este negocio se convierta en tu principal ocupación tras graduarte?



Como se observa en la Figura 12, un 40,6% cuenta con un socio para poner en marcha esta iniciativa emprendedora, cuestión que en el conjunto nacional se constata en menor medida (28,5%). Es así menor el porcentaje de universitarios que en Canarias opta por llevar a cabo su proyecto en solitario (28,7%), frente al 51,8% en el conjunto español.

FI2. Número de cofundadores del proyecto de los emprendedores nacientes en Canarias

Canarias
España

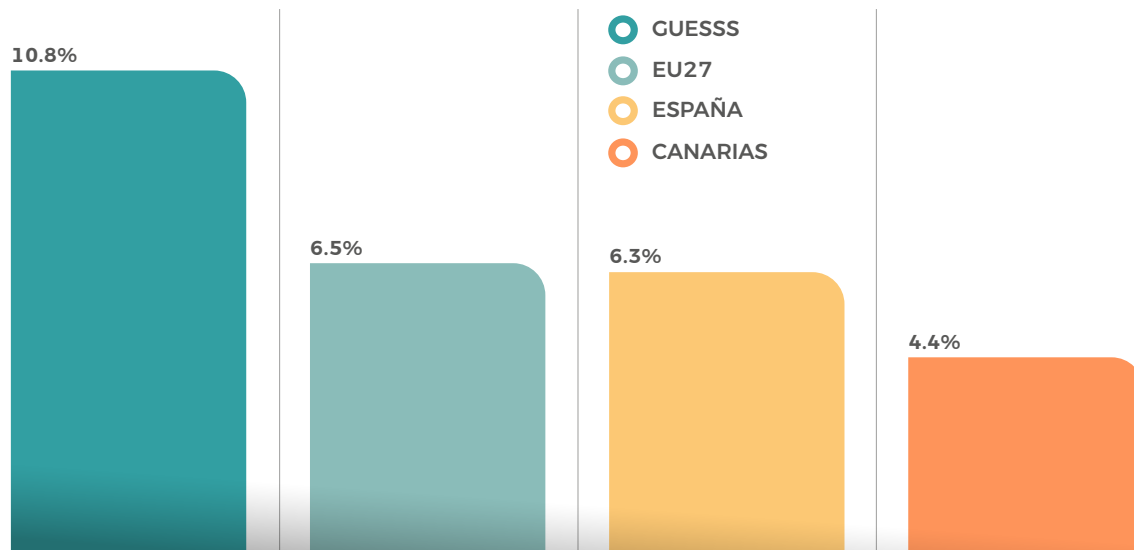


3.2. Emprendimiento activo

Un 4,4% de los estudiantes universitarios en Canarias participantes en la muestra se encuentra actualmente desarrollando su propio proyecto empresarial, al tiempo que lo compaginan con sus carreras académicas. Este porcentaje se sitúa por debajo del que presentan las universidades participantes en




el conjunto español (6,3%), en el contexto de las universidades en UE27 (6,5%), así como en el contexto global GUESSS (10,8%) –Figura 13.

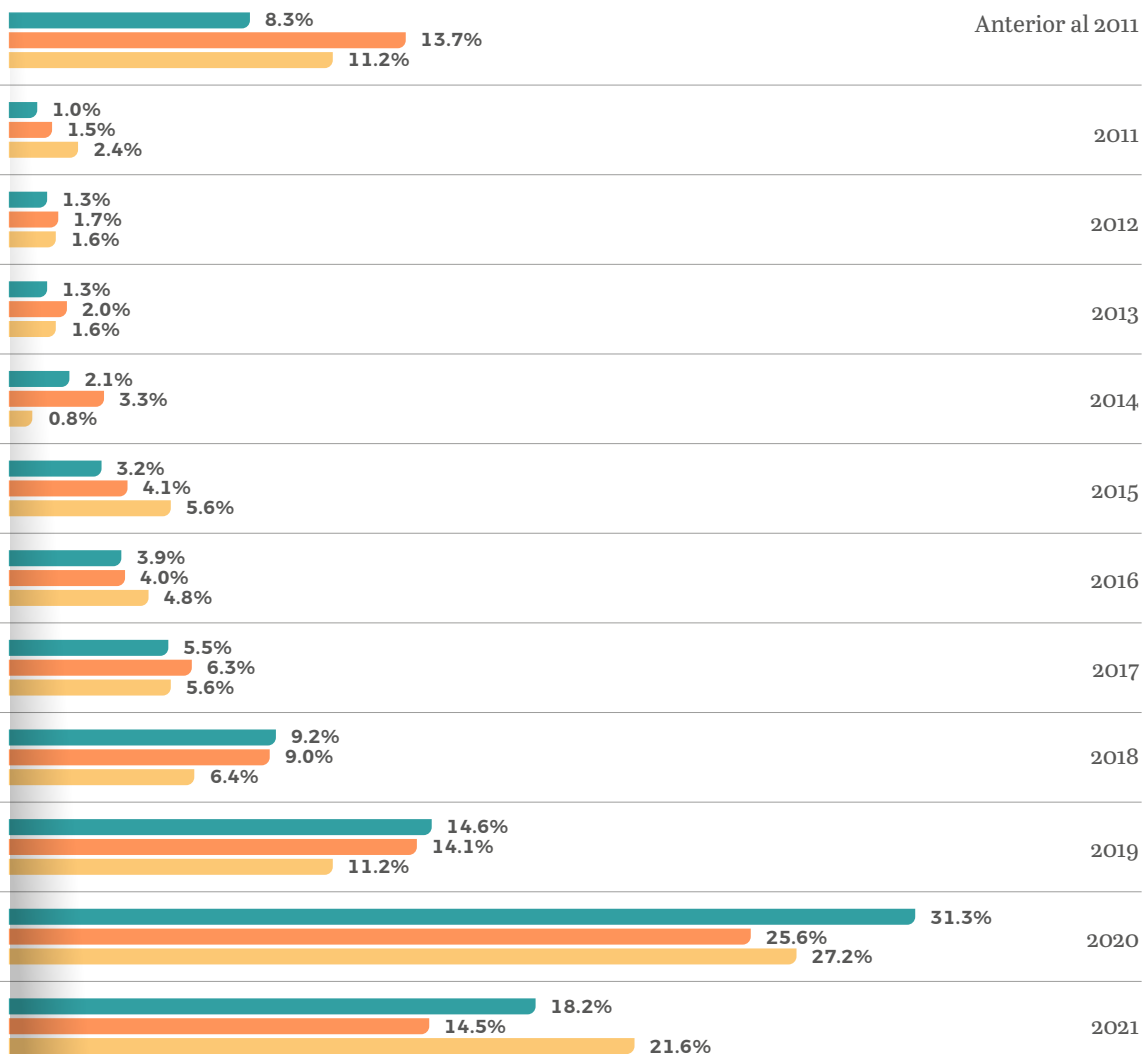
F13. Emprendedores activos:
Comparativa Canarias, España,
UE27 y GUESSS



Si se considera la fecha de fundación de las empresas creadas por el estudiantado universitario en Canarias, como se pone de manifiesto en la Figura 14, es en los últimos tres años cuando se registra una mayor actividad, especialmente en el año 2020. En ese año Canarias, con un 27,2% de empresas creadas, se encuentra por encima de la media española (25,6%), aunque por debajo de la media GUESSS (31,3%). Esta tendencia al alza se mantiene y en el año 2021 en Canarias se crean un 21,6% de las empresas, mientras que en España el porcentaje se reduce al 14,5% y en el conjunto GUESSS al 18,2%. Este incremento en Canarias puede tener como explicación más probable el efecto devastador del “cero turístico” al que se vio sometida la región en el periodo más duro de la pandemia, lo que indujo a muchos estudiantes a comprometerse en proyectos emprendedores.

F14. Año de fundación de las empresas de los emprendedores activos: Comparativa Canarias, España y GUESSS

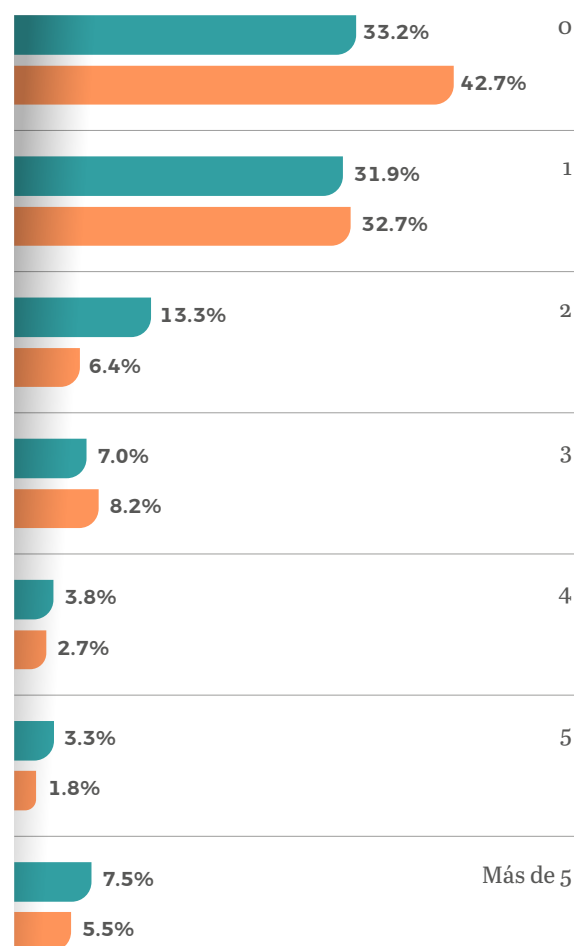
-  GUESSS
-  ESPAÑA
-  CANARIAS



El tamaño de las empresas creadas por el alumnado en Canarias es reducido, al igual que ocurre con las iniciativas empresariales del estudiantado en el conjunto de España (Figura 15). Así, la mayoría de las empresas puestas en marcha por los estudiantes en Canarias no tienen empleados (42,7%), hecho que se presenta en menor medida en el conjunto español (33,2%). Solo un 5,5% muestra más de 5 empleados, porcentaje que alcanza el 7,5% en la media española. Por tanto, una conclusión relevante en este apartado es que en Canarias las empresas que se crean por universitarios son de menor tamaño que las que ponen en marcha sus homólogos a nivel nacional.

F15. Número de empleados de las empresas de los emprendedores activos: comparativa Canarias y España

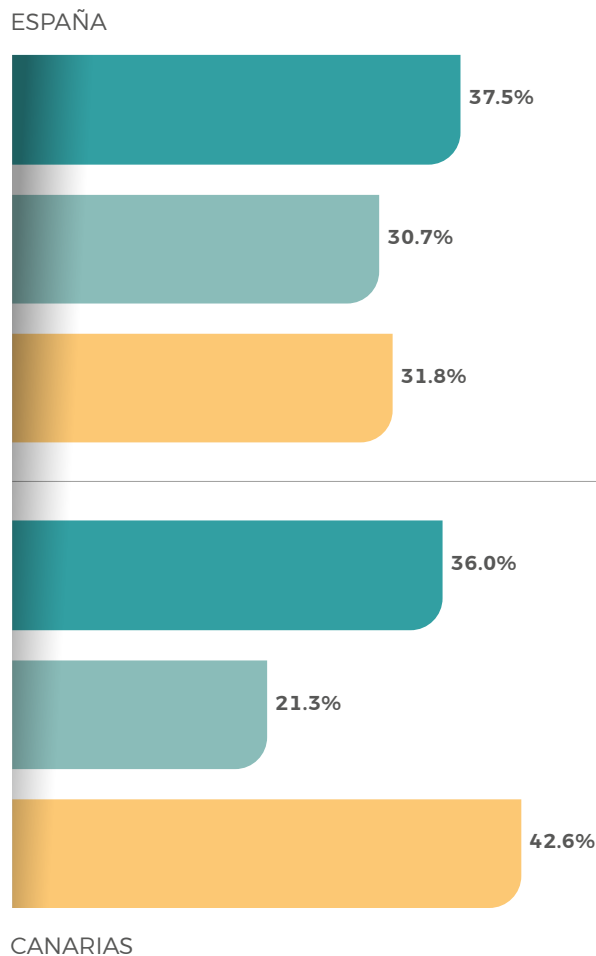
● ESPAÑA
● CANARIAS



Solo un 21,3% de los estudiantes canarios con negocios activos desean continuar con su empresa al finalizar su titulación universitaria (Figura 16). Este porcentaje es inferior al que se registra en el conjunto de España (30,75%). Igualmente, como ocurría con el emprendimiento naciente, es necesario resaltar el elevado porcentaje de estudiantes que manifiesta sus dudas respecto a esta cuestión (42,6% en el caso de Canarias, frente al 31,8% en el conjunto nacional). Se destaca también que el porcentaje de emprendedores activos que sí se decanta, al graduarse, por continuar con su empresa se reduce a menos de la mitad (21,3%) –Figura 16- en comparación con los emprendedores nacentes que optan por esta alternativa (43,8%) –Figura 11.

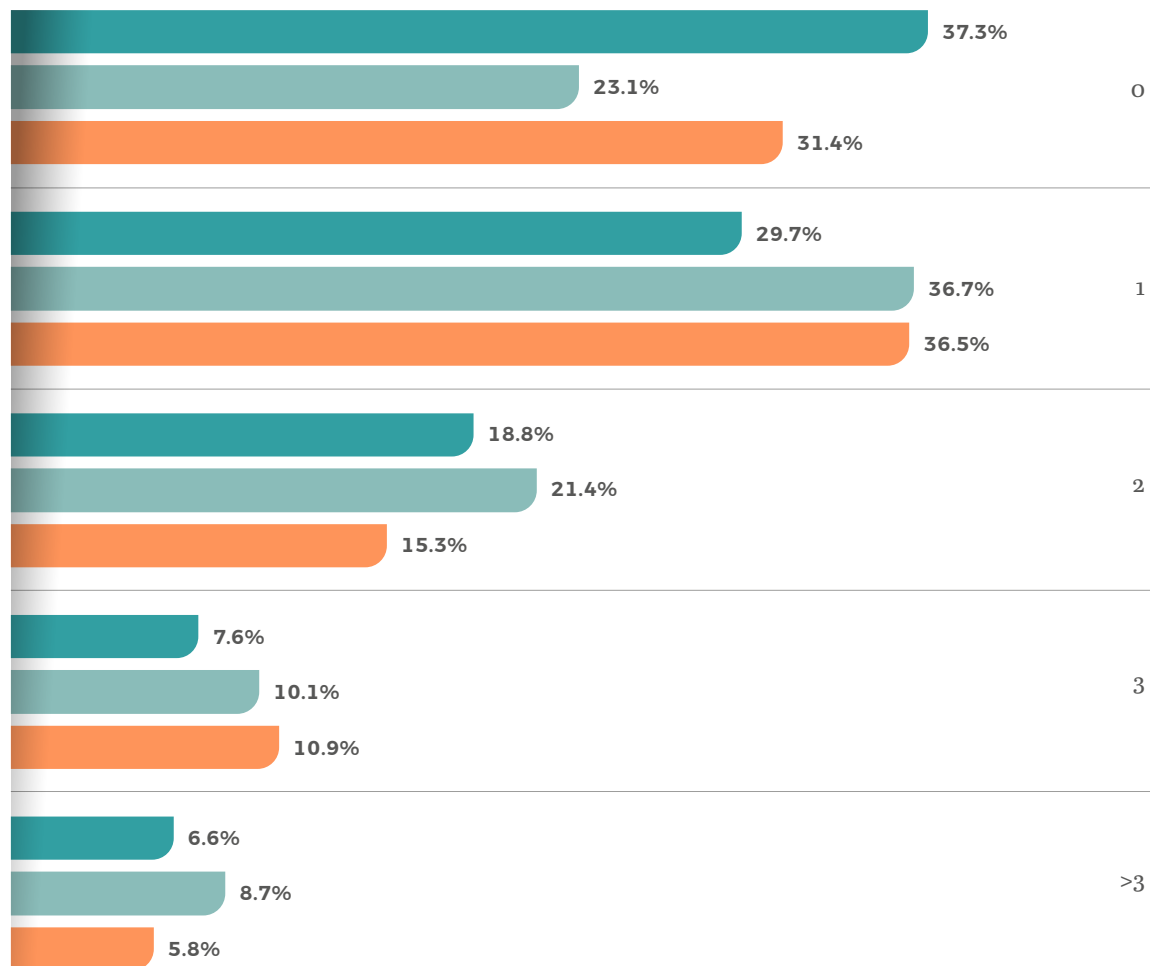
F16. ¿Quieres que este negocio se convierta en tu principal ocupación tras graduarte?

