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

Informe 2018

Jaime Gómez
Beatriz Pérez-Aradros
Raquel Orcos
Idana Salazar
Pilar Vargas

Cátedra de Emprendedores

Jaime Gómez, Raquel Orcos, Beatriz Pérez-Aradros,
Idana Salazar, Pilar Vargas

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

Intenciones emprendedoras y elección de carrera

Informe 2018

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

UNIVERSITÄT BERN

© 2020, Los autores
2020, Universidad de La Rioja
ISBN: 978-84-09-20843-2 (rústica)
ISBN: 978-84-09-16901-6 (pdf)
Depósito legal: LR 394-2020

Índice

1. Introducción 7

1.1. El proyecto GUESSS en la Universidad de La Rioja 2018/2019 8

1.2. Marco teórico 9

1.3. Metodología 10

1.4. Descripción de la muestra 12

2. Intención en la elección de carrera de los estudiantes de la Universidad de La Rioja 19

2.1. Intención de elección de carrera al finalizar los estudios y cinco años después.. 19

2.2. Intención de la elección de carrera por género 21

2.3. Intención de la elección de carrera por área de estudio 23

2.4. Intención de la elección de carrera por nivel de estudios 25

3. **La intención de emprender en la Universidad de La Rioja y sus factores explicativos** 27

3.1. La intención de emprender 27

3.2. Factores directos 30

3.3. Factores del contexto 36

4. **La actividad emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja** 45

4.1. Emprendimiento naciente 45

4.2. Emprendimiento activo 50

5. Resumen y conclusiones 55

6. Agradecimientos 61

7. Bibliografía 63

Índice de figuras

Figura 1. Marco teórico de GUESSS. 10

Figura 2. Ficha técnica de la encuesta. 11

Figura 3. Perfil del alumnado según la edad. 12

Figura 4. Perfil del alumnado según el género. 13

Figura 5. Perfil del alumnado según su estado civil. 14

Figura 6. Perfil del alumnado según su situación laboral. 14

Figura 7. Perfil del alumnado según el nivel de estudios. 15

Figura 8. Perfil del alumnado según el área de estudio. 15

Figura 9. Perfil del alumnado del informe internacional según el área de estudio. 16

Figura 10. Perfil del alumnado según el área de estudio y el género. 17

Figura 11. Intención de elección de carrera profesional al finalizar los estudios según género. 22

Figura 12. Intención de elección de carrera profesional 5 años después de finalizar los estudios según género. 23

Figura 13. Intención de elección de carrera profesional al finalizar los estudios por área de estudio. 24

Figura 14. Intención de elección de carrera profesional 5 años después de finalizar los estudios por área de estudio. 25

Figura 15. Intención de elección de carrera profesional al finalizar los estudios según nivel académico. 26

Figura 16. Intención de elección de carrera profesional 5 años después de finalizar los estudios según nivel académico. 26

Figura 17. Intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja y España. 28

Figura 18. Intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja según el género. 29

Figura 19. Intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja por área de estudios 30

Figura 20. Actitud emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja..... 31

Figura 21. Actitud emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja y España..... 32

Figura 22. Reacción del entorno próximo ante la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja. 33

Figura 23. Reacción del entorno próximo ante la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja y España..... 33

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). 34

Figura 25. Percepción del control percibido de los estudiantes de la Universidad de La Rioja..... 35

Figura 26. Control percibido de los estudiantes de la Universidad de La Rioja y España.. 36

Figura 27. Formación en emprendimiento de los estudiantes de la Universidad de La Rioja, españoles y del informe GUESSS internacional. 37

Figura 28. Evaluación del aprendizaje en relación con el emprendimiento..... 38

Figura 29. Clima emprendedor en la Universidad de La Rioja..... 39

Figura 30. Clima emprendedor en la Universidad de La Rioja y España. 40

Figura 31. Porcentaje de padres y madres que trabajan por cuenta propia. 41

Figura 32. Porcentaje de padres y madres que son propietarios mayoritarios de alguna empresa. 41

Figura 33. Emprendedores nacientes por país 46

Figura 34. Emprendedores nacientes entre los estudiantes de la Universidad de La Rioja 47

Figura 35. Grado de desarrollo del proyecto empresarial de los emprendedores nacientes en la Universidad de La Rioja..... 48

Figura 36. Horizonte temporal previsto para la fundación del negocio de los estudiantes de la Universidad de La Rioja. 49

Figura 37. Número de socios fundadores de los emprendedores nacientes de la Universidad de La Rioja. 49

Figura 38. Sectores de actividad de los emprendedores nacientes de la Universidad de La Rioja. 50

Figura 39. Emprendedores activos por país. 51

Figura 40. Emprendedores activos entre los estudiantes de la Universidad de La Rioja. ... 52

Figura 41. Emprendedores activos de la Universidad de La Rioja que desean convertir a su negocio en su ocupación principal. 53

Figura 42. Número de socios de los emprendedores activos de la Universidad de La Rioja..... 53

Figura 43. Sector de actividad de los emprendedores activos de la Universidad de La Rioja..... 54

Índice de tablas

Tabla 1. Perfil del alumnado según la nacionalidad. 13

Tabla 2. Cambios en la intención de elección de carrera profesional de los estudiantes. ... 20

Tabla 3. Expectativa emprendedora de los estudiantes al finalizar los estudios y cinco años después en La Rioja, en España y a nivel internacional. 21

Tabla 4. Percepción de la distribución del poder en la sociedad..... 43

Tabla 5. Emprendedores nacientes por área de estudio en la Universidad de La Rioja..... 48

Tabla 6. Emprendedores activos por área de estudio en la Universidad de La Rioja 52

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., 2002; 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 diversos elementos sean incorporados. Dentro de estos modelos destacan los basados en la intención emprendedora, entendiendo ésta como la disposición a llevar a cabo una acción emprendedora.

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 la actualidad en la Universidad de Berna). En la última ola de recogida de información han participado 54 países y más de 3.000 universidades, obteniéndose más de 208.000 cuestionarios, lo que da una idea de la dimensión e importancia el proyecto. En el caso español, el proyecto se coordina desde la Universidad de Cádiz, por los profesores Antonio Ramos y José Ruiz Navarro. En la presente edición, la participación española se ha concretado en 76

universidades y 33.278 estudiantes, lo que supone un porcentaje importantísimo de los estudiantes universitarios (aproximadamente el 16% del total). Es preciso destacar que la Universidad de La Rioja tiene un compromiso claro con el proyecto y muestra de ello es que ha sido la segunda universidad con un mayor porcentaje de respuestas en relación al número de alumnos (12,33%), precisamente tras la universidad coordinadora del proyecto a nivel nacional.

Los objetivos del proyecto internacional GUESSS son los siguientes (Sieger, Fueglistaller y Zellweger, 2013):

- ✓ 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.

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 se ha desarrollado en el marco de la Cátedra de Emprendedores, contando con el apoyo del Ayuntamiento de Logroño y la propia 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 2018/2019

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, lo que ofrece una visión interesante del fenómeno emprendedor en España y permite no sólo investigar el origen de dichas diferencias, sino también diseñar iniciativas que permitan mejorar la posición relativa de cada centro.

Los objetivos que se persiguen con la realización de este segundo informe GUESSS en la Universidad de La Rioja son similares a los del primero y se concretan de la siguiente manera:

- ✓ 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. En este sentido y, de forma particular, la Cátedra de Emprendedores de La Universidad de La Rioja desarrolla de forma continua actividades de distinta índole que persiguen este objetivo.
- ✓ La disponibilidad de información longitudinal permitirá comparar la evolución de la situación emprendedora en la Universidad de La Rioja, así como el efecto de las distintas iniciativas que se desarrollen en el tiempo.

Por tanto, las conclusiones del informe GUESSS presentan beneficios de diversa índole. Por un lado, permiten evaluar la situación y ofrecer recomendaciones que informan sobre el diseño de políticas públicas en materia de emprendimiento. Este primer beneficio es importante, dado que no podemos olvidar que los estudiantes universitarios constituyen una parte relevante de la sociedad y que es en el contexto de la Universidad donde deberían surgir iniciativas empresariales creadoras de alto valor añadido. El hecho de que el informe se desarrolle en distintos países también permite ofrecer una comparación internacional sobre la intención de crear un negocio de los estudiantes de un país e incluso podría servir para comprobar la efectividad de las políticas a las que hacíamos referencia. Un aspecto relacionado con este tiene que ver con la utilidad del informe para las universidades, dado que constituye una herramienta que les permite evaluar si sus programas de formación incentivan las intenciones emprendedoras. Por otro lado, 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. Si particularizamos en el caso de los estudiantes, la participación en el mismo les ofrece la posibilidad de recapacitar sobre sus objetivos profesionales y les ayuda a plantearse, con una orientación estratégica, su carrera profesional.

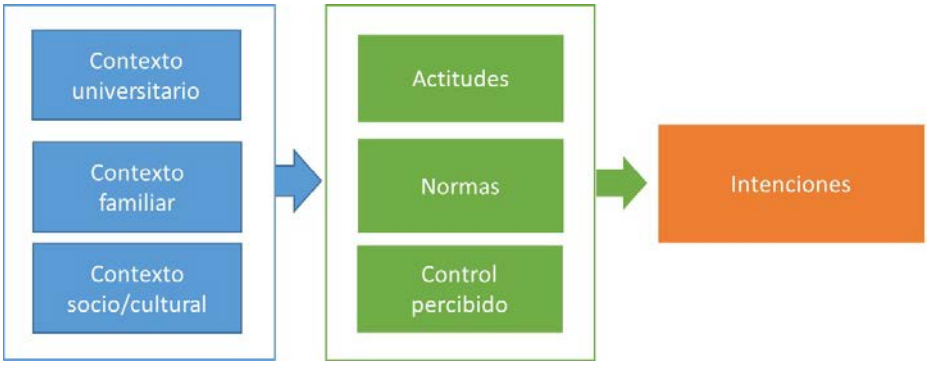
1.2. Marco teórico

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 Fishbein, Ajzen, 1975). A su vez, la intención del comportamiento está explicada por tres antecedentes: (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 la carrera profesional 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, el marco teórico del proyecto GUESSS, incorpora el efecto de otros elementos exógenos que afectan indirectamente a la intención emprendedora. En este sentido, el efecto de estos elementos sobre la intención emprendedora está mediado por los antecedentes de la intención (Kautonen, Gelderen y Fink, 2015). En concreto, el marco teórico del proyecto GUESSS incorpora elementos del contexto universitario, familiar y sociocultural (Sieger, Fueglistaller y Zellweger, 2013).



Fuente: Adaptado de Sieger, Fueglistaller y Zellweger (2013)

Figura 1. Marco teórico de GUESSS

1.3. Metodología

La población de interés del trabajo a partir del que se elabora este informe son los estudiantes universitarios. El Instituto Suizo de Investigación de la PYME y el Emprendimiento de la Universidad de St. Gallen y la Universidad de Berna son los encargados de desarrollar la encuesta y quienes garantizan 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, la Universidad de Cádiz, envió a la Universidad de La Rioja los enlaces en inglés y castellano a comienzos del mes de octubre de 2018. La recogida de datos se extendió hasta finales de diciembre de ese mismo año.

En la Universidad de La Rioja es la Cátedra de Emprendedores la encargada de coordinar el proyecto GUESSS. Desde el equipo de la Cátedra se contactó con los Decanos y Directores de Estudios de todas las titulaciones de la Universidad de La Rioja y con el Consejo de Estudiantes con el fin de que difundiesen la encuesta entre los 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 cada una de las universidades colaboradoras a los delegados locales. En el curso 2018-2019 el número total de estudiantes matriculados en la Universidad de La Rioja era de 4.315 (Universidad de La Rioja, 2019). Todos estos estudiantes recibieron a través del email los enlaces del cuestionario. Se recibieron un total de 539 respuestas de las que se consideraron válidas 532, obteniendo una tasa de respuesta válida del 12,33%. Esta tasa está muy por encima de la media obtenida por otras universidades españolas que han participado en el proyecto (2,16%) 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	4.315 estudiantes
Muestra	532 estudiantes (12,33%)
Margen de confianza	95%
Error muestral	± 3,98%
Varianza	p=q=50%
Periodo de realización de la encuesta	Octubre-diciembre de 2018
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 realizado análisis descriptivos sobre variables socio-demográficas. En los siguientes subepígrafes se caracteriza la muestra a partir de variables como la edad, el género, la nacionalidad, el estado civil, la situación laboral y el nivel y 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 23,8 años. La distribución porcentual por grupos de edad (véase la Figura 3), muestra que la mayoría de los alumnos encuestados tienen 24 años o menos. Concretamente, este grupo de alumnos se corresponde con el 73,1% del total de la muestra, seguidos del grupo de alumnos con edades entre 25 y 30 años que representan el 18,6% del total y del grupo de mayores de 30 años que representan el 8,3%. Estos valores son muy similares a los obtenidos a nivel nacional, en la que el 76,41% de los estudiantes tienen 24 años o menos, el 14,99% entre 25 y 30 y el 8,61% más de 30. Si bien el grupo mayoritario de estudiantes que responde al informe internacional también se encuentra en el rango de edad de entre 18 y 23 años, la importancia de este grupo respecto del total de la muestra es inferior a la obtenida tanto para España como para la Universidad de La Rioja, alcanzando en este contexto al 55,6% del total de encuestados (Sieger, Fueglistaller, Zellweger y Braun, 2019).

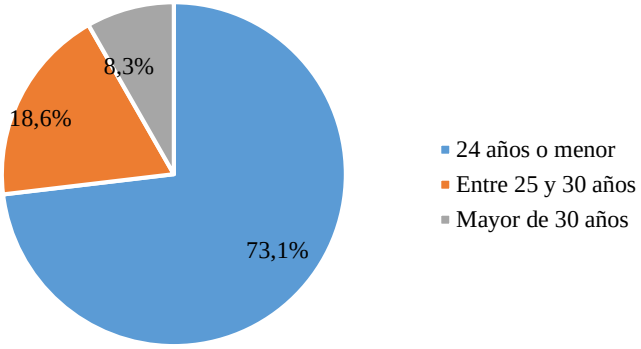


Figura 3. Perfil del alumnado según la edad

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 57,6% de los encuestados es mujer y el 42,4% es hombre. Estas cifras son similares a las de la muestra de estudiantes españoles, en la que los porcentajes son 58,8% y 41,2%, respectivamente. En la muestra internacional el

54,6% de los encuestados es mujer y el 45,4% es hombre (Sieger, Fueglistaller, Zellweger y Braun, 2019).

