GUESSS

Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey

EL CARÁCTER EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE LA RIOJA

Intenciones emprendedoras y elección de carrera

Beatriz Domínguez
Alfonso Gil
Jaime Gómez
Beatriz Pérez-Aradros
Dolores Queiruga
Idana Salazar
Pilar Vargas

Cátedra de Emprendedores

Beatriz Domínguez, Alfonso Gil, Jaime Gómez, Beatriz Pérez-Aradros
Dolores Queiruga, Idana Salazar, Pilar Vargas

EL CARÁCTER EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE LA RIOJA

Intenciones emprendedoras y elección de carrera

GUESSS
Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey

Cátedra de Emprendedores

UNIVERSIDAD DE LA RIOJA

Swiss Research Institute of Small Business
and Entrepreneurship

University of St.Gallen

ESADE

EY Building a better working world

www.ey.com

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

© Los autores
2017 Universidad de La Rioja
ISBN: 978-84-617-9700-4 (rústica)
ISBN: 978-84-617-9701-1 (pdf)
Depósito legal: LR 466-2017
Producción gráfica: Reproestudio, S.A.

Índice

1. Introducción 7
1.1. El proyecto GUESSS en la Universidad de La Rioja 2016/2017 8
1.2. Marco teórico 9
1.3. Metodología 10
1.4. Descripción de la muestra 11
1.4.1. Edad 11
1.4.2. Género 11
1.4.3. Nacionalidad 12
1.4.4. Número total de hermanos del alumno 12
1.4.5. Nivel de estudios de los alumnos 14
1.4.6. Área de estudios 14
2. Intención en la elección de carrera de los estudiantes de la Universidad de La Rioja 17
2.1. Intención de elección de carrera al finalizar los estudios y cinco años después 17
2.2. Intención de la elección de carrera por género 19
2.3. Intención de la elección de carrera por área de estudio 20
2.4. Intención de la elección de carrera por nivel de estudios 22
3. La intención de emprender en la Universidad de La Rioja y sus factores explicativos 25
3.1. La intención de emprender 25
3.2. Factores directos 28
3.2.1. Actitud emprendedora 28
3.2.2. Norma subjetiva 30
3.2.3. Control percibido 32
3.3. Factores del contexto 34
3.3.1. Entorno universitario 34
3.3.2. Entorno familiar 38
3.3.3. Entorno sociocultural 39
4. La actividad emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja 43
4.1. Emprendimiento naciente 43
4.2. Emprendimiento activo 48
5. Resumen y conclusiones 53
6. Agradecimientos 59
7. Bibliografía 61

Índice de figuras

Figura 1. Marco teórico de GUESSS. 9
Figura 2. Ficha técnica de la encuesta 10
Figura 3. Perfil del alumnado según la edad 11
Figura 4. Perfil del alumnado según el género 12
Figura 5. Perfil del alumnado según el número de hermanos 13
Figura 6. Perfil del alumnado según el número de hermanos mayores 13
Figura 7. Perfil del alumnado según el nivel de estudios 14
Figura 8. Perfil del alumnado según el área de estudio 14
Figura 9. Perfil del alumnado del informe internacional según el área de estudio 15
Figura 10. Perfil del alumnado según el área de estudio y el género 16
Figura 11. Intención de elección de carrera profesional al finalizar los estudios según género 19
Figura 12. Intención de elección de carrera profesional 5 años después de finalizar los estudios según género 20
Figura 13. Intención de elección de carrera profesional al finalizar los estudios por área de estudio 21
Figura 14. Intención de elección de carrera profesional 5 años después de finalizar por área de estudio 22
Figura 15. Intención de elección de carrera profesional al finalizar los estudios según nivel académico 23
Figura 16. Intención de elección de carrera profesional 5 años después de finalizar los estudios según nivel académico 23
Figura 17. Intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja y España 26
Figura 18. Intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja según el género 27
Figura 19. Intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja por área de estudios 28
Figura 20. Actitud emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja 29
Figura 21. Actitud emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja y España 30
Figura 22. Reacción del entorno próximo ante la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja 31
Figura 23. Reacciones en el entorno próximo ante la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja y España 31
Figura 24. Percepción del control percibido de los estudiantes de la Universidad de La Rioja 32
Figura 25. Control percibido de los estudiantes de la Universidad de La Rioja y España 33

Figura 26. Autoevaluación sobre competencias emprendedoras de los estudiantes de la Universidad de La Rioja (emprendedor y trabajador como opción en la intención de elección de carrera profesional) 34
Figura 27. Formación en emprendimiento de los estudiantes de la Universidad de La Rioja, españoles y del informe GUESSS internacional 35
Figura 28. Evaluación del aprendizaje en relación al emprendimiento 36
Figura 29. Clima emprendedor en la Universidad de La Rioja 37
Figura 30. Clima emprendedor en la Universidad de La Rioja y España 38
Figura 31. Porcentaje de padres y madres que trabajan por cuenta propia 39
Figura 32. Porcentaje de padres y madres que son propietarios de alguna empresa 39
Figura 33. Percepción de la familia y orgullo de permanencia en ella 40
Figura 34. Percepción sobre el orden y estructura de la sociedad 41
Figura 35. Percepción de la distribución de poder en la sociedad 42
Figura 36. Emprendedores nacientes por país 44
Figura 37. Emprendedores nacientes entre los estudiantes de la Universidad de La Rioja 45
Figura 38. Grado de desarrollo del proyecto empresarial de los emprendedores nacientes en la Universidad de La Rioja y en el informe GUESSS internacional 46
Figura 39. Procedencia de la idea de negocio de los estudiantes de la Universidad de La Rioja y en el informe GUESSS internacional 47
Figura 40. Sectores de actividad de los emprendedores nacientes de la Universidad de La Rioja 48
Figura 41. Emprendedores activos por país 49
Figura 42. Emprendedores activos entre los estudiantes de la Universidad de La Rioja 50
Figura 43. Sector de actividad de los emprendedores activos de la Universidad de La Rioja 51

Índice de tablas

Tabla 1. Perfil del alumnado según la nacionalidad 12
Tabla 2. Cambios en la intención de elección de carrera profesional de los estudiantes 18
Tabla 3. Expectativa emprendedora de los estudiantes al finalizar los estudios y cinco años después en La Rioja, en España y a nivel internacional 19
Tabla 4. Emprendedores nacientes por área de estudio en la Universidad de La Rioja 45
Tabla 5. Emprendedores activos por área de estudio en la Universidad de La Rioja 50

1. Introducción

La relevancia del emprendimiento para el desarrollo económico y social es ampliamente compartida por los distintos agentes económicos. En este sentido, la literatura ha argumentado que la actividad emprendedora es un elemento esencial para el desarrollo económico de los países. Desde el punto de vista macroeconómico, el emprendimiento afecta a la creación de empleo, al crecimiento económico, intensifica la dinámica de la competencia e impulsa la innovación (Reynolds et al., 2005; Contín et al., 2007). Por estos motivos, el estímulo del emprendimiento se ha convertido en un tema prioritario en las agendas de todo tipo de instituciones públicas y privadas. A modo de ejemplo se puede destacar el Plan de Acción 2020 sobre emprendedores de la Comisión Europea o, en el ámbito español, la Ley 14/2013 de apoyo a los emprendedores y su internacionalización.

Muchos trabajos han tratado de identificar los factores determinantes del emprendimiento. Un conjunto destacado de estos estudios se centra en la identificación de características psicológicas o rasgos personales que diferencian a los emprendedores de la población general (Pillis y Reardon, 2007). También destacan los trabajos que analizan el entorno en que se desarrolla la actividad emprendedora (Fuentelsaz, González y Maícas, 2015). Aunque estos trabajos han mostrado sus resultados considerando aspectos aislados, era necesario desarrollar modelos integrales en los que todos estos aspectos fuesen incorporados. Dentro de estos modelos destacan los basados en la intención emprendedora, entendiendo ésta como la disposición a llevar a cabo una acción y como elemento previo al comportamiento emprendedor.

El proyecto de investigación internacional Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey (GUESSS) nace en el año 2003 y tiene por objetivo principal estudiar las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios a nivel mundial. Aproximadamente cada dos años, los estudiantes de diversas universidades colaboran en el proceso de recogida de información en los distintos países participantes a través de equipos nacionales y universidades socias. GUESSS fue iniciado y está liderado por el Instituto Suizo de Investigación de la PYME y el Emprendimiento en la Universidad de St. Gallen en Suiza. El investigador principal del proyecto es el profesor Dr. Philipp Sieger. En el caso español, el proyecto lo coordinan los profesores Dr. Joan M. Batista, Dr. Ricardo Serlavós y Dra. Maika Valencia Silva de la escuela de negocios ESADE.

Los objetivos del proyecto internacional GUESSS son los siguientes (Sieger, Fueglistaller y Zellweger, 2014):

- ✓ Observar de forma sistemática y a largo plazo las intenciones en la elección de carrera y actividades emprendedoras de los estudiantes universitarios.
- ✓ Identificar los antecedentes y las condiciones del entorno que determinan las intenciones emprendedoras, la creación de nuevas empresas y la carrera empresarial.
- ✓ Observar y evaluar las actividades y las ofertas de las universidades en relación con la educación emprendedora de sus alumnos.

En el año 2016 se produjo la séptima ola de recogida de datos en la que han participado 50 países y más de 1000 universidades, habiéndose completado más de 122.500 cuestionarios. En el caso concreto de España participaron 19 universidades y se recogieron 7373 cuestionarios válidos. En esta edición, la Universidad de La Rioja se ha incorporado por primera vez a este estudio.

El informe GUESSS de la Universidad de La Rioja ha sido desarrollado por un equipo de profesores del Área de Organización de Empresas del Departamento de Economía y Empresa y ha contado con el apoyo de la Cátedra de Emprendedores, el Ayuntamiento de Logroño, la Cámara de Comercio de La Rioja y la Universidad de La Rioja. El resto de apartados de este documento describen las principales conclusiones del mismo.

1.1. El proyecto GUESSS en la Universidad de La Rioja 2016/2017

El proyecto GUESSS ofrece una visión global del fenómeno emprendedor en el ámbito concreto de las universidades. Dada la metodología común utilizada por todas las universidades participantes es posible, además, realizar estudios comparativos que permitan identificar similitudes y diferencias en la intención de emprender entre los estudiantes de distintas regiones y países.

Con la realización de este primer informe GUESSS en la Universidad de La Rioja los objetivos que se persiguen son los siguientes:

- ✓ Identificar los principales determinantes del contexto general, universitario y familiar que afectan a elección de carrera y a la intención de emprender en el ámbito concreto de la Universidad de La Rioja.
- ✓ Comparar los determinantes del desarrollo de la conducta emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja en relación con los de otras universidades españolas o extranjeras.
- ✓ Diseñar programas de formación dirigidos a los estudiantes de la universidad en los que se desarrollen competencias clave no adquiridas en los programas formativos reglados y que estén relacionadas con el fomento del espíritu emprendedor.

Por tanto, las conclusiones del informe GUESSS presentan beneficios para diferentes grupos de interés. En primer lugar, la comparación internacional permite evaluar la intención de

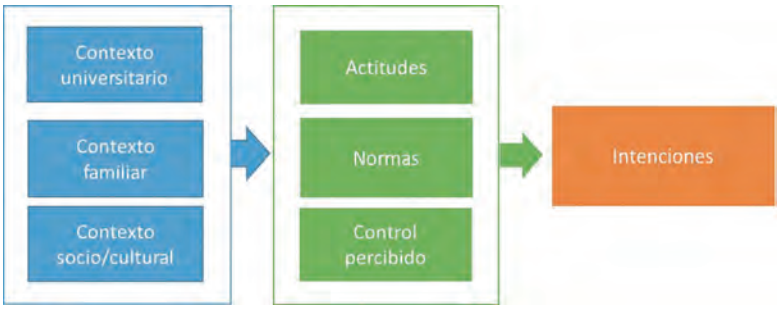
crear un negocio de los estudiantes de un país. Una correcta interpretación de los resultados permitiría evaluar la situación y ofrecer recomendaciones que permitiesen el diseño de políticas públicas en materia de emprendimiento. Adicionalmente, este tipo de trabajos permite poner el foco de atención en el espíritu emprendedor y ayuda a sensibilizar a la sociedad sobre la relevancia de la iniciativa empresarial. En segundo lugar, para las universidades es una herramienta que les permite evaluar si sus programas de formación y el contexto de la propia universidad contribuyen a la formación de intenciones emprendedoras. Por último, la participación en las encuestas ofrece a los estudiantes la posibilidad de recapacitar sobre sus objetivos profesionales y les ayuda a plantearse, con una orientación estratégica, su carrera profesional.

1.2. Marco teórico

El proyecto GUESSS trata de explicar el comportamiento emprendedor de los individuos. Para ello, el marco teórico del que se parte es el ofrecido por la Teoría del Comportamiento Planificado (TCP). De acuerdo con esta teoría, los comportamientos humanos son planificados y están precedidos por la intención del comportamiento (Ajzen,1991; 2002 y Ajzen y Fishbein, 1975). A su vez, la intención del comportamiento está afectada por tres elementos: (1) la actitud hacia el comportamiento; (2) las normas subjetivas o apoyo percibido del entorno más próximo al individuo; y (3) el control percibido de la conducta.

El proyecto GUESSS considera que las intenciones de elección de carrera en general y de desarrollo de la actividad emprendedora en particular se explican, tal y como se refleja en la Figura 1, por la actitud emprendedora de los estudiantes, el apoyo que éstos perciben que reciben de sus familiares y amigos (norma subjetiva) y la autoconfianza del estudiante respecto a su capacidad para llevar a cabo la actividad (control percibido).

Además de estos factores básicos, el marco teórico del proyecto GUESSS considera que las intenciones de elección de carrera de los estudiantes se ven afectadas por factores de contexto. En concreto, el modelo teórico incorpora elementos del entorno universitario, familiar y sociocultural (Sieger, Fueglistaller y Zellweger, 2014).



Fuente: Adaptado de Sieger, Fueglistaller y Zellweger (2014).

Figura 1. Marco teórico de GUESSS

1.3. Metodología

La población de interés del trabajo son los estudiantes universitarios. El Instituto Suizo de Investigación de la PYME y el Emprendimiento de la Universidad de St. Gallen es el encargado de desarrollar la encuesta y quien garantiza la fiabilidad y validez de los datos recogidos. Una vez diseñada la encuesta, ésta se envía a través de un enlace a una plataforma on-line para que cada uno de los equipos nacionales lo distribuya entre las universidades colaboradoras en cada uno de los países. El coordinador nacional, ESADE, envió a la Universidad de La Rioja los enlaces en inglés y castellano a comienzos del mes de mayo de 2016. La recogida de datos se extendió hasta mediados de junio de ese mismo año.

La difusión de la encuesta se hizo con el apoyo de la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de La Rioja que, a su vez, contó con el apoyo de los Decanos y Directores de las Facultades y Escuelas que forman la Universidad de La Rioja, el Consejo de Estudiantes y muchos profesores que, de forma individual, decidieron estimular la participación de sus estudiantes. Para incentivar la participación se propuso el sorteo de una tableta modelo iPad que fue entregada públicamente al ganador en una de las actividades integradas en el Ciclo de Formación a Emprendedores organizado por la Cátedra.

Las respuestas se procesan de forma centralizada en la Universidad de St. Gallen y, posteriormente, se remiten a los equipos nacionales, quienes a su vez trasladan la información de sus universidades a cada uno de los coordinadores. En el curso 2015-2016 el número total de estudiantes matriculados en la Universidad de La Rioja era de 4.573 (Universidad de La Rioja, 2016). Todos estos estudiantes recibieron a través del email los enlaces del cuestionario. Se recibieron un total de 915 respuestas de las que se consideraron válidas 605, obteniendo una tasa de respuesta válida del 13,23%. Esta tasa está por encima de la obtenida en otras universidades españolas que participaron en el proyecto en la edición anterior del proyecto (Díaz Casero et al., 2017; Fuentes et al., 2015; Ramos Rodríguez y Ruiz Navarro, 2015) y de la obtenida a nivel internacional que, tanto en la edición 2013/2014 como en la de 2016, alcanzó el valor del 5%. La ficha técnica de la investigación se recoge en la Figura 2.

Universo	Alumnos de la Universidad de La Rioja
Población objetivo	4.573 estudiantes
Muestra	605 estudiantes (13,23%)
Margen de confianza	95%
Error muestral	± 3,7%
Varianza	p=q=50%
Periodo de realización de la encuesta	Mayo-junio de 2016
Metodología	Encuesta on-line
Trabajo de campo	Universidad de La Rioja
Grabación y creación de la base de datos	Instituto suizo de investigación de la PYME y el Emprendimiento

Fuente: Elaboración propia.

Figura 2. Ficha técnica de la encuesta

1.4. Descripción de la muestra

Con el objeto de conocer el perfil de los estudiantes encuestados en la Universidad de La Rioja, se han efectuado análisis descriptivos sobre variables socio-demográficas. A continuación, se caracteriza la muestra a partir de variables como la edad, el género, la nacionalidad, el número de hermanos, el nivel y el área de estudio del alumno.

1.4.1. Edad

La media de edad de los estudiantes encuestados en la Universidad de La Rioja es de 23,5 años. Este valor es muy similar al presentado en el informe internacional de GUESSS en el que la edad media es de 24 años. La Figura 3 muestra la distribución porcentual de los encuestados en la Universidad de La Rioja por grupos de edad. Puede observarse que la mayoría de los alumnos encuestados tienen 24 años o menos. Este grupo de alumnos se corresponde con el 77% del total de la muestra. El 14% de los encuestados tiene entre 25 y 30 años de edad y solo el 9% es mayor de 30 años.

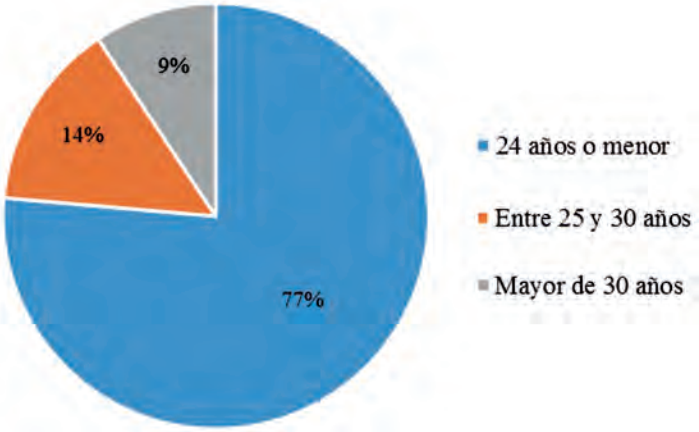


Figura 3. Perfil del alumnado según la edad

1.4.2. Género

Como se observa en la Figura 4, la encuesta ha sido cumplimentada por un número mayor de mujeres que de hombres. En concreto, el 61% de los encuestados es mujer y el 39% es hombre. Estos valores son muy similares a los presentados en el informe internacional de GUESSS en el que el 58,5% de los encuestados es mujer.