No
 Sí
 No lo sé todavía



F17. Número de cofundadores de los emprendedores activos:
Comparativa Canarias, España y entorno GUESSS

○ GUESSS
 ○ ESPAÑA
 ○ CANARIAS



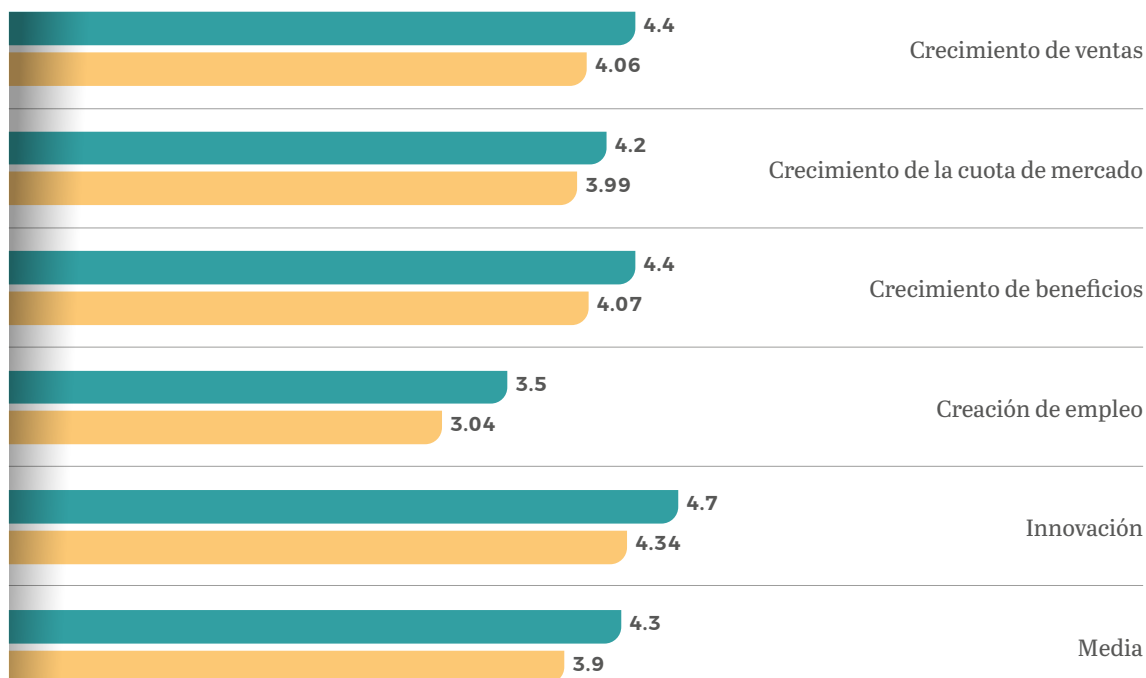
Al analizar el tamaño del equipo fundador de estas empresas (Figura 17), se observa que en Canarias un 31,4% se han puesto en funcionamiento por una sola persona, porcentaje superior al detectado en el contexto español (23,1%) e inferior si se compara con el registrado en las universidades GUESS (37,3%). Asimismo, un 51,8% de las iniciativas activas en Canarias creadas por estos estudiantes se ha constituido por un equipo formado por 2 o 3 personas –es decir, con un cofundador o dos-. En el conjunto español en esta circunstancia se localizan el 58,1% de las iniciativas y en el global GUESS en el 48,5%. Menos frecuentes son los equipos formados por 4 o más fundadores, es decir, con tres o más cofundadores (16,7%, 18,8% y 14,2% en el contexto de Canarias, España y GUESS, respectivamente).

A continuación, en la Figura 18 se representa el nivel de satisfacción del estudiantado de Canarias con iniciativas activas en relación con el rendimiento de sus negocios con respecto al de sus competidores. Se valoran cinco dimensiones: crecimiento de las ventas, crecimiento de la cuota de mercado, crecimiento de los beneficios y creación de empleo e innovación, haciéndose uso de una escala Likert de 7 puntos donde 1 indica “mucho peor que mis competidores” y el 7 representa “mucho mejor que mis competidores”. Casi todas las dimensiones evaluadas reciben puntuaciones superiores al valor medio de la escala (3,5 puntos), salvo la referida a la creación de empleo (3,0 puntos). Asimismo, la puntuación media otorgada al conjunto de las dimensiones supera en Canarias el valor medio de la escala (3,9 puntos), si bien se posiciona igualmente por debajo de la media española (4,3 puntos). Como se puede apreciar, los emprendedores universitarios en Canarias valoran más negativamente que sus homólogos españoles la mayor parte de los ítems, concediendo menores valoraciones a todos los aspectos considerados. Por tanto, se puede concluir

que, si bien los emprendedores universitarios en Canarias muestran un cierto nivel de satisfacción respecto al rendimiento de sus negocios en relación con sus competidores, este nivel de satisfacción es inferior al registrado en el conjunto español.

F18. Autoevaluación del rendimiento de la empresa del emprendedor universitario activo en Canarias en comparación con sus competidores

● ESPAÑA ● CANARIAS



3.3.

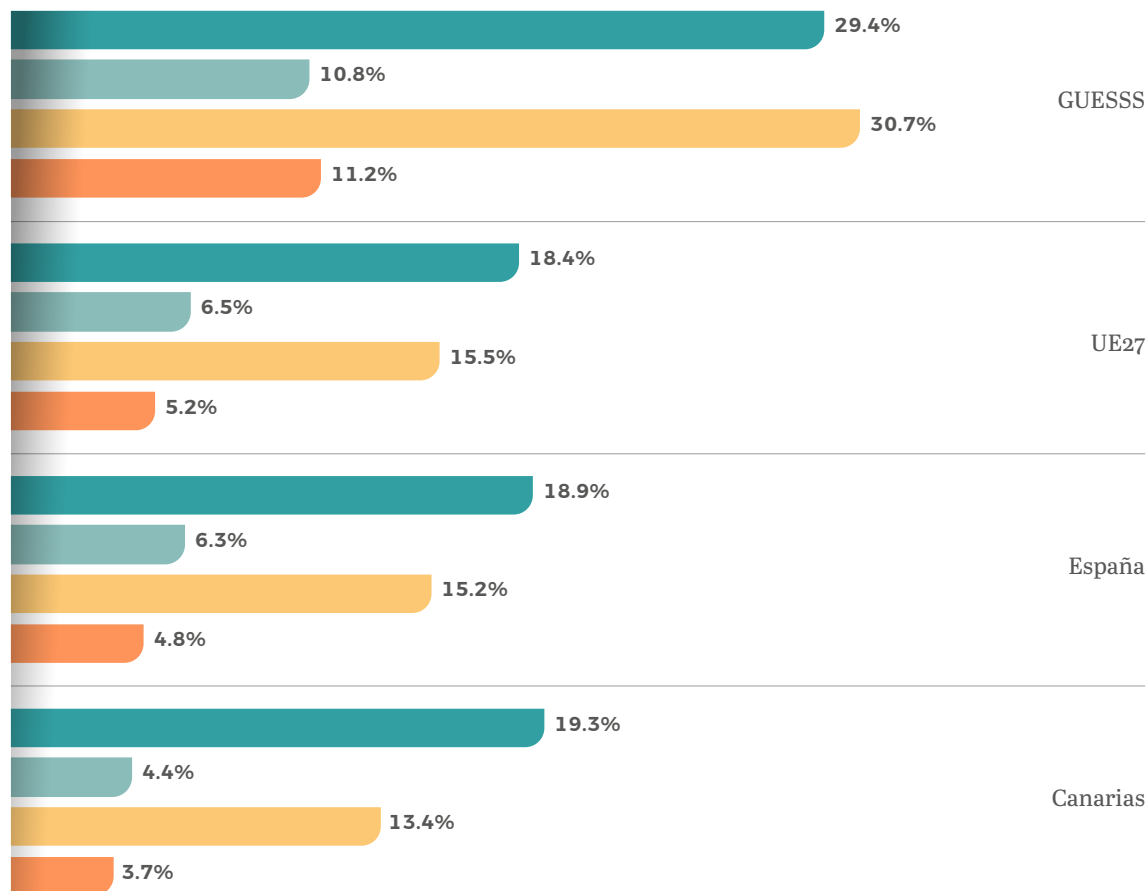
Emprendimiento naciente y emprendimiento activo: Comparativa territorial

La Figura 19 muestra de manera sucinta la posición de Canarias en el emprendimiento activo y naciente comparativamente con el conjunto de las demás circunscripciones geográficas analizadas. En el emprendimiento activo Canarias, con un 4,4% de la cohorte 2020-21, muestra valores inferiores a la media GUESSS (10,8%), UE27 (6,5%) y de España (6,3%). Asimismo, se ha de reseñar que la proporción de emprendedores con iniciativas en activo en Canarias ha aumentado respecto al mismo valor obtenido para el informe 2018-19 (3,7%). Este aumento también se refleja en el contexto español y de la UE27, con tasas de emprendimiento activo en aquella edición de 4,8% y 5,2%, respectivamente, pero no en GUESSS que se situaba en un 11,2%, acusando un ligero resentimiento.

Con respecto al emprendimiento naciente, Canarias (19,3%) presenta una tasa próxima a la media UE27 (18,4%) y a la media de España (18,9%), si bien más alejada del conjunto de las universidades GUESSS (29,4%). Las iniciativas en fase naciente han aumentado también en Canarias, España y el contexto UE27 respecto a la edición 2018-19.

F19. Emprendimiento activo y naciente en Canarias:
comparativa cohorte 2018-19 y 2020-21

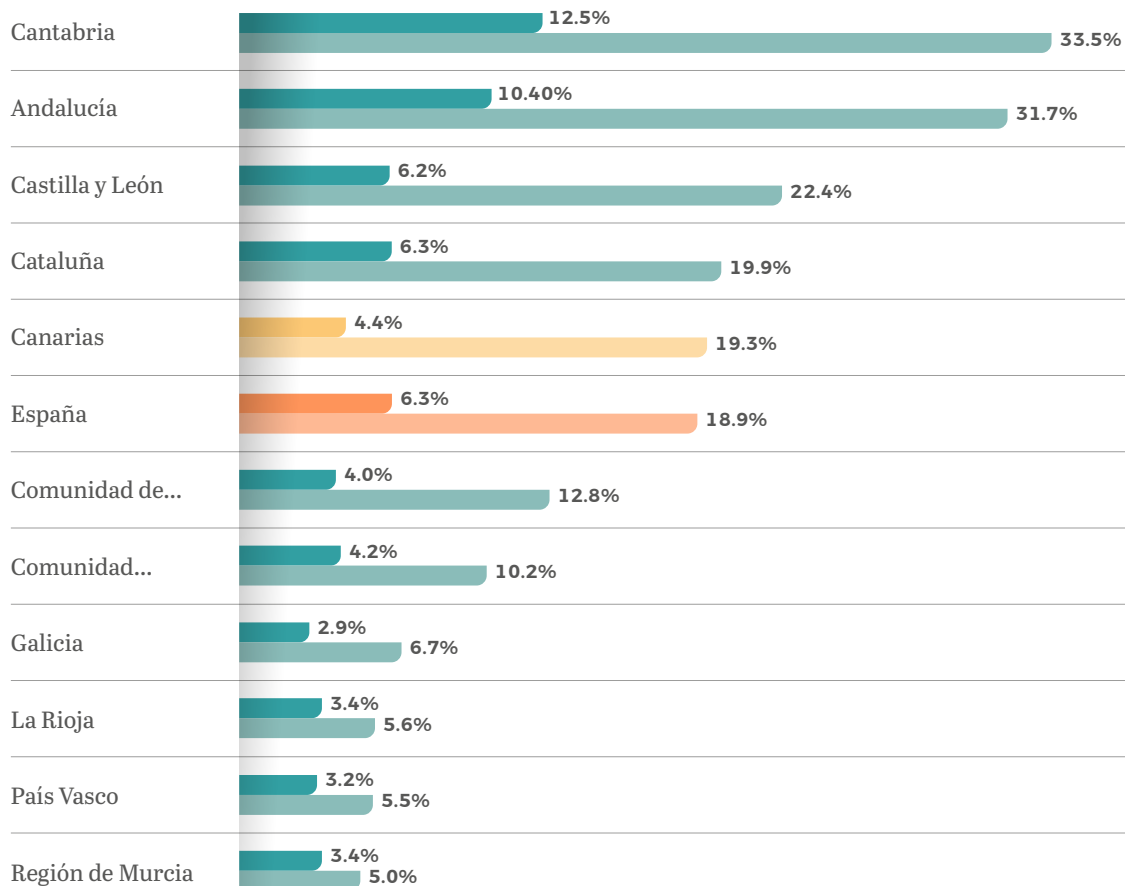
● Nacientes 2020-21
 ● Activos 2020-21
 ● Nacientes 2018-19
 ● Activos 2018-19



F20. Emprendimiento activo y naciente por comunidades autónomas

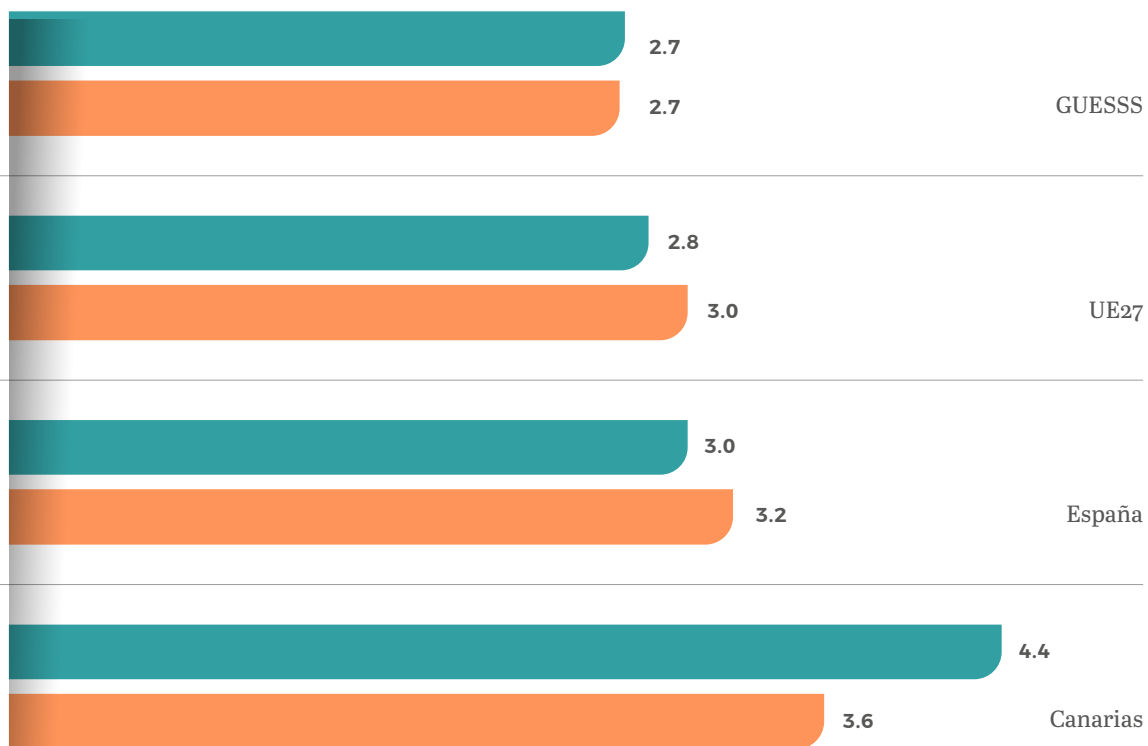
● Activos 2020-21

● Nacientes 2020-21



En la Figura 20 se incluye una panorámica del emprendimiento activo y naciente contextualizando la muestra analizada para Canarias en el conjunto de las comunidades autónomas españolas. Así, y con respecto al emprendimiento activo, Canarias se sitúa en una discreta posición (4,4%), siendo las comunidades cántabra y andaluza las que ocupan los primeros puestos con tasas de emprendimiento universitario activo del 12,5% y 10,4%, respectivamente. Por el contrario, con menor tasa de emprendimiento activo se posicionan Galicia (2,9%), País Vasco (3,2%), la Región de Murcia (3,4%) y La Rioja (3,4%).

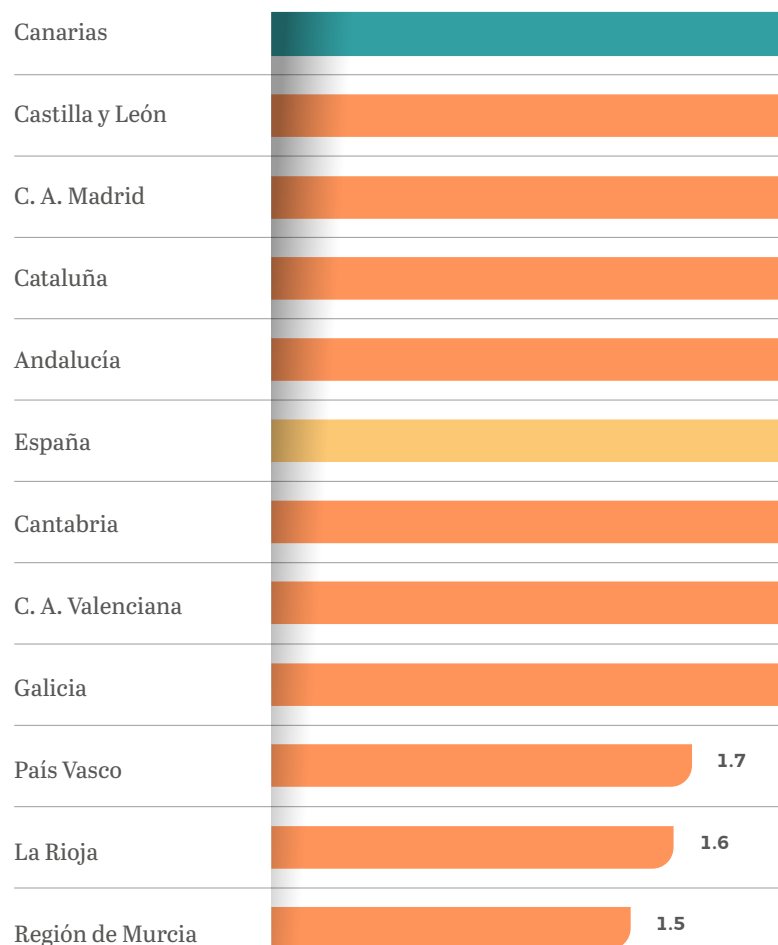
Con respecto al emprendimiento naciente de la cohorte 2020-21, Canarias (19,3%) ocupa una posición intermedia en la comparativa regional (19,3%). Cantabria (33,5%) y Andalucía (31,7%) copan nuevamente las primeras posiciones, siendo la Región de Murcia (5%), País Vasco (5,5%) y La Rioja (5,6%) las que se sitúan en el vagón de cola del emprendimiento universitario naciente. Este posicionamiento pone de manifiesto que aún queda trabajo por realizar en Canarias, tanto desde las propias instituciones de educación superior con el impulso de la iniciativa emprendedora del estudiantado, como por parte de las autoridades competentes favoreciendo un ecosistema emprendedor entre los jóvenes universitarios.