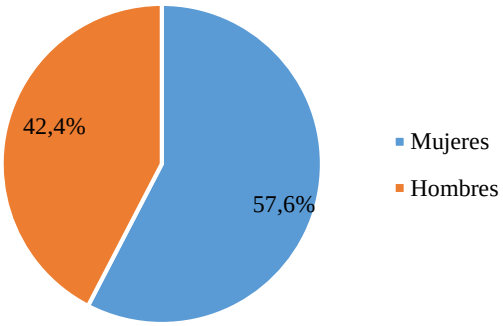


Figura 4. Perfil del alumnado según el género

1.4.3. Nacionalidad

Otro aspecto interesante de la muestra se refiere a la distribución porcentual de la misma según las distintas nacionalidades de los estudiantes que la componen y que puede verse en la Tabla 1. La descripción de este perfil muestra que la nacionalidad mayoritaria es la española, aunque el porcentaje correspondiente a este informe (91,8%) es ligeramente inferior al del previo (94,2%). Los alumnos procedentes de otro país europeo suponen el 3,6% y son seguidos por la comunidad latinoamericana, que representa el 2,7% del total de encuestados. Finalmente, un 1,9% de los estudiantes procede de otros países, incluyendo los pertenecientes a los continentes africano y asiático. En conjunto, la muestra ofrece un perfil del encuestado ligeramente más internacional que el del informe anterior.

Tabla 1. Perfil del alumnado según la nacionalidad

Española	**91,8%**
De otro país europeo	3,6%
De un país latinoamericano	2,7%
Otros	1,9%

1.4.4. Estado civil

La Figura 5 muestra que, como es de esperar, la mayoría de los estudiantes que responden a la encuesta son solteros: un 89,1% del total, frente a un 10,9% de estudiantes casados, viviendo con una pareja de hecho o divorciados. Esta distribución es muy similar a

la de la muestra de estudiantes españoles, en la que el porcentaje de encuestados solteros alcanza el 89,93%.

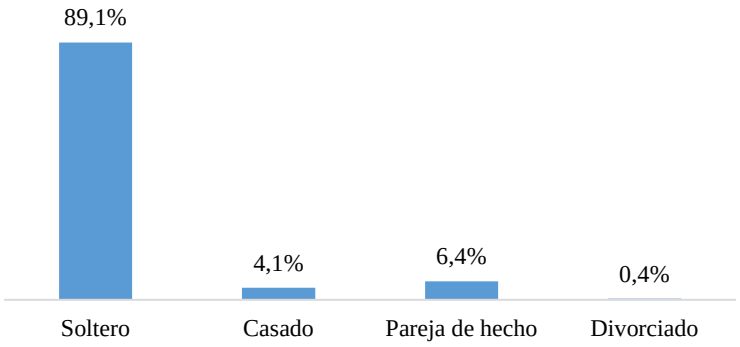


Figura 5. Perfil del alumnado según su estado civil

1.4.5. Situación laboral

La Figura 6 se centra en el análisis de la situación laboral de los estudiantes. En ella se observa como cuatro de cada cinco entrevistados (81,8%) se dedica en exclusiva a sus estudios, mientras que el 18,2% restante compatibiliza éstos con algún trabajo.

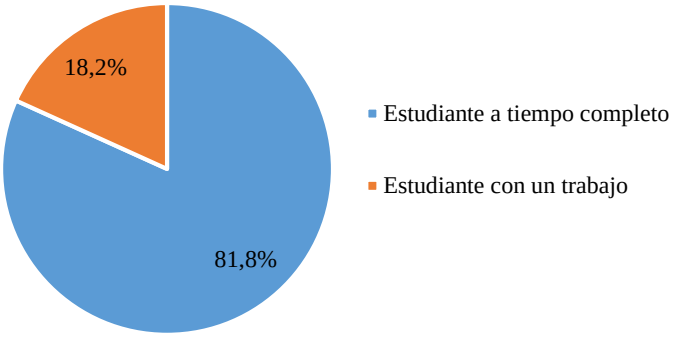


Figura 6. Perfil del alumnado según su situación laboral

1.4.6. Nivel y área de estudios de los alumnos

Respecto al nivel de estudios, tal y como se muestra en la Figura 7, el 82% de los estudiantes encuestados está realizando estudios de grado, un 13% son estudiantes de máster y un 4% son estudiantes de doctorado. Si comparamos estas cifras con las del informe anterior, suponen un incremento de la importancia relativa de los estudiantes de posgrado

(que eran un 13% en dicha muestra), respecto a los de grado (que se situaban en el 87%). Si la comparación la establecemos con el contexto nacional las cifras se mantienen prácticamente invariables: el 83% de los estudiantes realizan un grado, el 12% un máster y el 5% un doctorado. Por último, a nivel internacional el 79% de los encuestados son estudiantes de grado, el 13% estudian un máster y, tan solo un 3% son estudiantes de doctorado (Sieger, Fueglistaller, Zellweger y Braun, 2019).

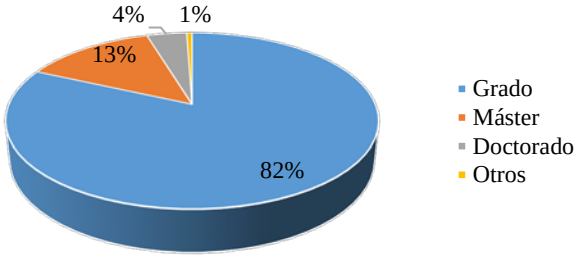


Figura 7. Perfil del alumnado según el nivel de estudios

La distribución de los alumnos encuestados, en porcentaje, según su área de estudio se muestra en la Figura 8. Las áreas más representadas son las de Empresa y Negocios (36%), seguidas de Ciencias Sociales (19%) e Ingeniería (10%).

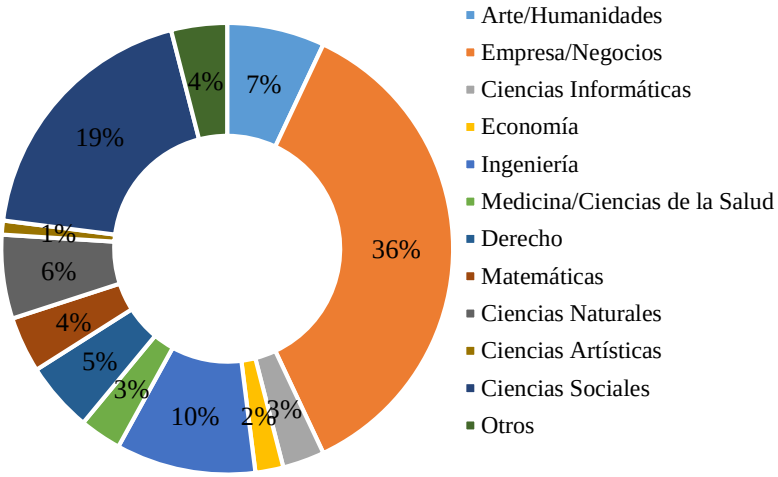


Figura 8. Perfil del alumnado según la rama de conocimiento[1]

[1] Es preciso notar que el cuestionario correspondiente a este informe ha cambiado respecto al anterior, lo que hace difícil la comparación entre los dos. Por un lado, ha introducido el término "rama de

La comparación de esta distribución con la presentada en el informe internacional (véase la Figura 9) muestra que en este ámbito el área más representada es también la de Empresa y Negocios (25%) seguido de los de Ingeniería (16 %) y Medicina/Ciencias de la salud (9%).

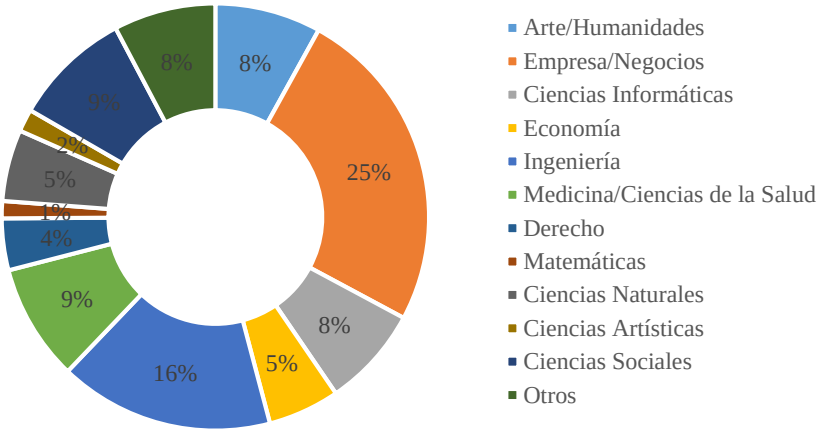


Figura 9. Perfil del alumnado del informe internacional según el área de estudio

Si analizamos la distribución de los estudiantes encuestados considerando conjuntamente el género y el área de estudio (véase la Figura 10), se puede observar que existe una mayor participación de hombres en el área de Ciencias Informáticas, Matemáticas e Ingeniería. Sin embargo, en ámbitos tales como el de Ciencias de la Salud, Ciencias Sociales o Arte y Humanidades el número de mujeres es muy superior al de hombres. Los porcentajes de participación de hombres y mujeres más similares se encuentran en el área de Economía y en la de Ciencias Artísticas (en ambos casos el porcentaje de participación es del 50% para cada uno de los géneros).

conocimiento", frente a "área de estudios", que fue usado en el informe anterior. Por otro lado, hace una identificación distinta de las rama de conocimiento.

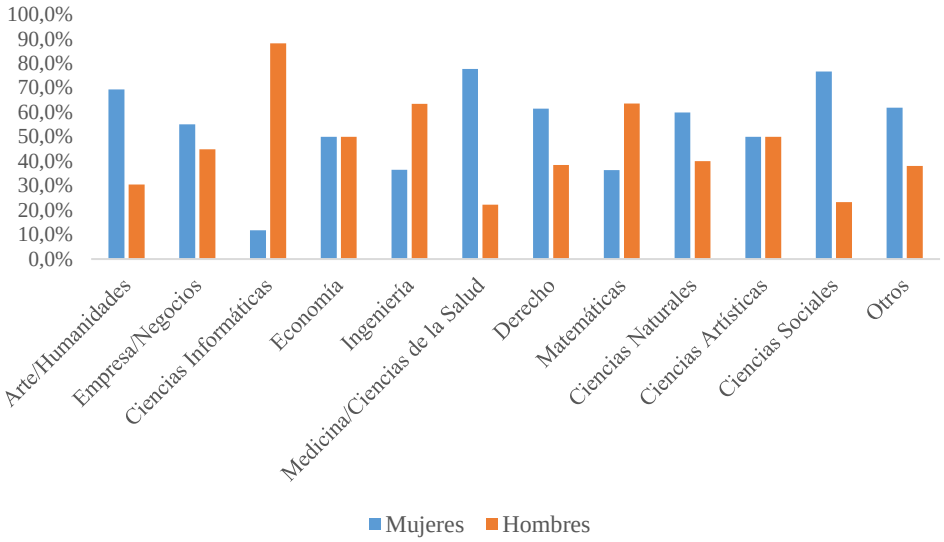


Figura 10. Perfil del alumnado según el área de estudio y el género

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 en relación a la intención de elección de carrera profesional en estos dos momentos del tiempo. 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. El 3,9% de los alumnos tienen la intención de emprender al finalizar sus estudios. Como se puede observar, la mayoría de los estudiantes tiene la intención de ser empleados por cuenta ajena (82,1%). En concreto, un 38,9 % de los alumnos prefiere trabajar en una pequeña o mediana empresa (21,8% y 17,1% respectivamente) y el 11,8% en una empresa grande. El 14,3% de los encuestados desea dedicarse a docencia, desempeñando su actividad en colegios, institutos o universidades. Otra opción que aglutina a una proporción importante de estudiantes es la de trabajar como empleado público (12,4%), mientras que el 2,1% de los encuestados espera ser sucesor en una empresa. Dentro de este colectivo de estudiantes, la mayoría tiene la intención de ser sucesor en una empresa familiar (1,5%). Por último, el 11,8% no ha decidido cuál será su carrera profesional al terminar los estudios o tiene otras preferencias.

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

	Al finalizar	5 años después
EMPLEADO	**82,1%**	**63,5%**
Un empleado en una pequeña empresa (1-49 empleados)	21,8%	1,3%
Un empleado en una mediana empresa (50-249 empleados)	17,1%	5,5%
Un empleado en una gran empresa (250 o más empleados)	11,8%	12,4%
Un empleado en una organización sin fines de lucro (ONG)	4,7%	2,6%
Un empleado en una institución académica (colegio, instituto, universidad)	14,3%	17,2%
Un empleado público (funcionario)	12,4%	24,6%
EMPRENDEDOR	**3,9%**	**21,1%**
Un emprendedor, trabajando en mi propia empresa	3,9%	21,1%
SUCESOR	**2,1%**	**4,9%**
Un sucesor en la empresa de mis padres o de mi familia	1,5%	2,8%
Un sucesor en una empresa actualmente no controlada por mi familia	0,6%	2,1%
Otro/No lo he decidido aún	**11,8%**	**10,5%**

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 tiene la intención de emprender cinco años después de terminar los estudios se multiplica por algo más de 5, situándose en el 21,1% de los estudiantes encuestados. Este porcentaje es inferior al obtenido a nivel internacional, que se sitúa próximo al 35%. El porcentaje de alumnos que declara su intención de ser sucesor en una empresa experimenta un incremento importante, pasando del 2,1% al 4,9%, mientras que se reduce el de aquellos que se proponen seguir siendo empleados 5 años después de terminar sus estudios, pasando al 63,5% (desde el 82,1%). En este caso, aumenta hasta el 24,6% el porcentaje de estudiantes que manifiestan su intención de trabajar en la Administración Pública. Por el contrario, disminuye el porcentaje de alumnos que quieren trabajar en una pequeña o mediana empresa. La mayor reducción se produce en el porcentaje de estudiantes que desean trabajar en una empresa pequeña, que pasa del 21,8% al 1,3%, mientras que en el caso de quienes lo quieren hacer en una empresa mediana, el porcentaje pasa del 17,1% al 5,5%. Por el contrario, se incrementa ligeramente la intención de trabajar en una gran empresa, que pasa del 11,8% al finalizar los estudios al 12,4% cinco años tras la finalización de estos. Por último, el porcentaje de alumnos que no tiene clara su intención o que se plantea otras opciones de carrera profesional se sitúa en el 10,5%.