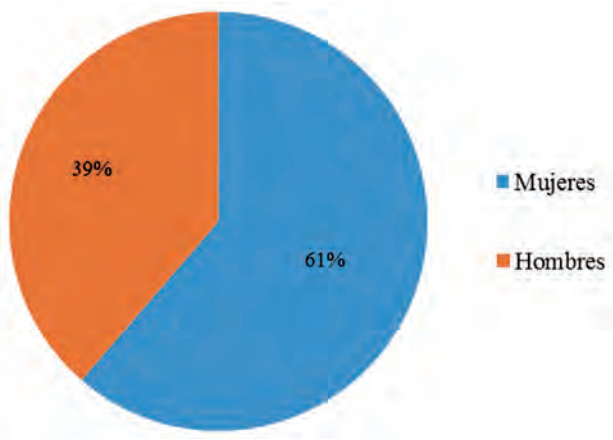


Figura 4. Perfil del alumnado según el género

1.4.3. Nacionalidad

La distribución porcentual de la muestra según las distintas nacionalidades de los estudiantes que la componen se muestra en la Tabla 1. La descripción de este perfil muestra que la nacionalidad mayoritaria es la española (94,2%), seguida de la comunidad latinoamericana que representa el 1,3%. El 0,2% de los encuestados son franceses y alemanes y un 4,1% tiene otras nacionalidades entre las que se incluye la china, la moldava, la búlgara, la marroquí y la rumana.

Tabla 1. Perfil del alumnado según la nacionalidad

Española	**94,2%**
De un país latinoamericano	1,3%
Francesa	0,2%
Alemana	0,2%
Otras	4,1%

1.4.4. Número total de hermanos del alumno

En la Figura 5 se presenta la distribución de los estudiantes encuestados según el número de hermanos que tiene. El porcentaje mayor se corresponde con el grupo que posee un

solo hermano (56,7%), seguido del grupo que tiene dos (18,7%). El 16% de los estudiantes de la muestra no tiene ningún hermano y el 3,7% tiene tres. El 4,8% restante tiene 4 o más hermanos.

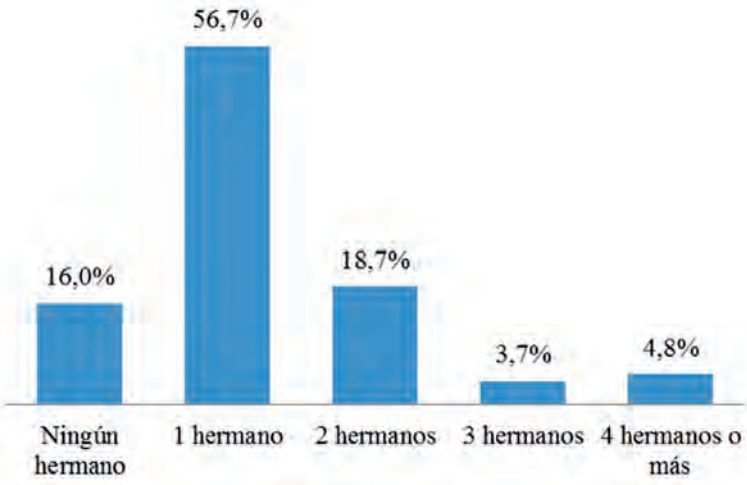


Figura 5. Perfil del alumnado según el número de hermanos

Respecto al número de hermanos mayores, tal y como se muestra en la Figura 6, el 56,7% de los alumnos encuestados no tiene ningún hermano mayor; el 31,6% tiene uno; el 8,6% tiene dos y el 1,6% tiene tres. Este porcentaje (1,6%) también se corresponde con el grupo de alumnos que tiene más de tres hermanos.

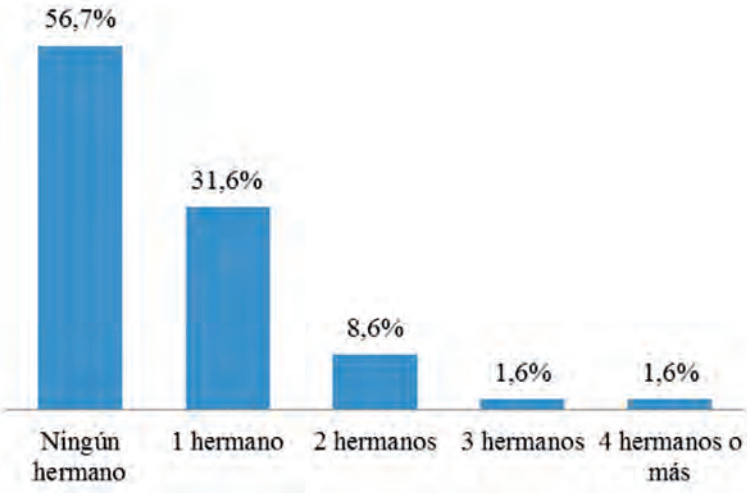


Figura 6. Perfil del alumnado según el número de hermanos mayores

1.4.5. Nivel de estudios de los alumnos

Respecto al nivel de estudios, tal y como se muestra en la Figura 7, el 87% de los estudiantes encuestados está realizando estudios de Grado, un 8% son estudiantes de Máster y un 5% son estudiantes de doctorado.

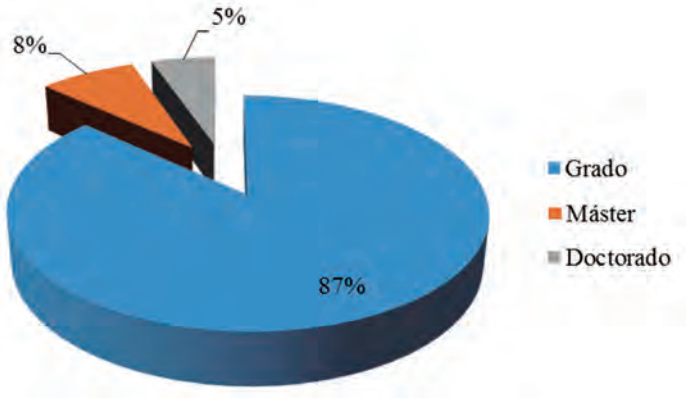


Figura 7. Perfil del alumnado según el nivel de estudios

1.4.6. Área de estudios

La distribución de los alumnos encuestados, en porcentaje, según su área de estudios se muestra en la Figura 8. Las áreas más representadas son las de Leyes y Economía (34%) e Ingeniería (19%), seguidas de Ciencias Sociales (17%) y Lengua y Humanidades (11%).

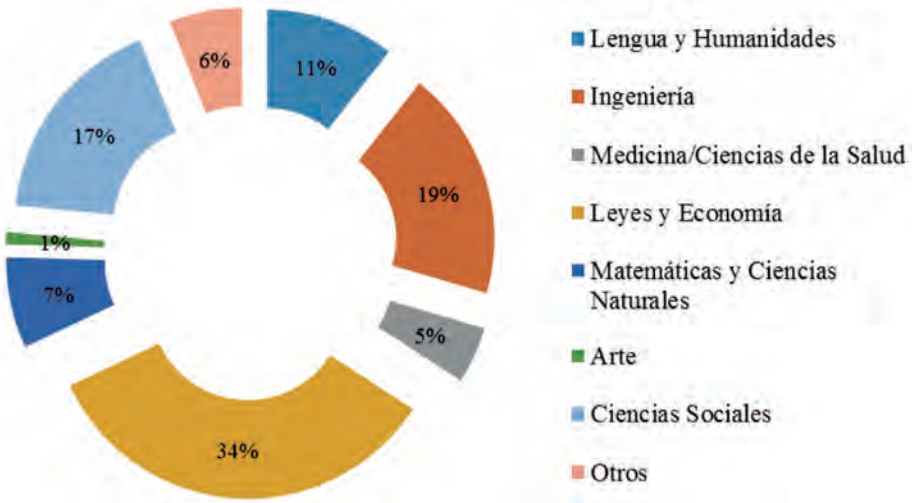


Figura 8. Perfil del alumnado según el área de estudio

La comparación de esta distribución con la presentada en el informe internacional (ver Figura 9) muestra que la participación de los alumnos de la Universidad de La Rioja es muy similar a la internacional en las áreas de estudio de Leyes y Economía (33%) y Arte (2%). En el resto de áreas, el porcentaje de participación de la Universidad de La Rioja e internacional varía entre tres puntos porcentuales (Matemáticas y Ciencias Naturales 5%) y seis puntos porcentuales (Ciencias Sociales 9% e Ingeniería 25%).

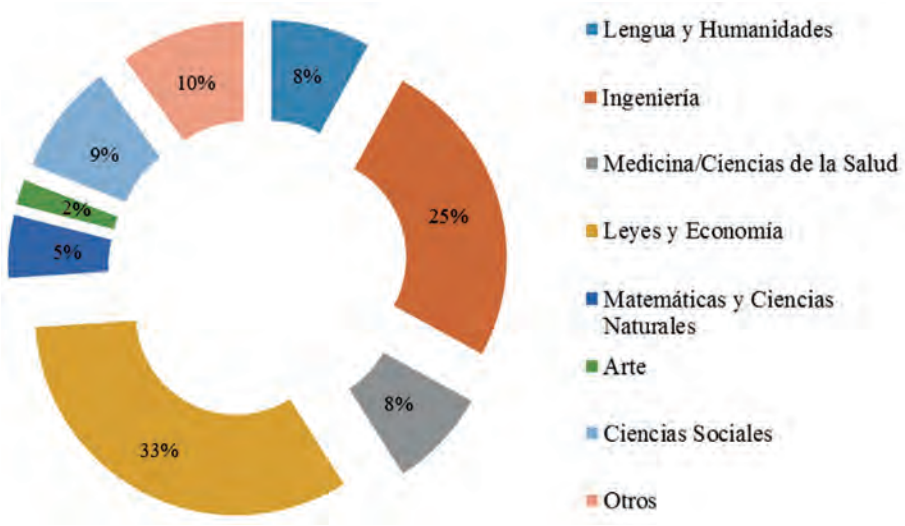


Figura 9. Perfil del alumnado del informe internacional según el área de estudio

Si consideramos la distribución de los estudiantes encuestados considerando conjuntamente el género y el área de estudio, ver la Figura 10, se puede observar que existe una mayor participación de hombres en el área de Ingeniería. En concreto, el número de hombres supera al de mujeres en más del doble (70,2% hombres, frente a 29,8% mujeres). En Ciencias de la Salud el número de mujeres es muy superior al de hombres (82,1% de mujeres y 17,9% de hombres). Los porcentajes de participación de hombres y mujeres más similares se encuentran en el área de Matemáticas y Ciencias Naturales (60% de mujeres y 40% de hombres) y Arte (40% de mujeres y 60% de hombres).

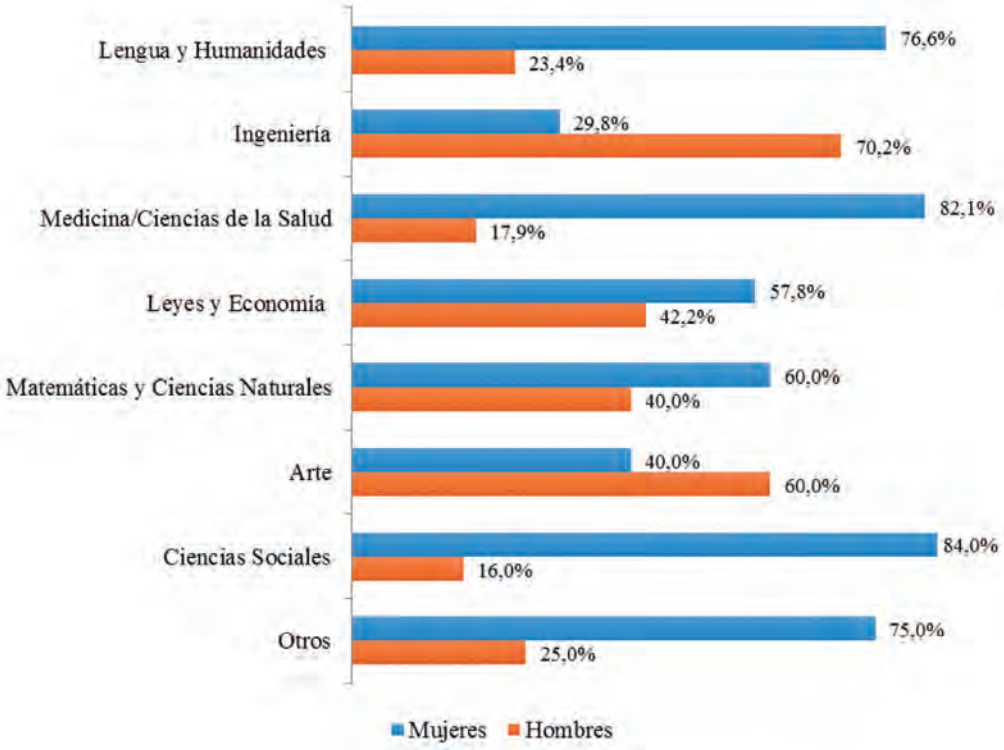


Figura 10. Perfil del alumnado según el área de estudio y género

2. Intención en la elección de carrera de los estudiantes de la Universidad de La Rioja

La encuesta permite recoger información relacionada con la intención de elección de carrera profesional en dos momentos del tiempo: nada más finalizar la carrera universitaria y cinco años después. En este apartado se describen los resultados obtenidos para el caso de los estudiantes encuestados en la Universidad de La Rioja en relación a la intención de elección de carrera profesional. También se describen las posibles diferencias que pudiera haber en las mismas en función de las variables género, área de estudio y nivel de estudios.

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

La intención de elección de la carrera profesional es recogida a través de la respuesta a la siguiente pregunta: ¿Qué camino intentas seguir una vez que termines tus estudios, y qué piensas hacer después de cinco años? Los estudiantes solo deben elegir una opción en cada momento del tiempo. La encuesta incluye 10 opciones de carrera profesional clasificadas en cuatro grandes grupos: empleado, fundador (emprendedor), sucesor (de una empresa familiar o una empresa no controlada por la familia) y otras.

La Tabla 2 incluye la intención de la elección de carrera profesional de los estudiantes de la Universidad de La Rioja al terminar la carrera y cinco años después. Al terminar la carrera, la mayoría de los estudiantes tiene la intención de ser empleados por cuenta ajena (80,6%). En este caso, un 40,7 % de los alumnos prefiere trabajar en una pequeña o mediana empresa (22,2% y 18,5% respectivamente) y el 10,3% en una empresa grande. Otra opción que recoge la intención de un número importante de estudiantes es la de trabajar en la Administración Pública (15,1%). El porcentaje de alumnos que se proponen emprender al finalizar sus estudios es del 3,3%. El 3,1% de los encuestados espera ser sucesor de una empresa. Si bien la mayoría de los estudiantes que han elegido esta opción tiene la intención de ser sucesor de una empresa familiar (2,8%). El 12,9% no ha decidido en la actualidad cuál será su carrera al terminar los estudios o tiene otras preferencias.

La intención de elección de carrera profesional en el momento de terminar los estudios es muy distinta a la intención manifestada para cinco años después de la finalización de sus estudios. Así, el porcentaje de estudiantes que se propone seguir siendo empleado 5 años

después de terminar sus estudios se reduce, pasando al 57,0%. En este caso, el porcentaje de estudiantes encuestados que manifiestan la intención de trabajar en la Administración Pública ha aumentado hasta el 24,3%. Por el contrario, el porcentaje de alumnos que manifiesta la intención de trabajar en una pequeña o mediana empresa disminuye (2,2% y 9,9% respectivamente). La mayor reducción se produce en el caso de la opción de trabajar en una empresa pequeña que se reduce a una décima parte (del 22,2% al 2,2%), mientras que el porcentaje que manifiesta la intención de trabajar en una gran empresa aumenta ligeramente (14,2%). El porcentaje de estudiantes que tiene la intención de emprender cinco años después de terminar los estudios aumenta casi 8 veces, situándose en el 26,2% de los estudiantes encuestados. Este porcentaje es ligeramente inferior al obtenido a nivel internacional, que se sitúa en el 38,2%. El porcentaje de alumnos que declara su intención de ser sucesor no sufre variación (3,1%). Por último, el porcentaje de alumnos que no tiene clara su opción o tiene otras opciones de carrera profesional, es ligeramente superior, situándose en el 13,7%.

Tabla 2. Cambios en la intención de elección de carrera profesional de los estudiantes

	Al finalizar	5 años después
EMPLEADO	**80,6%**	**57,0%**
Un empleado en una pequeña empresa (1-49 empleados)	22,2%	2,2%
Un empleado en una mediana empresa (50-249 empleados)	18,5%	9,9%
Un empleado en una gran empresa (250 o más empleados)	10,3%	14,2%
Un empleado en una organización sin fines de lucro (ONG)	3,5%	2,8%
Un empleado en la Academia (seguir una carrera académica)	11,1%	3,5%
Un empleado en el servicio público	15,1%	24,3%
EMPRENDEDOR	**3,3%**	**26,2%**
Un fundador (emprendedor) trabajando en mi propia empresa	3,3%	26,2%
SUCESOR	**3,1%**	**3,1%**
Un sucesor en la empresa de mis padres o de mi familia	2,8%	2,5%
Un sucesor en una empresa actualmente no controlada por mi familia	0,3%	0,7%
Otro/No lo he decidido aún	**12,9%**	**13,7%**

El análisis comparativo de los dos momentos del tiempo parece indicar que los estudiantes ven a la pequeña y mediana empresa como la opción más factible para comenzar su carrera profesional en el corto plazo. Por su parte, el emprendimiento no es planteado como una opción profesional para un número importante de alumnos hasta que no se considera un horizonte temporal más largo.

La Tabla 3 muestra un análisis comparativo entre el porcentaje de estudiantes que consideran el emprendimiento como opción en el momento de finalizar los estudios y cinco años después en La Rioja, en España y a nivel internacional. En ambos momentos del tiempo, el porcentaje de estudiantes que muestra un interés por el emprendimiento como opción de carrera profesional en La Rioja, es inferior al porcentaje presentado en los informes GUESSS nacional e internacional.