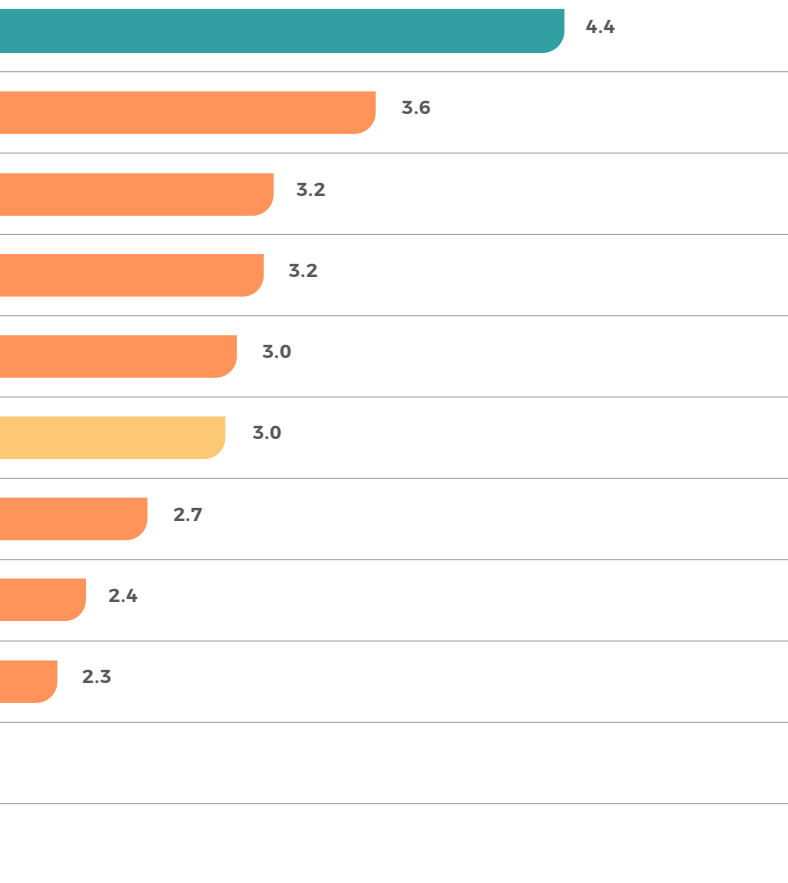


F21. Proporción de emprendimientos nacientes versus emprendimientos activos: Comparativa Canarias, España, UE27 y GUESS

● 2020-21
 ● 2018-19

La proporción de emprendimientos nacientes con respecto a los activos, se observa en la Figura 21 permitiendo anunciar el crecimiento potencial de emprendimiento activo por parte de los universitarios. Como se puede constatar, Canarias presenta una mayor ratio (4,4), superando la media española (3), la media UE27 (2,8) y la media GUESSS (2,7) en 2020-21. Este comportamiento reproduce en buena medida el encontrado en la edición 2018-19, si bien la cohorte actual en Canarias supera considerablemente la proporción de emprendimientos nacientes/nuevos de la edición anterior.





F22. Proporción de emprendimientos nacientes versus emprendimientos activos por comunidad autónoma

La Figura 22 muestra la proporción de emprendedores nacientes respecto a los emprendedores activos en todas las circunscripciones analizadas en España. En este *ranking* Canarias se sitúa como la comunidad autónoma con una mayor ratio (4,4), superando la media española (3), y seguida a distancia por Castilla y León (3,6) y Comunidad de Madrid y Cataluña (3,2).



El equipo y la idea

Peakland es una marca de moda que busca promocionar las Islas Canarias en todo el mundo y que fue fundada en abril de 2019 por José Vigo, David Soto y Daniel Palmero, titulados del Grado de Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de La Laguna durante los años 2014-2018. Los tres graduados tenían gran interés y motivación por poner en marcha un negocio juntos y “gracias a los conocimientos adquiridos durante la carrera y sin la necesidad de mucho capital para testear una marca de moda, nos pusimos manos a la obra en cuanto tuvimos la idea”.

Lo más dulce y lo más amargo

“Lo más gratificante en el proceso de iniciar y poner en marcha un negocio fue todo el apoyo que recibimos durante los primeros meses, principalmente de amigos y familiares. Algunas

personas se involucraron tanto como nosotros mismos y *Peakland* despegó gracias a ellos”.

“La principal dificultad, que a día de hoy se mantiene, es la condición geográfica de las Islas. Canarias dista mucho de ser una localización idílica para una empresa que se dedica a vender productos físicos online. Recientemente, otra dificultad es la falta de tiempo, que nos obliga a que *Peakland* sea una actividad que compaginamos con nuestros trabajos/estudios. También el hecho de que actualmente solo Daniel siga residiendo en Tenerife se ha convertido en otra dificultad a tener en cuenta”.



Instituciones, personas u organizaciones

El proyecto se presentó en la Feria del Talento Emprendedor, organizada por la Cátedra Fundación DISA de Jóvenes Emprendedores de la Universidad de La Laguna en mayo de 2019. Posteriormente, el Servicio de Apoyo al Emprendimiento de la Universidad de La Laguna (Emprende ULL), les asesoró en los primeros pasos de puesta en marcha del proyecto. En esa primera fase de arranque fue fundamental el apoyo incondicional de familiares y amigos que se ofrecieron a ayudar para que los promotores pudieran empezar con la “mejor tracción posible”.

Peakland



The key about to discover the beaches of the Canary Islands

Spreading
The Paradise

Peakland

www.peaklandstore.com



PEAKLAND
CANARY ISLANDS

Un consejo para otros universitarios emprendedores

El principal consejo de los promotores de Peakland es que una vez que surge la idea es bueno compartirla y hacerla pública cuanto antes. La experiencia que se adquiere al iniciar un proyecto emprendedor no se “adquiere en un aula, y aunque tu objetivo final en esta vida no sea convertirte en emprendedor/a, el haberlo hecho durante la época universitaria te hará ser mil veces mejor profesionalmente”.

Otro consejo que nos deja Peakland es la necesidad de encontrar un buen equipo para desarrollar el proyecto: “trata de buscarte 1 ó 2 personas que sabes que te van a motivar y a ‘meter caña’ cuando lo necesitas. Al igual que hablábamos antes de mejorar profesionalmente, esta es la mejor manera de mejorar tus habilidades interpersonales que son igual o más importantes que las técnicas. Definitivamente, Peakland no seguiría en pie hoy en día si solo hubiese sido fundada por uno de nosotros tres”.



*Actividad
emprendedora
del estudiantado
universitario en
canarias*

cuatro



4.1.

El contexto universitario

El contexto universitario, como entorno específico en el que el estudiantado desarrolla su actividad académica, se convierte en el primer eslabón del ecosistema emprendedor, tanto por la formación general y específica en emprendimiento que recibe, como por la realización de actividades que generan un clima emprendedor y que facilita el desarrollo de ideas y nuevas iniciativas emprendedoras. El estudio GUESSS analiza ambos aspectos como factores contingentes.

La valoración media que el alumnado universitario otorga en Canarias a la formación general recibida en la formación universitaria y que les orienta hacia el emprendimiento, sigue el patrón de la edición anterior, manteniéndose en niveles en torno a 3,6

puntos en una escala de 7. En la Figura 23 se muestran los aspectos evaluados referidos, principalmente, a si los cursos recibidos les han permitido aumentar o mejorar (a) sus actitudes, valores y motivaciones hacia el emprendimiento, (b) sus conocimientos sobre las acciones que deben llevar a cabo para iniciar un negocio, (c) sus habilidades prácticas, (d) sus redes de contacto y (e) sus capacidades para la identificación de oportunidades. De la lectura de dichos factores se deduce la necesidad de apostar por más formación general hacia el emprendimiento y, concretamente, por formación en aquellos aspectos clave para apalancar la iniciativa emprendedora, tales como la identificación de oportunidades (3,4), el desarrollo de redes (3,5) y la conformación de actitudes, valores

F23. Formación general orientada al emprendimiento.
Valoración media en Canarias

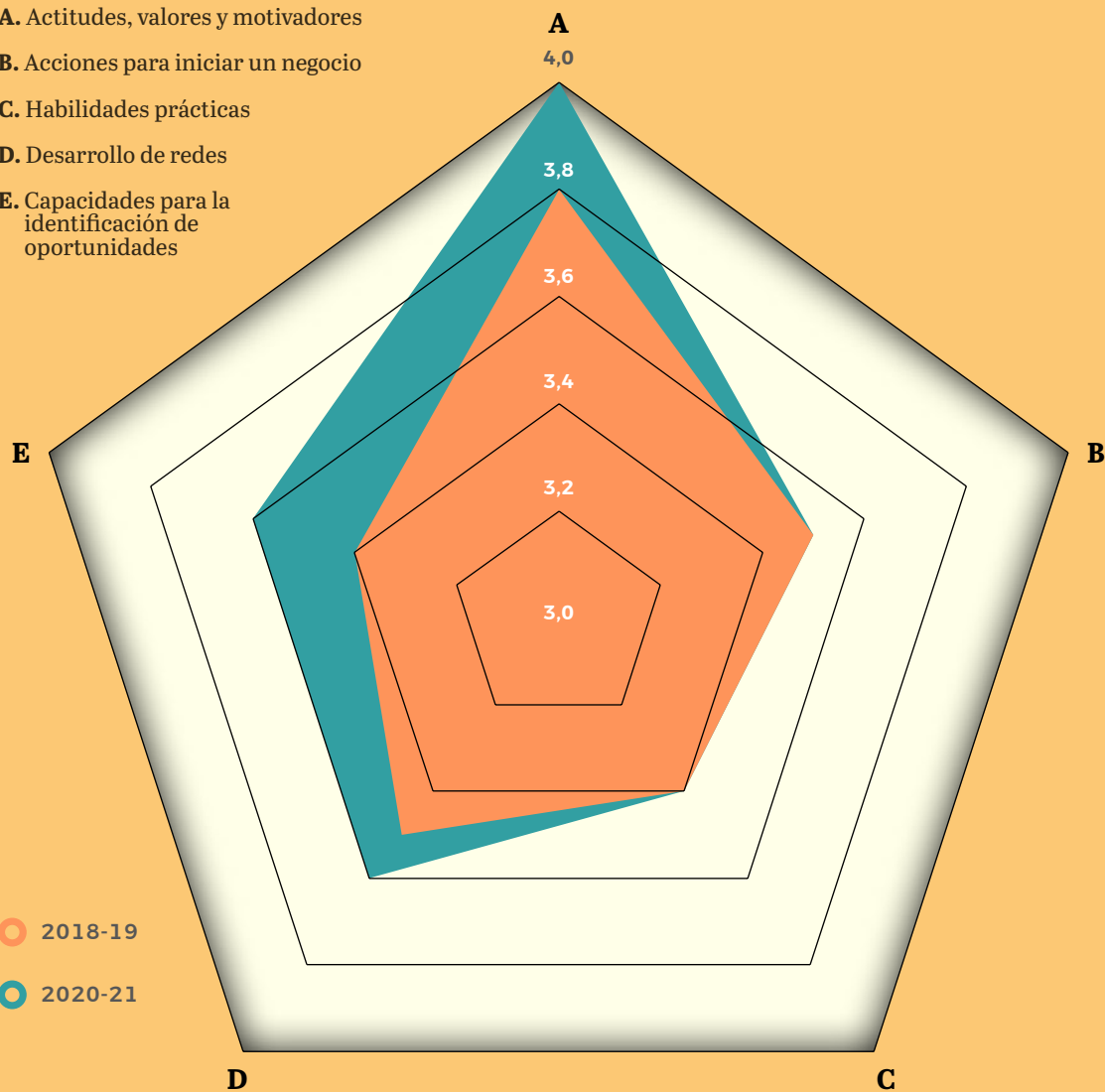
A. Actitudes, valores y motivadores

B. Acciones para iniciar un negocio

C. Habilidades prácticas

D. Desarrollo de redes

E. Capacidades para la
identificación de
oportunidades



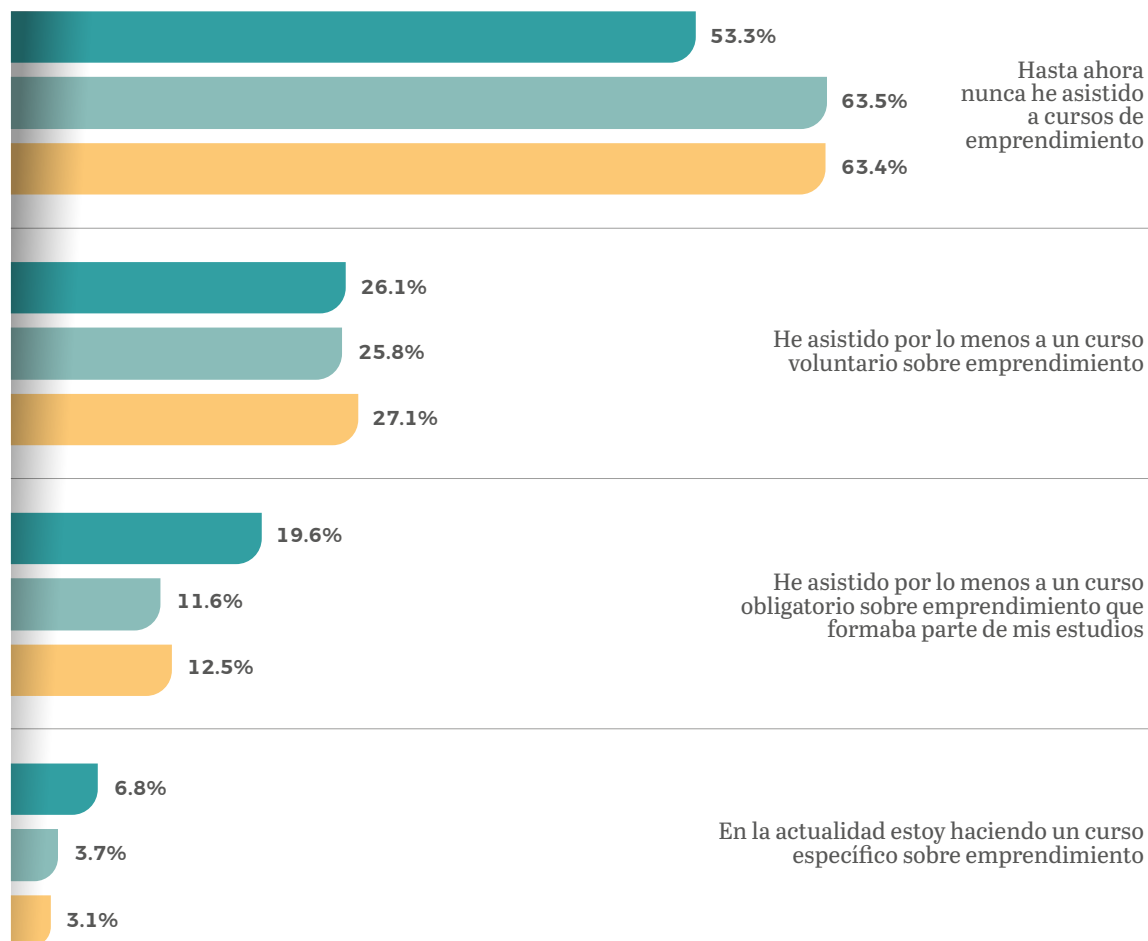
y motivaciones (3,8), aspectos todos ellos que han sido menos valorados por los estudiantes en esta cohorte que en la precedente. En tal sentido, no hay que perder de vista que cada vez hay más información y formación relacionada con el emprendimiento y fácilmente disponible para el estudiantado, por lo que la formación universitaria debe aportar un plus de diferenciación en calidad, metodologías y actualización.

En referencia a la formación específica en emprendimiento, se contemplan diversas opciones no excluyentes, pudiendo el estudiante contestar afirmativa o negativamente a cada una de ellas. En la Figura 24 se representan las respuestas positivas indicadas por el conjunto del estudiantado. Así, el 63,4% de los encuestados en las universidades públicas canarias no han recibido formación en emprendimiento, ni de manera voluntaria ni curricular, teniendo un comportamiento similar al del promedio nacional (63,5%) y difiriendo en más de diez puntos porcentuales de la media de los países GUESSS (53,3%).

Sin embargo, es destacable el interés mostrado por el estudiantado en Canarias en la formación emprendedora, ya que el 27,1% ha asistido al menos a un curso voluntario, superando en este indicador a sus homólogos en España (25,8%) y en el entorno global GUESSS (26,1%). Tan solo el 12,5% de los encuestados se ha formado en emprendimiento como parte de su currículo académico, dato similar al reflejado a nivel nacional (11,6%) y bastante distante de la media GUESSS (19,6%). Este resultado precisa una reflexión sobre los contenidos curriculares presentes en las diferentes titulaciones universitarias en comparación a otros países en los que se ve una mayor extensión de la formación curricular en creación de empresas.