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, aunque su importancia va reduciéndose con el paso del tiempo. Algo contrario a lo que ocurre con el emprendimiento, que no aparece como una de las opciones más importantes a la finalización de los estudios, pero que cobra importancia cuando los estudiantes consideran un horizonte temporal más largo.

La Tabla 3 compara 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. Las cifras ponen de manifiesto que la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja está por debajo de la intención promedio de los estudiantes españoles al finalizar los estudios (como ya se ha indicado el 3,9% de los estudiantes riojanos elijen esta opción, frente al 4,5% del promedio nacional). Si la comparación se realiza en relación con las expectativas de los estudiantes cinco años después de la graduación, esta diferencia aumenta y pasa a estar 3,4 puntos porcentuales por debajo del promedio nacional (21,1% en La Rioja frente al, 24,5% del promedio nacional). Las diferencias son todavía más acusadas cuando la comparación se realiza a nivel internacional: en este último caso, el 9% de los estudiantes entrevistados considera el emprendimiento como una verdadera opción al terminar sus estudios, cifra que duplica a la española. El informe internacional muestra que este porcentaje se eleva al 34,7% cinco años después de su graduación (Sieger, Fueglistaller, Zellweger y Braun, 2019).

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	3,9%	21,1%
GUESSS España	4,5%	24,5%
GUESSS internacional	9%	34,7%

2.2. Intención de la elección de carrera por género

La Figura 11 muestra el resultado de analizar la intención de elección de carrera profesional al terminar los estudios en función del género de los encuestados. Las diferencias más importantes entre hombres y mujeres se observan en las opciones de ser empleado por cuenta ajena y de convertirse en emprendedor. En concreto, mientras que el 84,6% de las mujeres manifiestan su intención de ser empleadas por cuenta ajena, este porcentaje es el 79,1% en el caso de los hombres. Por el contrario, tan solo el 2% de las mujeres considera el

emprendimiento como una opción, frente al 6,7% de los hombres. En el resto de opciones las diferencias entre ambos colectivos son pequeñas. El 2,0% de las mujeres y el 2,2% de los hombres tienen la intención de ser sucesores en una empresa, mientras que el 11,4% de las mujeres y el 12% de los hombres no tiene clara su carrera profesional o considera otras opciones.

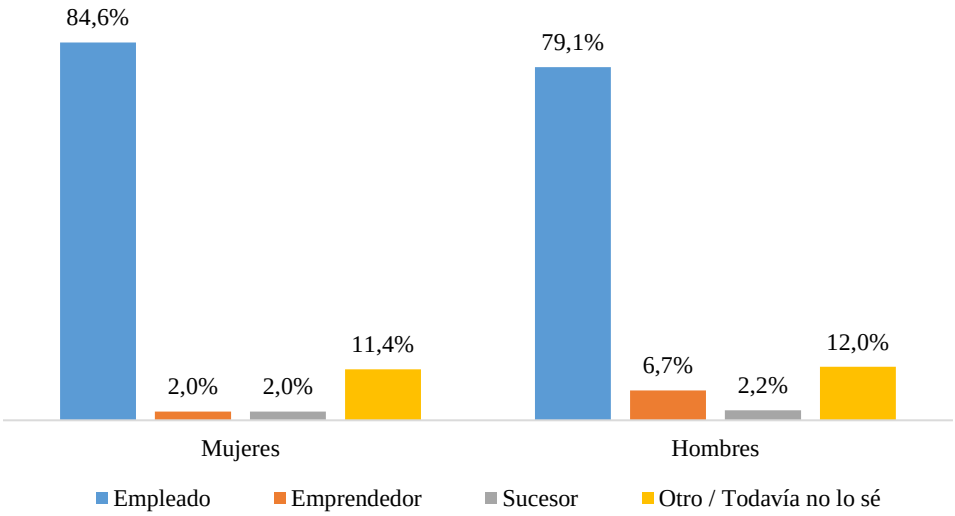


Figura 11. Intención de elección de carrera profesional al finalizar los estudios según género

La Figura 12 completa el análisis anterior, recogiendo las expectativas de los estudiantes de la Universidad de La Rioja para 5 años después de concluir sus estudios. Como en el caso general, la opción de ser empleado en una empresa pierde importancia, tanto en el caso de los hombres como en el de las mujeres. El 69% de las mujeres considera la opción de trabajar en una empresa (frente al 84,6% al terminar los estudios), mientras que en los hombres este porcentaje se reduce hasta alcanzar el 56,4% (desde el 79,1% al terminar la carrera). En cuanto a la intención de emprender, los resultados muestran, de nuevo, diferencias en función del género y la tendencia al alza ya observada con anterioridad. En concreto, un 19,6% de las mujeres se plantea crear su propio negocio a los cinco años de finalizar sus estudios, frente al 23,1% de los hombres. Cuando se considera la posibilidad de ser sucesor de una empresa, el 7,1% de los hombres se decanta por esta opción, frente al 3,3% en el caso de las mujeres.

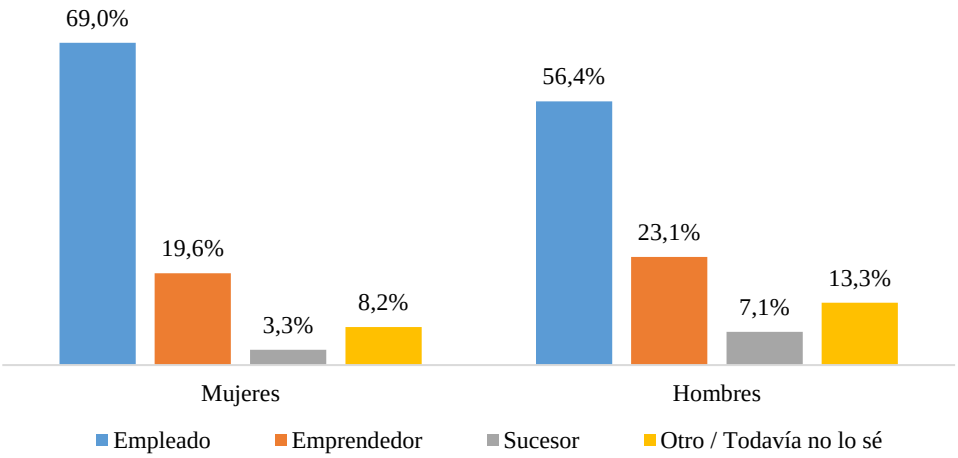


Figura 12. Intención de elección de carrera profesional 5 años después de finalizar los estudios según género

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

La Figura 13 muestra la intención de elección de carrera profesional 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, aunque los mayores porcentajes se observan en Medicina/Ciencias de la Salud (94%), Economía (92%) y e Ingeniería (90%). Por el contrario, las cifras más bajas se dan en Ciencias Artísticas (67%), Matemáticas (73%) y Ciencias Naturales (77%). Respecto a la intención emprendedora, las áreas de Derecho (12%) y Economía (8%) son las que incluyen a un mayor porcentaje de alumnos con esta intención. En Ciencias de la Salud, Matemáticas y Ciencias Artísticas no hay ningún estudiante que manifieste una preferencia hacia el emprendimiento. Sin embargo, a nivel internacional Ciencias artísticas muestra el porcentaje más alto de intención emprendedora (15,8%) seguida de Empresa/Negocios (12,3%) (Sieger, Fueglistaller, Zellweger y Braun, 2019).

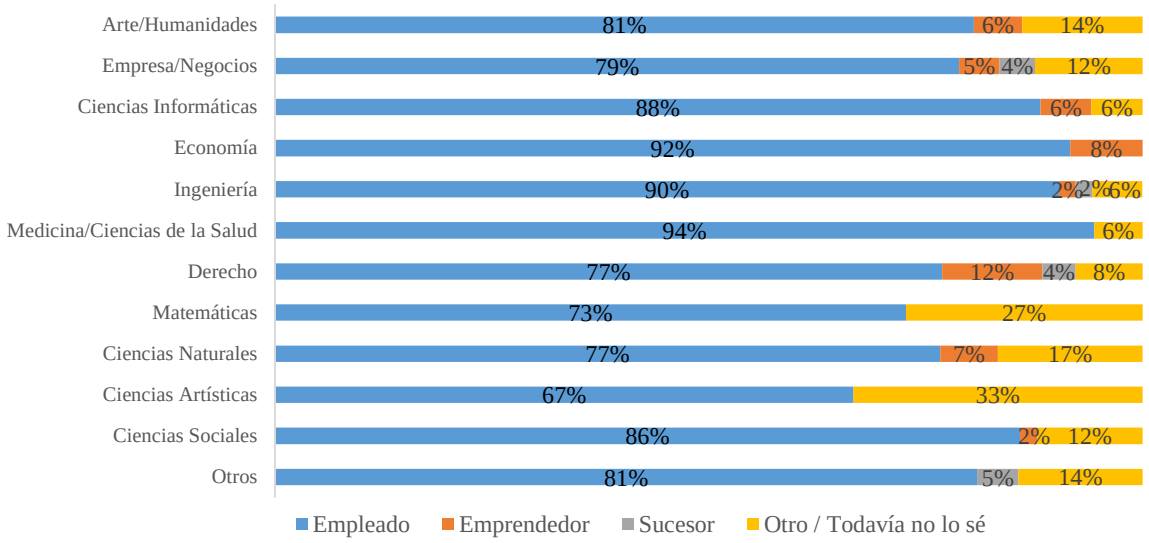


Figura 13. Intención de elección de carrera profesional al finalizar los estudios por área de estudio

La Figura 14 muestra la misma información, aunque en este caso muestra las intenciones de los estudiantes a los 5 años de finalizar sus estudios. La primera opción de carrera profesional sigue siendo la de ser empleado por cuenta ajena, si bien los porcentajes son inferiores en todos los ámbitos de estudio, excepto en Arte/Humanidades (que asciende del 81% al 83%) y en Ciencias Artísticas (donde no hay variación). Por el contrario, se observa una clara tendencia al alza en el porcentaje de estudiantes que muestran interés por el emprendimiento. En concreto, el 59% de los alumnos de Informática, el 28% de los alumnos de Empresa/Negocios, y el 27% de los estudiantes de Ingeniería manifiestan su intención de emprender 5 años después de finalizar su carrera. El cambio en dicha intención es especialmente significativo en los ámbitos de Ciencias Informáticas, Empresa/Negocios y Economía, donde los porcentajes de intención emprendedora no superan el 10% al terminar los estudios. Por ofrecer un punto de comparación, a nivel internacional son los estudiantes de Ciencias artísticas (44,2%) y Empresa/Negocios (43,6%) los que presentan mayores porcentajes de intención emprendedora 5 años después de finalizar los estudios (Sieger, Fueglistaller, Zellweger y Braun, 2019).

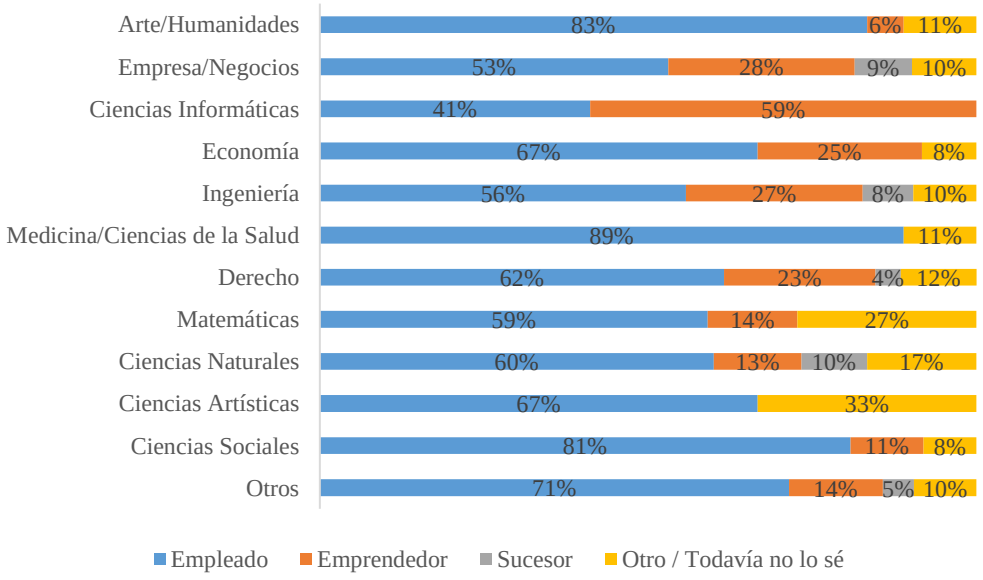


Figura 14. Intención de elección de carrera profesional 5 años después de finalizar los estudios por área de estudio

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

Finalmente, este último apartado del capítulo 2 se centra en presentar la información sobre la intención de elección de carrera profesional según el nivel académico de los encuestados. La Figura 15 revela que, al finalizar los estudios, la mayoría de los estudiantes considera ser empleado por cuenta ajena como su primera opción, con independencia del nivel de estudios (81,2% en Grado, 86,1% en máster, 100% en doctorado). El emprendimiento aparece como una elección minoritaria, con una mayor importancia para los estudiantes de máster (5,6%). El 3,9% de los estudiantes de grado considera el emprendimiento como opción de carrera profesional. Sin embargo, ninguno de los estudiantes de doctorado encuestados quiere ser emprendedor.