Tabla 3. Expectativa emprendedora de los estudiantes al finalizar los estudios y cinco años después en La Rioja, en España y a nivel internacional

	Emprendedor (Al finalizar)	Emprendedor (5 años después)
GUESSS La Rioja	3,3%	26,2%
GUESSS España	5%	29,8%
GUESSS internacional	8,8%	38,8%

2.2. Intención de la elección de carrera por género

El análisis de intención de elección de carrera profesional al terminar los estudios, considerando la variable género, se muestra en la Figura 11. Las diferencias más importantes se encuentran en la opción de emprender. En concreto, el 1,6% de las mujeres considera el emprendimiento como una opción, frente al 6% de los hombres. En el resto de opciones las diferencias son menores: empleado por cuenta ajena (82,1% mujeres y 78,1% hombres), sucesor (2,7% mujeres y 3,9% hombres) y sin una decisión tomada o con otras expectativas (13,6% en mujeres y 12,0% en hombres).

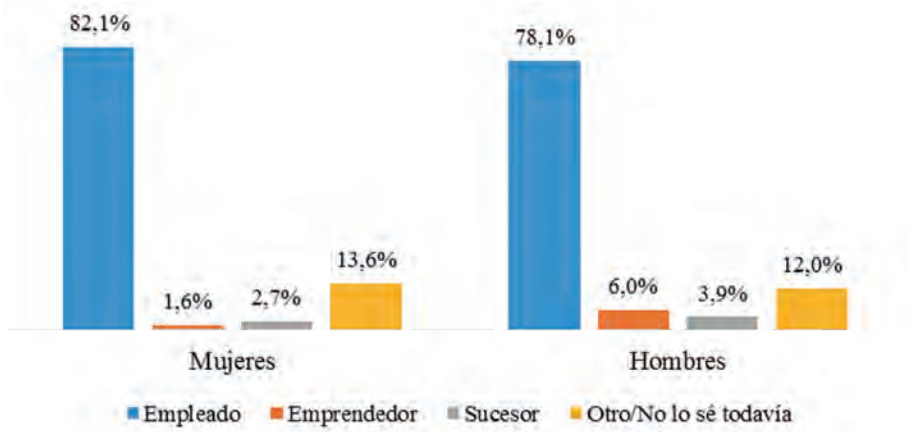


Figura 11. Intención de elección de carrera profesional al finalizar los estudios según género

Si consideramos las opciones manifestadas por los estudiantes de la Universidad de La Rioja para 5 años después de concluir sus estudios considerando el género (ver Figura 12), se puede observar cómo la opción de ser empleado en una empresa pierde importancia, tanto en el caso de los hombres como en el de las mujeres. En este caso, el 61,2% de las mujeres considera la opción de trabajar en una empresa, mientras que en los hombres el porcentaje es del 50,2%. Las mayores diferencias entre hombres y mujeres se vuelven a encontrar en el caso del emprendimiento. En concreto, un 21,1% de las mujeres se plantea crear su propio negocio a los cinco años de finalizar sus estudios frente al 34,3% de los hombres. En el resto de alternativas existen menos diferencias entre las preferencias manifestadas por hombres y mujeres.

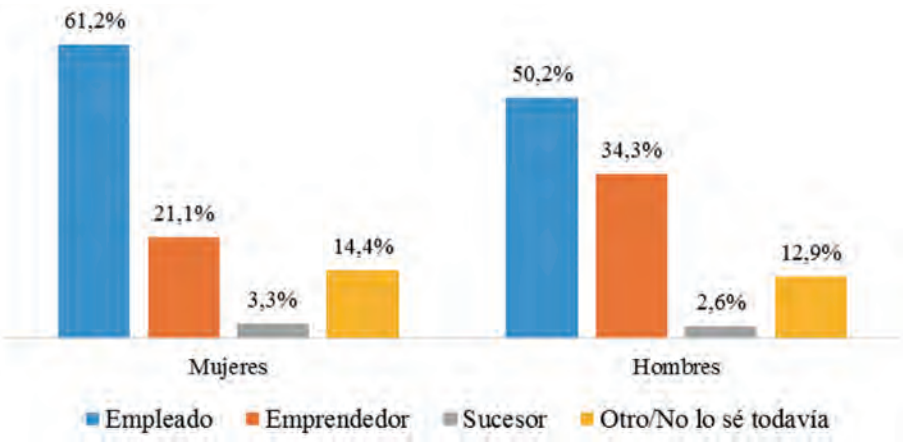


Figura 12. Intención de elección de carrera profesional 5 años después de finalizar los estudios según género

2.3. Intención de la elección de carrera por área de estudio

La Figura 13 muestra la intención de elección de carrera profesional después de terminar los estudios en función de los estudios que ha realizado el estudiante. En todas las áreas la mayoría de los alumnos manifiestan su preferencia por trabajar como empleados por cuenta ajena. Respecto a la intención emprendedora, como puede observarse las áreas de Ingeniería (6,1%) y Matemáticas y Ciencias Naturales (4,4%) son las que mayor porcentaje de alumnos presentan con esta intención, seguido de Leyes y Economía, con el 3,4%. En Ciencias de la Salud y en Arte, ningún estudiante encuestado manifiesta preferencia por el emprendimiento.

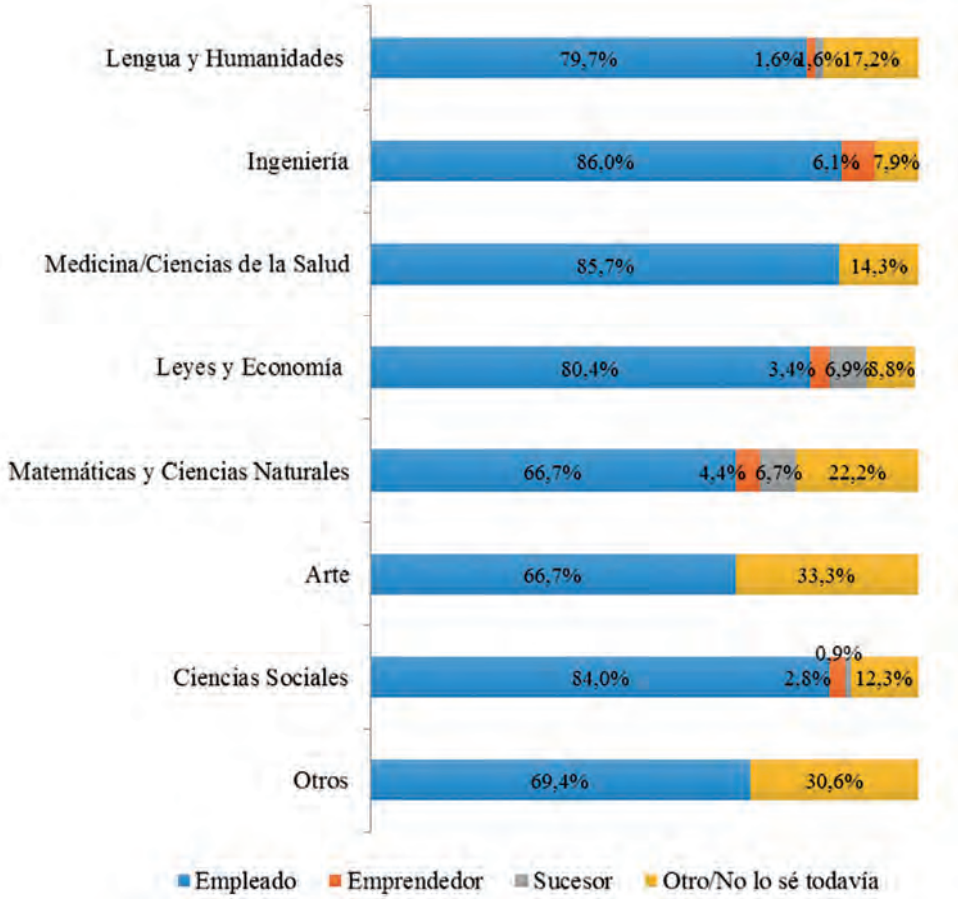


Figura 13. Intención de elección de carrera profesional al finalizar los estudios por área de estudio

La Figura 14 muestra esta misma información considerando en este caso un horizonte de 5 años después de finalizar los estudios. La primera opción de carrera profesional sigue siendo la de ser empleado por cuenta ajena, si bien en este caso el porcentaje es menor. Por el contrario, hay un aumento en el número de estudiantes que muestran interés por el emprendimiento en todas las áreas de conocimiento, una vez pasados cinco años de la finalización de sus estudios. En concreto, el 35,3% de los alumnos de Leyes y Economía, el 31,6% de los alumnos de Ingeniería, y el 20,0% de los estudiantes de Matemáticas y Ciencias Naturales optan por la opción de emprendimiento. Aproximadamente, un 10% de los estudiantes de Ciencias de la Salud, consideran el emprendimiento como opción de carrera profesional a los cinco años de terminar sus estudios. Los aumentos más importantes en el número de alumnos que consideran esta opción se producen en el área de Lengua y Humanidades y en el área de Leyes y Economía.

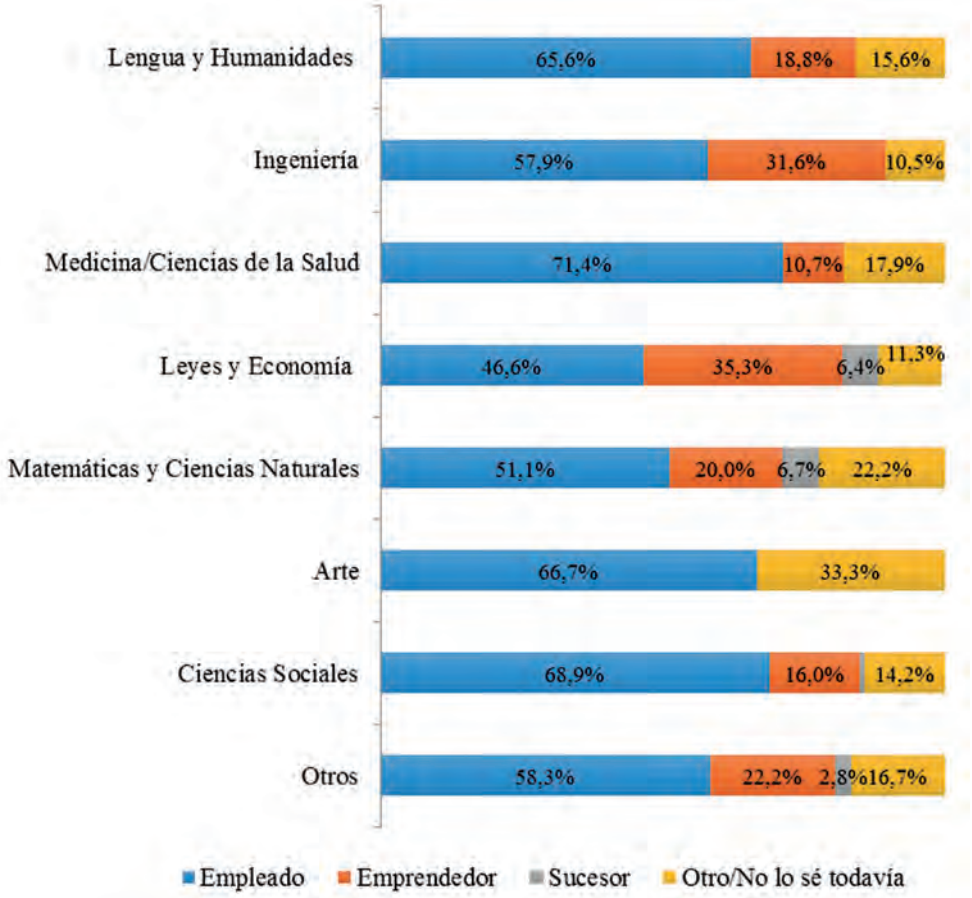


Figura 14. Intención de elección de carrera profesional 5 años después de finalizar los estudios por área de estudio

2.4. Intención de la elección de carrera por nivel de estudios

La intención de elección de carrera profesional al finalizar los estudios según el nivel académico de los encuestados se muestra en la Figura 15. La mayoría de los estudiantes considera la opción de ser empleado con independencia del nivel de estudios (80,3% en Grado, 81,3% en Máster, 84,4% en Doctorado). Respecto a la opción de emprender, el mayor porcentaje de alumnos que considera esta opción está en Grado (3,6%). El 2,1% de los estudiantes de Máster considera el emprendimiento como opción de carrera profesional mientras que ninguno de los estudiantes de Doctorado quiere ser emprendedor.

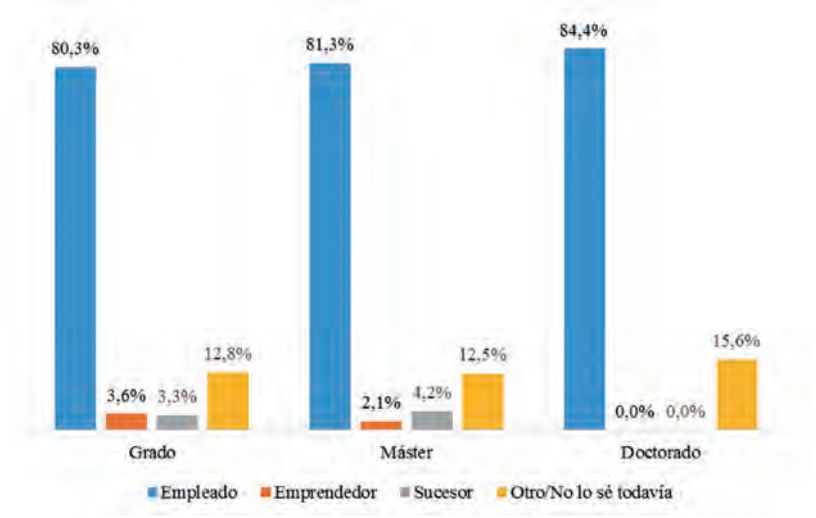


Figura 15. Intención de elección de carrera profesional al finalizar los estudios según nivel académico

La Figura 16 muestra la intención de elección de carrera de los estudiantes según su nivel de estudios a los 5 años de finalizar la carrera universitaria. Al igual que el caso anterior, la opción mayoritaria de carrera es la de ser empleado, con independencia del nivel de estudios. Si bien cinco años después de terminar sus estudios, el número de alumnos que considera esta opción es menor (55,7% en Grado, 64,6% en Máster y 68,8% en Doctorado). También se observa un aumento del porcentaje de alumnos que consideran la opción de emprender a los 5 años de haber concluido sus estudios. En concreto, un 28% de los estudiantes de Grado, un 18,8% de Máster y un 6,3% de Doctorado están considerando esta opción.

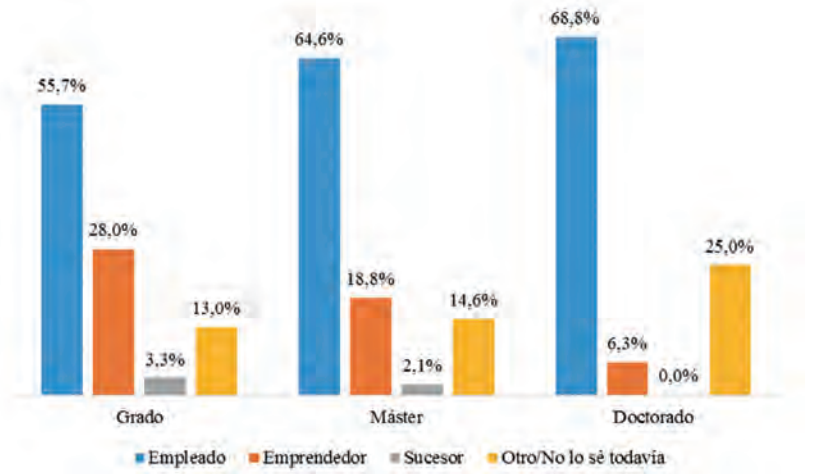


Figura 16. Intención de elección de carrera profesional 5 años después de finalizar los estudios según nivel académico

3. La intención de emprender en la Universidad de La Rioja y sus factores explicativos

En este apartado se lleva a cabo un análisis de la intención de emprender de los estudiantes de la Universidad de La Rioja y de sus factores determinantes. En concreto, y de acuerdo con el marco teórico sobre el que se fundamenta el proyecto GUESSS (ver Figura 1), se analizan los factores que afectan a la intención de emprender: la actitud emprendedora, la norma subjetiva, el control percibido y los factores contextuales.

3.1. La intención de emprender

El presente epígrafe está dedicado al análisis de la intención emprendedora de los estudiantes de forma más profunda que en el apartado anterior. Hasta el momento, se ha analizado la intención de emprender utilizando preguntas cerradas con dos posibles respuestas (sí/no) a través de las que los estudiantes expresaban su intención de elección de carrera profesional. Entre las opciones planteadas (empleado, emprendedor, sucesor y otras), los estudiantes sólo podían elegir una para cada momento del tiempo (al terminar los estudios y cinco años después). En otras palabras, en el epígrafe anterior se considera que los estudiantes tienen la intención de emprender cuando afirmaban que deseaban tener su propia empresa en algún momento del tiempo. A pesar de que esta aproximación es fiable (Sieger, Fueglistaller y Zellweger, 2011), una debilidad potencial de este planteamiento es que los estudiantes que han pensado seriamente en convertirse en emprendedores en algún momento del tiempo, pero todavía prefieren no serlo, son considerados como no emprendedores cuando se les plantea este tipo de preguntas. Es decir, los análisis previos no permiten incluir en el diagnóstico del espíritu emprendedor a aquellos emprendedores para los que la creación de empresas es su segunda opción de elección de carrera profesional. Para poder tantear esta posibilidad, y obtener una visión más ajustada de la realidad, analizamos la intención de los estudiantes de convertirse en emprendedores en el futuro mediante una escala compuesta por 6 ítems evaluados de acuerdo con una escala Likert de 1 (muy en desacuerdo) a 7 (muy de acuerdo).

Los valores medios obtenidos para cada uno de los seis ítems se muestran en la Figura 17. Estos valores fueron obtenidos promediando la puntuación y su frecuencia sobre el

número total de respuestas. La afirmación más valorada es la relativa al ítem "Mi meta profesional es llegar a ser emprendedor(a)" con una puntación de 3,73 puntos, le sigue el ítem "Haré todo lo posible para dirigir mi propia empresa" con una puntuación media de 3,72 puntos. Por el contrario, el ítem menos valorado es: "He pensado muy seriamente en iniciar mi empresa" que alcanza una puntuación media de 3,57 puntos. Estos resultados indican que la intención emprendedora de los estudiantes no es muy acentuada y ligeramente inferior a la obtenida en la muestra de estudiantes españoles.