F24. Formación emprendedora recibida por los universitarios

GUESS **ESPAÑA** **CANARIAS**

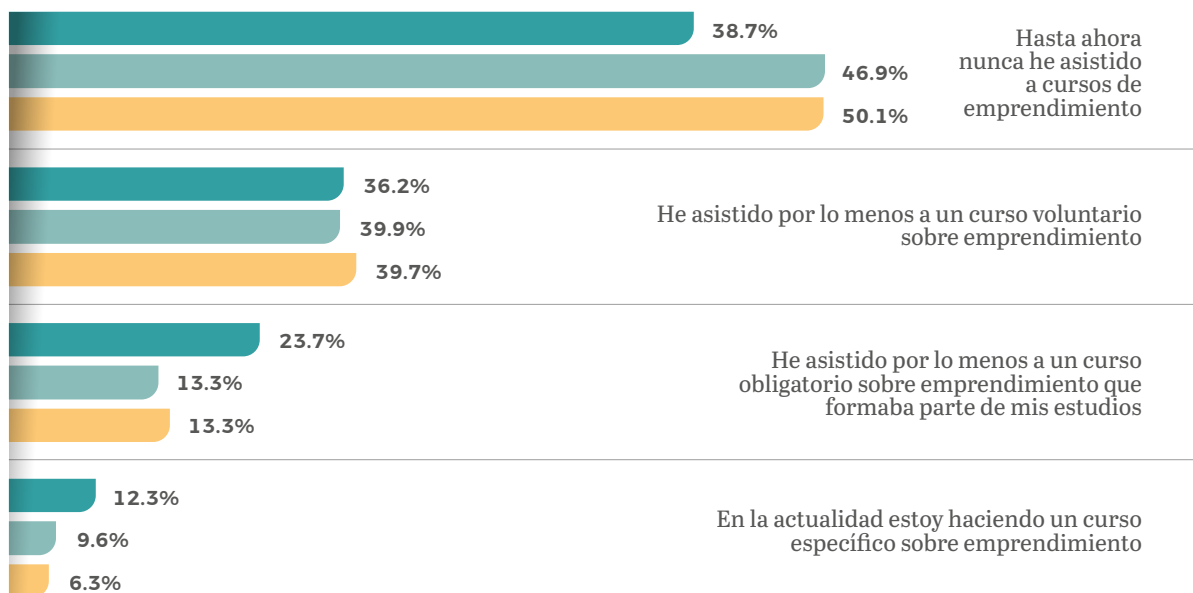


En las Figuras 25 y 26 se detallan los indicadores mencionados categorizando según la fase del proceso emprendedor en que se encuentre el estudiante. Así, la Figura 25 refleja la formación recibida por estudiantes que están en proceso de poner en marcha

una iniciativa de empleo por cuenta propia –emprendimiento naciente-, mientras que la Figura 26 hace referencia a los estudiantes que tienen intención de iniciar la actividad empresarial justo al finalizar sus estudios universitarios.

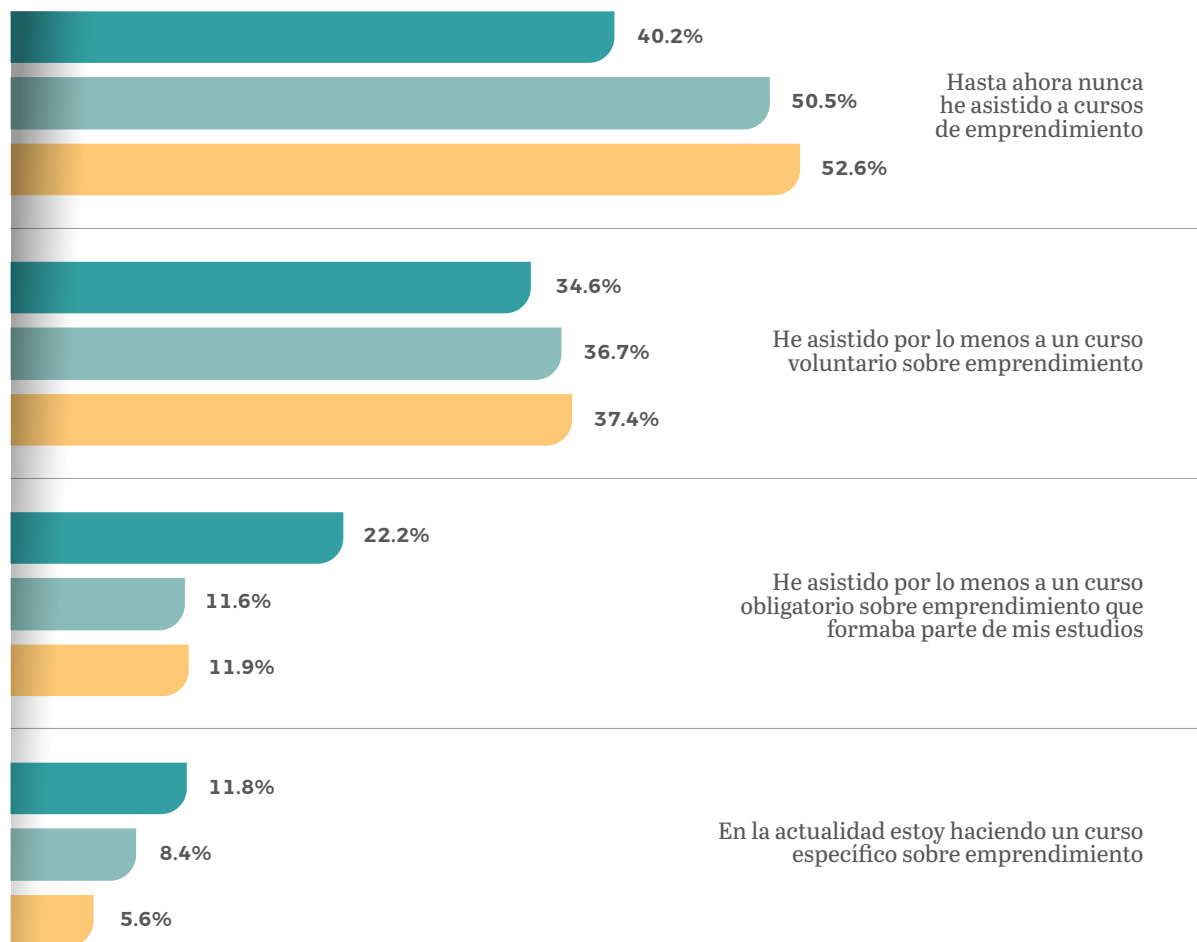
F25. Formación emprendedora recibida por los emprendedores nacentes

○ Guesss ○ España ○ Canarias



F26. Formación emprendedora recibida por los estudiantes con intención emprendedora justo al finalizar los estudios

○ GUESSS
 ○ ESPAÑA
 ○ CANARIAS



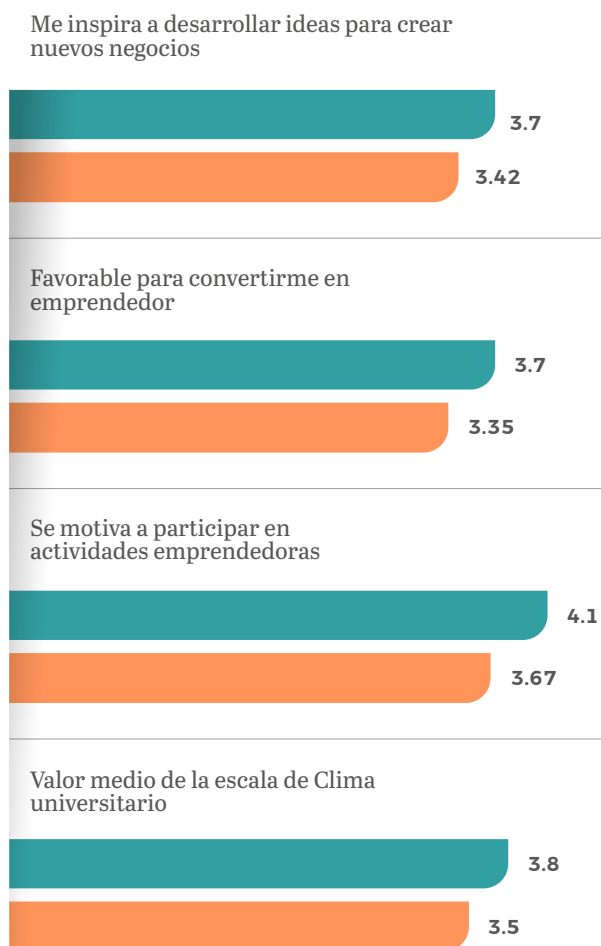
Destaca nuevamente el elevado porcentaje de estudiantes sin formación específica en emprendimiento, presentando diferencias similares -en torno a diez puntos porcentuales- con la media GUESSS en ambos casos. Ahora bien, en ambos colectivos, se revela el interés por la formación emprendedora, ya que el 39,7% de los emprendedores universitarios nacientes en Canarias y el 37,4% de los que muestran intención de emprender nada más titular, manifiestan haber realizado al menos un curso de manera voluntaria, superando lo que este mismo indicador informa para el conjunto GUESSS (36,2% y 34,6%, respectivamente). El hecho de que el conjunto de estudiantes, así como los colectivos detallados, asistan voluntariamente a algún curso de formación emprendedora, superando los porcentajes GUESSS, puede estar motivado por la escasez de formación emprendedora en los planes de estudio españoles, lo que lleva al estudiantado a formarse en competencias emprendedoras extracurricularmente para suplir dichas carencias.

Por su parte, y para conocer el clima emprendedor de las universidades públicas canarias como variable contextual clave que afecta a la intención emprendedora de los universitarios, se analiza su percepción sobre el carácter inspirador que se respira en los campus universitarios, la creación de un clima favorable para el emprendimiento y el apoyo a la implicación en actividades emprendedoras. La valoración media de estos factores se representa en la Figura 27, donde se aprecia un ligero descenso en todos los aspectos en comparación con lo percibido en Canarias por los universitarios en pre-pandemia (2018-19) y en el período 2020-21, obteniéndose una evaluación deficiente del clima emprendedor con puntuaciones por debajo de 3,5 en una escala de 7, salvo en la motivación por parte de las universidades para fomentar la participación del estudiantado en actividades emprendedoras (3,67 sobre 7). Precisamente este aspecto es el mejor valorado en las últimas ediciones por el estudiantado en Canarias, lo que pone en valor el creciente interés institucional por el emprendimiento universitario.

El valor medio del clima emprendedor de las universidades públicas canarias (3,5) es inferior a la media nacional (3,8) y a los referentes europeos (3,9) y global GUESSS (4,4), aunque las distancias se mantienen prácticamente constantes respecto a las valoraciones obtenidas en la edición anterior a nivel nacional (Figura 28). Así pues, el clima universitario español en general, y el de las universidades canarias en particular, ha empeorado en el último bienio, mientras que la dinámica europea e internacional ha mantenido los valores alcanzados en la edición anterior.

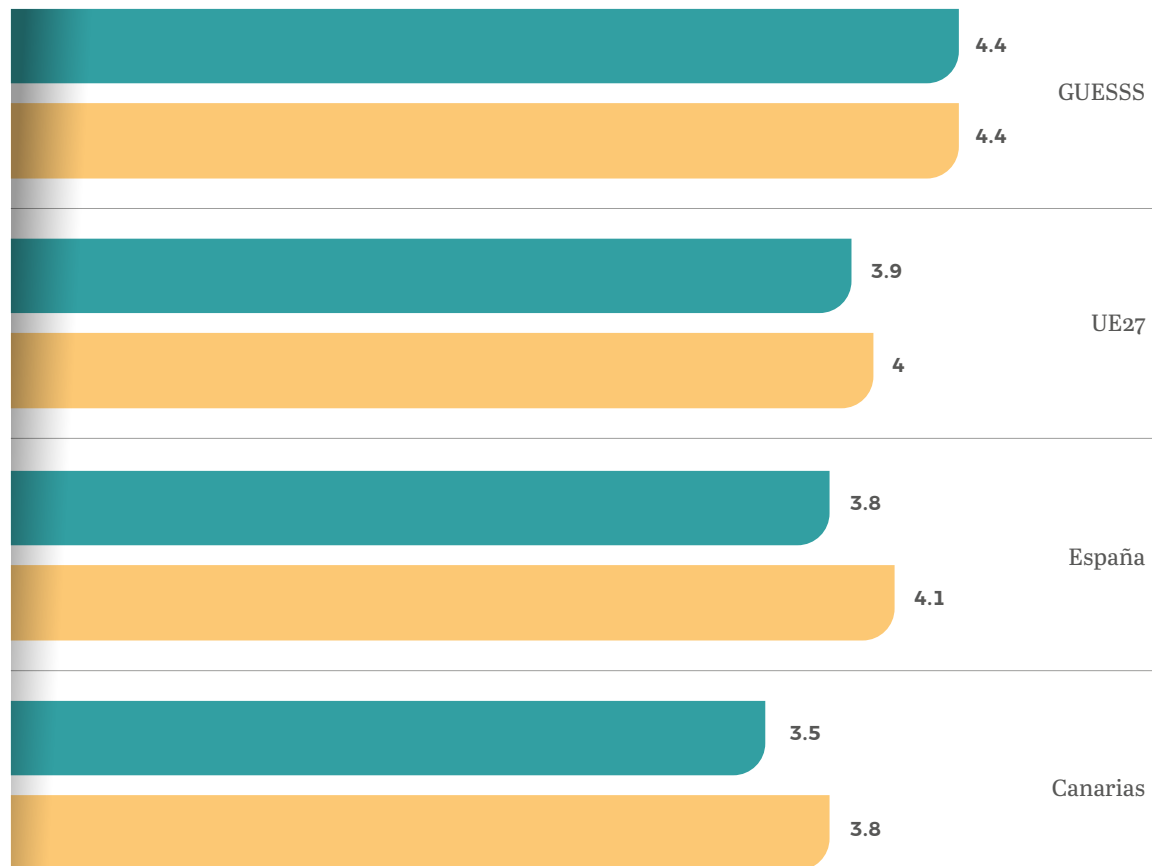
F27. Clima emprendedor de las universidades canarias: comparativa cohorte 2018-19 y 2020-21

● 2018 - 19 ● 2020 - 21



F28. Clima emprendedor universitario: Comparativa Canarias, España, UE27 y entorno GUESSS

2021 2018



4.2. Ámbitos de estudio

En la Figura 29 puede observarse la intención emprendedora de los universitarios y su comportamiento emprendedor en función de la rama de conocimiento de sus estudios universitarios. Estas ramas están agrupadas atendiendo a la clasificación establecida en el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales en España.

El estudiantado de las universidades canarias tiene un comportamiento similar en cuanto a su intención emprendedora a sus homólogos nacionales, no apreciándose excesivas diferencias por rama de conocimiento entre el ámbito nacional y el regional. De hecho, en el conjunto de estudios se presentan tasas de intención emprendedora algo por encima de la media nacional, tanto al finalizar los estudios como en sus planteamientos a 5 años vista, destacando un notable 26,8% de estudiantes de Artes y Humanidades que tienen ya planeadas la actividad profesional a desarrollar, superando en

más de cuatro puntos a sus compañeros en el conjunto nacional. Por su parte, Ciencias de la Salud e Ingeniería y Arquitectura se configuran como ramas de conocimiento con elevada intención emprendedora a 5 años vista (21,4% y 32%, respectivamente), ya que en ambas un importante porcentaje de titulados llevan a cabo el ejercicio libre de la profesión, lo que genera una actitud empresarial para el desempeño profesional. Ahora bien, a pesar de que en Canarias el emprendimiento por rama de conocimiento sigue una estructura similar a la nacional, cabe señalar que, independientemente de los estudios que están cursando, el estudiantado universitario en Canarias es menos propenso a compaginar estudios y proyecto empresarial. Este hecho vuelve a poner de manifiesto la necesidad de que las universidades sigan apostando por la creación de un ecosistema emprendedor que ejerza efectos tractoros sobre proyectos empresariales incipientes, potenciales generadores de empleo en la región y fuente de inspiración para otros estudiantes.