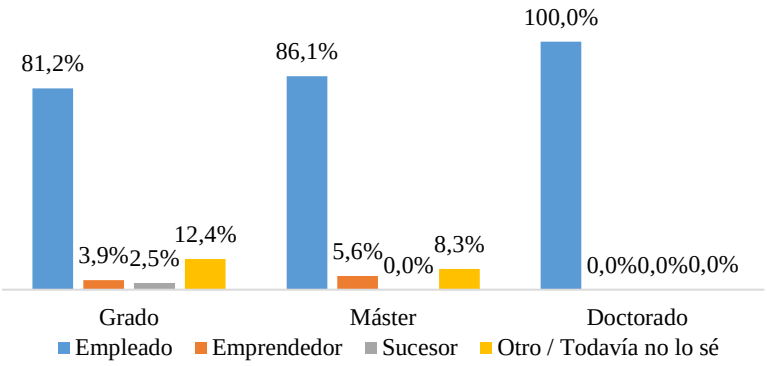


Figura 15. Intención de elección de carrera profesional al finalizar los estudios según nivel académico

Para terminar con este análisis, 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, ser empleado por cuenta ajena es la opción que acumula un mayor porcentaje de alumnos, con independencia del nivel de estudios. Así, las intenciones para cinco años después de terminar los estudios muestran una menor preferencia por esta opción con independencia del nivel de estudios alcanzado (61,4% en grado, 72,2% en máster y 86,4% en doctorado). Por el contrario, los datos muestran la tendencia ya observada con anterioridad en cuanto a una mayor preferencia por el emprendimiento conforme nos alejamos de la fecha de finalización de los estudios. Así, un 23% de los estudiantes de grado, un 12,5% de los de máster y un 9,1% de los alumnos de doctorado consideran esta opción para 5 años después de haber terminado los estudios.

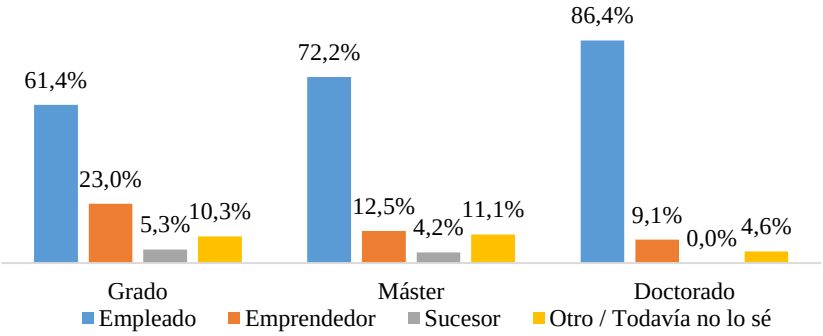


Figura 16. Intención de elección de carrera profesional 5 años después de finalizar los estudios según nivel académico

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

Una vez presentadas, en el capítulo anterior, las intenciones de elección de carrera profesional de los estudiantes de la Universidad de La Rioja, el objetivo del Capítulo 3 es llevar a cabo un análisis de la intención de emprender y de sus factores determinantes. En concreto, y de acuerdo con el marco teórico sobre el que se fundamenta el proyecto GUESSS (véase la Figura 1), el examen que se realiza en este capítulo considera la actitud emprendedora de los estudiantes, la percepción de éstos sobre cómo se percibe en su entorno inmediato la intención de emprender (norma subjetiva), el control percibido sobre dicha intención y los factores contextuales.

3.1. La intención de emprender

Como se ha indicado el primer epígrafe de este capítulo está dedicado a profundizar en el análisis de la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja. En apartados anteriores, la intención de emprender se examinaba 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). A partir de dicha información se consideraba que los estudiantes tenían la intención de emprender cuando afirmaban que querían 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 a la realidad, el primer análisis que se presenta examina la intención de los estudiantes de convertirse en futuros emprendedores centrando su atención en 6 elementos distintos, que son evaluados de acuerdo con una escala Likert de 1 (muy en desacuerdo) a 7 (muy de acuerdo).

La Figura 17 muestra los valores medios obtenidos para cada uno de esos seis elementos y permite comparar a los estudiantes de nuestra Universidad con el promedio nacional. Los resultados globales parecen mostrar una intención de emprender próxima a la media de la escala para cada una de las 6 afirmaciones que se examinan. Las afirmaciones que obtienen unos valores más altos son "Haré todo lo posible para crear y gestionar mi propio negocio" y "Mi meta profesional es llegar a ser emprendedor(a)", con puntuaciones de 3,8 y 3,7 puntos, respectivamente. Por el contrario, los ítems menos valorados son: "He pensado muy seriamente en iniciar mi empresa" y "Tengo la firme intención de crear un negocio algún día", con una valoración de 3,5 puntos. Estos resultados parecen indicar que la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja no es muy acentuada. Al mismo tiempo, si comparamos las respuestas de nuestros estudiantes con la media nacional, nos encontramos con valores muy parecidos, aunque los correspondientes a la Universidad de La Rioja son más elevados en todas las afirmaciones, a excepción de la primera ("Estoy dispuesto(a) a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor(a)"), para la que el valor obtenido es el mismo.

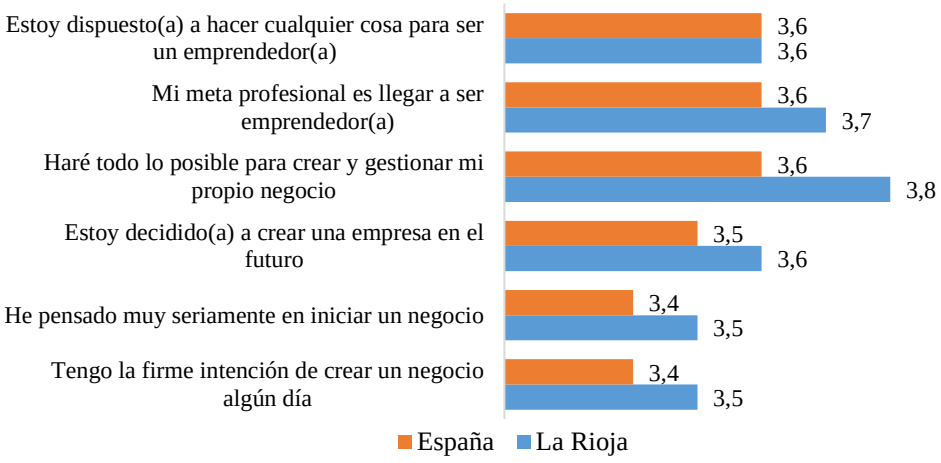


Figura 17. Intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja y España

Si calculamos el valor promedio de las 6 afirmaciones para los estudiantes riojanos, observamos que este se sitúa en 3,6 puntos, 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 es lo que se conoce como índice de la intención emprendedora y nos ofrece información sobre aquellas personas que

podrían querer emprender. Este valor es ligeramente superior al valor promedio obtenido en España, que se sitúa en 3,5 puntos.

La Figura 18 profundiza en la intención emprendedora mostrando la valoración de los elementos que miden la intención emprendedora de los estudiantes considerando su género. Como se puede observar, el valor promedio de todos los ítems es muy similar entre hombres (3,7 puntos) y mujeres (3,6 puntos), lo que indica la inexistencia de grandes diferencias en la propensión a emprender entre hombres y mujeres. Las mayores diferencias se observan en la primera afirmación, "Estoy dispuesto(a) a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor(a)", a través de las que las mujeres muestran una mayor intención emprendedora. Sin embargo, los hombres manifiestan un mayor acuerdo con las tres últimas afirmaciones.

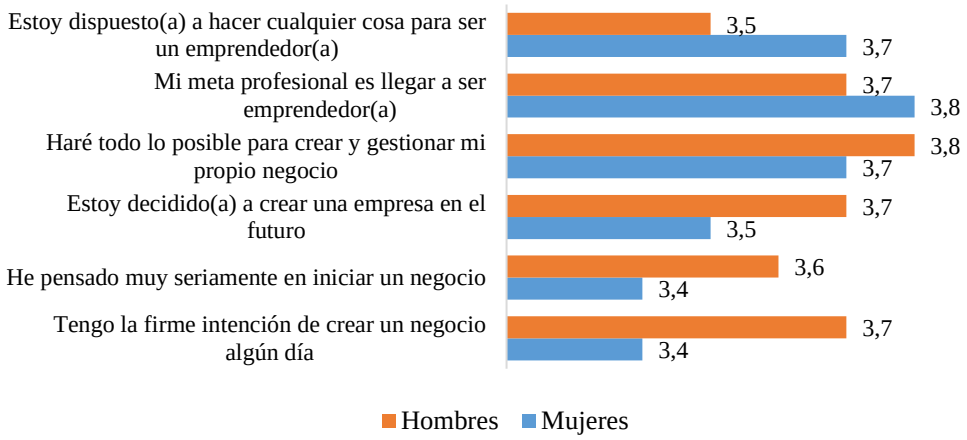


Figura 18. Intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja según el género

Por último, la Figura 19 muestra la intención emprendedora considerando el ámbito de estudio del encuestado. Las áreas de Ingeniería, Empresa/Negocios y Ciencias Informáticas son las que muestran una mayor propensión a emprender. Por el contrario, las áreas que aglutinan a los estudiantes de Ciencias Artísticas y Arte/Humanidades son las que presentan un índice de intención emprendedora más bajo.

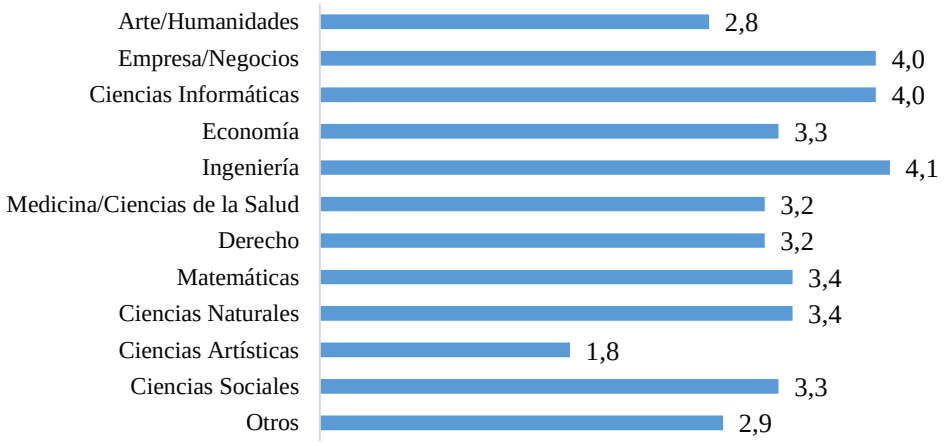


Figura 19. Intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja por área de estudios

3.2. Factores directos

Como se indicaba al principio, uno de los objetivos principales del capítulo es analizar los 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. Este apartado analiza la información recopilada sobre estos tres factores que tienen una influencia directa sobre la intención de emprender.

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. En este sentido, una actitud más favorable hacia el emprendimiento contribuirá a que la intención de emprender sea mayor. Con el 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” (un 58,5% de los encuestados está de acuerdo con esta afirmación, si consideramos

conjuntamente los porcentajes correspondientes a los valores 5 a 7 de la escala), así como "Ser emprendedor implicaría grandes satisfacciones para mi" (con un 50,2% 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 34,6% de los encuestados está de acuerdo con esta afirmación).

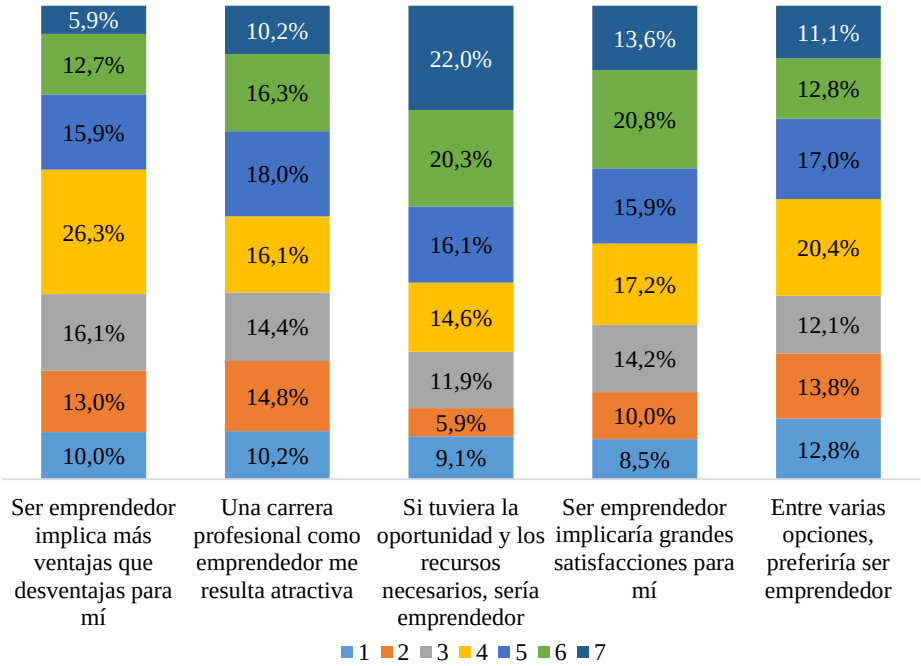


Figura 20. Actitud emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja

El valor medio de los ítems sobre actitud emprendedora se muestra en la Figura 21. Este valor medio se calcula promediando las respuestas ofrecidas por los estudiantes a cada una de las afirmaciones que aproximan la actitud emprendedora. La afirmación que por término medio presenta una mayor valoración es "Si tuviera la oportunidad y recursos me convertiría en emprendedor", con un valor medio de 4,7 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 3,9 y 4 puntos, respectivamente. Todos los valores de la actitud emprendedora representados en la Figura 21 son superiores al valor intermedio 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 son muy similares y, en todo caso, allá donde se observan diferencias lo son a favor de nuestros estudiantes.