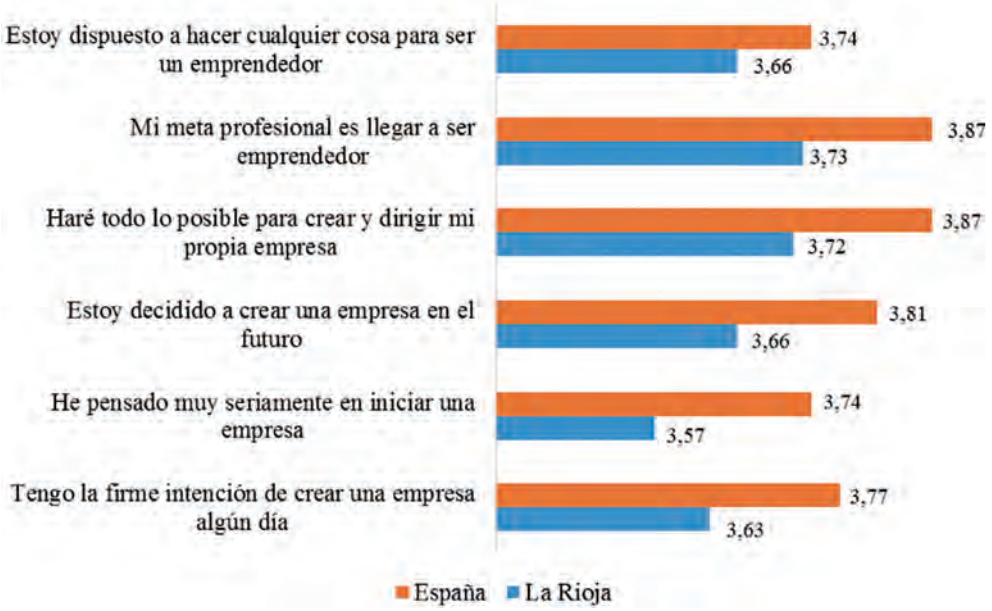


Figura 17. Intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja y España

Del valor mostrado en la Figura 17, puede calcularse el valor promedio de los 6 ítems, situándose, en el caso de los estudiantes de la Universidad de La Rioja, en 3,7 puntos. Se trata de un valor cercano al central de la escala (4 puntos). Además, se puede observar que la dispersión en la valoración media para cada ítem respecto a ese valor promedio no es demasiado elevada. Este valor medio de los ítems anteriores es lo que se conoce como índice de la intención emprendedora y, en función del valor alcanzado, representaría a aquellas personas que podrían querer emprender. Este valor de 3,7 es ligeramente inferior al valor promedio obtenido en España, que alcanza el valor de 3,8 y coincide exactamente con el valor promedio de la intención emprendedora obtenido en la muestra internacional del informe GUESSS 2013/2014 (Sieger, Fueglistaller y Zellweger, 2014).

Profundizando un poco más en la intención emprendedora, la Figura 18 muestra la valoración de los ítems que miden la intención emprendedora de los estudiantes considerando su género. Como se puede observar, el valor promedio de todos los ítems es más elevado en el caso de los hombres (4,0 puntos) que en el de las mujeres (3,5 puntos), lo que indica una menor propensión a emprender entre las mujeres. Estos resultados están en línea con los obtenidos en el epígrafe anterior y con los obtenidos tanto en las muestras de estudiantes españoles como en las de estudiantes de todo el mundo (Sieger, Fueglistaller y Zellweger, 2016).

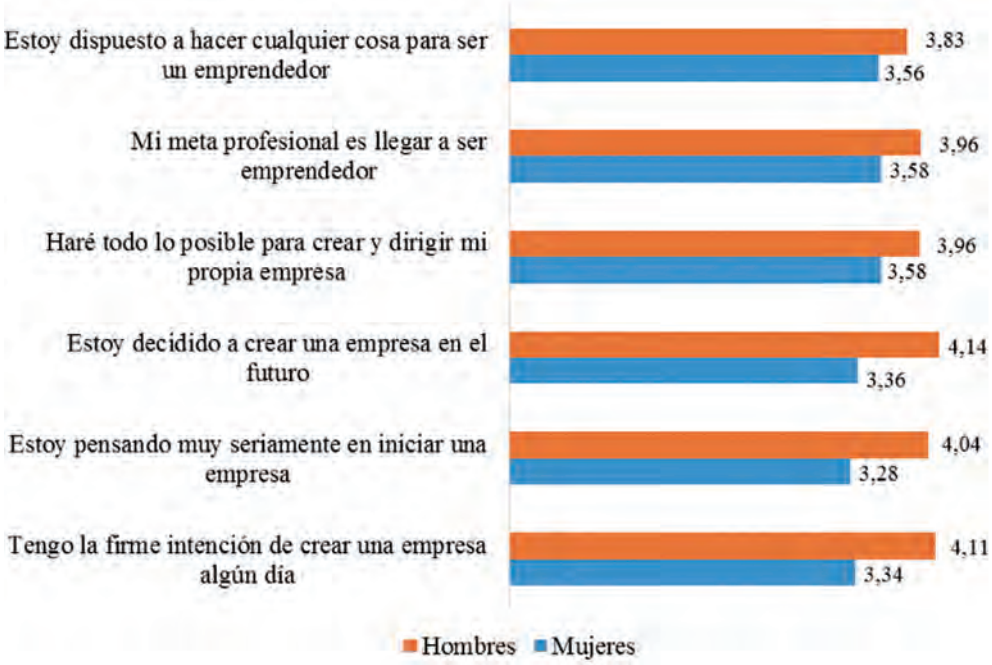


Figura 18. Intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja según el género

Por último, la Figura 19 muestra la intención emprendedora considerando el ámbito de estudio del encuestado. El área de Ingeniería y la de Leyes y Economía son las que muestran una mayor propensión a emprender. Por el contrario, el ámbito del Arte y el de Medicina/Ciencias de la Salud son los que presentan un índice de intención emprendedora más bajo.

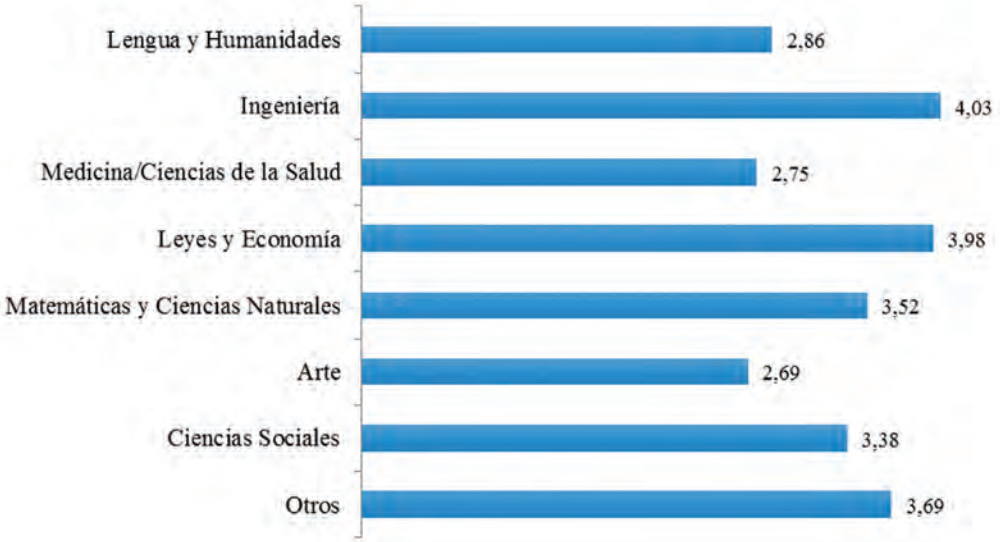


Figura 19. Intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja por área de estudios

3.2. Factores directos

En este apartado se analizarán aquellos factores que, de acuerdo con la teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 2002), se configuran como determinantes de la intención emprendedora: la actitud emprendedora, la norma subjetiva y el control percibido.

3.2.1. Actitud emprendedora

La actitud personal hacia el emprendimiento, es decir, lo atractivo que resulta el comportamiento emprendedor, está vinculada con las creencias que dicha persona identifica con el comportamiento emprendedor. Estos atributos pueden estar relacionados con la satisfacción que experimentaría el individuo al desarrollar dicho comportamiento; lo que afectaría de forma positiva a la iniciativa emprendedora en el estudiante. La valoración de estos atributos se encuentra íntimamente relacionada con las creencias que sobre ellos se tenga. Por este motivo, y con objeto de valorar la actitud emprendedora de nuestros estudiantes, se pidió que valorasen, dentro de una escala de 1 (muy en desacuerdo) a 7 (muy de acuerdo), un conjunto de afirmaciones relacionadas con la posibilidad de ser emprendedor.

La Figura 20 recoge la respuesta a las cuestiones planteadas. En general, los porcentajes más elevados se observan en los valores intermedios de la escala. Las afirmaciones más valoradas fueron: “si tuviera la oportunidad y recursos me convertiría en emprendedor” (con un 60,8% de los encuestados de acuerdo con esta afirmación, considerando conjuntamente los porcentajes correspondientes a los valores 5 a 7 de la escala), así como “ser emprendedor

implicaría grandes satisfacciones para mi" (con un 54,1% de los encuestados mostrando su acuerdo con esta afirmación). Por el contrario, la afirmación con la que los encuestados mostraron menos acuerdo fue "ser emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí" (solo el 36,5% de los encuestados está de acuerdo con esta afirmación).

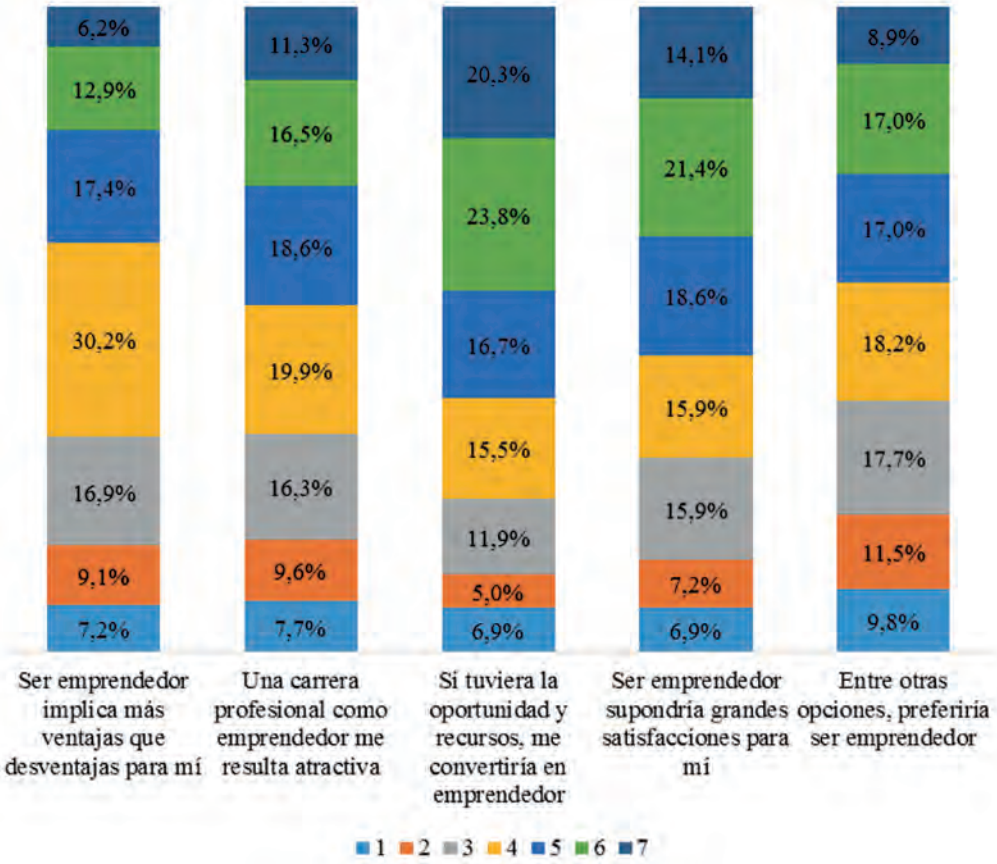


Figura 20. Actitud emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja

El valor medio de los ítems sobre actitud emprendedora se muestra en la Figura 21. Este valor medio se calcula promediando las puntuaciones y su frecuencia sobre el total de respuestas. La afirmación que por término medio presenta una mayor valoración es: "si tuviera la oportunidad y recursos me convertiría en emprendedor" con una valoración media de 4,8 puntos. Las valoraciones que por término medio obtuvieron una menor valoración son: "ser emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí" y "entre otras opciones, preferiría ser emprendedor" con 4,1 puntos. Todos los valores de la actitud emprendedora representados en la Figura 21 son superiores al valor medio de la escala

(4 puntos) lo que muestra una actitud general favorable al emprendimiento. Además, si comparamos los valores de la actitud emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja y la de los estudiantes españoles los resultados obtenidos, tal como muestra la Figura 21, son muy similares.

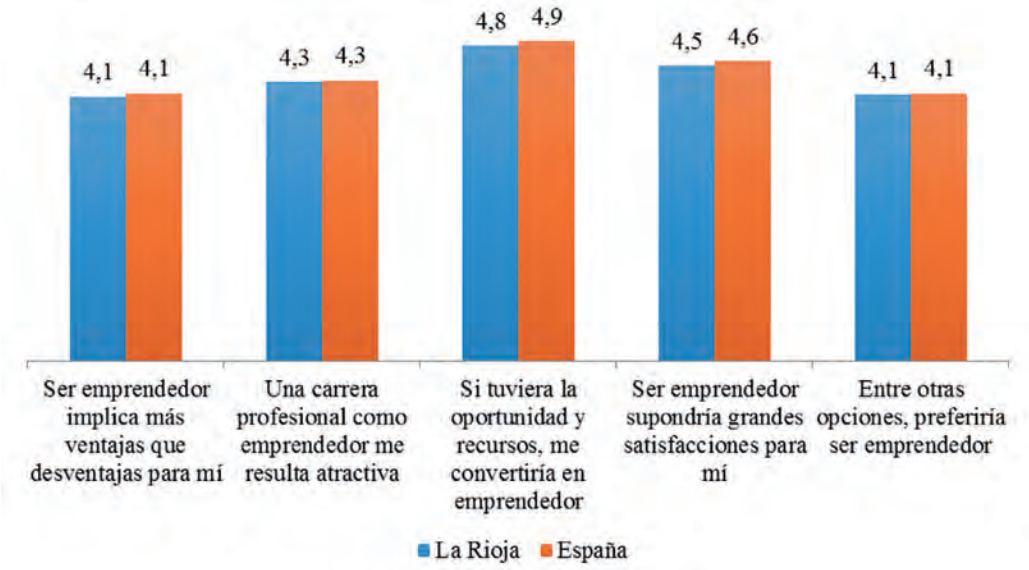


Figura 21. Actitud emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja y España

3.2.2. Norma subjetiva

La norma subjetiva o norma social percibida mide la presión que percibe el estudiante de la opinión de su entorno inmediato sobre el hecho de emprender (Ajzen, 2001; Liñán y Chen, 2009). Esta presión percibida se puede aproximar a través de dos elementos: (1) la valoración que otorgan al emprendimiento la familia o amigos del emprendedor y (2) la motivación del individuo para acomodarse a dichas creencias.

De acuerdo con este planteamiento, se cuestiona a los estudiantes cómo esperan que reaccionaría la gente de su entorno si optara por desarrollar su carrera profesional como emprendedor valorando este hecho en una escala del 1 al 7, siendo 1 "muy negativamente" y 7 "muy positivamente". La Figura 22 recoge las respuestas a esta cuestión. Todas las afirmaciones tuvieron una valoración alta por parte de los encuestados. En concreto, en torno al 70% de los encuestados considera que su entorno más próximo valorará de forma positiva la elección de la carrera emprendedora, considerando como valoración positiva la que resulta de considerar de forma conjunta los porcentajes de respuesta correspondientes a los valores 5 a 7 de la escala.

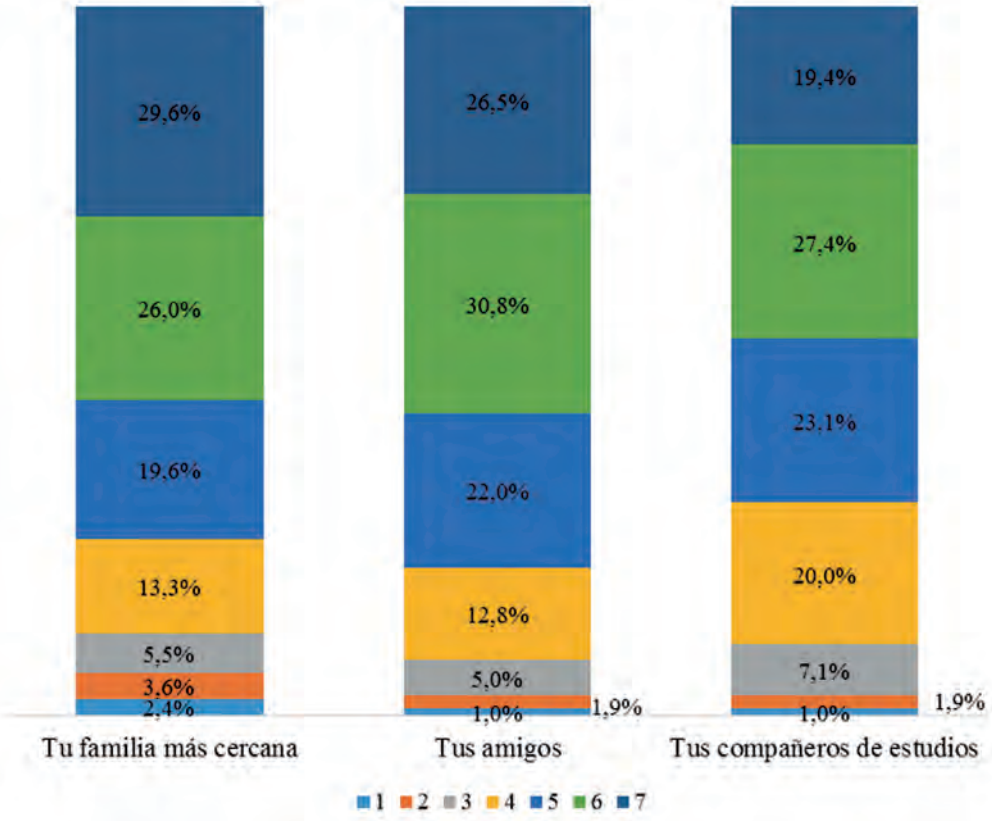


Figura 22. Reacción del entorno próximo ante la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja

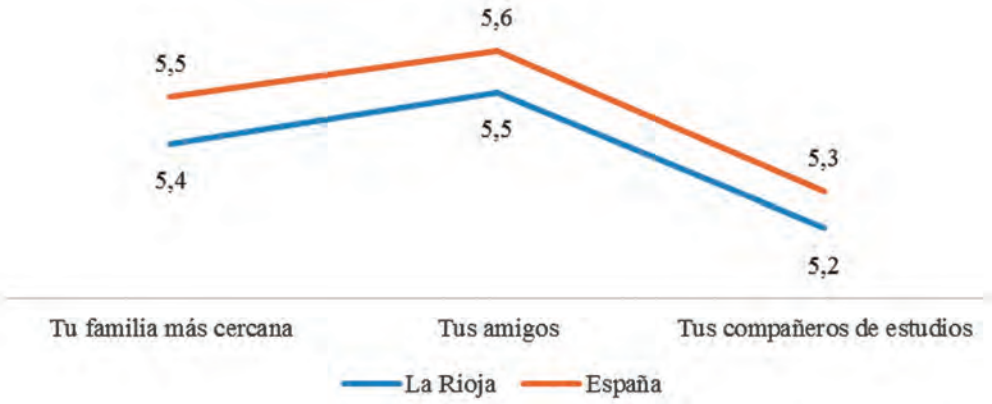


Figura 23. Reacción del entorno próximo ante la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja y España

Como se observa en la Figura 23, el valor medio de los ítems del conjunto de las preguntas relativas a la actitud emprendedora entre los estudiantes de la Universidad de La Rioja oscila entre los valores 5,2 y 5,5. Estos valores se calculan promediando las puntuaciones y su frecuencia sobre el total de respuestas. Todos estos valores están situados por encima del valor medio de la escala (4 puntos) aunque ligeramente por debajo del valor medio de los ítems en la muestra nacional.