F29. Intención y comportamiento emprendedor de los universitarios por rama de conocimiento

ARTES Y HUMANIDADES

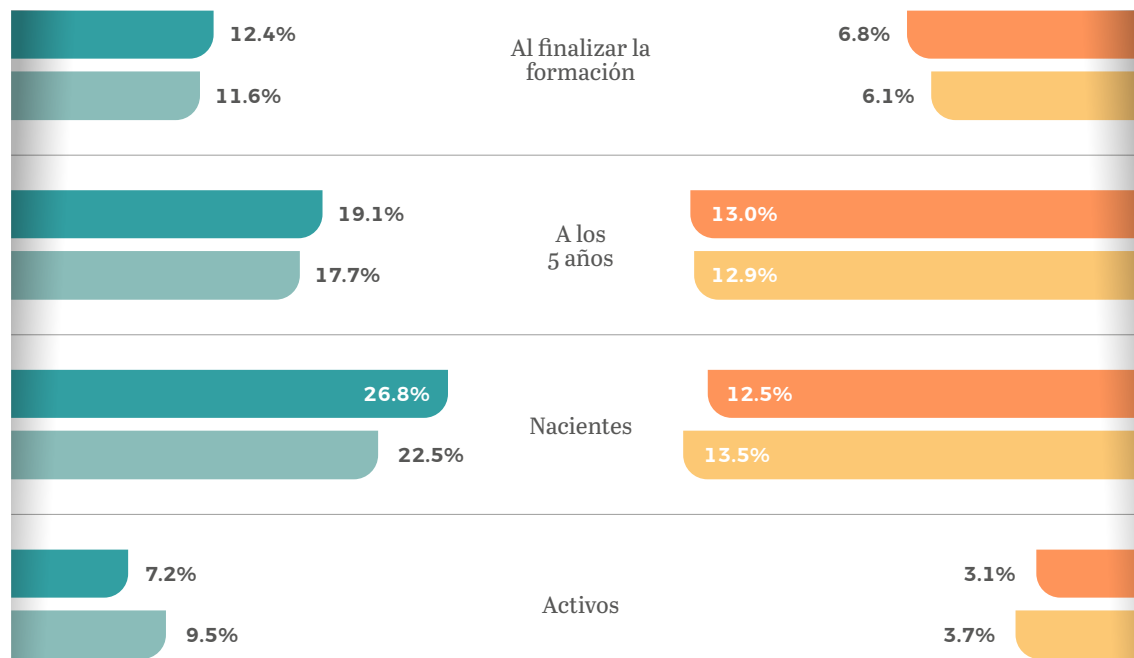
CIENCIAS

Canarias

España

Canarias

España

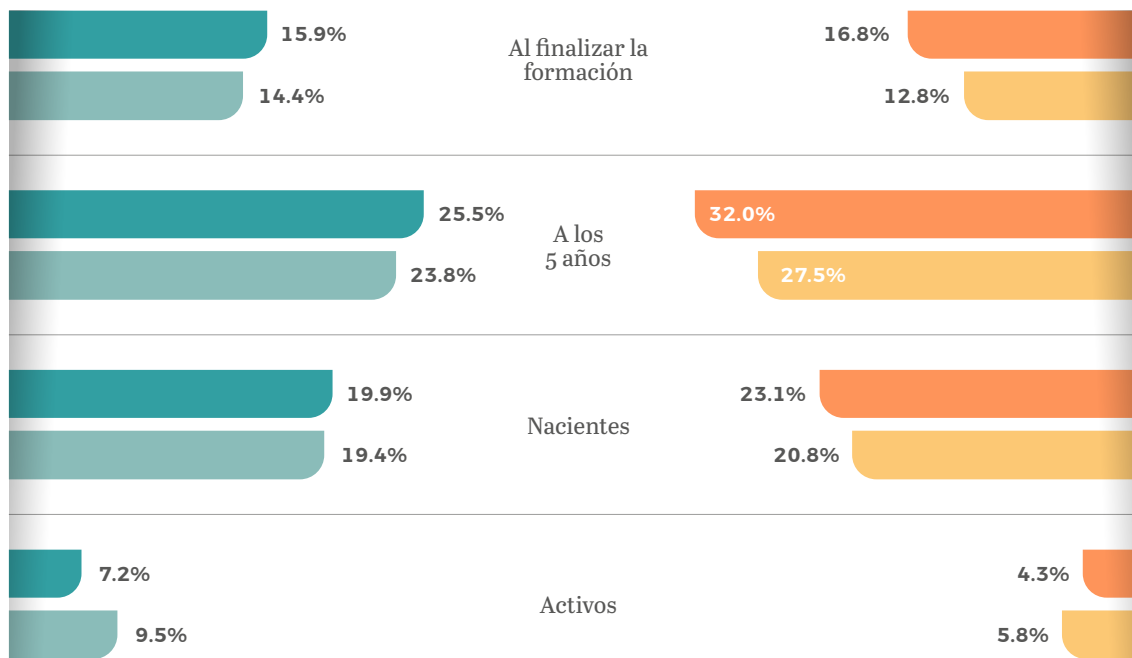


CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

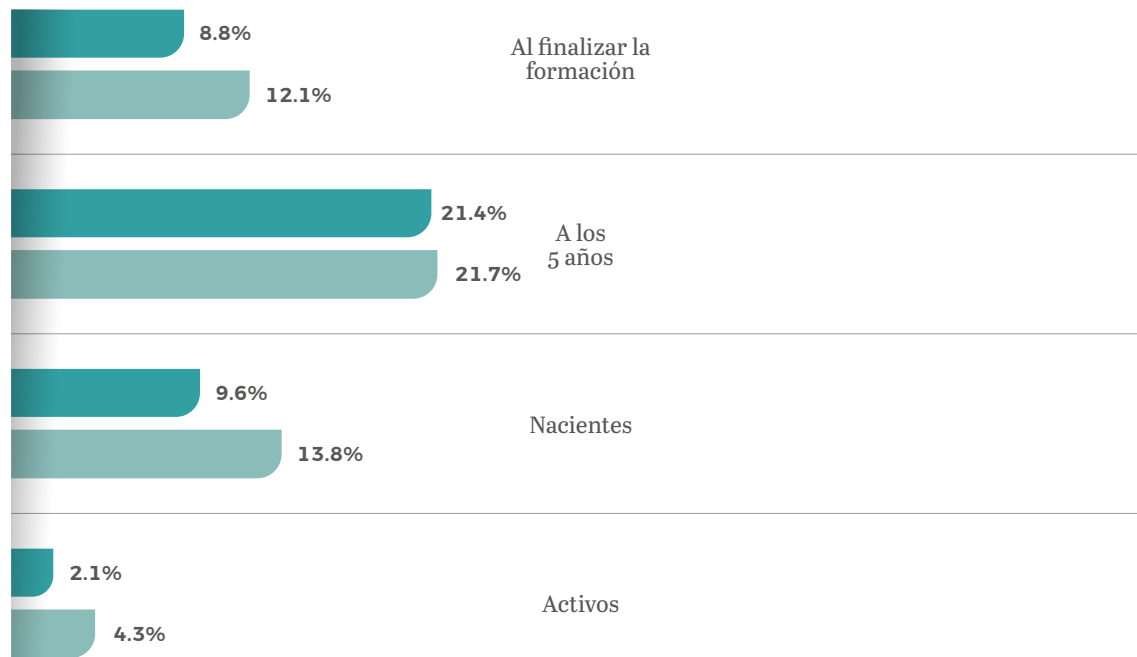
Canarias España

Canarias España



CIENCIAS DE LA SALUD

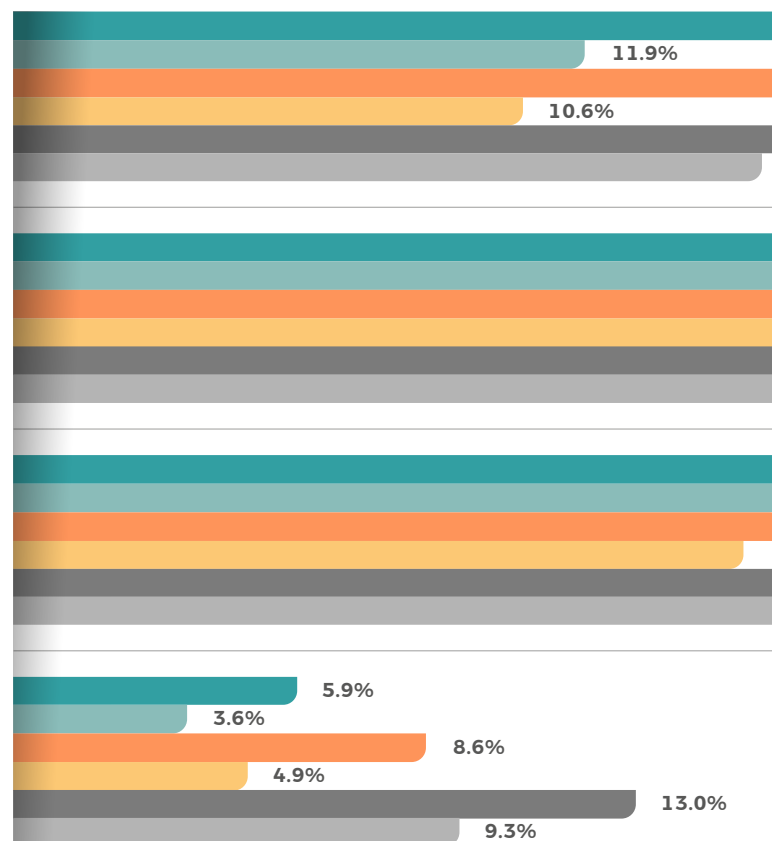
 Canarias  España



4.3. Género

La intención emprendedora del estudiantado universitario en Canarias muestra considerables diferencias de género (Figura 30), con un predominio masculino independientemente del momento emprendedor en que se encuentre. En la región las diferencias oscilan en torno a los siete puntos porcentuales cuando se trata de intención emprendedora, tanto a corto (18,8% frente a 11,9%) como a largo plazo (29,8% frente a 22,2%), produciéndose mayores diferencias en la tasa de emprendedores nacientes (26,1% frente a 16%) y atenuándose entre los que compaginan actividad empresarial y académica (5,9% frente a 3,6%).

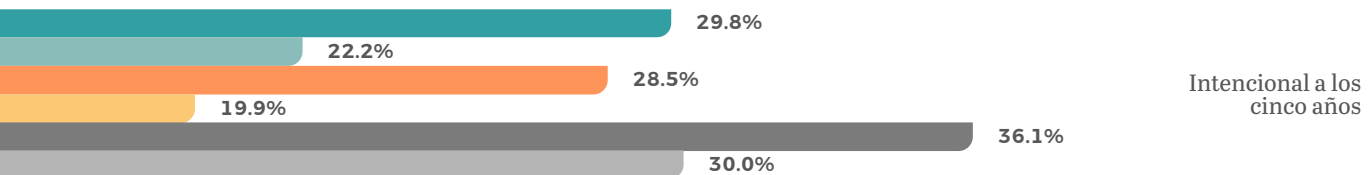
F30. Género y emprendimiento naciente, activo e intención emprendedora



- CANARIAS Hombre
- ESPAÑA Hombre
- GUESSS Hombre
- CANARIAS Mujer
- ESPAÑA Mujer
- GUESSS Mujer



Intencional al finalizar la formación



Intencional a los cinco años





Nacientes

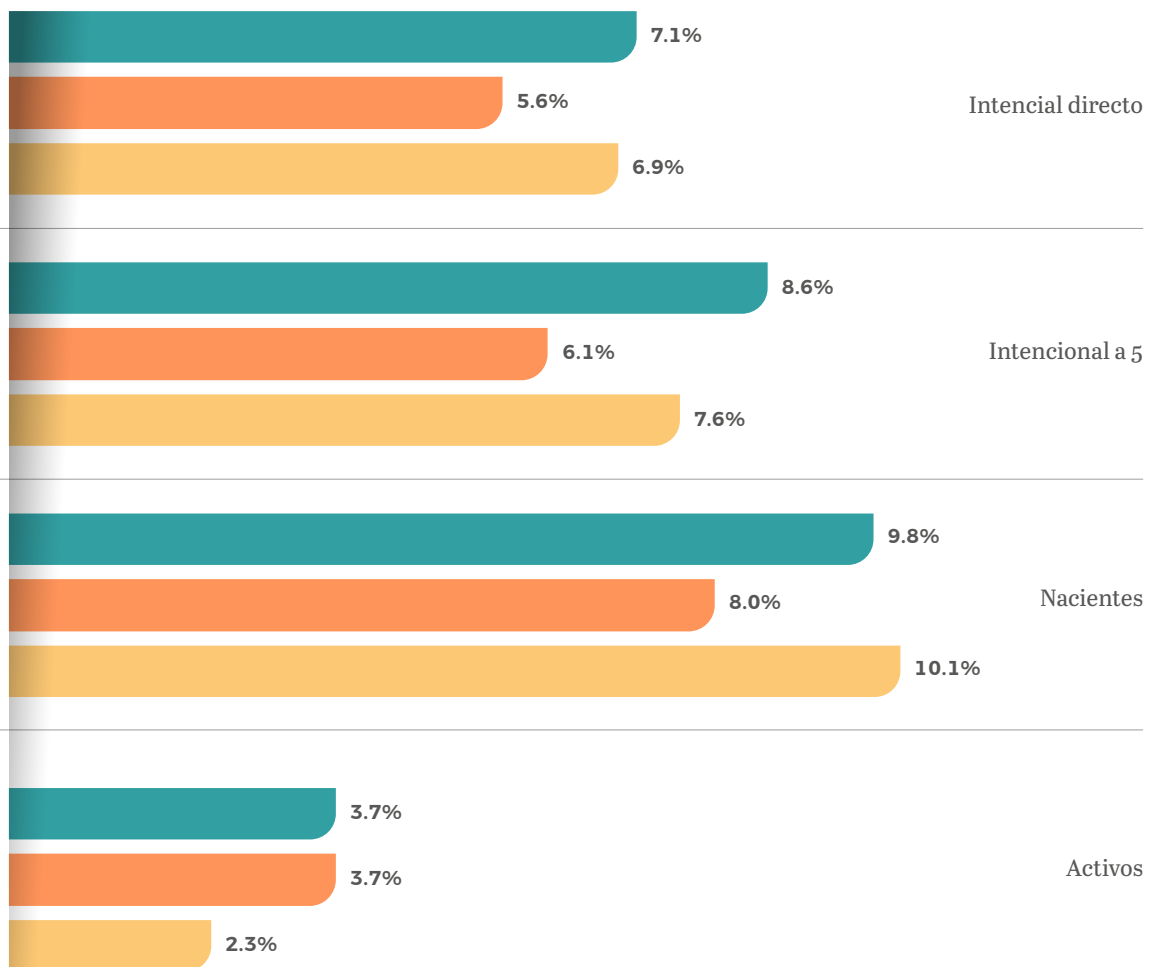
Activos

Cabe destacar que la brecha de género presente en el estudiantado universitario en Canarias se reproduce en las otras circunscripciones geográficas, donde la intención y la actividad emprendedora masculina supera a la femenina en cualquiera de las etapas objeto de estudio. En la Figura 31 se calcula la diferencia para cada una de las variables consideradas sobre intención y comportamiento emprendedor entre hombres y mujeres. En dicha Figura merece mención especial el hecho de que el emprendimiento activo sitúa a Canarias en una posición de relativo equilibrio en comparación

con las diferencias existentes en el territorio nacional, europeo y de países participantes GUESS. Esta diferencia entre hombres y mujeres activos, se sitúa en Canarias en 2,3 puntos porcentuales, inferior a los 3,7 puntos presentes en todas las circunscripciones referenciadas, y ratifica el valor encontrado en la edición anterior.

F31. Diferencias de género entre los emprendimientos activos

-  ESPAÑA
-  GUESS
-  CANARIAS





El emprendedor y la idea

ElPrefijo es una pequeña agencia creativa dedicada al diseño gráfico, la fotografía, la gestión de redes sociales y otros servicios digitales. Fundada por Kevin Muñoz Guerra, un titulado del *Grado en Ingeniería de Diseño Industrial y Desarrollo de Productos* por la ULPGC, este vio en la carrera todo lo que necesitaba para desarrollar su iniciativa. Así, es en la titulación donde adquiere los conocimientos básicos de la profesión además de adentrarse en el estudio de la empresa, a pesar de que, como él mismo indica “cursé la asignatura como si aquello no fuera conmigo”.

De la trayectoria del emprendedor y sus logros más importantes

“Tras acabar el Grado realicé las prácticas remuneradas en *Ahembo*, en el departamento de comunicación, donde no me renovaron por la irrupción del COVID. Pero toda una cuarentena da para mucho, y comencé a ver las redes sociales de un sector tan tocado por el COVID como

era la hostelería, y del que observaba cada día que restaurantes, bares y cafeterías apenas prestaban interés en comunicar con calidad, presentándose en las redes sociales de manera muy informal, despreocupada y con un cierto grado de abandono, y eso a pesar de que se «come» por los ojos.

Con mis nociones sobre gestión de redes sociales y mi enorme afición a la fotografía, conseguí que algunos negocios del mundo de la restauración se interesaran por obrar el cambio. Comencé así a gestionar sus redes sociales y a especializarme en fotografiar alimentos, platos cocinados y otras especialidades culinarias... hasta hoy que he ganado poco a poco presencia en el sector.



Que otras grandes empresas del sector como *Klawter* o *22 grados* hayan contado con nosotros para proyectos de envergadura, a los cuales no hubiésemos llegado solos hasta, posiblemente, un muy largo plazo, ha sido para nosotros un gran logro. Tenemos que agradecerles mucho, sin duda”.

Lo más dulce y lo más amargo

“Hacer las cosas bajo tu propia marca, a tu manera, es lo que me da más satisfacción, ya que en el mundo del arte gráfico molesta mucho que alguien, cuyas nociones de diseño son prácticamente nulas, venga a corregirte algo que sabes que, aún siempre mejorable, es técnicamente perfecto.

vs.



Lo más difícil, sin duda, el desconocimiento de los temas burocráticos, llevan tiempo y resultan desagradables. La facturación y todos los procesos necesarios para llevarla a cabo también es una actividad dura, aunque imprescindible”.

Un consejo para otros universitarios emprendedores

“Partiendo de la base que es muy duro el verte tú solo en un principio tocando puerta por puerta, buscando alguien que quiera contar contigo, si estás seguro de lo que vendes puedes olvidarte de ser el mejor. La seguridad y la franqueza con la que vendas tus ideas o productos son la clave del éxito, además de, como es obvio, el buen hacer y un justificado trabajo por nuestra parte.

Lo importante: Hay que creer para crear”.