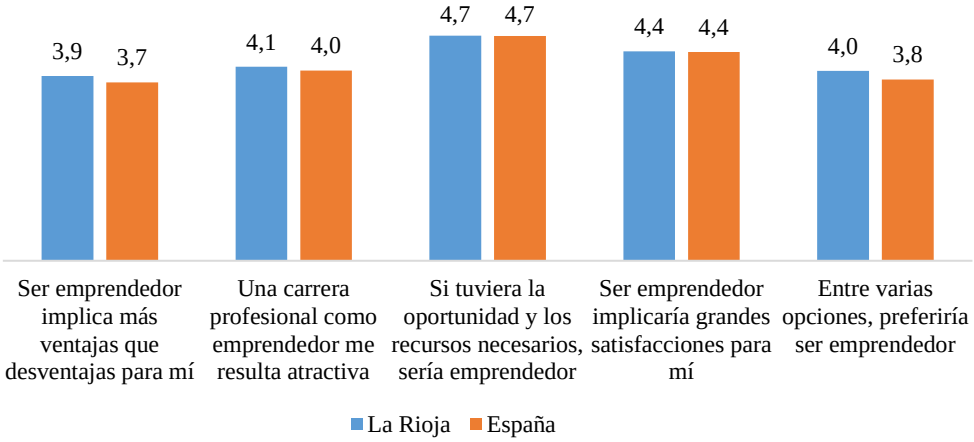


Figura 21. Actitud emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja y España

3.2.2. Norma subjetiva

La norma subjetiva o norma social percibida mide la presión que percibe el estudiante en su entorno inmediato sobre el hecho de emprender a través de la opinión que dicho entorno tiene sobre el emprendimiento (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, en el estudio se pregunta a los estudiantes cómo esperan que reaccionaría la gente de su entorno si optaran por desarrollar su carrera profesional como emprendedor, valorando este hecho en una escala del 1 al 7, donde el 1 representa “muy negativamente” y el 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 75% de los encuestados considera que su entorno más próximo valoraría 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. Según estos resultados, los estudiantes piensan que la opinión más favorable sería la de los amigos (78,34%), seguida de la de la familia (75,4%) y la de los compañeros de estudios (70,76%).

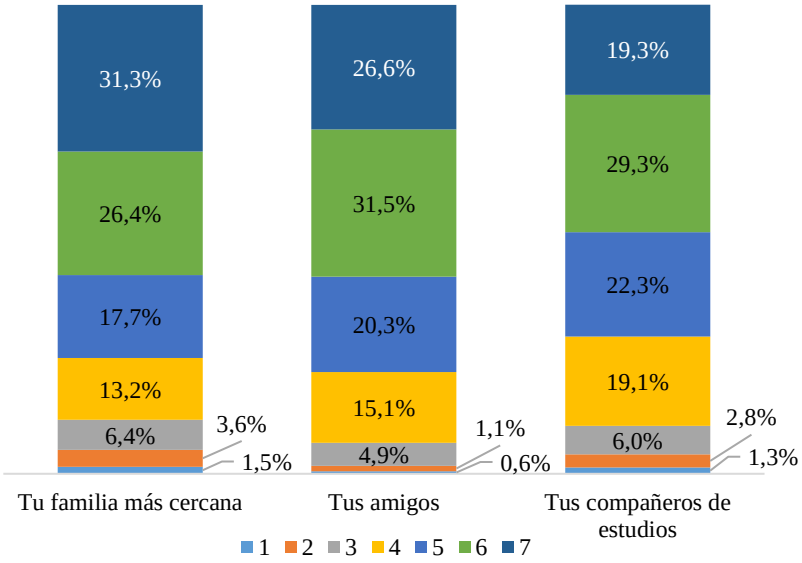


Figura 22. Reacción del entorno próximo ante la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja

Como se observa en la Figura 23, el valor medio de los ítems del conjunto de las preguntas relativas a la actitud emprendedora de 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 intermedio de la escala (4 puntos) y son muy similares a los valores medios de los ítems en la muestra nacional.

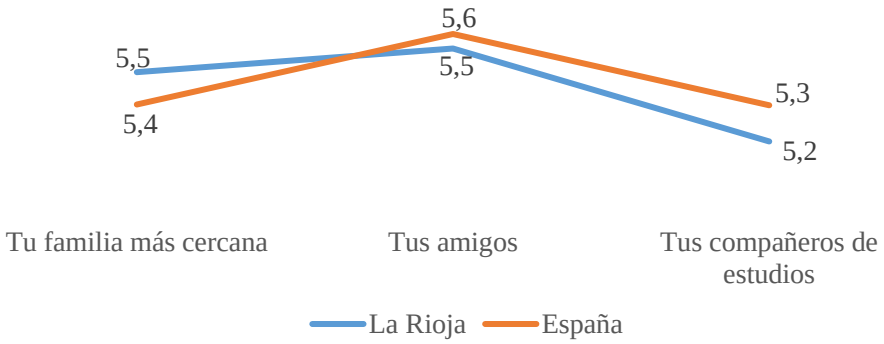


Figura 23. Reacción del entorno próximo ante la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja y España

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.

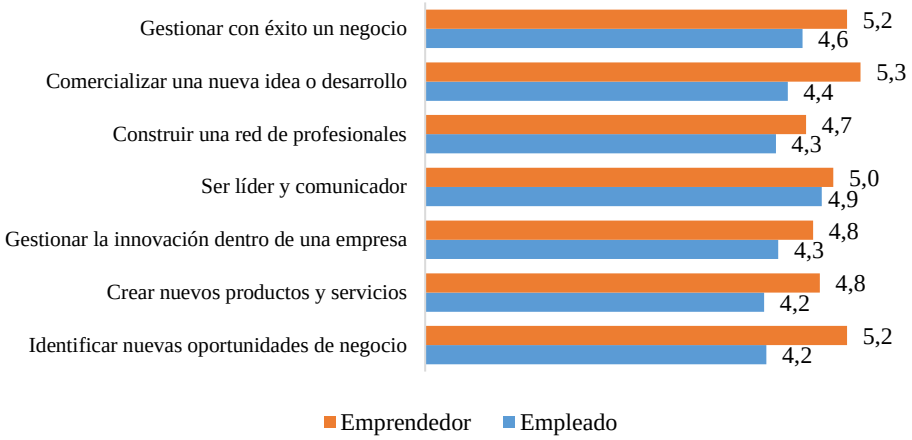


Figura 24. Autoevaluación sobre competencias emprendedoras de los estudiantes de la Universidad de La Rioja (emprendedor y trabajador por cuenta ajena como opción en la intención de elección de carrera profesional)

La comparación de las puntuaciones de los alumnos que han elegido las opciones de carrera profesional de emprendedor y empleado muestra que, aquellos que eligieron 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", "Comercializar una

nueva idea o desarrollo" y "Gestionar con éxito un negocio". Si asumimos la hipótesis que una mejor autoevaluación sobre las competencias emprendedoras lleva a una mayor propensión a emprender, este resultado parece importante si se quiere actuar sobre la misma.

La Figura 25 muestra las valoraciones de los encuestados sobre determinados ítems relacionados con el control percibido, de nuevo en una escala de 1 a 7 expresando el valor 1 "muy en desacuerdo" y el 7 "muy de acuerdo". Si consideramos los tres valores más altos de la escala (5 a 7) como aquellas situaciones en las que el estudiante está de acuerdo con la afirmación, las afirmaciones "Normalmente persigo y defiendo mis propios intereses" (con el 78,6% de los encuestados) o "Cuando hago planes casi siempre estoy seguro de que los voy a cumplir" (71,6%) son las que generan un mayor consenso. Sin embargo, el nivel de acuerdo desciende considerablemente cuando la afirmación valorada es "Tengo claro cómo va a ser mi vida" (42,4%).

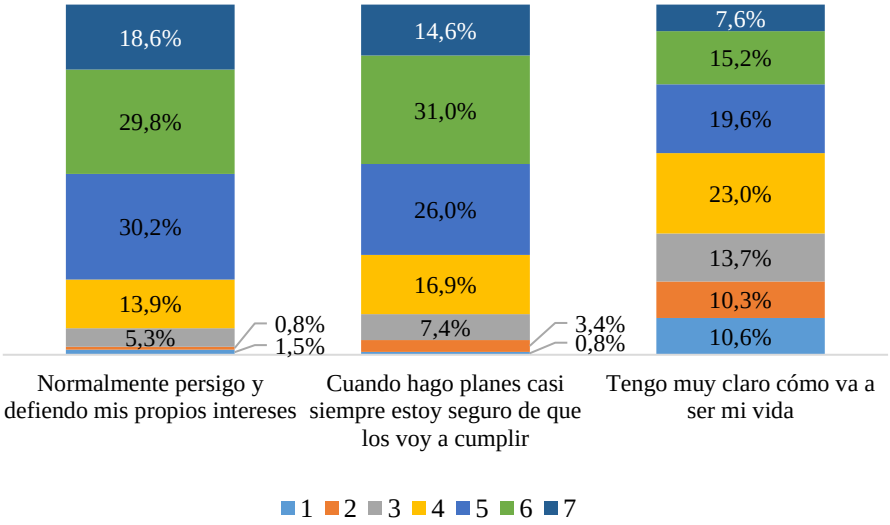


Figura 25. Percepción del control percibido de los estudiantes de la Universidad de La Rioja

Como se observa en la Figura 26, el valor medio de los ítems sobre el control percibido es relativamente alto y muy similar al obtenido para España. Como se puede observar, los estudiantes ofrecen unos valores más altos en lo que refiere a la búsqueda y defensa de sus propios intereses y a la seguridad para hacer funcionar los planes formulados. Sin embargo, manifiestan una mayor incertidumbre cuando se trata de valorar de qué forma se van a desarrollar sus vidas.

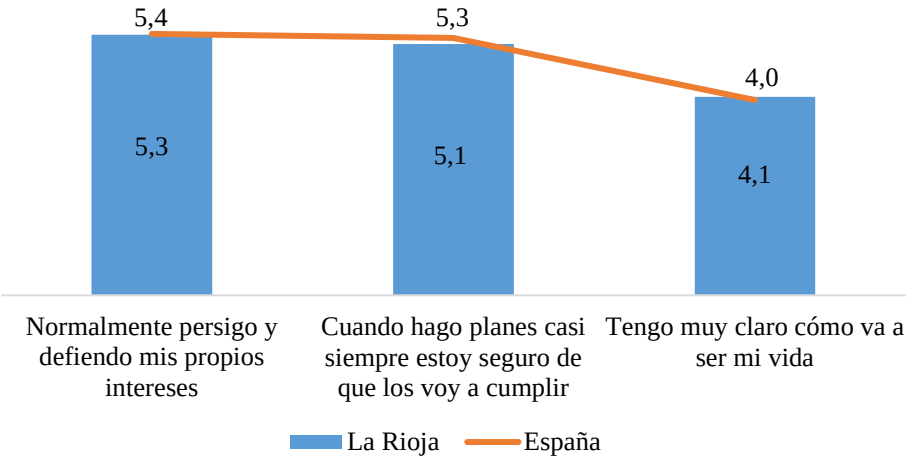


Figura 26. Control percibido de los estudiantes de la Universidad de La Rioja y España

3.3. Factores del contexto

Una vez que se han estudiados los factores que, de acuerdo con la teoría del comportamiento planificado, inciden directamente sobre la intención emprendedora, el resto del capítulo se dedica al estudio de los factores relacionados con el contexto que pueden afectar a la actitud emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja. Así, en primer lugar, se analiza el entorno universitario, en segundo lugar, el familiar y, para terminar, el entorno sociocultural.

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 que, sobre emprendimiento, se ofrece desde la Universidad de La Rioja.

La Figura 27 muestra el porcentaje de alumnos que han asistido o están asistiendo a distintas actividades formativas sobre emprendimiento. Como se puede observar, las cifras

permiten comparar los resultados para la Universidad de La Rioja, para España y también los que se ofrecen en el informe internacional correspondiente al año 2018. En este sentido, se pidió a los encuestados que eligiesen aquellas afirmaciones con las que se sintiesen más identificados en relación con su formación en emprendimiento, existiendo la posibilidad de elegir varias afirmaciones.

En primer lugar, llama la atención el reducido porcentaje de estudiantes de la Universidad de La Rioja, un 11,1% del total de la muestra, que señala haber asistido a un curso obligatorio sobre emprendimiento y que el 65% 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 diferencia pues, en ese contexto, la cantidad de alumnos que ha recibido un programa de emprendimiento con carácter obligatorio es considerablemente superior (en concreto, el 20,5%) (Sieger, Fueglistaller, Zellweger y Braun, 2019). Sin embargo, la cifra es ligeramente superior a la que resulta del informe nacional. Algo similar ocurre con el porcentaje de estudiantes que, en la actualidad, está estudiando un programa específico de emprendimiento, que es muy pequeño (1,9%), y contrasta con el porcentaje obtenido para el conjunto de la muestra participante en el proyecto GUESSS, que se sitúa en el 7,1% (Sieger, Fueglistaller, Zellweger y Braun, 2019). También en este caso, las cifras para España y La Rioja son similares. Por último, los resultados son mucho más parecidos cuando se considera el porcentaje de quienes han asistido al menos a un curso voluntario sobre emprendimiento. En este caso, los porcentajes para los tres colectivos encuestados son muy similares y se sitúan en torno a una cuarta parte de los estudiantes.