3.2.3. Control percibido

El control percibido del comportamiento se identifica con el grado en que la persona percibe una mayor o menor dificultad para desarrollar una conducta determinada (Ajzen, 2002). Cuando el estudiante percibe que reúne las capacidades necesarias para emprender, se empleará en el desarrollo de dicha actividad. De acuerdo con el trabajo de Ajzen (2002) es preciso analizar dos dimensiones para evaluar el control percibido: 1) la autoeficacia, es decir, la creencia de que el individuo es capaz de emprender y 2) la creencia de que el individuo controla el comportamiento para emprender (Liñán y Chen, 2009).

Con el objetivo de conocer la capacidad de los encuestados para emprender se les pidió que efectuaran una autoevaluación en materia de competencias y capacidades emprendedoras. El cuestionario incluye 7 competencias que son valoradas en una escala de 1 a 7, donde 1 expresa total desacuerdo y 7 total acuerdo. La Figura 24 muestra los resultados medios de esta evaluación para los estudiantes que eligieron la opción de ser emprendedor y empleado por cuenta ajena en la intención de elección de carrera profesional al finalizar sus estudios.

Figura 24. Autoevaluación sobre competencias emprendedoras de los estudiantes de la Universidad de La Rioja (emprendedor y trabajador por cuenta ajena como opción en la intención de elección de carrera profesional)

La comparación de las puntuaciones entre los alumnos que eligieron las opciones de carrera profesional de emprendedor y empleado muestra que, aquellos que escogieron la opción de emprender se sienten más confiados en que pueden desarrollar las tareas propuestas que los que eligieron la opción de ser empleado. Estas diferencias son ligeramente superiores en las competencias de "identificar nuevas oportunidades de negocio" y "crear nuevos productos y servicios".

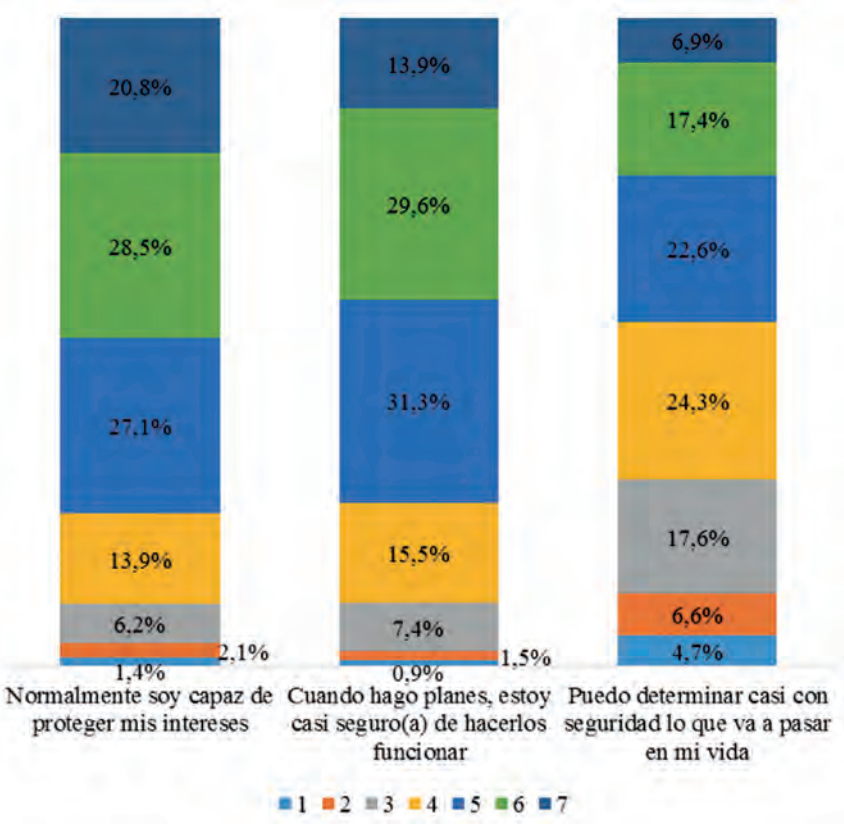


Figura 25. Percepción del control percibido de los estudiantes de la Universidad de La Rioja

La Figura 25 muestra las valoraciones de los encuestados sobre determinados ítems relacionados con el control percibido expresadas en una escala de 1 a 7, siendo 1 "muy en desacuerdo" y 7 "muy de acuerdo". En general, el grado de acuerdo con estas cuestiones tales como: "normalmente soy capaz de proteger mis intereses" o "cuando hago planes estoy casi seguro de hacerlos funcionar" es elevado. Sin embargo, el nivel de acuerdo desciende considerablemente cuando la afirmación valorada es: "puedo determinar casi con seguridad lo que va a pasar en mi vida".

Como se observa en la Figura 26, el valor medio de los ítems sobre el control percibido es, en general, alto y muy similar al obtenido en la muestra de estudiantes universitarios recogida en España. En concreto, las cuestiones más valoradas entre los estudiantes son las referidas a la capacidad propia para defender los intereses individuales y la seguridad de hacer funcionar los planes formulados.

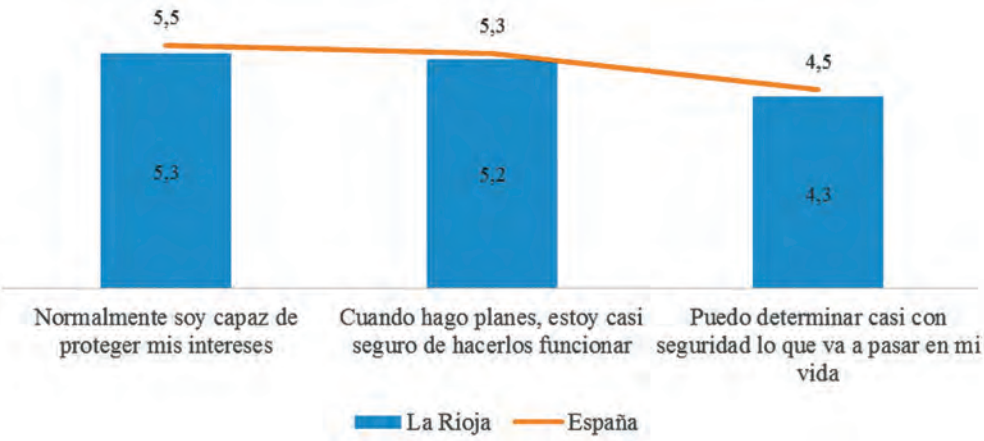


Figura 26. Control percibido de los estudiantes de la Universidad de La Rioja y España

3.3. Factores del contexto

A continuación, se presentan los factores relacionados con el contexto que pueden afectar a la actitud emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja.

3.3.1. Entorno universitario

Un agente relevante en la formación de intenciones emprendedoras entre los estudiantes es la Universidad (Bergman, Hundt y Sternberg, 2016; Maresch et al., 2016). En el contexto académico, el diseño, el contenido y los efectos de la educación emprendedora representa una importante corriente de investigación (Lima et al., 2015). De acuerdo con Alvarez y Busenitz (2004), las universidades que ofrecen educación en emprendimiento formarán alumnos más propensos a convertirse en empresarios. La falta de oferta en formación en este ámbito provoca un bajo nivel de intención emprendedora (Franke y Luthje, 2004). Por esta razón, en el presente epígrafe se muestra un análisis descriptivo sobre la formación recibida con el objetivo de ofrecer una visión sobre la formación en emprendimiento que se ofrece desde la Universidad de La Rioja.

La Figura 27 muestra el porcentaje de alumnos en la Universidad de La Rioja y en el ámbito internacional que han asistido o están asistiendo a distintas actividades formativas sobre emprendimiento. En este sentido, se pidió a los encuestados que eligiesen aquellas afirmacio-

nes con las que se sintiesen más identificados en relación con su formación en emprendimiento, existiendo la posibilidad de elegir varias respuestas. En primer lugar, llama la atención el reducido porcentaje de estudiantes de La Rioja, un 8% del total de la muestra, que señala haber asistido a un curso obligatorio sobre emprendimiento hasta el momento de completar la encuesta y que el 67,7% de nuestros estudiantes manifieste que no ha participado en algún programa o curso específico sobre emprendimiento. Si comparamos estos resultados con los obtenidos a nivel internacional se observa una gran divergencia pues, en ese contexto, la cantidad de alumnos que ha recibido un programa de emprendimiento con carácter obligatorio es considerablemente superior (22,4% frente a 8%) (Sieger, Fueglistaller y Zellueger, 2016). Por último, el porcentaje de estudiantes que está estudiando un programa específico de emprendimiento es muy pequeño, solo un 0,7%, lo que contrasta con el porcentaje obtenido para el conjunto de la muestra participante en el proyecto GUESSS que es del 7,2%.

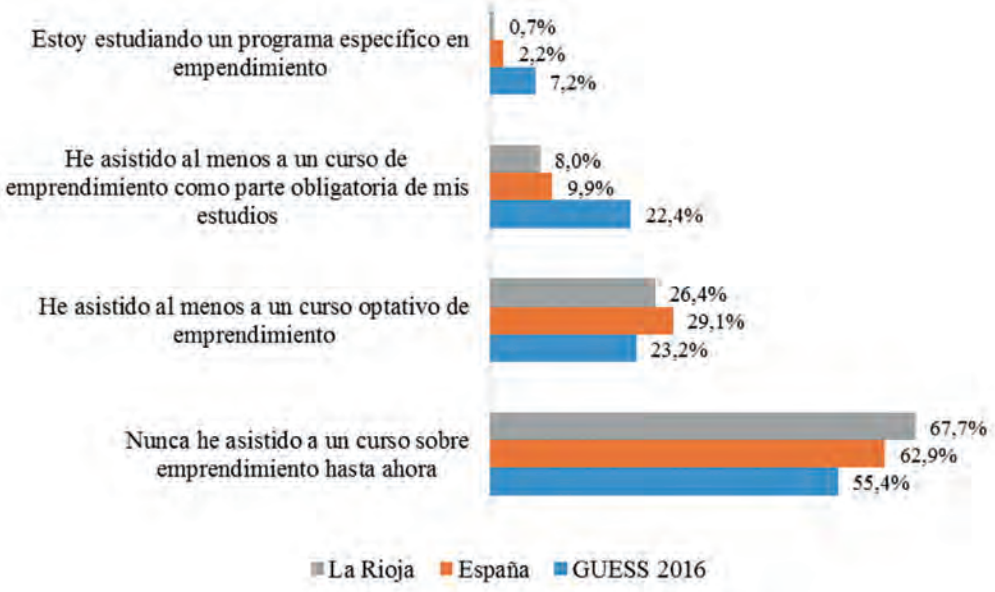


Figura 27. Formación en emprendimiento de los estudiantes de la Universidad de La Rioja, españoles y del informe GUESSS internacional

La Figura 28 muestra el grado de acuerdo o desacuerdo de los estudiantes de la Universidad de La Rioja y de la muestra de estudiantes universitarios de España con una serie de afirmaciones relacionadas con la adquisición de competencias emprendedoras. La cuestión planteada comenzaba con "Los cursos a los que he asistido..." y la afirmación que alcanza un valor promedio más elevado en ambos contextos es la siguiente: "aumentaron mi habilidad

para identificar una oportunidad". Otra afirmación que obtuvo un valor alto fue "aumentaron mi entendimiento de las acciones que una persona tiene que llevar a cabo para iniciar un negocio". Las afirmaciones que obtuvieron un valor más bajo en España fueron "aumentaron mis habilidades prácticas administrativas/de gestión para poder iniciar un negocio" y "aumentaron mi capacidad para desarrollar redes". En la Universidad de La Rioja estas afirmaciones también obtuvieron las puntuaciones más bajas. Las diferencias en los valores en ambos contextos son muy pequeñas, si bien los valores de estas dos afirmaciones en la Universidad de La Rioja son ligeramente superiores a los obtenidos en la muestra de los estudiantes universitarios de España.

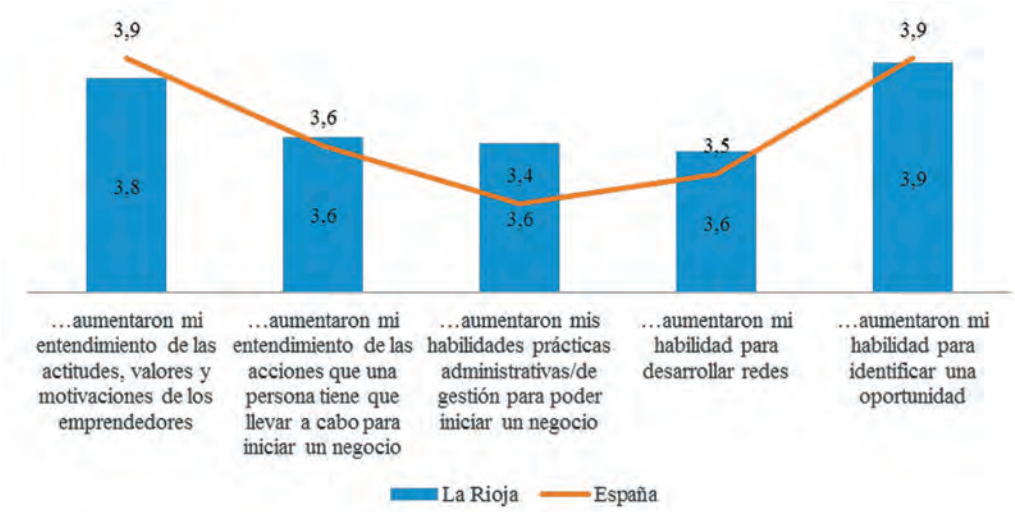


Figura 28. Evaluación del aprendizaje en relación al emprendimiento

En relación con el ambiente creado en la Universidad de La Rioja para el fomento del emprendimiento, la Figura 29 muestra la percepción que los estudiantes tienen sobre el clima emprendedor en la Universidad de La Rioja. Para ello, se pidió a los estudiantes encuestados que valorasen, en una escala de 1 a 7 puntos, su acuerdo o desacuerdo con una serie de afirmaciones.

Los resultados muestran que aproximadamente un cuarto de la muestra manifiesta un nivel de acuerdo medio (4 puntos) con la existencia de un clima favorable al emprendimiento. Así, y si consideramos los porcentajes de los valores 5 a 7, un 23,4% de los estudiantes está de acuerdo con la siguiente afirmación: "el entorno de mi Universidad me inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios"; el 27,6% considera que "en mi Universidad existe un clima favorable para convertirse en emprendedor" y un 30,1% de los estudiantes de la muestra considera que "en mi Universidad, los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras".

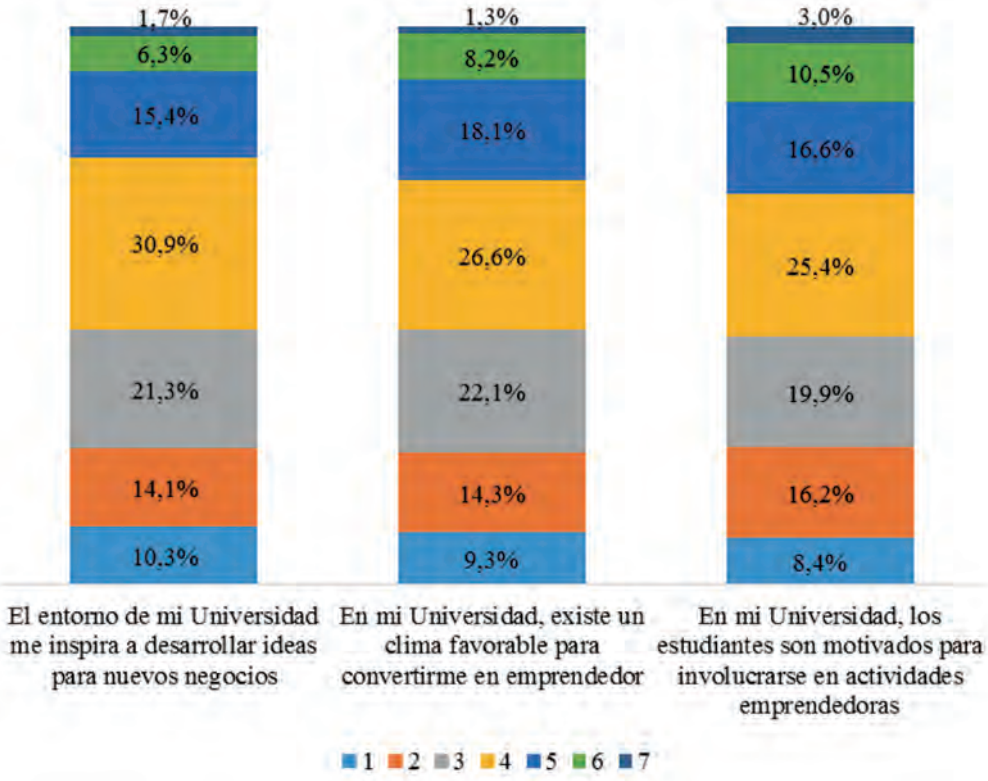


Figura 29. Clima emprendedor en la Universidad de La Rioja

La Figura 30 muestra los valores medios de cada indicador considerando la puntuación y su frecuencia sobre el número total de respuestas. Como se puede observar, la puntuación más alta, con un 3,7 de media, se obtiene en la afirmación: "en mi Universidad los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras". Le siguen por orden de puntuación: "en mi Universidad existe un clima favorable para convertirme en emprendedor" con un valor medio de 3,6 y "el entorno de mi Universidad me inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios" con un valor medio de 3,5 puntos.