*Impacto de la
pandemia Covid-19
en el emprendimiento
universitario en
canarias*

cinco



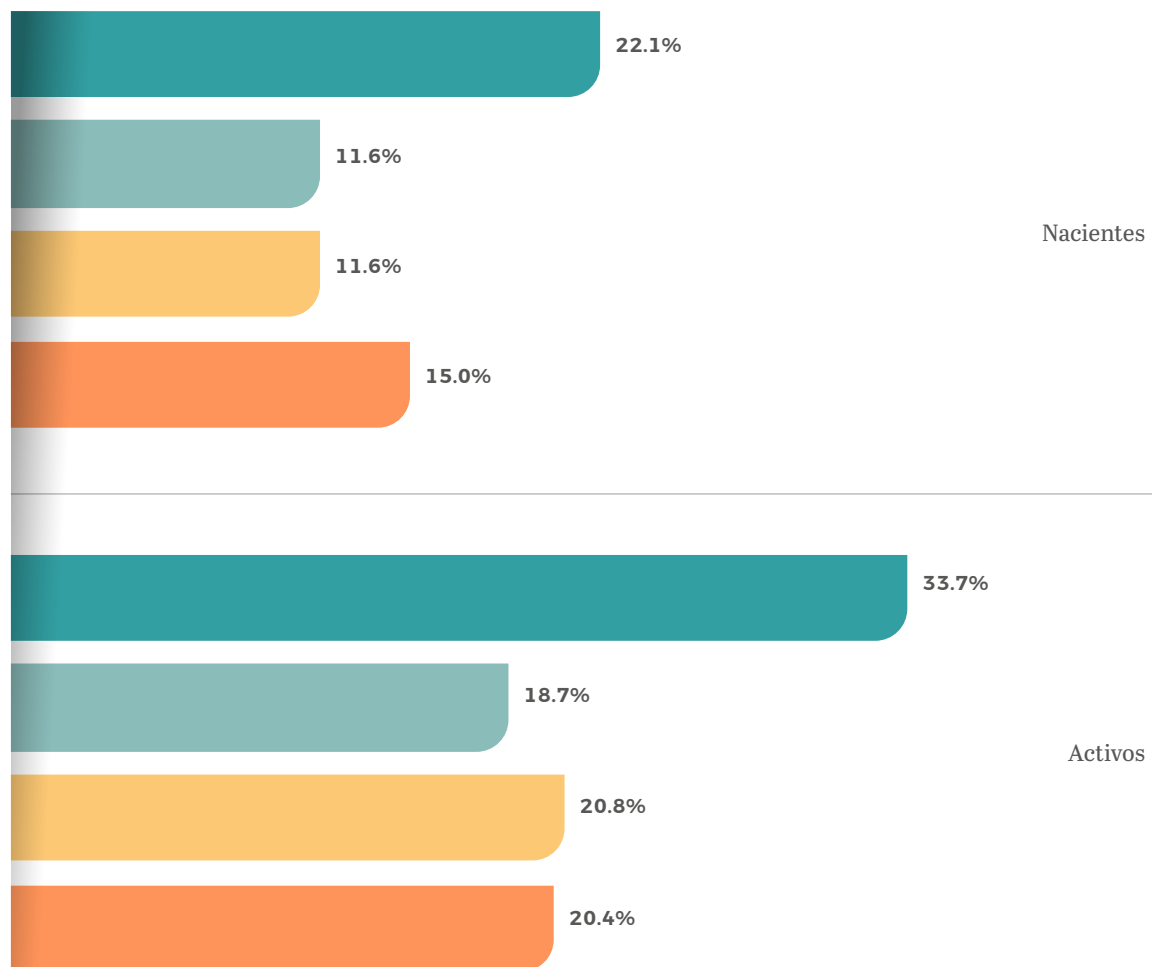


Los últimos análisis económicos realizados por el Gobierno de Canarias (2021) sobre la repercusión de la crisis económica y sanitaria provocada por la Covid-19 concluyen el marcado impacto de la pandemia sobre las principales variables macroeconómicas de Canarias, debido principalmente a la dependencia económica del sector turístico, aunque se constata una paulatina remisión de los efectos negativos y se observa una gradual recuperación económica.

El informe GUESSS Canarias dedica este apartado a analizar el efecto de la pandemia en el emprendimiento universitario en Canarias, centrándose en si ésta ha influido decisivamente en la decisión de poner en marcha un proyecto emprendedor. En la Figura 32 se muestran los emprendimientos nacientes y activos, donde queda patente que la decisión de crear una empresa ha estado fuertemente relacionada con las implicaciones de la pandemia.

F32. Emprendimientos nacientes y activos influidos por la COVID-19

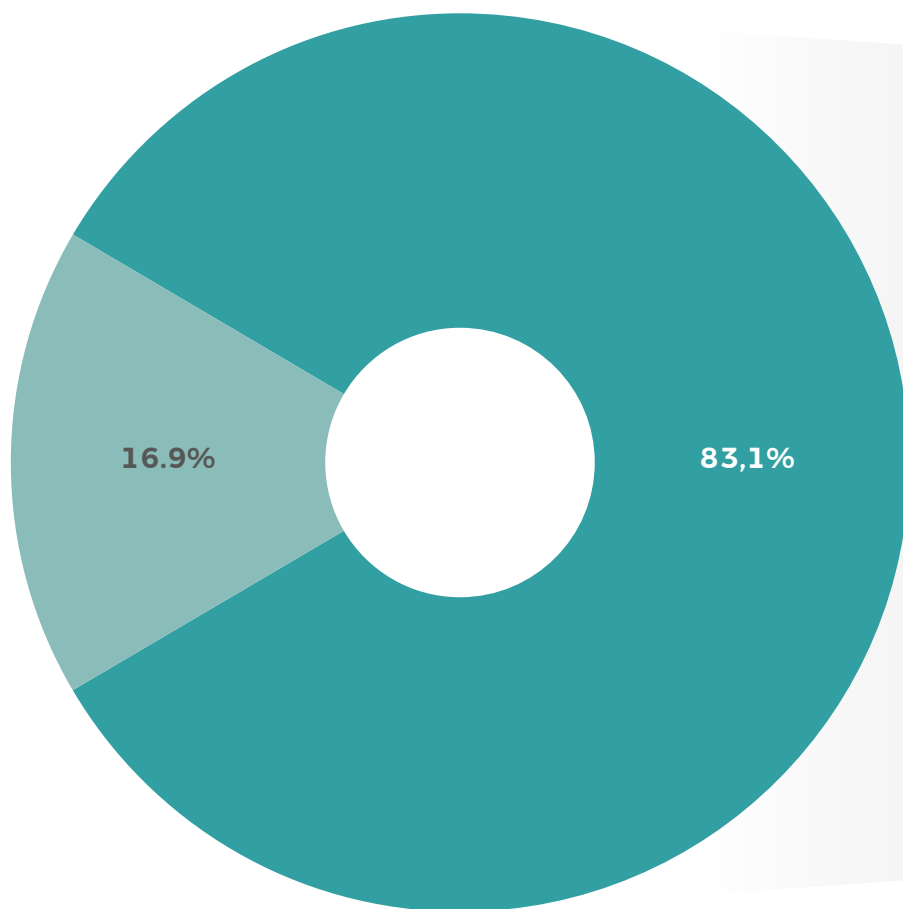
● GUESSS ● UE 27 ● España ● Canarias



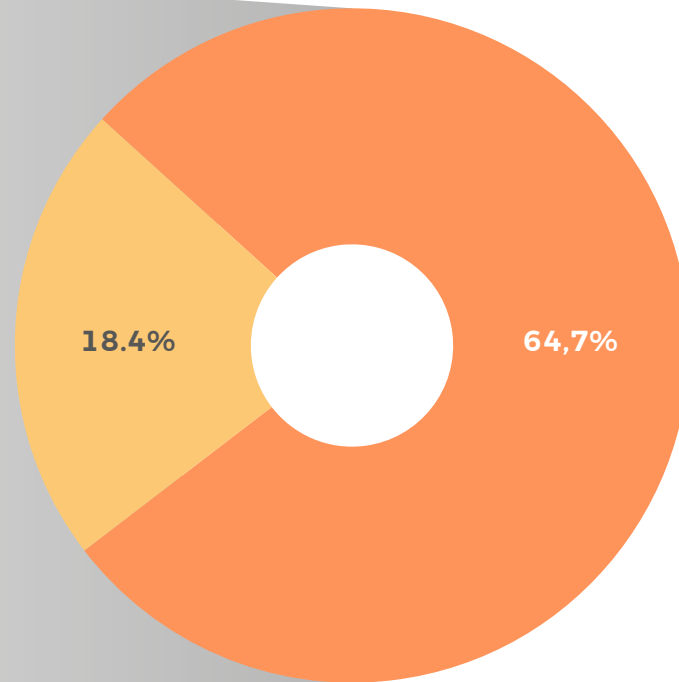
Así, el cero turístico que afectó a Canarias ha impulsado al 15% del estudiantado a planificar la puesta en marcha de una iniciativa de empleo por cuenta propia, situando a la región con una elevada tasa de emprendimiento en comparación al territorio nacional y europeo (11,6%), pero algo distante de la media GUESS (22,1%). Sin embargo, la pandemia ha influido más en los emprendimientos activos que en los nacientes. El impacto global entre aquellos estudiantes que desarrollan una actividad empresarial al tiempo que estudian una carrera universitaria se sitúa en el 20,8% en España y el 33,7% entre los participantes GUESS. Sin embargo, en Canarias este impacto no ha sido tan notable (20,4%), aunque su comportamiento es similar a la media nacional, presentando ambos una puntuación ligeramente superior a la media europea (18,7%) –Figura 32.

Ahora bien, cabe destacar que el 83,1% de los emprendedores activos no habían creado antes de la pandemia empresa alguna –Figura 33-. Entre este colectivo, destaca un 18,4% que han puesto en marcha su negocio principalmente por las implicaciones derivadas de la COVID-19. Este dato, si se recalcula sobre el total de los que no tenían vinculación empresarial previa, se transforma en un 22,1%, poniendo de manifiesto una iniciativa y capacidad emprendedora del estudiantado en la región nada despreciable. En cualquier caso, es indiscutible la influencia de la COVID-19 en la creación de empresas por parte del estudiantado universitario en Canarias.

F33. Emprendedores activos derivados de COVID-19 y vinculación empresarial previa



- Sí, empresa previo COVID
- Sí, empresa COVID
- No, empresa COVID





El equipo y la idea

Desde *Jump into Freedom* se ayuda a empresas y organizaciones de todo el mundo a encontrar talento mediante programas europeos financiados. Tanto las empresas anfitrionas como las personas candidatas se benefician de ayudas para intercambios de corto y largo plazo en el extranjero. *Jump into Freedom* publica estas oportunidades y asesora en el proceso de solicitud, también colabora en el desarrollo de proyectos solidarios europeos a nivel nacional.

Laura Plasencia es ex-alumna de la Universidad de La Laguna, habiendo cursado la Diplomatura en Turismo. Su pasión por ambientes internacionales y experiencias en otros países le ha llevado a desarrollar su idea de negocio, fundada en el 2019.

“Mediante varias experiencias en el extranjero que tuve, me di cuenta de que hay mucho desconocimiento sobre proyectos europeos y todo lo que ello engloba. Especialmente, sobre estancias financiadas por la Unión Europea en el extranjero y cómo conseguirlas. Por esta razón,

tuve la idea de ser el puente entre los candidatos y las empresas que buscan talento, dando soporte a ambas partes -tanto en el registro, documentación necesaria, pasos a seguir, etc.- facilitando el proceso. Además, somos punto de apoyo para la redacción de proyectos europeos a nivel nacional”.

Lo más dulce y lo más amargo

“La mayor adversidad ha sido ir desarrollando muchos cambios en la idea inicial que tenía hasta finalmente llegar a lo que ha funcionado de verdad. Hay que escuchar el mercado y también las peticiones que te llegan a través de las redes. Hay que estar dispuesta a pivotar hacia los servicios que realmente funcionan, aunque no sean los que tenías en mente”.

Laura está convencida de que la mayor satisfacción de su experiencia como emprendedora es “poder ver como algo que sólo era una idea se materializa y se hace realidad. Es muy especial sobre todo si sientes pasión por lo que haces y poder llegar a ayudar a otros mediante lo que ofreces”.

Instituciones, personas u organizaciones

El Servicio de Apoyo al Emprendimiento de la Universidad de La Laguna (*Emprende ULL*) fue de gran ayuda en el proceso de puesta en marcha de su proyecto. Laura pudo participar en algunos de los eventos organizados por *Emprende ULL* lo que le supuso conocer a socios estratégicos, otras ideas y fue una de las razones por la que decidió registrar su empresa en Canarias.



THE WORLD IS THE LIMIT

Companies: Would you like to benefit from European-funded exchanges to host talent?

Job seekers: Are you looking for your next career adventure abroad?

Then you are in the right place!

We specialize in matching talent with organizations through European funded programs in +50 countries.

Take your organization to the next level adding international talent with their costs covered

100%

FUNDED
OPPORTUNITIES

63

PEOPLE RELOCATED
WITH US

50

COUNTRIES TO
RELOCATE



Un consejo para otros universitarios emprendedores

“Una idea es el primer paso, pero luego se tiene que madurar y materializar. Conectar con gente con tus mismos intereses te ayudará a seguir adelante. Busca ayuda de todo tipo (formación, financiera, inspiración). Ánclate a un propósito, esto te motivará incluso cuando te fallen las fuerzas. “



*Conclusiones y
recomendaciones*

seis



Después de tres ediciones bienales, GUESSS se ha consolidado en Canarias como un potente instrumento para ofrecer una radiografía del emprendimiento universitario en las Islas. Su contribución al mejor conocimiento del potencial que las nuevas generaciones de universitarios pueden ofrecer para la construcción de una economía fuertemente ligada al conocimiento, permite contar con información útil para la toma de decisiones. Es así interesante, no solo para las autoridades públicas o los gestores de las universidades, que pueden considerar la mejor forma de reforzar actitudes positivas y apoyar a los emprendedores universitarios en la construcción de nuevo tejido empresarial y el desarrollo de más y mejores oportunidades para su futuro laboral, sino también para los propios universitarios, a los que ofrece una útil herramienta de inspiración y *benchmarking* personal, de interés y ayuda

en algunas de las decisiones más importantes de su vida, así como en la construcción de una identidad propia.

La *Agenda Canaria 2030*, auspiciada por el Gobierno de Canarias y alineada con la Agenda de la ONU con el mismo fin, en su compromiso con la sociedad de las Islas, pone parte de su foco en promover un modelo de desarrollo sostenible en la región. Y es en esto que GUESSS aporta también valor, visibilizando las posibilidades que las Alianzas para Lograr Objetivos (Objetivo de Desarrollo Sostenible 17) permiten, al materializarse en un proyecto que requiere del esfuerzo colectivo de un buen número de universidades y equipos de investigación en todo el mundo. Este proyecto en red permite cubrir objetivos que, no siendo un fin en sí mismos, vehiculizan el logro de otros de orden superior, ofreciendo además una oportunidad de re-

flexión colectiva de gran valor. La educación de calidad (ODS 4) es una condición para reducir las desigualdades (ODS 10), permitir el logro de un trabajo decente y crecimiento económico para la región (ODS 8) y, con ella, gran parte de los 17 Objetivos definidos por la Agenda.

GUESSS persigue el fin de dar a conocer la elección de carrera de los universitarios, reparando especialmente en el ímpetu emprendedor de los estudiantes de educación superior. Ahora bien, la comparativa contextualizada de Canarias con respecto al conjunto del país, de Europa y del entorno global que ofrece GUESSS, tiene un valor singular, especialmente en un momento de dificultad como el que viene atravesando la humanidad en los últimos años. Así, ha de tenerse en cuenta que la cohorte de estudiantes analizada ha desarrollado sus estudios universitarios en un contexto singular y en ocasiones difícil de entender y de afrontar, ofreciendo interesantes retos al conocimiento que adquieren en las aulas.

De este informe hemos logrado conocer que la pandemia, lejos de inhibir a nuestros universitarios, los ha llenado de energía. El informe, en tal sentido, revela un crecimiento de la intención emprendedora de nuestros estudiantes, del orden de 9 puntos respecto a la edición previa a la pandemia (2018-20), más que duplicando la tasa de la edición anterior cuando de la carrera profesional escogida por los universitarios tras titular se trata. Pero es que este valor se acrecienta hasta tal punto que casi 3 de cada 10 estudiantes espera liderar su propio proyecto emprendedor cinco años después de haber abandonado las aulas.

No obstante, también el estudio deja patente un mayor deseo de seguridad en el empleo. Así, los universitarios parecen huir del empleo por cuenta ajena en pequeñas y medianas empresas, para encontrar en las empresas grandes y, particularmente, en el empleo por cuenta del estado, sus anhelos laborales.

Por su parte, y a la luz de los datos referidos a los emprendedores incipientes y activos, muchas iniciativas de las que vienen desarrollando los estudiantes se han forjado a raíz de la pandemia. El cero turístico en las Islas y la paralización de la actividad económica que supuso la retirada coyuntural de efectivos del mercado laboral, y que llevó a un ERTE forzoso a buena parte de la población, puso en alerta a un importante número de estudiantes universitarios que, no conformes con la inestabilidad económica que esto podría provocar en sus vidas, se deciden a poner en marcha sus propias iniciativas.

Así, el emprendimiento naciente afectó a casi el 20% de los universitarios en Canarias, revelando para la mitad de los que se iniciaban en el mundo empresarial su deseo de convertir su proyecto en el medio de vida tras su salida de las aulas. Ahora bien, no llegan al 5% los estudiantes que nos han manifestado que compaginan sus estudios con el desarrollo de un proyecto emprendedor, siendo el año 2020 el que disparó la cifra de nuevos emprendimientos liderados por universitarios. Eso sí, de reducido tamaño,

característica que marca la diferencia de Canarias respecto a las demás circunscripciones geográficas analizadas. En este ámbito, además, es reseñable que la brecha de género en los emprendimientos activos sitúa a Canarias en una destacable posición nacional, como en ediciones anteriores, si bien aún alejada de la que encontramos en el conjunto GUESS.

Y esto es así, a pesar de que el estudiantado percibe recibir escasa formación en emprendimiento, cuestión que nos distingue poco del marco nacional, pero muestra una marcada distancia con el entorno global GUESS. Esto revela una apuesta decidida por la formación en emprendimiento en las universidades a nivel internacional, razón que podría contribuir a explicar en parte las marcadas diferencias en el deseo de la carrera empresarial por los universitarios en el contexto global. De igual manera, podría justificar la brecha de la percepción del clima universitario emprendedor entre Canarias y la media global GUESS (3,5 puntos en Canarias frente a 4,4 puntos de 7 en GUESS). De igual manera, podría justificar la brecha

de la percepción del clima universitario emprendedor entre Canarias y la media global GUESSS (3,5 puntos en Canarias frente a 4,4 puntos de 7 en GUESSS).

Ahora bien, respecto a cuál de los elementos estudiados más ha influido la pandemia, sin lugar a dudas podemos decir que al emprendimiento activo, pues 3 de cada 10 estudiantes con emprendimiento activo reconoce haber puesto en marcha su negocio principalmente por las implicaciones derivadas de la COVID-19.