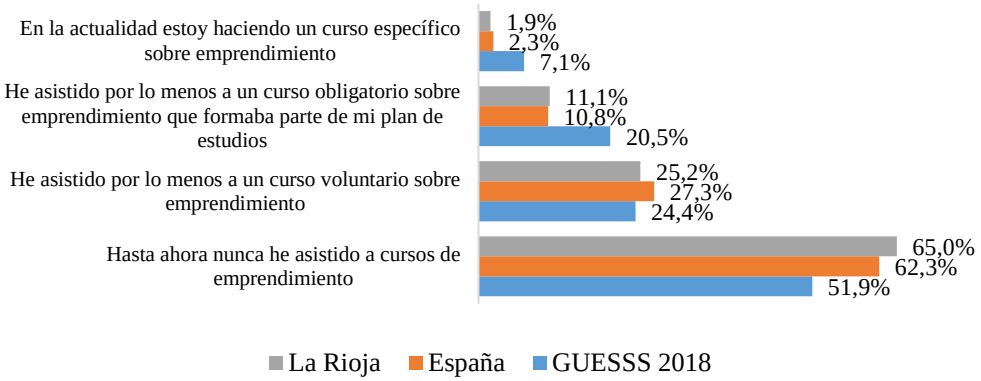


Figura 27. Formación en emprendimiento de los estudiantes de la Universidad de La Rioja, españoles y del informe GUESSS internacional

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 en todos los casos con la frase "Los cursos y servicios que he recibido…" y se pidió a los alumnos encuestados que valorasen, en una escala de 1 a 7 puntos, cinco afirmaciones. La afirmación que alcanza un valor promedio más elevado en ambos contextos es que dichos cursos "…aumentaron mi entendimiento de las acciones que una persona tiene que llevar a cabo para iniciar un negocio". En el otro extremo, la afirmación que obtuvo una puntuación inferior en los estudiantes de la Universidad de La Rioja fue que los cursos "…aumentaron mi conocimiento de las actitudes, valores y motivaciones de los emprendedores", mientras que en la muestra nacional fueron las que hacen referencia a la mejora de las "habilidades prácticas de gestión para la creación de una empresa" y al aumento del "conocimiento sobre las actividades que hay que realizar para crear una empresa". En todo caso, como se puede observar, las diferencias en los valores en ambos contextos son muy pequeñas, si bien son ligeramente superiores en los estudiantes de la Universidad de La Rioja. Si hacemos la comparación con el informe internacional, nos encontramos que, en este último caso, los valores obtenidos son ligeramente superiores. Las afirmaciones que obtuvieron valores mayores fueron las relativas al aumento del "conocimiento de las actitudes, valores y motivaciones de los emprendedores", a la mejora de las "habilidades para identificar oportunidades de negocio" y a la mejora de "mis habilidades para crear redes de contactos", con 4,5 puntos (Sieger, Fueglistaller, Zellweger y Braun, 2019).

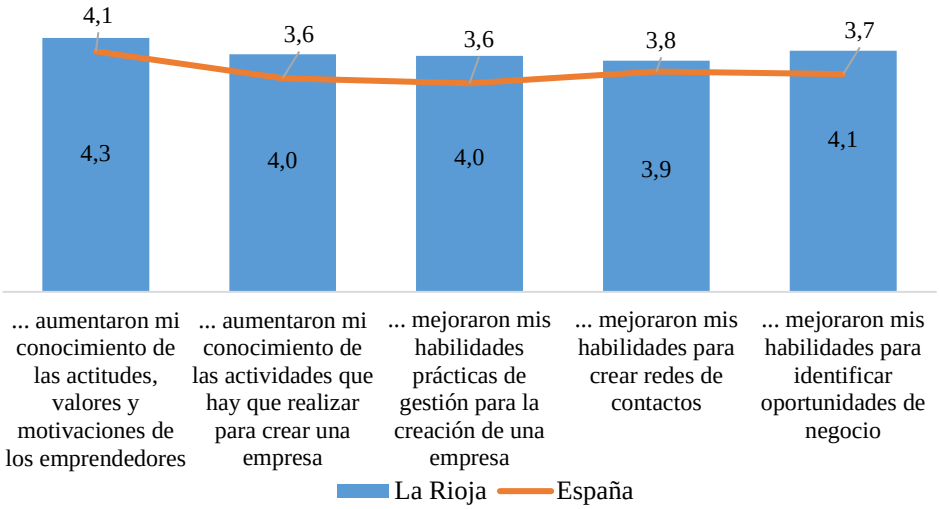


Figura 28. Evaluación del aprendizaje en relación con el emprendimiento

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. Como en ocasiones anteriores, para ello se pidió a los estudiantes encuestados que valorasen, en una escala de 1 a 7 puntos, su acuerdo o desacuerdo con las 3 afirmaciones que aparecen en la figura: (1) el clima de mi Universidad me inspira a desarrollar ideas para crear nuevos negocios, (2) en mi Universidad existe un clima favorable para convertirme en emprendedor y (3) en mi Universidad se motiva a los estudiantes para participar en actividades emprendedoras. Los resultados muestran que un 44,4% de los estudiantes está de acuerdo con primera afirmación, el 44,0% con la segunda y el 57,3% con la tercera, si consideramos conjuntamente los valores 5 a 7 de la escala. En el otro extremo, son muchos menos los que manifiestan un nivel de acuerdo bajo o muy bajo (valores 1 y 2 de la escala), con la existencia de dicho clima favorable, puesto que el porcentaje más alto corresponde a la primera de las tres afirmaciones y se sitúa en el 16,4%.

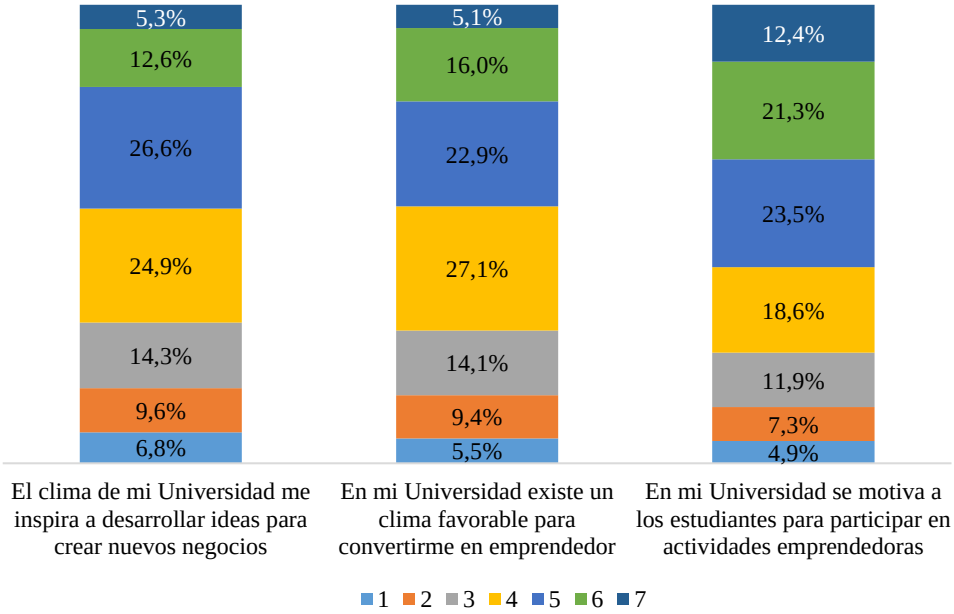


Figura 29. Clima emprendedor en la Universidad de La Rioja

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 4,6, se obtiene para la afirmación: “En mi Universidad se motiva a los estudiantes para participar en actividades emprendedoras”. Le siguen “En mi Universidad

existe un clima favorable para convertirme en emprendedor", con un valor medio de 4,2 y "El clima de mi Universidad me inspira a desarrollar ideas para crear nuevos productos" con un valor medio de 4,1 puntos.

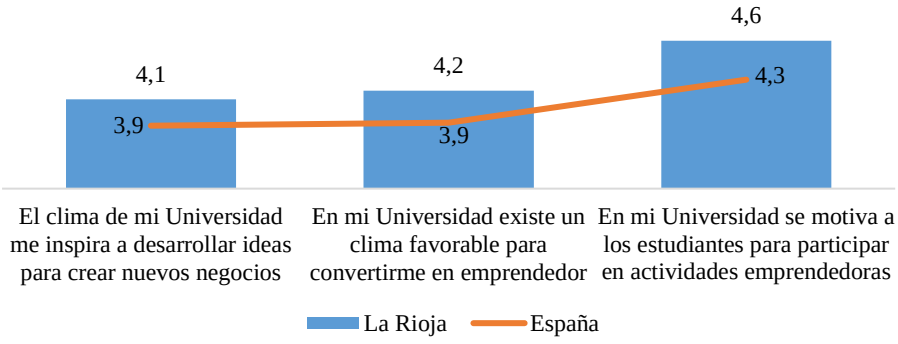


Figura 30. Clima emprendedor en la Universidad de La Rioja y España

Si comparamos estos valores con los de España, podemos constatar como el valor medio de los tres indicadores es ligeramente superior en la Universidad de La Rioja que en la muestra de estudiantes de España (4,3 frente a 4,1 puntos respectivamente), siendo superior en las tres afirmaciones. Este dato medio es muy similar al obtenido a nivel internacional y que se sitúa en 4,4. Los resultados obtenidos en todos los niveles de análisis muestran la existencia de cierta convergencia en torno al punto intermedio del valor de la escala, lo que revela un elevado margen de mejora (Sieger, Fueglistaller, Zellweger y Braun, 2019).

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 una carrera emprendedora en el futuro (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 64,3% de los alumnos indica que ninguno de ellos es trabajador por cuenta propia. El 19,2% de los alumnos indica que su padre trabaja por cuenta propia y el 6% declara que es la madre la que lo hace. El 10,5% restante de los estudiantes señala que los dos progenitores trabajan por cuenta propia. Es decir, en conjunto, el 35,7% de los estudiantes tiene, al menos, a uno de sus progenitores

(padre o madre) como emprendedor. Este resultado es ligeramente superior al que presenta la muestra nacional, en la que el porcentaje de estudiantes descendientes de emprendedores alcanza al 32,62% del total.

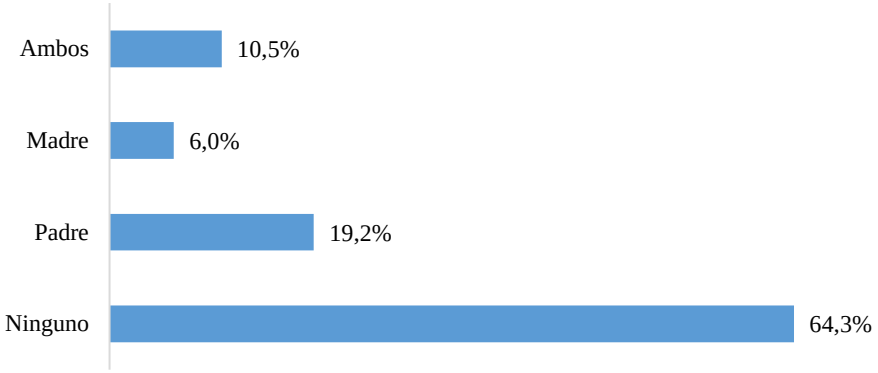


Figura 31. Porcentaje de padres y madres que trabajan por cuenta propia

Con el objetivo de continuar profundizando en el contexto familiar, se planteó a los estudiantes la pregunta de si sus padres eran propietarios mayoritarios de alguna empresa. La Figura 32 muestra los resultados obtenidos. Como se puede observar, casi el 75% de los estudiantes no está en esa situación. Dicho de otro modo, un 25% de los alumnos tiene al menos a uno de sus progenitores como propietario de una empresa. Este último porcentaje está, de nuevo, por encima del promedio nacional, cuyo valor se sitúa en el 22%.

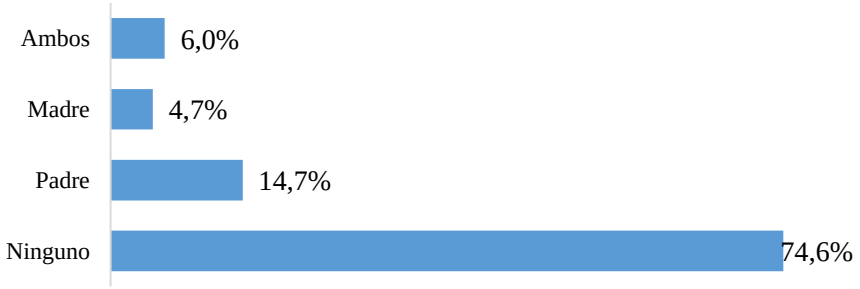


Figura 32. Porcentaje de padres y madres que son propietarios mayoritarios de alguna empresa

3.3.3. Entorno sociocultural

Finalmente, el informe se centra en el estudio del entorno sociocultural, como factor de contexto que puede tener un efecto importante sobre la formación de intenciones emprendedoras (Fuentelsaz, González y Maícas, 2015). Las percepciones que tienen los estudiantes sobre la sociedad en la que viven y sobre los valores y creencias que en ésta existen, pueden favorecer o inhibir las competencias emprendedoras. Los factores evaluados tienen que ver con la forma en la que los individuos perciben que está distribuido el poder en su sociedad. Para ello se han analizado las percepciones de los alumnos respecto a una serie de valores y hábitos sociales relacionados con la distribución de poder en la sociedad, de modo que se pueda valorar en qué medida los estudiantes consideran a su sociedad como autoritaria.

En este sentido, los estudiantes fueron preguntados por tres aspectos relacionados (1) con su percepción sobre si la influencia de una persona en la sociedad se basa en la autoridad de su cargo, (2) sobre si se espera que los líderes sean obedecidos sin ser cuestionados su autoridad y (3) sobre si el poder en la sociedad es compartido o se concentra en la cúspide (véase la Tabla 4). En los 3 casos se pidió a los alumnos que valoraran su acuerdo con estas 3 cuestiones a partir de la utilización de una escala de Likert de 1 a 7 puntos, de modo que el grado de acuerdo con una afirmación es indicado por los tres valores más próximos a la misma (1 a 3 con la afirmación de la izquierda y 5 a 7 con la afirmación de la derecha) y el valor medio 4 es utilizado por aquellos estudiantes que se muestran indiferentes entre ambas afirmaciones. Una sociedad en la que la influencia de una persona se basa en la autoridad de su cargo, en la que los seguidores obedecen a los líderes sin cuestionarlos y en la que el poder está concentrado en la cúspide (es decir, los valores 5 a 7 en cada una de las afirmaciones) dibujan un contexto que inhibe las iniciativas emprendedoras.

La Tabla 4 muestra los resultados obtenidos a partir de la valoración de los estudiantes de las tres afirmaciones. Las puntuaciones medias varían entre 4 y 5 puntos. La afirmación que obtiene un valor más alto es “En mi sociedad, el poder está concentrado en la cúspide” (5 puntos). Le siguen, en este orden, “En mi sociedad, la influencia de una persona se basa principalmente en la autoridad de su posición” (4,3 puntos) y “En mi sociedad, de los seguidores se espera que obedezcan a los líderes sin cuestionarlos (4,0 puntos). Si comparamos estos resultados con los obtenidos en la muestra nacional, observamos como son muy similares (4,4 puntos, 4,2 puntos y 5,1 puntos). Si cabe, los valores nacionales son ligeramente superiores a los correspondientes a la muestra riojana.