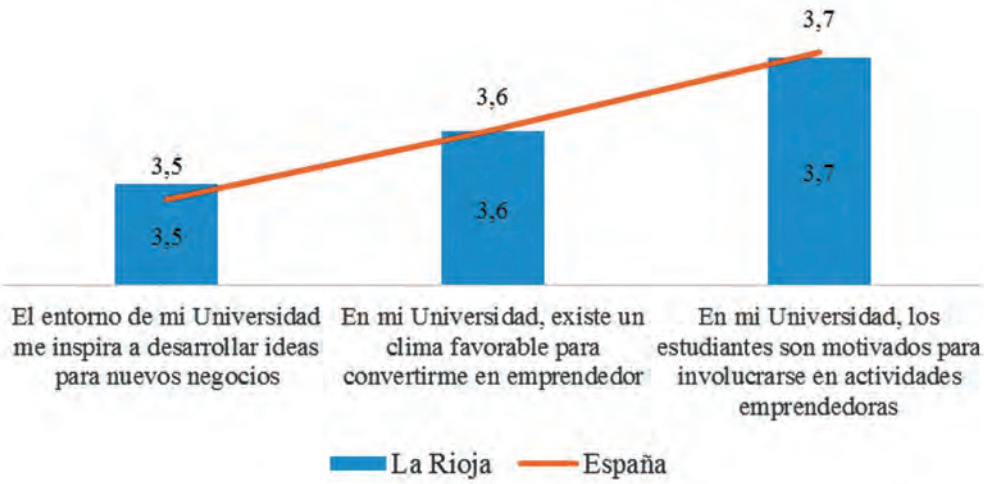


Figura 30. Clima emprendedor en la Universidad de La Rioja y España

El valor medio de los tres indicadores que reflejan el clima emprendedor es el mismo en la Universidad de La Rioja y en la muestra de estudiantes de España (3,6 puntos). Este dato parece indicar que los estudiantes universitarios perciben que las Universidades generan un clima ligeramente menos favorable que en un contexto internacional. En este sentido, en el informe GUESSS internacional correspondiente al año anterior se obtuvo un valor medio de estos tres indicadores ligeramente superior (4 puntos).

3.3.2. Entorno familiar

Los trabajos previos realizados en el ámbito del emprendimiento indican que los hijos cuyos padres son o han sido emprendedores muestran una mayor propensión a desarrollar en el futuro una carrera emprendedora (Sieger y Minola, 2016; Edelman et al., 2016). Los argumentos que explican estos resultados tienen que ver con los modelos de referencia, el aprendizaje basado en la experiencia indirecta y un contacto más cercano con el mundo empresarial (Laspita et al., 2012; Lindquist, Sol y Van Praag, 2015).

Para profundizar sobre esta cuestión se preguntó a los estudiantes si su padre, su madre o ambos eran emprendedores. Tal y como muestra la Figura 31, el 70,2% de los alumnos indica que ninguno de ellos es trabajador por cuenta propia. El 15,5% de los alumnos indica que su padre trabaja por cuenta propia y el 5,6% declara que es la madre la que trabaja por cuenta propia. El 8,6% restante de los estudiantes tiene a los dos progenitores que trabajan por cuenta propia. Es decir, de todos los estudiantes el 29,7% de ellos tienen, al menos, un padre (padre o madre) emprendedor. Este resultado es ligeramente superior al que presenta la muestra internacional, en la que el porcentaje de estudiantes descendientes de emprendedores alcanza al 28,4% del total e inferior al obtenido en la muestra española cuyo valor alcanza el 30,4%.

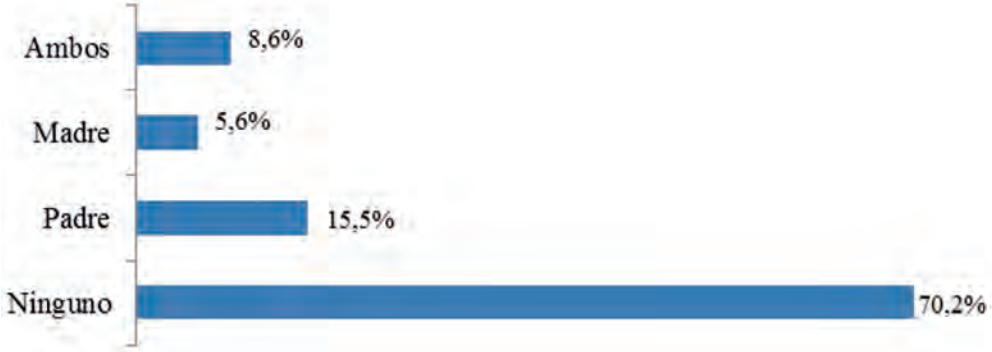


Figura 31. Porcentaje de padres y madres que trabajan por cuenta propia

Con el objetivo de continuar profundizando en el contexto familiar, se planteó a los estudiantes la pregunta de si sus padres eran accionistas mayoritarios de alguna empresa. La Figura 32 muestra los resultados obtenidos. Como se puede observar, casi el 87% de los estudiantes no tiene a sus padres como propietarios mayoritarios de una empresa y sólo el 5% de los alumnos tiene a los dos progenitores como propietarios de alguna empresa.

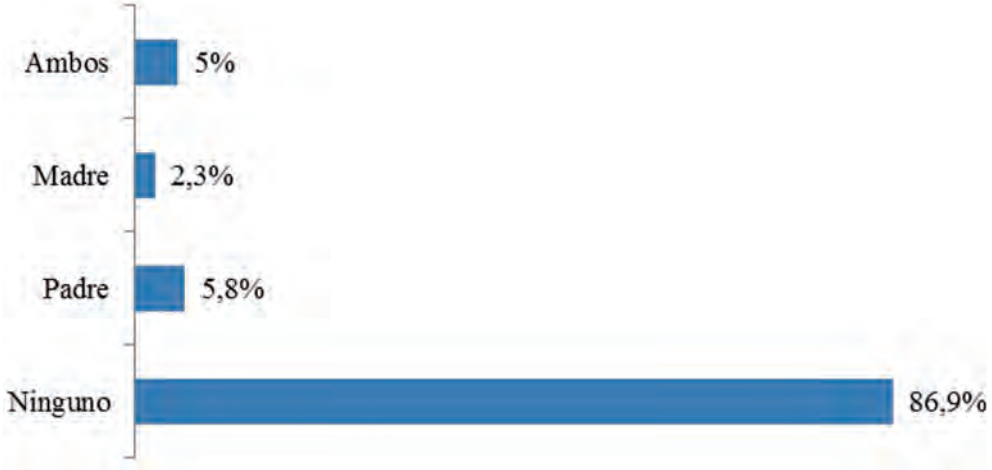


Figura 32. Porcentaje de padres y madres que son propietarios de alguna empresa

3.3.3. Entorno sociocultural

Los factores sociales y culturales, como factores del contexto que afectan al emprendedor, tienen un efecto importante sobre la formación de intenciones emprendedoras (Fuentelsaz, González y Maícas, 2015). Por este motivo, es interesante incluir en el análisis las percepciones que tienen los estudiantes sobre la sociedad en la que viven y sobre los valores y creencias

que en ésta existen y que pueden favorecer o inhibir las competencias emprendedoras. Los factores evaluados tienen que ver con los siguientes elementos:

- ✓ El grado en el que los individuos permanecen en el hogar y se sienten orgullosos de los logros obtenidos por los integrantes de la familia.
- ✓ El grado en el que los individuos perciben que viven en una sociedad ordenada y estructurada.
- ✓ La forma en la que los individuos perciben que está distribuido el poder en su sociedad.

Para analizar estos tres elementos se ha preguntado a los estudiantes un conjunto de cuestiones sobre las que debían mostrar su grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a cada una de ellas utilizando una escala Likert de 1 (muy en desacuerdo) a 7 (muy de acuerdo) puntos.

La Figura 33 muestra los resultados obtenidos para el primero de los elementos (percepción de la familia y orgullo de permanencia en ella). Las puntuaciones medias oscilan desde el valor máximo de 6,05 puntos hasta el valor mínimo de 4,17. La cuestión más valorada es: "en mi sociedad, los padres se enorgullecen de los logros individuales de sus hijos". Le siguen en orden de valoración: "en mi sociedad, los niños se enorgullecen de los logros individuales de sus padres" (5,52 de media); "en mi sociedad, los hijos generalmente viven en casa de sus padres hasta que se casan" (4,54 de media); y "en mi sociedad, padres de edad avanzada generalmente viven en casa con sus hijos" (4,17 de media). El valor medio de estos elementos es muy similar al obtenido en la muestra de estudiantes de España.

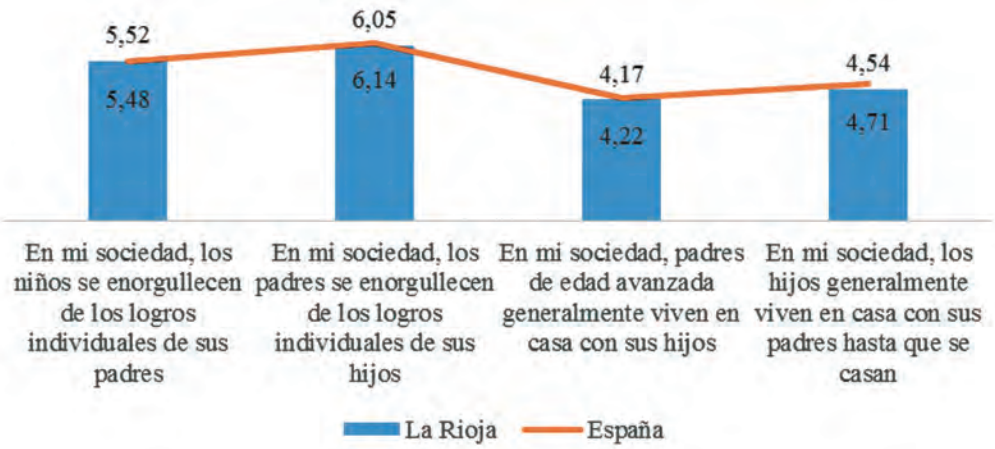


Figura 33. Percepción de la familia y orgullo de permanencia en ella

La Figura 34 muestra el grado en el que los individuos perciben que viven en una sociedad ordenada y estructurada. Las puntuaciones alcanzadas por todas las cuestiones están por encima de los 4 puntos. En concreto, las puntuaciones medias varían entre los 4,58 de puntuación máxima y los 4,10 de puntuación mínima. La cuestión más valorada es: "en mi sociedad, la mayoría de las personas llevan una vida muy estructura con pocos eventos inesperados" (4,58 de valor medio). Le siguen en orden de valoración: "en mi sociedad, se pone énfasis en el orden y la consistencia, incluso a expensas de la experimentación y la innovación" (4,43 de valor medio); "en mi sociedad, las exigencias sociales y las instrucciones se explican en detalle para que los ciudadanos sepan lo que se espera de ellos" (4,18 de valor medio); y "en mi sociedad, el rango y la posición en la jerarquía tienen privilegios especiales" (4,10 de valor medio). El valor medio de estos elementos en el contexto nacional presenta valores muy similares a los obtenidos en la muestra de estudiantes de la Universidad de La Rioja.

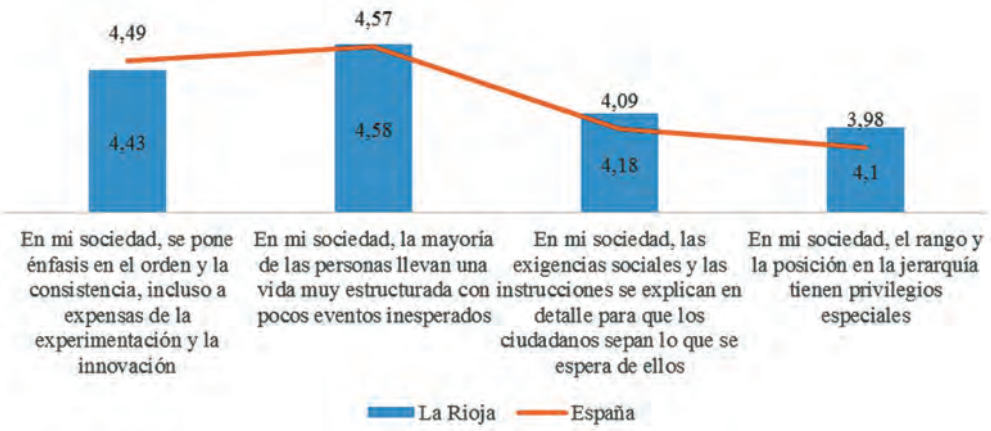


Figura 34. Percepción sobre el orden y estructura de la sociedad

Para concluir, se analizan las percepciones de los alumnos respecto a una serie de valores y hábitos sociales relacionados con la distribución de poder en la sociedad para valorar en qué medida los estudiantes consideran a su sociedad como autoritaria. La Figura 35 muestra los resultados obtenidos. Las puntuaciones medias de este conjunto de preguntas fluctúan entre los valores de 5,46 y 3,68 puntos. La cuestión más valorada es: "en mi sociedad, el poder está centrado en la cima" (5,46 de valor medio). Le siguen, en orden de valoración: "en mi sociedad, la influencia de una determinada persona está basada en la autoridad de su posición" (4,76 de valor medio); "en mi sociedad, se espera que los seguidores obedezcan a los líderes sin cuestionarlos" (4,64 de valor medio); y "En mi sociedad, la mayor parte de las recompensas se basan solo en la eficacia del desempeño" (3,95 de valor medio)".

Estos resultados indican que los estudiantes de la Universidad de La Rioja perciben que la sociedad en la que viven la influencia de una persona se basa más en la autoridad de la posición que ocupa que en sus habilidades y contribuciones a la sociedad.

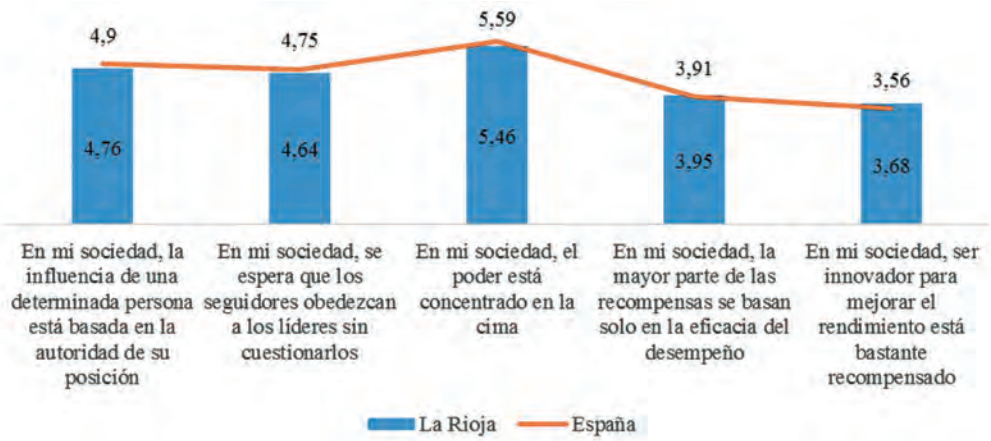


Figura 35. Percepción de la distribución de poder en la sociedad

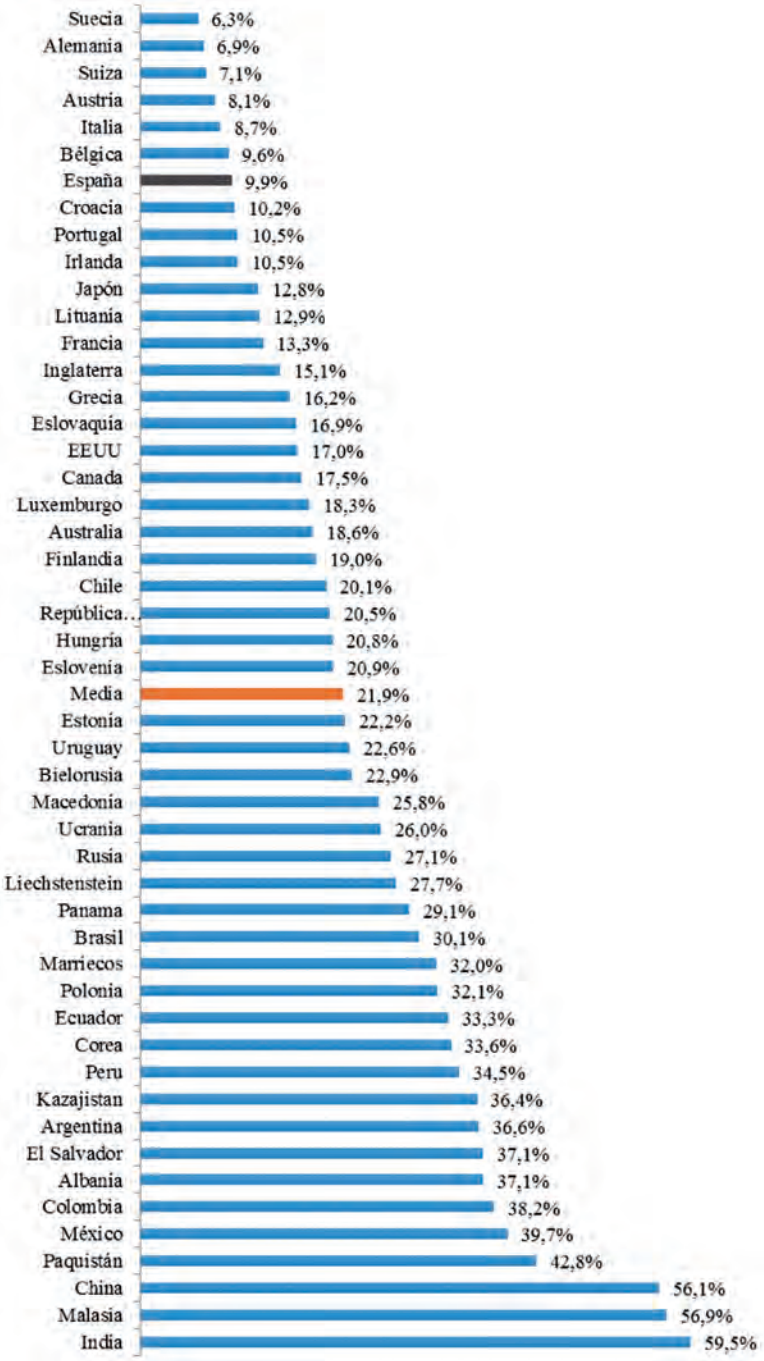
4. La actividad emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja

La encuesta GUESSS también ha permitido conocer las opiniones de los estudiantes que se encuentran en la fase de puesta en marcha de un proyecto empresarial, o bien lo han puesto ya en marcha. Si bien el número de estudiantes en alguna de estas situaciones no es muy elevado, se presentan una descripción de las respuestas a las preguntas que se les han formulado.