Tras este somero diagnóstico, cabe preguntarse, ¿se puede hacer más por el emprendimiento universitario en Canarias? Sin lugar a dudas, sí. En primer lugar, las propias universidades, que deben intensificar las iniciativas para motivar y formar al estudiantado en emprendimiento, pero implicando activamente en ello al profesorado. Sin la complicidad de estos últimos, así como la generación de vínculos activos con el mundo de la empresa, resulta muy difícil. Esto conllevaría conectar activamente las aulas con las empresas de la región, mostrar las bue-

nas prácticas emprendedoras, pero también ejemplificar la mala praxis, con modelos que no deben ser una referencia. Sin duda es una labor ardua que ha de contar con el profesorado, pero también con los equipos de investigación, quienes atesoran innumerables proyectos que pueden dar lugar a un importante *semillero de empresas* que los estudiantes podrán liderar conjuntamente con los equipos de investigación para dar forma a *spin off* y *startups* universitarias.

Por supuesto, esto no es posible sin la necesaria implicación del gobierno autonómico, y los gobiernos insulares y locales, para los que allanar el camino a los emprendedores debe ser una prioridad, teniendo en cuenta los indiscutibles impactos en términos de empleo y crecimiento económico que esta implicación puede procurar a la región.

En esta edición hemos dejado patente a través de algunos casos que así lo atestiguan, que muchos universitarios, a pesar de las dificultades, se están haciendo con las riendas de su destino y, con ello, procurando empleo, de manera directa e indirecta, para otros universitarios y la población general. Son pues una fuente de inspiración y, sin duda, un espejo al que, tanto la comunidad universitaria de las Islas como la población en general, debería mirar.



El equipo y la idea

Más de 160k seguidores ha logrado acumular en apenas 4 años entre todos sus canales de comunicación con muy poco "Hate". *Cathay23* es la marca personal que ha lanzado al vértigo de las redes sociales a Cathaysa González, una estudiante de la *Diplomatura en Turismo* por la ULPGC que cursaba sus estudios en los años en que arreciaba la crisis generada por las *subprime*.

Esta intrépida comunicadora se encontraba a finales de 2017 viviendo en Dubai por su trabajo como azafata de vuelo para la prestigiosa compañía aérea *Emirates*. Fue justo en ese año que pensó lo poco que se sabía de los *Cabin Crew* o tripulantes de Cabina para las compañías aéreas, un entorno de trabajo escasamente conocido pero que atrae cada vez a más jóvenes deseosos de conocer mundo al tiempo que se cuenta con un trabajo estable. En aquel momento la presencia de comunicadores en redes sociales crecía sin parar, y es justo cuando se percata del espacio no cubierto y verdaderamente atractivo, por los anecdóticos creadores que compartían su conocimiento sobre el mundo de la aviación civil en transporte de pasajeros. Mucho público potencial y escasos creadores de contenido fue la mezcla perfecta para encender la llama de lo que es

ahora una auténtica pasión. Su trayectoria le ha llevado a tener un número creciente de seguidores en redes como *Youtube*, *Instagram* y *Tiktok*. Pero, como ella misma indica “hay mucha vida en las redes sociales... y queda aún tanto por hacer”.

De la trayectoria de la emprendedora y sus logros más importantes

“Recuerdo abrir mi primera red social en el *Búnker*, un edificio anexo a nuestra Facultad donde teníamos acceso a ordenadores e internet. Corría el año 2008 y la red social de moda se llamaba Tuenti. Recuerdo mis pensamientos en aquel momento; la verdad... no me hacía mucha gracia la idea de postear fotos y no saber quién terminaba viéndolas. Hoy recuerdo el pensamiento con una sonrisa en la cara, ahora que he llegado a tener videos de más de 1 millón y medio de visualizaciones en *Tiktok* y desearía que todas mis publicaciones tuvieran ese alcance.

Esta marca personal, *Catha23*, la fui creando poco a poco sin saber bien hacia dónde quería dirigirme en los primeros meses. El momento clave para comenzar a monetizar mi actividad y vivir completamente de ello fue la llegada de la pandemia. Para mí fue una auténtica oportunidad. El mundo entero se dio cuenta de la importancia de la presencia en las redes, y con ello los creadores de contenido ganaban enteros día a día. Los comúnmente llamados *influencers*, de la noche a la mañana se convierten en la compañía, el consuelo y la inspiración de muchos. Somos comunicadores que transmitimos a nuestra comunidad mensajes desde la pantalla, con cercanía y una enorme empatía con nuestros seguidores.



Lo cierto es que llevaba mucho tiempo deseando combinar el trabajo de azafata con algo que me pudiera dar algunos ingresos extras en el futuro. Quería crear algo diferente que no solo fuera útil para mí, también para los demás. Fue entonces que, viendo a una *Youtuber* latina que hablaba de *fitness* me pregunté ¿y si hago lo mismo pero con contenido de aviación y la vida en Dubai? Así, me compré una cámara de fotos profesional y aprendí a usar la plataforma de manera autodidacta. Subí mi primer video un domingo, y desde ahí no he parado de crear contenido en 4 años y medio que llevo presente en las RRSS. Ahora combino el contenido de aviación con muchos otros, y monetizo todas mis redes sociales aportando siempre contenido de valor, combinado con la promoción de otras marcas”.

Lo más dulce y lo más amargo

“Lo más gratificante sin duda es recibir mensajes de la comunidad, tales como: *Catha, eres una inspiración para mí.*

A día de hoy comparto contenido muy variado y no solo de aviación. Tras mi vuelta a Canarias en la pandemia comencé a crear contenido de las Islas Canarias. Todas las semanas un lugar nuevo de Gran Canaria y Tenerife y videos en *Youtube* de casi todas las Islas Canarias como guía para futuros visitantes. Han sido todo un éxito en redes, y ver que desde mi canal he podido motivar a visitantes de todas partes a mis Islas me alegra muchísimo. Cuando realicé mi proyecto de fin de carrera nunca pensé en poder hablar de una iniciativa similar a la que estoy llevando a cabo ahora. En aquel momento el *boom* del movimiento *influencer* no había llegado a su punto álgido y parecía cosa de gente muy atrevida. Ahora me siento parte de algo nuevo, de un fenómeno social importante y, como estudiante de Turismo, nunca imaginé que podría aportar tanto a las Islas Canarias.

Lo más amargo tiene que ver con la falta de ayuda. Me da mucha pena decir que ninguna institución u organización me ha ayudado a crear o hacer crecer mi marca personal. Pero sí otros creadores de contenido con los que he compartido ideas o inquietudes. Hemos ido creando gru-

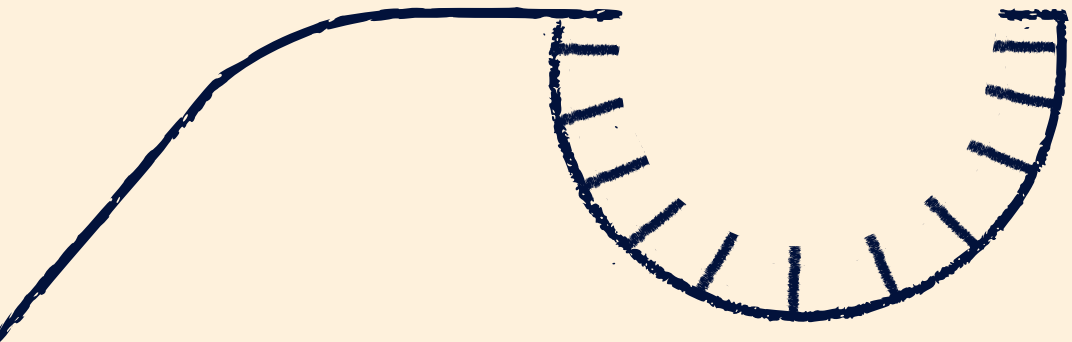
pos en los que compartimos nuestras más íntimas inseguridades y, entre todos, vamos creando como reglas no escritas de cómo crear y desarrollar mejor nuestro trabajo.

Ahora bien, la mayor dificultad que he debido afrontar es el desconocimiento de la profesión. No vienes a reconocer tu verdadero valor hasta que las marcas te empiezan a contactar. Al principio cuando me solicitaban presupuesto por integración en mis perfiles, yo no sabía que responder. Y ni decir de las marcas que directamente quieren que trabajes gratis para ellos. Sin duda es una de las cuestiones que más me ha desconcertado.

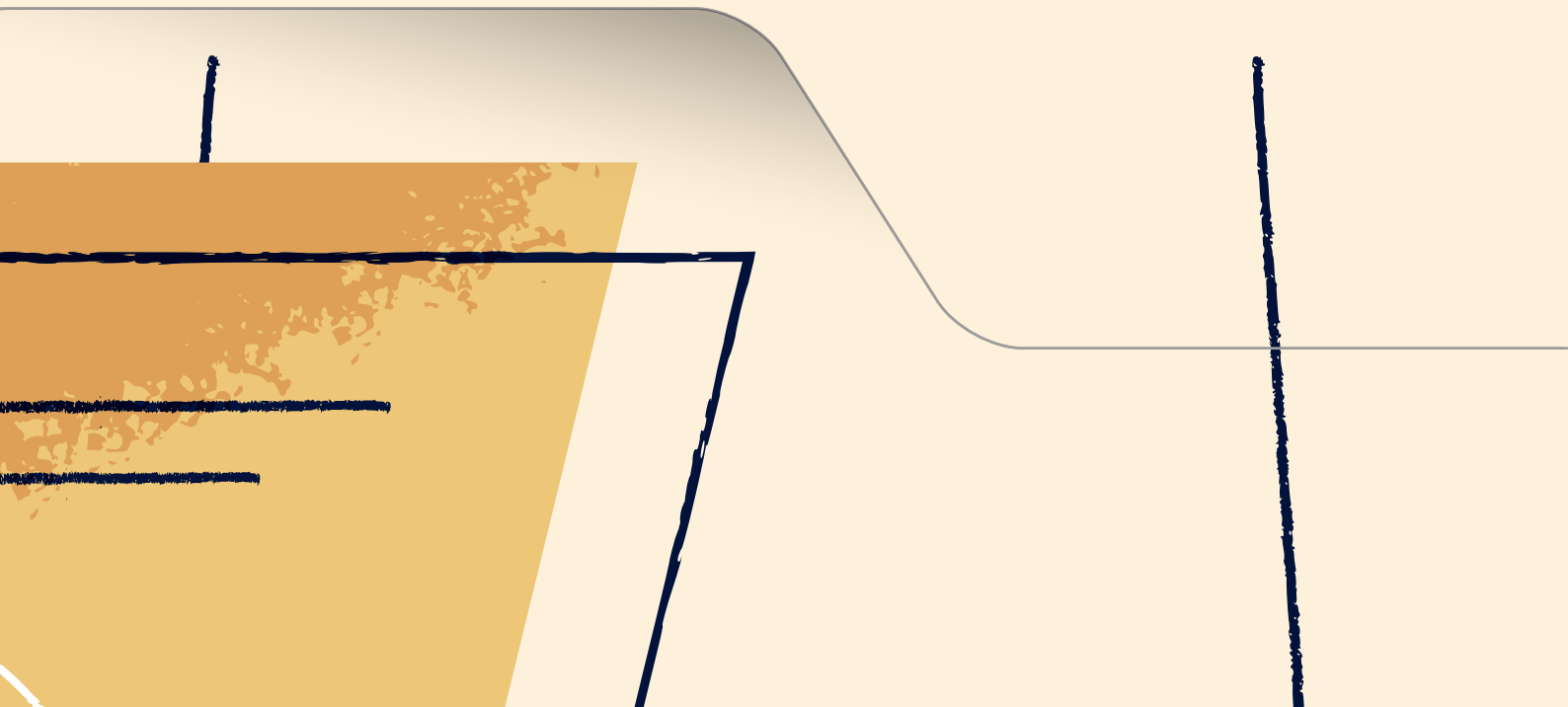
En este momento creo que se está consiguiendo dar visibilidad y poner en valor el trabajo que supone ser un creador de contenidos para las RRSS y, lo que es más importante aún, el impacto que puede tener la presencia online. En ese sentido creo que se está convirtiendo en una auténtica profesión.”

Un consejo para otros universitarios emprendedores

“Creo que si tienes un proyecto en el que crees y estás dispuesto a dejarte la piel y muchas horas de sueño, puedes conseguirlo. Obviamente hacer un pequeño estudio de mercado e ir tanteado a tus posibles clientes, contando la idea a personas que te puedan aportar una opinión realista sobre el proyecto, es básico. Llevándolo al terreno de las redes sociales hay que tener muy claro que hay que compartir contenido de valor. Enseñar, motivar e inspirar son las palabras clave para crear una comunidad de valor y que, por consiguiente, no te pese y puedas dedicarte al apasionante y sacrificado mundo de las redes sociales”.



Bibliografía



Audretsch, D.; Mason, C.; Miles, M. P. y O'Connor, A. (2021). "Time and the dynamics of entrepreneurial ecosystems". *Entrepreneurship & Regional Development*, 33: 1-14.

Carter, N. M.; Gartner, W. B.; Shaver, K. G. y Gatewood, E. J. (2003). "The career reasons of nascent entrepreneurs". *Journal of Business Venturing*, 18(1): 13-39.

Comisión Europea (1993): *Growth, competitiveness, employment. The challenges and ways forward into the 21st century*. Boletín de las Comunidades Europeas 3/93.

Comisión Europea (2003). *Green paper on entrepreneurship in Europe*. COM(2003) 27 final, 21.1.2003.

Comisión Europea (2006): *Recomendaciones del Parlamento Europeo y del Consejo de 18 de diciembre de 2006 sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente*. Diario Oficial de la Unión Europea, 30.12.2006.

Douglas, E. J. y Shepherd, D. A. (2002). "Self-employment as a career choice: Attitudes, entrepreneurial intentions, and utility maximization". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 81-90.

European Commission/EACEA/Eurydice. (2016). *La educación para el emprendimiento en los centros educativos en Europa. Informe de Eurydice*. Disponible en: http://publications.europa.eu/resource/cellar/74a7d356-dc53-11e5-8fea-01aa75ed71a1.0005.01/DOC_1

Comisión Europea (2013): *Entrepreneurship 2020 Action Plan. Reigniting the entrepreneurial spirit in Europe*. Diario Oficial de la Unión Europea, 09.01.2013.

Fredin, S. y Lidén, A. (2020). “Entrepreneurial ecosystems: towards a systemic approach to entrepreneurship?”. *Danish Journal of Geography*, Vol. 120(2): 87–97.

Gobierno de Canarias (2021). *Previsiones económicas de Canarias. Escenarios de Impacto del Covid-19. Informe*. Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo. Viceconsejería de Economía e Internacionalización.


Gubik, A.S. y Farkas, S. (2016) “Student Entrepreneurship in Hungary: Selected Results Based on GUESSS Survey”. *Entrepreneurial Business and Economics Review* 4(4). UL-RAKOWICKA 27, KRACOW, 31510, POLAND: CRACOW UNIV ECONOMICS: 123–139.

Kolvereid, L. (1996). “Organizational employment versus self-employment: Reasons for career choice intentions”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20(3): 23-31.

Kolvereid, L. y Isaksen, E. (2006). “New business start-up and subsequent entry into self-employment”. *Journal of Business Venturing*, 21(6): 866-885.

Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6): 411-432.

Lichtenstein. (2011). “Complexity science contributions to the field of entrepreneurship”. En P. Allen, S. Maguire y B. McKelvey (Eds.), *The Sage handbook of complexity and management*: 473–495). SAGE Publications.



Carmen Dauta

El equipo y la idea

“Carmen Dauta®” *es una firma de Alta Bisutería creada por* Carmen López donde se elaboran piezas exclusivas y de serie limitada, hechas totalmente a mano, utilizando para ello materiales de primera calidad, nacionales, pero sobre todo de características singulares, como es el “GUI-PUR” material principal de cada uno de mis diseños.

“Esto me permite diseñar y elaborar piezas de considerable tamaño a la vez que ligeras, además de ofrecer al cliente una gran novedad en el mercado.”

La propuesta de valor de la firma se centra en satisfacer los gustos más exigentes y exclusivos de una mujer segura de sí misma, elegante y muy femenina.

Carmen Dauta comienza con su sueño de crear una marca propia en diciembre de 2015 y en la actualidad confirma que “brilla con luz propia gracias a sus cinco colecciones; Chiribitas, Constelación, Suave es la noche, Pompadour y Ensueños”.

Carmen estudió Pedagogía, hizo un Máster e incluso un Ciclo Formativo pero a pesar de su formación no conseguía empleo, lo que la terminó de animar para crear su propia empresa en el año 2015 haciendo de su hobby su profesión. Siempre había creado bisutería y “con la idea en mente y la necesidad de sentirme y ser productiva busqué asesoramiento para ponerme en marcha y no lanzarme a ciegas a materializar algo para lo que ni me había preparado ni me sentía preparada”.



Lo más dulce y lo más amargo

“Poner la primera colección en la calle, que captase la atención del público y además que la valoraran y la apreciaran fue complicado”. Por lo demás, para Carmen no tener horarios y trabajar en lo que la apasiona, disfrutando de lo que haces, es un privilegio.