Tabla 4. Percepción de la distribución del poder en la sociedad

En mi sociedad, la influencia de una persona se basa principalmente en:				
Sus habilidades y contribución a la sociedad			4,3 (4,4)*	La autoridad de su posición
En mi sociedad, de los seguidores se espera que:				
Cuestionen a los líderes cuando están en desacuerdo		4 (4,2)*		Obedezcan a los líderes sin cuestionarlos
En mi sociedad, el poder está:				
Compartido por la sociedad			5 (5,1)*	Concentrado en la cúspide

*Valores medios en la muestra nacional entre paréntesis.

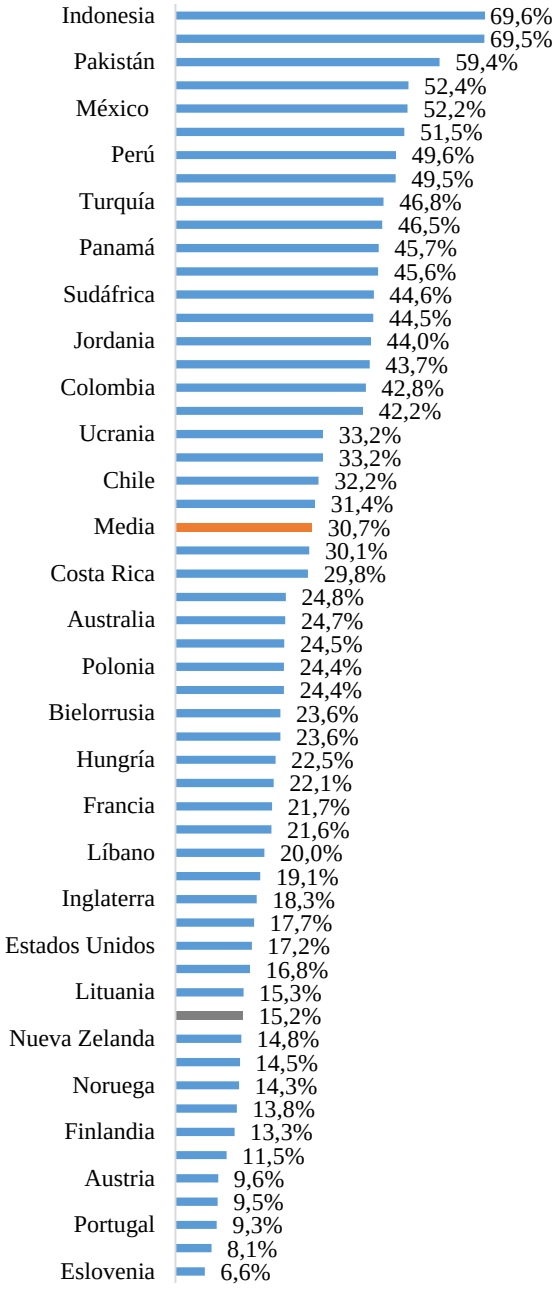
4. La actividad emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja

Finalmente, 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. Este último capítulo presenta los resultados de las respuestas de los estudiantes de la Universidad de La Rioja a las preguntas que se les han planteado sobre sus proyectos, distinguiendo entre emprendimiento naciente y emprendimiento activo. Es preciso tener en cuenta que el número de estudiantes en alguna de estas situaciones no es muy elevado, por lo que hay que tomar estas opiniones con cierta cautela.

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 (Carter, Gartner y Reynolds, 1996; Hörisch, Kollat y Brieger, 2019) . Es decir, se trata de personas que tienen la intención de emprender y están dando forma a sus empresas, pero no se exige que éstas estén activas.

La Figura 33 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 (Van Stel, Carree y Thurik, 2005). España se sitúa lejos de la media internacional, con un valor de 15,2%, ligeramente por debajo de países como Lituania (15,3%), Eslovaquia (16,8%) y Estados Unidos (17,2%) y por encima de Nueva Zelanda (14,8%), Sierra Leona (14,5%), Noruega (14,3%) y Japón (13,8%). Esta cifra supone un incremento respecto al informe anterior, siendo entonces el porcentaje de emprendedores nacientes en nuestro país del 9,9%.



Fuente: Sieger, Fueglistaller, Zellweger y Braun (2019)

Figura 33. Emprendedores nacientes por país

La Figura 34 trata de profundizar en esta cuestión y presenta los porcentajes de emprendimiento naciente de los alumnos de la Universidad de La Rioja (Navarro, Ramos y Lechuga, 2019). Como se puede observar, el porcentaje de estudiantes que afirma encontrarse en esta situación es del 10,0%. Esta cifra, a pesar de superar a la del informe previo (8,4%), se encuentra por debajo de la media nacional (15,2%) y lejos de la media internacional (30,7%) (Sieger, Fueglistaller, Zellweger y Braun, 2019).

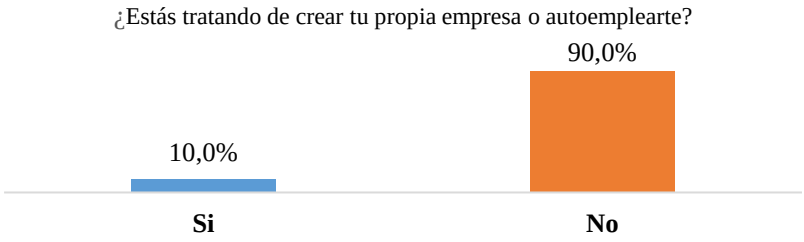


Figura 34. Emprendedores nacientes entre los estudiantes de la Universidad de La Rioja

La información disponible también permite conocer el área de estudio de la que proceden los estudiantes de la Universidad de La Rioja que son emprendedores. Como se puede observar en la Tabla 5, las áreas de Empresa y Negocios (31,4%) y de Derecho (13,7%) son las que destacan y aglutinan aproximadamente al 45% de todos los emprendedores. El área de Medicina y Ciencias de la Salud no cuenta con ningún emprendedor naciente, mientras que las de Economía, Matemáticas y Ciencias Artísticas suponen, de forma individual, un 2% de todos los emprendedores nacientes de la Universidad. Al observar estas cifras, es preciso tener en cuenta que estos porcentajes pueden ser consecuencia, al menos en parte, de la composición de la muestra de estudiantes en la Universidad de La Rioja.

A continuación, se describen los pasos que han dado los emprendedores nacientes de la Universidad de La Rioja para poner en marcha su iniciativa empresarial. La Figura 35 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 (26,3%) y el planteamiento de un modelo de negocio (21,1%). Con un menor desarrollo se encuentran acciones tales como intentar obtener financiación externa, haber registrado la empresa o haber solicitado una patente (realmente, en el caso de estas actividades, los datos indican que no se ha comenzado su desarrollo, lo que parece consistente con el tipo de empresa que se analiza en este epígrafe). Un 21,1% de los emprendedores nacientes en la Universidad de La Rioja afirman no haber iniciado hasta el momento ninguna de las actividades mencionadas.

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

Área de estudio	% de estudiantes
Empresa y Negocios	31,4%
Derecho	13,7%
Ciencias Informáticas	9,8%
Ciencias Naturales	9,8%
Ciencias Sociales	9,8%
Otros	9,8%
Ingeniería	5,9%
Arte y Humanidades	3,9%
Economía	2,0%
Matemáticas	2,0%
Ciencias Artísticas	2,0%
Medicina y Ciencias de la Salud	0,0%

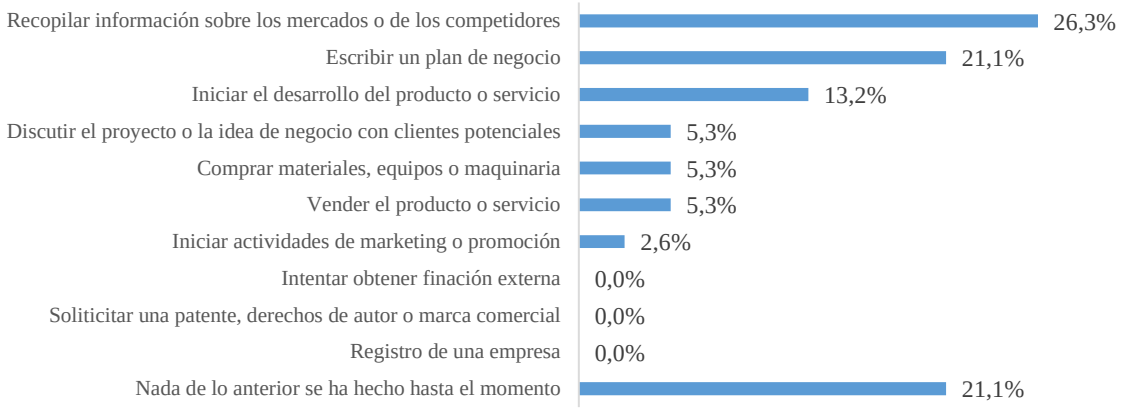


Figura 35. Grado de desarrollo del proyecto empresarial de los emprendedores nacientes en la Universidad de La Rioja

Con el objetivo de conocer el plazo en el que los emprendedores nacientes de la Universidad de La Rioja pretenden hacer efectivo su proyecto, la Figura 36 muestra el horizonte temporal previsto para la fundación del negocio. La mayor parte de los emprendedores nacientes tienen previsto llevar a cabo la puesta en marcha de su negocio en el largo plazo. Concretamente, el 71,4% de los estudiantes esperan fundar su negocio en un plazo de 19-24 o más meses. Sin embargo, también es preciso destacar que existen

emprendedores nacientes con un plazo previsto de comienzo del negocio más cercano. Así el 4,8% de los estudiantes afirma tener la intención de poner en marcha su negocio en 1-6 meses, el 19% en un plazo que varía entre 7 y 12 meses y el 4,8% restante entre 13 y 18 meses.

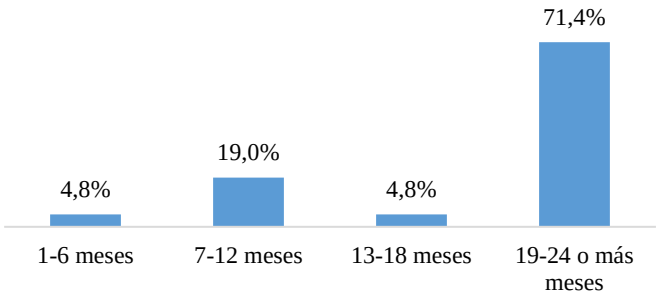


Figura 36. Horizonte temporal previsto para la fundación del negocio de los estudiantes de la Universidad de La Rioja

El importante papel del equipo que rodea al emprendedor ha sido reconocido en la literatura sobre emprendimiento (Schjoedt et al., 2013). Para profundizar en esta cuestión, se preguntó a los estudiantes si estaban tratando de montar la empresa en solitario o con algún socio. Los resultados se muestran en la Figura 37, donde puede observarse que el 76,2% de los emprendedores nacientes espera crear su negocio junto con otros socios fundadores. De éstos el 38,1% está buscando algún socio, pero todavía no ha encontrado ninguno, el 9,5% es un emprendedor naciente con 2 socios y el 28,6% con uno. Por el contrario, tan sólo el 23,8% de los emprendedores nacientes pretende iniciar su negocio en solitario.

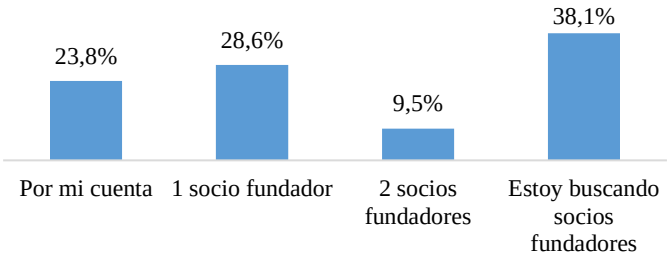


Figura 37. Número de socios fundadores de los emprendedores nacientes de la Universidad de La Rioja

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 38 muestra los resultados obtenidos. El sector que más atención capta es el de Educación y Formación (que aglutina al

30% de los emprendedores nacientes), seguido por el sector de Tecnologías de la Información y Comunicación (con un 15%). Ambos sectores, por tanto, continúan siendo considerados los más atractivos, ya que estos resultados coinciden con los del informe anterior. El sector en el que se espera un menor porcentaje de creaciones de empresas es el de la Construcción (5%).