4.1. Emprendimiento naciente

De acuerdo con la literatura, un emprendedor naciente es aquel individuo que sólo o en compañía de otros está tratando de iniciar su propio negocio o trabajar por cuenta propia. Es decir, se trata de personas que tienen la intención de emprender y están configurando sus empresas, pero no se exige que éstas estén activas.

La Figura 36 muestra la distribución de emprendedores nacientes por país. Como se puede observar esta tasa adopta valores más elevados en países en desarrollo que en países desarrollados. La interpretación de este resultado debe hacerse pensando que la calidad del emprendimiento es distinta. Es habitual que los países menos desarrollados presenten altas tasas de emprendimiento pero que éste se caracterice por un menor impacto en términos de crecimiento económico. Como se puede observar, España se sitúa lejos de la media, con un valor de 9,9%, pero cerca de países de nuestro entorno como Bélgica, Portugal o Italia y por encima de otros como Suecia, Alemania, Suiza o Austria.



Fuente: Sieger, Fueglistaller y Zellweger (2016)

Figura 36. Emprendedores nacientes por país

Tratando de profundizar en esta cuestión, la Figura 37 señala los porcentajes de emprendimiento naciente de los alumnos de la Universidad de La Rioja. Como se puede observar, el porcentaje de estudiantes que afirma encontrarse en esta situación es del 8,4% (51 estudiantes); cifra que se encuentra por debajo de la media nacional, que alcanza el valor del 9,9% de los estudiantes encuestados y lejos de la media internacional, que toma el valor del 21,9% (Sieger, Fueglistaller y Zellweger, 2016).

Figura 37. Emprendedores nacientes entre los estudiantes de la Universidad de La Rioja

Una vez analizado el porcentaje de emprendedores entre los estudiantes de la Universidad de La Rioja analizaremos de qué área de estudio proceden. Como se puede observar en la Tabla 4, el porcentaje más elevado de estudiantes que están tratando de convertirse en emprendedor procede del área de Leyes y Economía, seguido por el área de Ingeniería. Las áreas de estudio de Medicina/Ciencias de la Salud y Arte no cuentan con ningún emprendedor naciente. Estos porcentajes pueden ser consecuencia de la composición de la población y de la muestra de estudiantes en la Universidad de La Rioja.

Tabla 4. Emprendedores nacientes por área de estudio en la Universidad de La Rioja

Área de estudio	% de estudiantes
Lengua y Humanidades	11,6%
Ingeniería	27,9%
Medicina/Ciencias de la Salud	0%
Leyes y Economía	37,2%
Matemáticas y Ciencias Naturales	4,7%
Ciencias Sociales	14,0%
Arte	0%
Otros	4,7%

A continuación, se describen los pasos que han dado los emprendedores nacientes para poner en marcha su iniciativa empresarial. La Figura 38 muestra el grado de desarrollo de distintas actividades vinculadas con la creación y puesta en funcionamiento de la empresa. Los datos muestran una secuencia lógica en la realización de estas actividades. Así, las actividades más avanzadas son las primeras que debe hacer frente un emprendedor cuando se inicia un proyecto empresarial, como son la búsqueda de información sobre los mercados y el planteamiento de un modelo de negocio. Con un menor desarrollo se encuentran acciones tales como haber registrado la empresa, haber solicitado una patente o haber comercializado el producto o servicio. Como se puede observar, este comportamiento no es exclusivo de los emprendedores nacientes de la Universidad de La Rioja sino que es similar al desarrollado por los emprendedores de la muestra internacional.

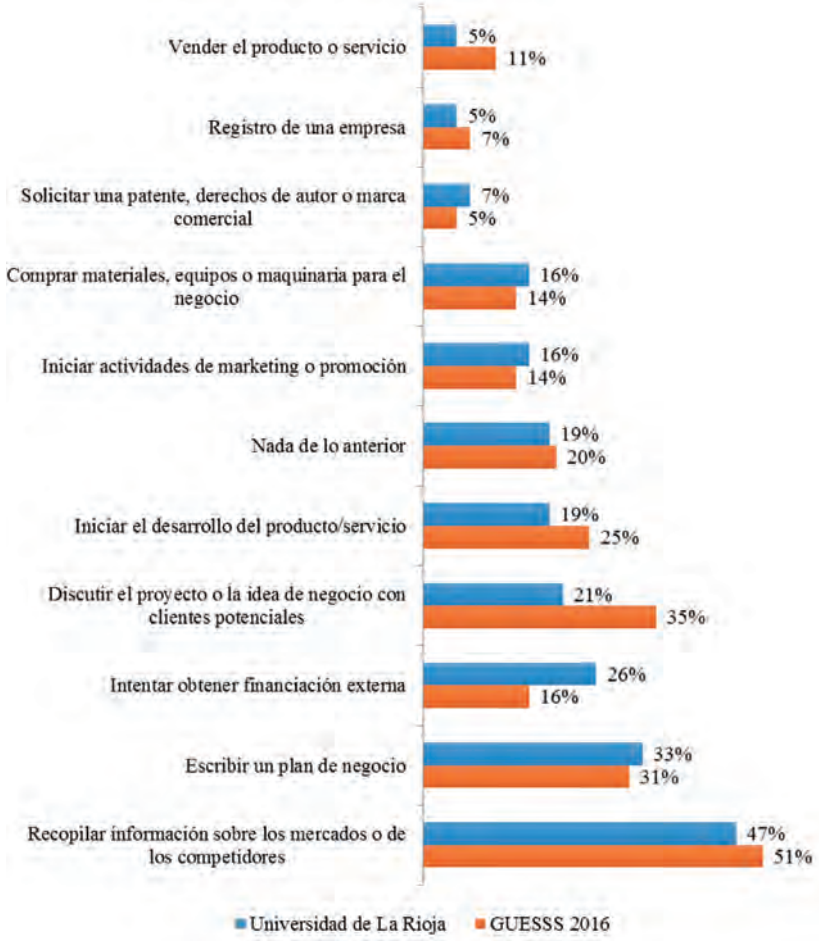


Figura 38. Grado de desarrollo del proyecto empresarial de los emprendedores nacientes en la Universidad de La Rioja y en el informe GUESSS internacional

Con el objetivo de conocer la procedencia de la idea de negocio que se están planteando desarrollar los emprendedores nacientes, se han propuesto distintas alternativas (ver Figura 39). Entre las distintas opciones las más importantes son "Hobby y tiempo libre" (35,6%) y "Estudios universitarios" (el 28,9%), tanto en el ámbito de la Universidad de la Rioja como en el informe internacional.

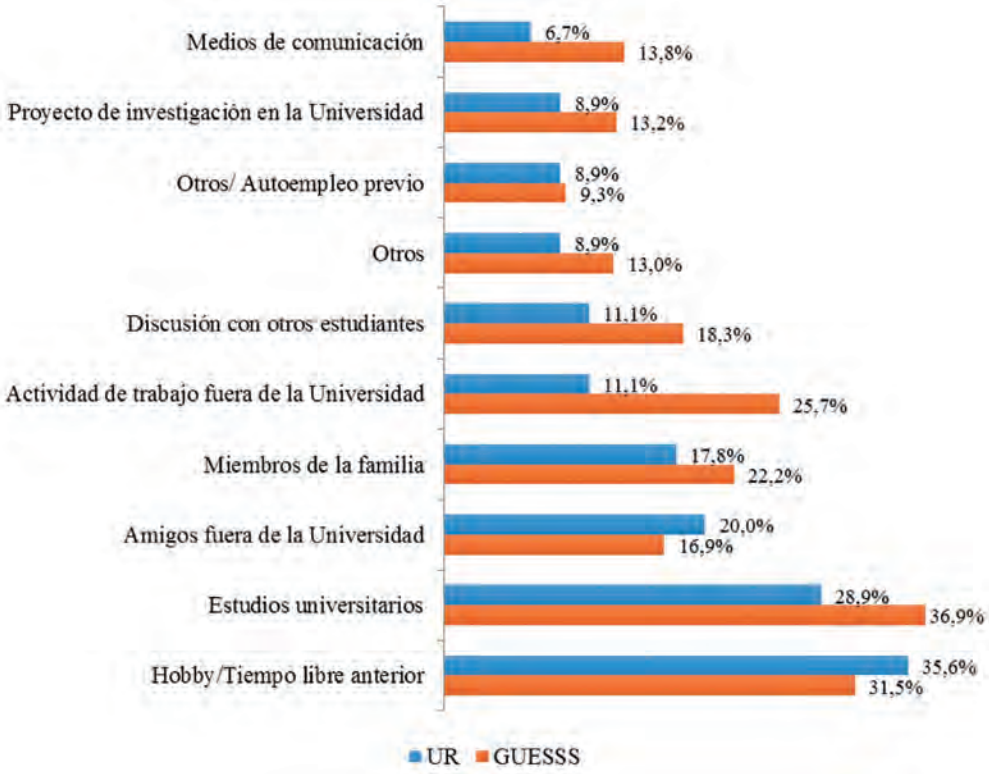


Figura 39. Procedencia de la idea de negocio de los estudiantes de la Universidad de La Rioja y en el informe GUESSS internacional

Por último, se preguntó a los estudiantes de la Universidad de La Rioja el sector de actividad en el que tienen intención de crear la empresa. La Figura 40 muestra los resultados obtenidos. El sector que más atención capta es el de Educación y Formación, seguido por el sector de Tecnologías de la Información y Comunicación y por el denominado Publicidad, Diseño y Marketing.

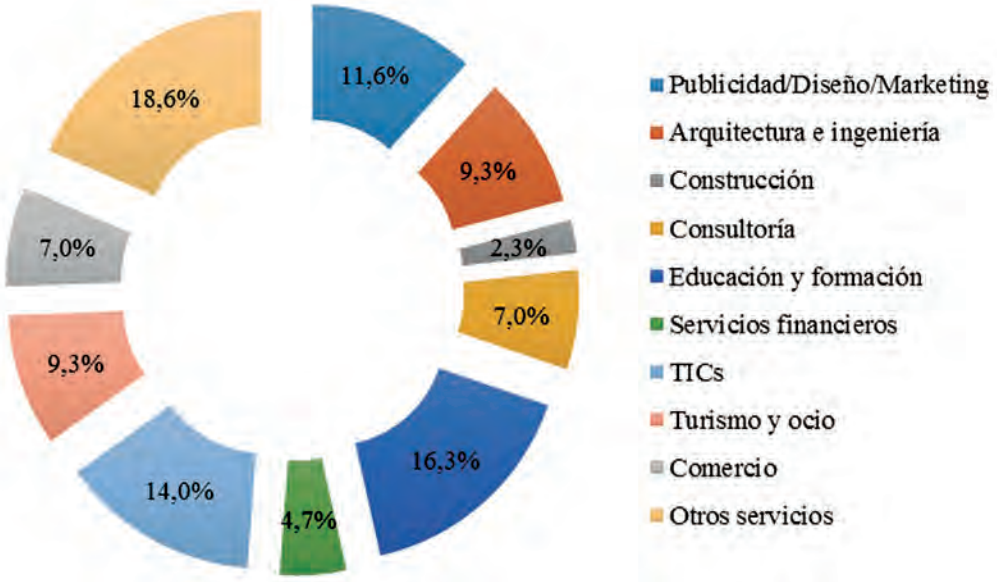
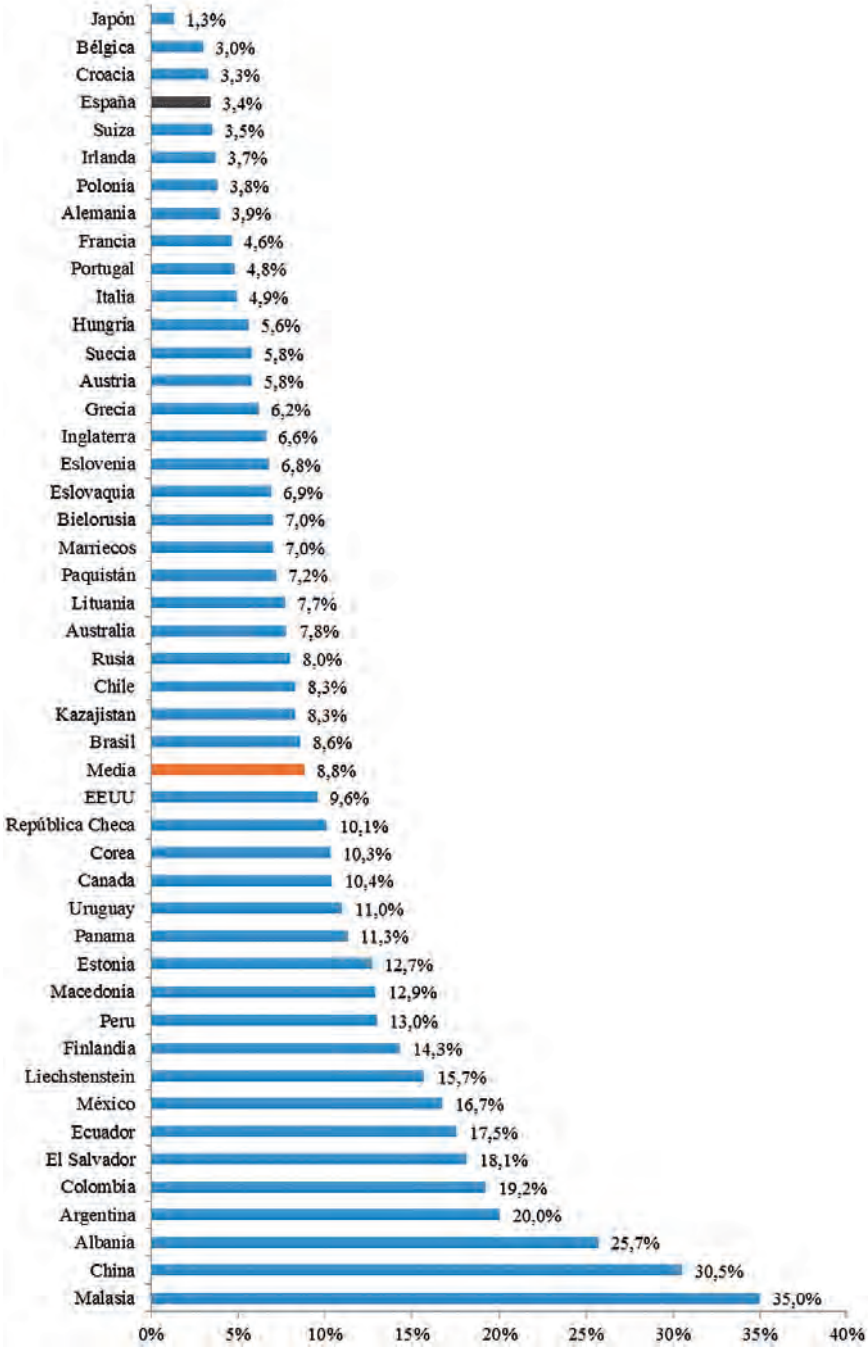


Figura 40. Sectores de actividad de los emprendedores nacientes de la Universidad de La Rioja

4.2. Emprendimiento activo

Tras analizar las características de los emprendedores nacientes, en este epígrafe nos acercamos al grupo de estudiantes que son emprendedores, pues ya han creado su propia empresa. Para identificar a este grupo de interés se preguntó a los estudiantes si en el momento actual se encuentran gestionando su propio negocio o están autoempleados. La Figura 41 muestra la distribución de emprendedores activos en los distintos países que participan en el proyecto GUESSS a nivel internacional. Al igual que ocurre con respecto a los emprendedores nacientes, esta tasa adopta valores más elevados en países en desarrollo que en países desarrollados.



Fuente: Sieger, Fueglistaller y Zellweger (2016)

Figura 41. Emprendedores activos por país

En el caso de la Universidad de La Rioja, la tasa de emprendedores activos alcanza el valor del 2,6% (ver Figura 42). Como en el caso de los emprendedores nacientes, esta tasa se encuentra por debajo de la media nacional (3,4%) y por debajo de tasa internacional, cuyo valor medio es del 8,8%.

Figura 42. Emprendedores activos entre los estudiantes de la Universidad de La Rioja

Por área de estudio, tal y como muestra la Tabla 5, los emprendedores activos de la Universidad de La Rioja proceden, en primer lugar, del área de estudio de Leyes y Economía, seguido por el área de Ingeniería. El área de Arte no cuenta con ningún emprendedor activo. Estos porcentajes pueden ser consecuencia de la composición de la población y de la muestra de estudiantes en la Universidad de La Rioja.

Tabla 5. Emprendedores activos por área de estudio en la Universidad de La Rioja

Área de estudio	% de estudiantes
Lengua y Humanidades	7,1%
Ingeniería	21,4%
Medicina/Ciencias de la Salud	7,1%
Leyes y Economía	35,7%
Matemáticas y Ciencias Naturales	14,3%
Arte	0%
Ciencias Sociales	14,3%
Otros	0%

Por último, la Figura 43 muestra el sector de actividad en el que actúan estos emprendedores. Como se puede observar, el sector de las TICs y el del Comercio parecen ser los más habituales entre los estudiantes-emprendedores de la Universidad de La Rioja.

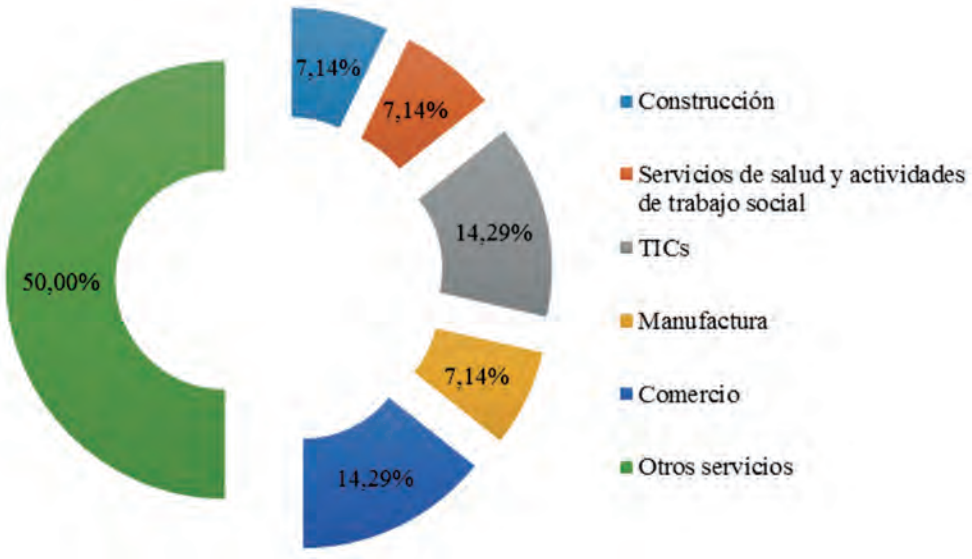


Figura 43. Sector de actividad de los emprendedores activos de la Universidad de La Rioja

5. Resumen y conclusiones

La importancia del emprendimiento para el desarrollo económico y social es ampliamente compartida. De hecho, en los últimos años en los ámbitos económico, político y académico ha aumentado la atención hacia la figura del emprendedor como elemento esencial para el cambio del modelo productivo y como motor del crecimiento económico. En este sentido, destacan las acciones iniciadas por diversas instituciones, que tratan de explicar el papel de los emprendedores en la economía (OCDE, 1998) o de promover el emprendimiento en determinados sectores y estratos de la sociedad (Comisión Europea, 2013).