“Ser tu propia jefa te permite marcar tus propias pautas. Tú eres quien te pones los límites, haces y deshaces sin nadie que te frene o te exija”

Instituciones, personas u organizaciones




Durante todo el camino de la firma Carmen ha podido contar con varias personas e instituciones que la han ayudado. Le da las gracias por ese apoyo al personal técnico de Emprende.ULL, al Cabildo de Tenerife desde el área de Tenerife Moda y al Cabildo de Lanzarote desde el área de Lanzarote Moda ya que la firma pertenece a ambos sellos de moda. Y por último a su familia y amigos, “siempre me han empujado y apoyado en todo el recorrido. Mil Gracias de corazón a tod@s”

Un consejo para otros universitarios emprendedores

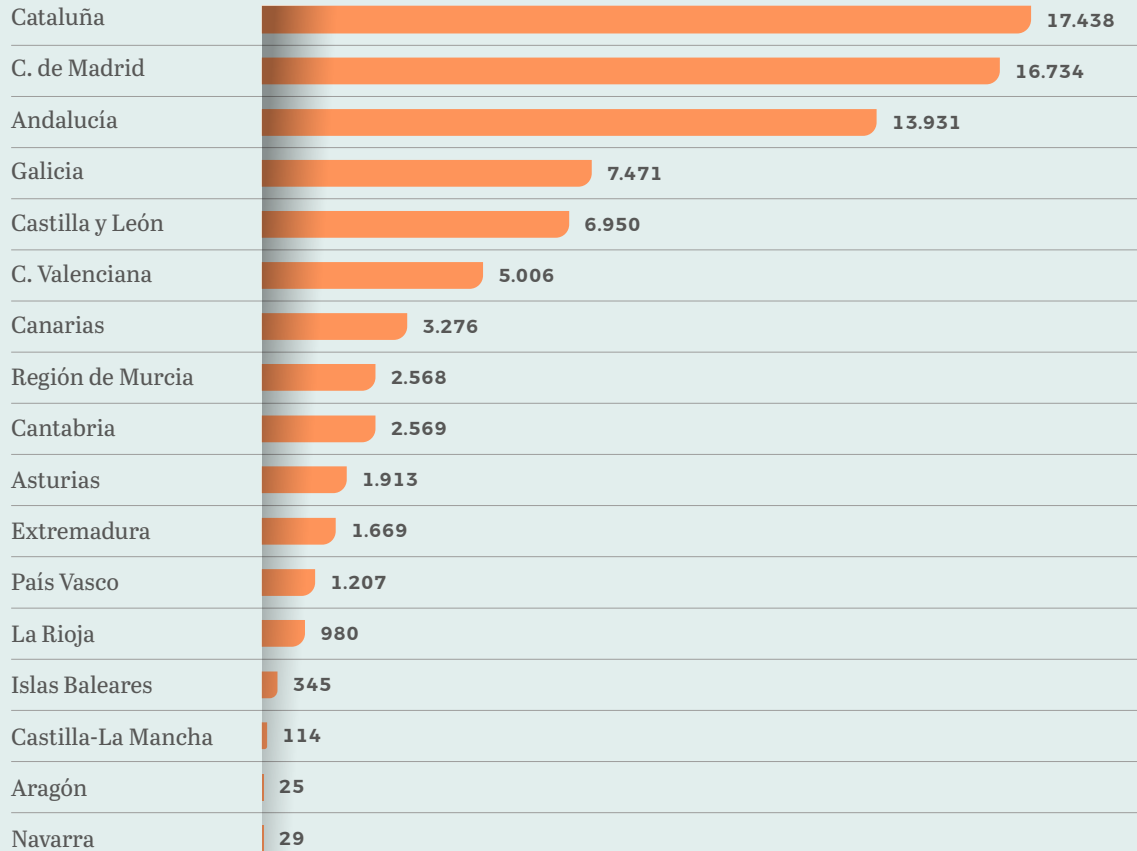
“Yo les diría que intentaran desarrollar la idea que tienen en mente, pero no por si solos, sino con asesoramiento y consejo cualificado antes de lanzarse. Pero que luchen por su sueño. Necesitan un equipo de personas expertas que les ayuden e inspiren para encontrar solución a las muchas dificultades que encontraran en el camino. Aunque tampoco hay que descartar que en ocasiones, sean estas mismas personas quienes les ayuden a darse cuenta de que la idea no es viable. Aun así, habrá merecido la pena”

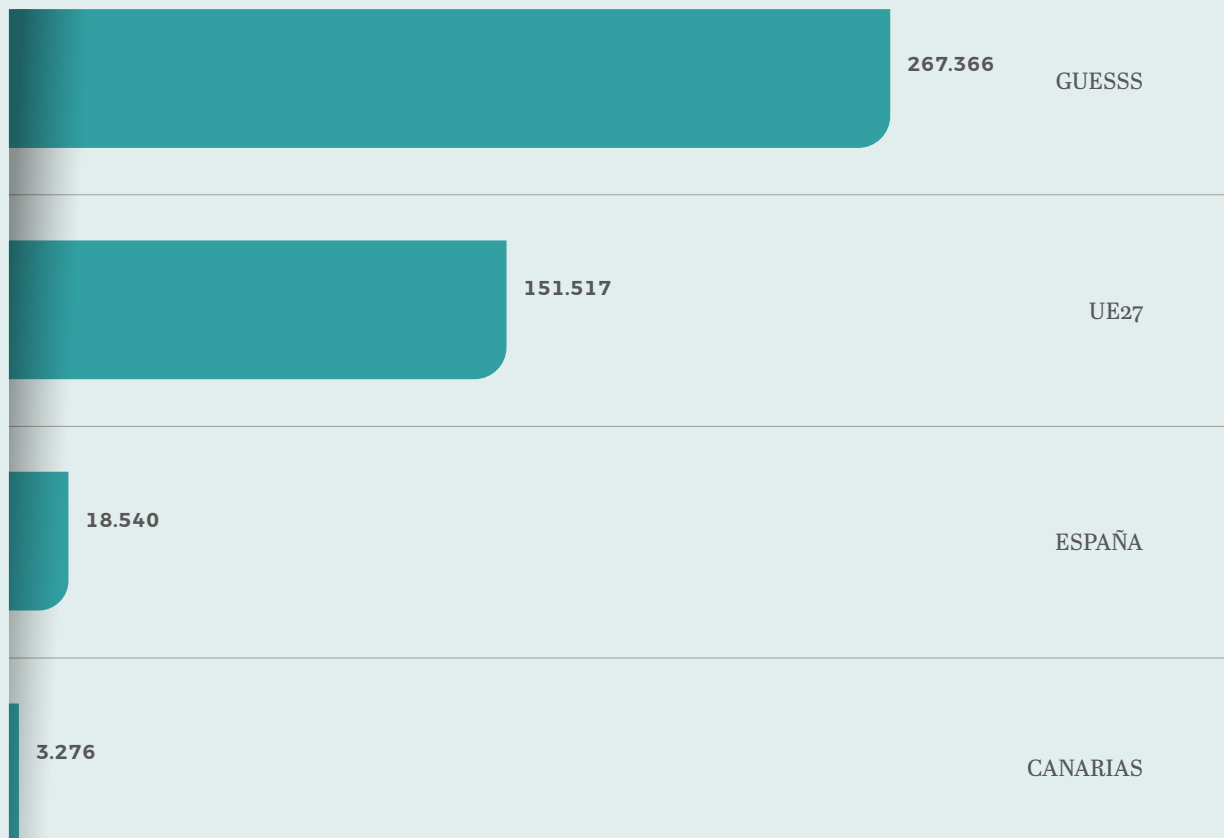


Anexo 1. Características de la muestra

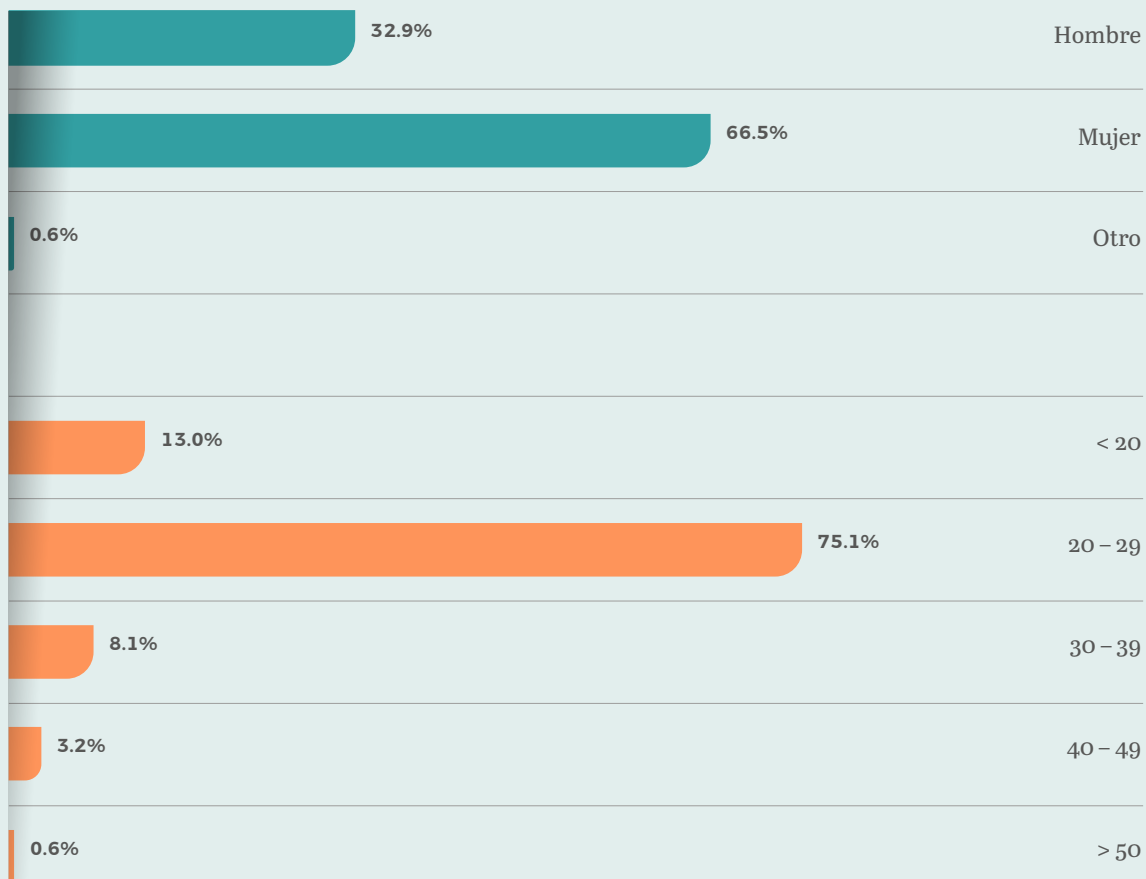


Anexo 1.1. Distribución por comunidades autónomas

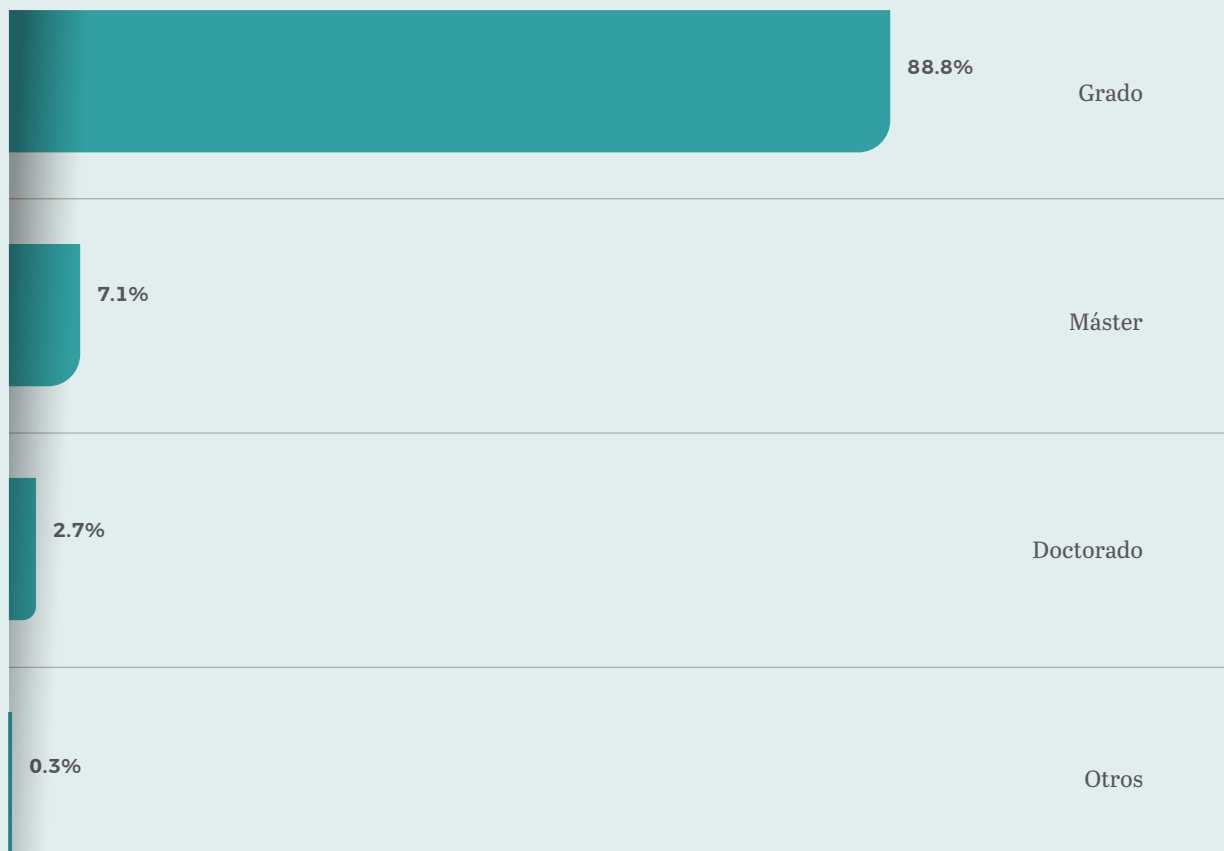




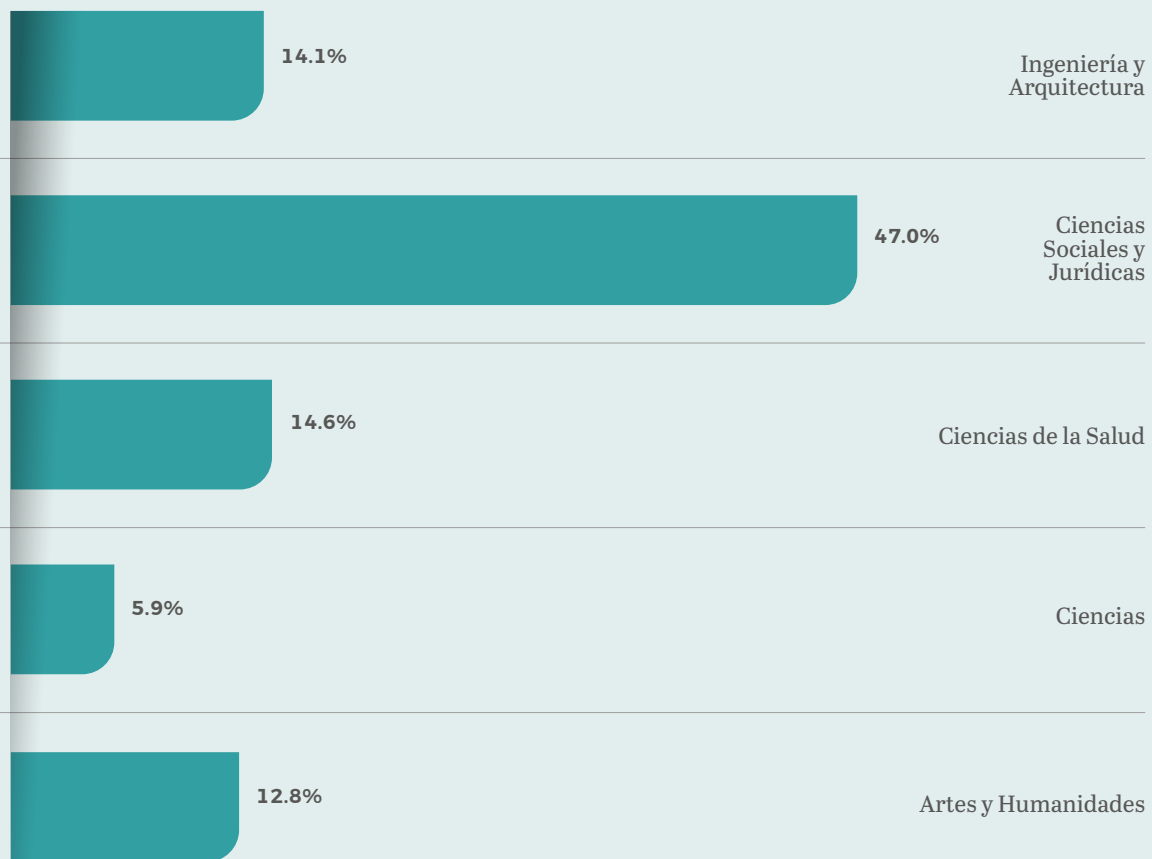
Anexo 1.2. Distribución por género y por grupos de edad



Anexo 1.3. Distribución de los estudiantes por ciclo




Anexo 1.4. Distribución de la muestra por ramas de conocimiento RD 1393/2007





Anexo 2. Ficha técnica del estudio



Universo	Estudiantes matriculados en el curso 2020/21 en la ULL (17.335) y la ULPGC (22.707)	
Muestra	3.276 estudiantes	
Selección de la muestra	Respuesta de elección personal a cuestionario individual	
Metodología	Encuesta en línea remitida al total del universo de estudio	
Error muestral (+/-)	± 1,68%	
Nivel de confianza	95,0%	
Período encuesta	Diciembre de 2020 a Marzo de 2021	
Distribución de la muestra por género	Hombre:	1.078
	Mujer:	2.178
	Otro:	20
Distribución de la muestra por ámbito	Grado:	2.908
	Máster:	232
	Doctorado:	88
	Otro:	48
Distribución de la muestra or universidad	ULPGC:	2.080
	ULL:	1.196
Trabajo de campo y tabulación	ULPGC, ULL y GUESSS	