La realización de este primer informe GUESSS en la Universidad de La Rioja tiene por objetivo realizar un diagnóstico de la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja y de sus determinantes, a la par que compararlo con los de otras universidades españolas y extranjeras. Este análisis servirá como punto de partida para diseñar e implantar acciones que tengan como propósito mejorar las intenciones emprendedoras de los estudiantes.

En términos generales, la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja nada más acabar la carrera se encuentra ligeramente por encima del 3%, frente al 5% de la media española y el 8,8% de la internacional. Estas diferencias se mantienen cuando a los estudiantes se les pregunta sobre su intención emprendedora para cinco años después de la finalización de sus estudios. En este caso, el 26,2% de los estudiantes de la Universidad de La Rioja manifiesta su intención de tener su propia empresa, frente al 29,8% de la media nacional y al 38,8% de la media internacional. En definitiva, las cifras muestran que los alumnos encuestados en la Universidad de La Rioja muestran una intención de elección del emprendimiento como primera opción de carrera profesional ligeramente inferior a la media nacional. A su vez, las cifras apuntan que en España la intención de emprender como primera opción de carrera es menos probable que en un contexto internacional.

Alrededor del 3% de los estudiantes confían en que se convertirán en sucesores de empresas (familiares o no) al terminar la carrera, porcentaje que se mantiene invariable cuando se les pregunta por su previsión para cinco años después de terminar los estudios. Por último, el 80% de los estudiantes de la Universidad de La Rioja considera que su futuro profesional les convertirá en empleados por cuenta ajena nada más acabar su carrera, probablemente en

una empresa pequeña o mediana. Este porcentaje se reduce al 57% para cinco años después de finalizar los estudios. En torno al 13% de los estudiantes se muestran indecisos ante su futuro en el momento en el que acaban los estudios. Este porcentaje aumenta ligeramente cuando se les pregunta sobre la situación que prevén cinco años después de terminar la carrera.

Respecto al sexo, las mujeres muestran una menor intención de trabajar como empresarias tanto al finalizar la carrera (1,6% de las mujeres frente al 6% de los hombres) como cinco años después (21,1% de las mujeres frente al 34,3% de los hombres). A pesar de que este comportamiento se mantiene en los dos momentos del tiempo considerados, la diferencia relativa sobre sus intenciones al terminar los estudios (73%) es mayor a la diferencia relativa sobre sus intenciones cinco años después (38,5%). Este heterogéneo comportamiento en función del sexo se repite en otros contextos tanto nacionales (Diaz Casero et al., 2017) como internacionales (Sieger, Fueglistaller y Zellweger, 2016) y merecería una explicación más detenida.

Por ramas de conocimiento, son los alumnos de las titulaciones Ingeniería (6,1%), Matemáticas y Ciencias Naturales (4,4%) y Leyes y Economía (3,4%) los que tienen una mayor intención de ser empresarios al finalizar la carrera. En la intención para cinco años después de finalizar los estudios también son los alumnos de estas tres áreas los que muestran unos porcentajes más altos, pero en este caso el orden se ve ligeramente alterado. En concreto, son los estudiantes de Leyes y Economía los que presentan una intención de emprender mayor (35,3%), seguido de los de Ingeniería (31,6%), y de los de Matemáticas y Ciencias Naturales (20,0%). Los menos emprendedores al terminar su carrera y cinco años después son los estudiantes del área denominada Arte. Considerando el nivel de estudios, los estudiantes de Grado son los que muestran una mayor intención emprendedora tanto al acabar la carrera (3,6%) como en su previsión para cinco años después (28%).

El análisis desarrollado en las páginas anteriores también permite aproximarse a la intención emprendedora de una forma más amplia, recogiendo información sobre la intención emprendedora de aquellos que han pensado seriamente en convertirse en emprendedores, aunque no lo hayan reflejado como primera opción. En este caso, las cifras para la Universidad de La Rioja (3,7 puntos, en una escala que varía entre 1 y 7) son muy similares a las de la media española (3,8 puntos) y coinciden con el de la muestra internacional del GUESSS del periodo 2013/2014. Por sexo, y de acuerdo con los resultados expuestos un poco más arriba, las cifras muestran una mayor intención emprendedora en los hombres (4,0 puntos) que en las mujeres (3,5 puntos).

El análisis de este indicador por áreas de estudio muestra que son las áreas de Ingeniería y Leyes y Economía las que mayor propensión a emprender tienen, con promedios superiores a la media obtenida en la Universidad de La Rioja, en España y a nivel internacional. Sin embargo, las áreas de Arte y Medicina/Ciencias de la Salud son las que tienen índices emprendedores menores, con valores por debajo de los medios en cada uno de los tres contextos (Universidad de La Rioja, España e internacional).

Este trabajo también se ha aproximado al estudio de los determinantes de la intención emprendedora. De acuerdo con la Teoría del Comportamiento Planificado, la intención emprendedora está afectada por tres elementos: (1) la actitud hacia el comportamiento, (2) las normas subjetivas y (3) el control percibido. Respecto al primero de ellos, los estudiantes de la Universidad de La Rioja muestran una actitud general muy favorable hacia el emprendimiento, con valores medios de los ítems similares a los observados en la muestra española.

En relación con la norma subjetiva, que mide la presión que recibe el estudiante de su entorno inmediato, los alumnos de la Universidad de La Rioja perciben que recibirían un fuerte apoyo de sus amigos, compañeros de estudios y familia más cercana. Los valores medios de los ítems que tratan de medir la reacción esperada de las personas del entorno del estudiante se encuentran sensiblemente por encima del valor medio de la escala y muy ligeramente por debajo de los obtenidos en la muestra nacional.

Por último, respecto al control percibido, tal y como se ha indicado previamente, es preciso analizar dos dimensiones: 1) la autoeficacia y 2) el autocontrol. En relación con la percepción de los estudiantes de sus habilidades y competencias personales para emprender, los resultados muestran que aquellos alumnos que manifiestan tener intención de emprender obtienen una valoración más elevada de sus competencias emprendedoras. En este grupo de estudiantes, las competencias que obtienen una puntuación más alta son: ser líder y comunicador (5,7 puntos), identificar nuevas oportunidades de negocio (5,4 puntos) y comercializar una nueva idea o desarrollo (5,4 puntos). Entre el resto de encuestados, las competencias que presentan una puntuación más elevada son: ser líder y comunicador (4,8 puntos) y administrar o gestionar exitosamente un negocio (4,4 puntos). Respecto al grado en que los estudiantes perciben si son capaces de emprender, los valores son similares a los obtenidos en la muestra española. Las cuestiones más valoradas entre los estudiantes son las referidas a la capacidad propia para defender los intereses individuales y la seguridad de hacer funcionar los planes formulados. Dado este resultado, el comportamiento esperado sería que los estudiantes desarrollaran actividades emprendedoras.

El modelo GUESSS considera que, además de por los factores básicos descritos, la intención emprendedora se ve afectada por elementos del entorno universitario, familiar y sociocultural.

El contexto universitario es uno de los elementos clave que puede contribuir al desarrollo del espíritu emprendedor entre los estudiantes. En el caso de la Universidad de La Rioja, la percepción que tienen los estudiantes sobre el clima emprendedor (3,7 puntos) coincide con la media nacional y se encuentra ligeramente por debajo de la reflejada en el estudio internacional (4,0 puntos). Estos resultados parecen indicar que, en general, los estudiantes españoles perciben un clima menos favorable al emprendimiento que los estudiantes de otros países.

En relación con la formación recibida para emprender, la mayoría de los estudiantes, tanto de la Universidad de La Rioja (67,7%) como españoles (62,9%) o de otros países (55,4%), no

han asistido a un curso sobre emprendimiento. Además, cuando lo han hecho tiende a ser un curso de naturaleza optativa, al menos en el caso español. En este sentido, llaman la atención las diferencias entre la muestra nacional y la internacional en el porcentaje de alumnos que han asistido a cursos de naturaleza obligatoria. En concreto, este porcentaje alcanza un valor inferior al 10% entre los estudiantes de La Rioja y España y es superior al 20% en la muestra internacional. La inclusión de asignaturas que aborden el emprendimiento y que permitan el desarrollo de competencias, tales como la creatividad, la habilidad para analizar información de fuentes diversas, la capacidad crítica y autocrítica y la iniciativa y espíritu emprendedor, pueden ser clave para la generación de nuevas empresas y la introducción efectiva de innovaciones en la sociedad.

Respecto al contexto familiar, diversos trabajos muestran que los hijos cuyos padres son o han sido emprendedores tienen una mayor propensión a desarrollar una carrera emprendedora en el futuro (Sieger y Minola, 2016; Edelman et al., 2016). En la muestra de estudiantes de la Universidad de La Rioja, el 29,7% de los estudiantes proceden de una familia en la que alguno de los progenitores o los dos son empresarios. Este porcentaje es ligeramente superior al de la muestra internacional (28,4%) e inferior al obtenido en el territorio nacional (30,4%).

Por último, y en relación con el contexto sociocultural, se ha analizado el grado en el que los estudiantes permanecen en el hogar y perciben que la familia se siente orgullosa de los logros obtenidos por sus integrantes. También se analiza el grado en el que consideran que viven en una sociedad ordenada y estructurada y la forma en que perciben que el poder está distribuido en su sociedad. Los valores promedio alcanzados en los ítems que tratan de medir la percepción de cada uno de estos elementos entre los estudiantes de la Universidad de La Rioja son respectivamente 5,1 puntos, 4,3 puntos y 4,5 puntos. Estos valores coinciden exactamente con los obtenidos a nivel nacional, lo que muestra una gran similitud entre la percepción del contexto socioeconómico de los estudiantes de la Universidad de La Rioja y los de la muestra española. Estos resultados parecen indicar que, si bien el hecho de que padres e hijos se enorgullezcan de los logros de la familia podría estimular el espíritu emprendedor, hay otros aspectos relacionados con la percepción de la sociedad que podrían convertirse en un inhibidor del desarrollo de actividades emprendedoras tanto a nivel local como nacional. Entre estos últimos se encuentran la percepción de que nuestra sociedad está muy ordenada y estructurada, de que el poder está concentrado en la cima y de que la influencia de una persona se basa en la autoridad de su posición.

El porcentaje de emprendedores nacientes, es decir, que están en proceso de creación de su empresa, entre los estudiantes de la Universidad de La Rioja es del 8,4%, frente al 9,9% y 21,9% de las medias española e internacional respectivamente. Este heterogéneo comportamiento respecto a la media internacional debe analizarse con cautela, pues el indicador no incorpora ningún elemento que contemple la calidad del emprendimiento. En este sentido, un análisis de la tasa de emprendedores nacientes por país nos permite observar que esta tasa adopta valores más elevados en países en desarrollo que en países desarrollados. Así, algunos

trabajos han mostrado que el emprendimiento en los países en desarrollo, a pesar de presentar altas tasas, se caracteriza por un menor impacto en términos del crecimiento económico. Por áreas de conocimiento, el mayor número de personas que están tratando de convertirse en emprendedoras proceden de las áreas de Leyes y Economía e Ingeniería. Las empresas que están creando estos emprendedores se centran en los sectores de la educación y la formación, el sector tecnológico y el de consultoría y publicidad.

Finalmente, el porcentaje de empresarios activos, es decir, de aquellos que ya han creado su propia empresa, entre los estudiantes de la Universidad de La Rioja es el 2,6% frente al 3,4% de la media nacional. La mayoría procede de las áreas de Leyes y Economía o Ingeniería y han creado su empresa en el sector tecnológico o en el de comercio.

En definitiva, este trabajo ha pretendido aproximarse a las intenciones emprendedoras de los estudiantes de la Universidad de La Rioja, a su puesta en perspectiva, con la comparación con los contextos nacional e internacional, y a la comprensión de sus determinantes. Esperamos que con él se consiga una mejor comprensión de este fenómeno y que a partir de sus resultados puedan diseñarse estrategias que permitan incrementar la contribución del emprendimiento al crecimiento de las comunidades locales en las que se produzca.

6. Agradecimientos

Los autores de este informe desean mostrar su agradecimiento por el apoyo recibido durante el proceso de recogida de información y desarrollo del informe al Instituto Suizo de Investigación de la PYME y el Emprendimiento en la Universidad de St. Gallen en Suiza y a la Escuela de Negocios ESADE. En particular, los autores desean dejar constancia de la estrecha colaboración que ha existido entre los miembros del equipo y la profesora Maika Valencia Silva.

Los autores agradecen el apoyo institucional recibido desde el Ayuntamiento de Logroño, la Cámara de Comercio de La Rioja, la Universidad de La Rioja y la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de La Rioja.

Por último, hemos querido dejar para el final el agradecimiento a los que consideramos "recursos esenciales" en la elaboración de este documento. Por un lado, los profesores de nuestra Universidad que colaboraron en la difusión de este proyecto y en la motivación para que se cumplimentase el cuestionario. Por otro lado, queremos agradecer la elevada participación de nuestros estudiantes: gracias por dedicar un rato de vuestro tiempo a nuestro proyecto, sin vuestra participación no hubiese sido posible.

7. Bibliografía

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes,* 50(2), 179-211.

Ajzen, I. (2001). Nature and operation of attitudes. *Annual Review of Psychology,* 52(1), 27-58.

Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, Self-Efficacy, locus of control, and the theory of planned Behavior1. *Journal of Applied Social Psychology,* 32(4), 665-683.

Ajzen, I. y Fishbein, M. (1975). Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research. Reading MA, Addison-Wesley.

Álvarez, S. A. y Busenitz, L. W. (2004). The Entrepreneurship of Resource-Based Theory, *Journal of Management,* 27, 755-775.

Bergmann, H., Hundt, C. y Sternberg, R. (2016). What makes student entrepreneurs? On the relevance (and irrelevance) of the university and the regional context for student start-ups. *Small Business Economics,* 47(1), 53-76.

Comisión Europea (2013). Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo y a los Comités Económico y Social y de las Regiones. Plan de acción sobre emprendimiento 2020. Disponible en: https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2012/ES/1-2012-795-ES-F1-1.Pdf. Último acceso 5 de febrero de 2017.

Contín, I., Larraza, M. y Mas, I. (2007). Características distintivas de los emprendedores y los empresarios establecidos: evidencia a partir de los datos de GEM Navarra. *Revista de Empresa,* 20(10), 10-19.

Díaz Casero, J., Fernández Portillo, A., Almodóvar González, M., Díaz Aunión, A. y Fernández, Y. (2017). Intenciones y actividades emprendedoras de los estudiantes de la Universidad de Extremadura. Universidad de Extremadura.

Edelman, L. F., Manolova, T., Shirokova, G. y Tsukanova, T. (2016). The impact of family support on young entrepreneurs' start-up activities. *Journal of Business Venturing,* 31(4), 428-448.

Franke, N. y Luthje, C. (2004). Entrepreneurial Intentions of Business Students: A Benchmark Study. *International Journal of Innovation and Technology Management,* 1(3), 269-288.

Fuentelsaz, L., González, C. y Maícas, J. P. (2015). ¿Ayudan las instituciones a entender el emprendimiento? *Economía Industrial,* 400, 113-123.

Fuentes Fuentes, M. M., Pérez Valencia, F., Ruiz Arroyo, M., Albacete Sáez, C. A., Bojica, A. M. y Ruiz Jiménez, J. (2015). Espíritu emprendedor de los estudiantes de la Universidad de Granada. Universidad de Granada.

Laspita, S., Breugst, N., Heblich, S. y Patzelt, H. (2012). Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing,* 27(4), 414-435.

Lima, E., Lopes, R. M., Nassif, V. y Silva, D. (2015). Opportunities to improve entrepreneurship education: Contributions considering brazilian challenges. *Journal of Small Business Management,* 53(4), 1033-1051.

Liñán, F. y Chen, Y. W. (2009). Development and Cross-Cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice,* 33(3), 593-617.

Lindquist, M. J., Sol, J. y Van Praag, M. (2015). Why do entrepreneurial parents have entrepreneurial children? *Journal of Labor Economics,* 33(2), 269-296.

Maresch, D., Harms, R., Kailer, N. y Wimmer-Wurm, B. (2016). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of students in science and engineering versus business studies university programs. *Technological Forecasting and Social Change,* 104, 172-179.

OECD (1998). Fostering entrepreneurship. Paris, OECD.

Pillis, E. y Reardon, K. (2007). The influence of personality traits and persuasive messages on entrepreneurial intention. *Career Development International,* 12(4), 382-396.

Rahim E. (2014). 10 ways universities can improve entrepreneurship education, Forbes. Disponible en: http://www.forbes.com/sites/ashoka/2014/09/10/10-ways-universities-can-improve-education-for-social-entrepreneurship/#75e6d12061bd. Último acceso 14 de febrero de 2017.

Ramos Rodríguez, A. y Ruiz Navarro, J. (2015). Intenciones emprendedoras y de elección de carrera de los alumnos de la Universidad de Cádiz. Universidad de Cádiz.

Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., López- García, P. y Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003. *Small Business Economics,* 24, 205-231.

Sieger, P., Fueglistaller, U. y Zellweger, T. (2011). Entrepreneurial intentions and activities of students across the world: International report of the GUESSS project 2011.

Sieger, P., Fueglistaller, U. y Zellweger, T. (2014). Student entrepreneurship across the globe: A look at intentions and activities.

Sieger, P., Fueglistaller, U. y Zellweger, T. (2016). Student Entrepreneurship 2016: Insights from 50 countries. International report of the GUESSS Project 2016.

Sieger, P. y Minola, T. (2016). The Family's Financial Support as a "Poisoned Gift": A Family Embeddedness Perspective on Entrepreneurial Intentions. *Journal of Small Business Management.* DOI: http://doi.org/10.1111/jsbm.12273.

Universidad de La Rioja (2016). Memoria Académica de la Universidad de La Rioja curso 2015-2016. Disponible en: http://www.unirioja.es/universidad/presentacion/pdf_15_16/MemoriaSG2015-2016.pdf. Último acceso 21 de febrero de 2017.

GUESSS
Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey

Cátedra de Emprendedores

UNIVERSIDAD DE LA RIOJA

Ayuntamiento de Logroño

Cámara La Rioja

University of St.Gallen

ESADE

EY Building a better working world