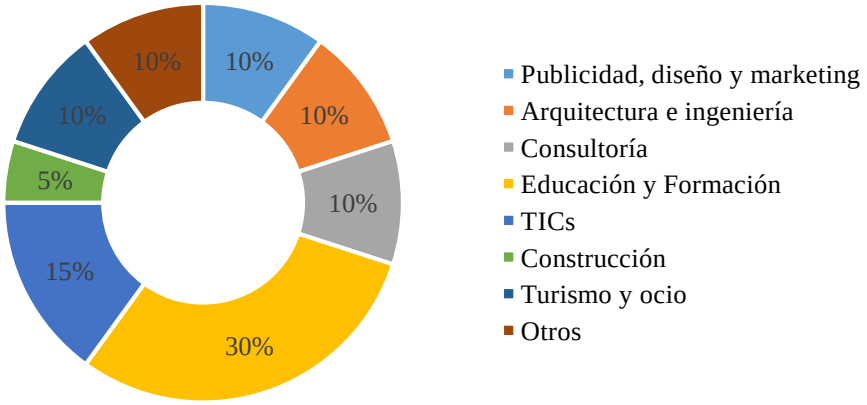
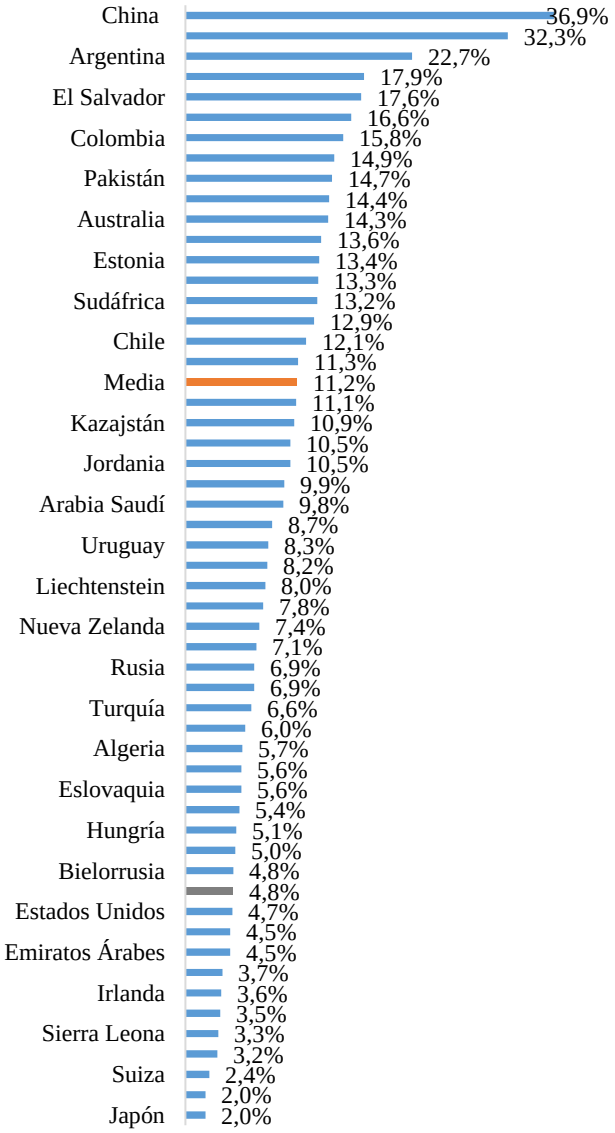


Figura 38. Sectores de actividad de los emprendedores nacientes de la Universidad de La Rioja

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. A los estudiantes de este colectivo se les denomina emprendedores activos. 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 39 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. España se sitúa por debajo de la media, con un valor de 4,8%. Como se puede observar, nuestro país se sitúa por encima de países como Estados Unidos (4,7%), Austria (4,5%), Emiratos Árabes (4,5%) y Alemania (3,7%). Entre los que se encuentran por encima de España, están Bielorrusia (4,8%), Líbano (5%), Hungría (5,1%) y Noruega (5,4%).



Fuente: Sieger, Fueglistaller, Zellweger y Braun (2019)

Figura 39. Emprendedores activos por país

En el caso de la Universidad de La Rioja, de acuerdo a los resultados mostrados en el informe GUESSS nacional (Navarro, Ramos y Lechuga, 2019), la tasa de emprendedores activos alcanza el valor del 3,3% (ver Figura 40). Como en el caso de los emprendedores

nacientes, esta tasa se encuentra por debajo de la media nacional (4,8%) y por debajo de tasa internacional, cuyo valor medio es 11,2 %.

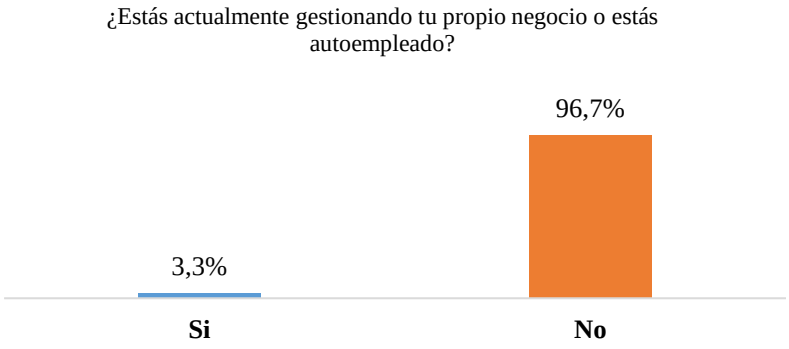


Figura 40. Emprendedores activos entre los estudiantes de la Universidad de La Rioja

Por área de estudio, tal y como muestra la Tabla 6, los emprendedores activos de la Universidad de La Rioja proceden, en primer lugar, del área de Empresa y Negocios (40%), seguida por el área de Ciencias Sociales (20%). El resto de emprendedores activos provienen principalmente de las áreas de Ciencias Informáticas (13,3%) y Derecho (13,3%). De nuevo, hay que tener en cuenta que estos porcentajes pueden ser consecuencia de la composición de la población y de la propia muestra de estudiantes en la Universidad de La Rioja.

Tabla 6. Emprendedores activos por área de estudio en la Universidad de La Rioja

Área de estudio	% de estudiantes
Empresa y Negocios	40,0%
Ciencias Sociales	20,0%
Ciencias Informáticas	13,3%
Derecho	13,3%
Otros	13,3%
Arte y Humanidades	0,0%
Economía	0,0%
Ingeniería	0,0%
Medicina y Ciencias de la Salud	0,0%
Matemáticas	0,0%
Ciencias Naturales	0,0%
Ciencias Artísticas	0,0%

La Figura 41 muestra que el 21,4% de los emprendedores activos en la Universidad de La Rioja desea que su negocio se convierta en su ocupación principal una vez finalizados sus estudios. Este mismo porcentaje de alumnos aún no tiene clara la respuesta a esta cuestión y el 57,1% de los emprendedores en activo no espera que su negocio termine convirtiéndose en su ocupación principal.

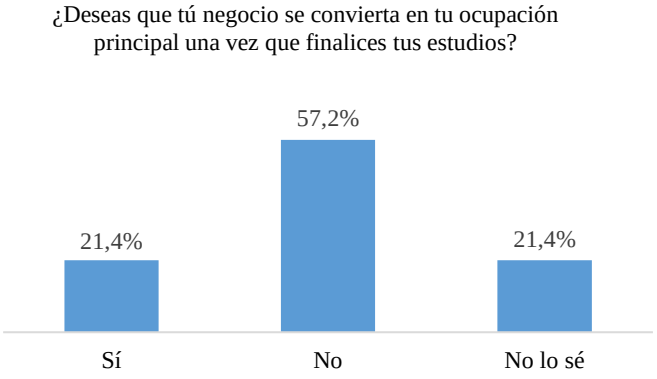


Figura 41. Emprendedores activos de la Universidad de la Rioja que desean convertir a su negocio en su ocupación principal

La Figura 42 muestra el número de socios con los que cuentan los negocios de los emprendedores activos de la Universidad de La Rioja. Como puede observarse, más de la mitad de los emprendedores activos gestionan su negocio en solitario (el 57,2%), mientras que el 21,4% lo hace con un socio y otro porcentaje igual (21,4%) con 2 socios.

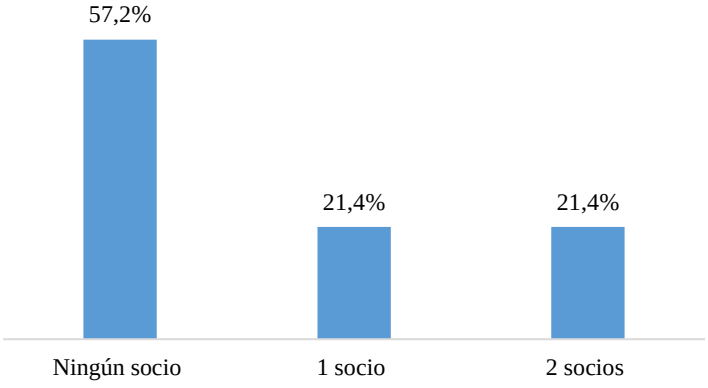


Figura 42. Número de socios de los emprendedores activos de la Universidad de La Rioja

Por último, la Figura 43 muestra el sector de actividad en el que actúan los emprendedores activos de la Universidad de La Rioja. Como se puede observar, el sector de Educación y Formación y el de Turismo y Ocio parecen ser los más habituales entre los estudiantes-emprendedores, ya que aglutinan al 28,7% de los emprendedores en cada uno de los dos casos. En el otro extremo, la Publicidad/Diseño/Marketing, la Consultoría, las Tecnologías de la Información y la Comunicación y el Comercio son las actividades que aglutinan, en cada caso, a un 7,14% de los emprendedores activos.

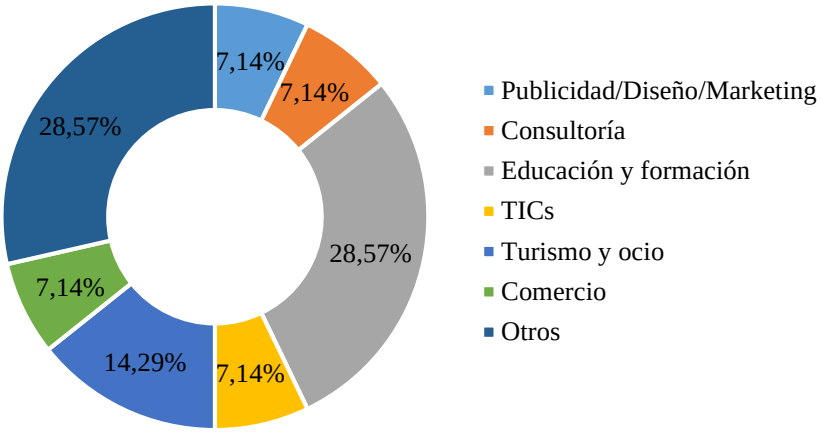


Figura 43. Sector de actividad de los emprendedores activos de la Universidad de La Rioja

5. Resumen y conclusiones

Al igual que con el primer informe, el propósito de este segundo informe GUESSS-Universidad de La Rioja es realizar un diagnóstico de la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja y entender las variables que la condicionan. Al mismo tiempo, el análisis nos permite conocer la situación de la Universidad de La Rioja, pudiendo compararla con la descrita en el primer informe y con de otras universidades españolas y extranjeras. La información obtenida puede servir como punto de partida para el diseño e implantación de acciones que tengan como propósito aumentar las intenciones emprendedoras de los estudiantes.

La intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja al terminar sus estudios se encuentra próxima al 4%, ligeramente por debajo de la cifra obtenida a nivel nacional del 4,5% y lejos de la obtenida a nivel internacional del 9%. A pesar de esto, es de destacar el aumento producido en la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de La Rioja, que en el primer informe se situaba en torno al 3%. Estas diferencias con los ámbitos nacional e internacional se mantienen cuando a los estudiantes se les pregunta por su intención emprendedora a los cinco años de haber finalizado los estudios. En este caso, el 21,4% de los estudiantes de la Universidad de La Rioja montaría manifiesta su intención de crear su propia empresa a los cinco años de terminar, frente al 24,5% a nivel nacional y el 34,7% a nivel internacional. Estas cifras revelan que los estudiantes de la Universidad de La Rioja muestran una intención hacia el emprendimiento ligeramente inferior a la media nacional y que eso mismo ocurre con los estudiantes españoles frente a los de otros países, puesto que su intención emprendedora como primera opción de carrera es inferior que la media internacional. A pesar de estas diferencias, se puede observar que en los tres ámbitos analizados las tasas de intención emprendedora a los cinco años de finalizar los estudios son el resultado de multiplicar en algo más de cinco veces las obtenidas en el momento de finalización de los estudios.

En consonancia con las cifras anteriores, alrededor del 82% de los estudiantes de la Universidad de La Rioja considera que al acabar la carrera su futuro profesional se orientará hacia la obtención de un trabajo por cuenta ajena. Este porcentaje se reduce hasta el 63,5% cuando son preguntados sobre su intención para cinco años después de la finalización de sus estudios. Las cifras también revelan que el porcentaje de estudiantes que desean trabajar en una empresa pequeña o mediana se reduce de forma importante conforme nos alejamos del momento de finalización de los estudios. Esta disminución viene acompañada de un ligero

aumento en el número de estudiantes que desean trabajar en una empresa grande y en aquellos que optarían por ser empleados en una institución académica o ser empleados públicos (en este último caso el porcentaje llega casi a duplicarse). Por último, alrededor del 2% de los estudiantes confían en que se convertirán en sucesores de empresas (familiares o no) al terminar la carrera. Este porcentaje se sitúa por encima del doble (4,9%) cuando se les pregunta cuál es su previsión para cinco años después de terminar la carrera.

Las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios de la Universidad de La Rioja presentan una brecha de género ya observada en el informe anterior y en el contexto nacional e internacional (Navarro, Ramos y Lechuga, 2019). En este sentido, las mujeres muestran una menor intención a considerar el emprendimiento como una opción de carrera tanto al finalizar sus estudios (2% de las mujeres frente al 6,7% de los hombres) como cinco años después (19,6% de las mujeres frente al 23,1% de los hombres). Tal y como se mostraba en el informe anterior, la diferencia relativa en la intención emprendedora es mayor al terminar los estudios (la de las mujeres se sitúa un 70% por debajo de la de los hombres) que cinco años después (10,5%). Si comparamos las cifras con las del informe anterior, esta última diferencia relativa se ha visto reducida considerablemente, dado que se situaba en el 38,5%.

Por áreas de estudio, los estudiantes de las áreas de Derecho (12%) y Economía (8%) son los que tienen una mayor intención de emprender al finalizar los estudios. Sin embargo, si analizamos la intención emprendedora cinco años después de finalizar los estudios, son los alumnos de las áreas de Informática (59%), Empresa/Negocios (28%) e Ingeniería (27%) quienes muestran los porcentajes más altos. En relación con el nivel de los estudios, son los alumnos de máster los que muestran una mayor intención emprendedora en el momento de finalizar sus estudios (5,6% frente al 3,9% de los alumnos de grado). Sin embargo, el examen de las intenciones de carrera para cinco años después de haber concluido los estudios revela que son los estudiantes de grado los que más consideran la opción de emprender (puesto que suponen el 23% del total de alumnos de grado, frente al 12,5%, en el caso de los de máster).

El informe también permite un análisis más profundo de la intención emprendedora. Las cifras anteriores hacen referencia a la intención emprendedora como primera opción de carrera, pero hay estudiantes que no consideran la creación de una empresa como la primera opción y que sí han considerado seriamente la opción de convertirse en emprendedores en algún momento del tiempo. La información disponible permite hacer una valoración más general de las intenciones emprendedoras de los estudiantes de la Universidad de La Rioja, sin la exigencia de que tenga que ser esta su opción preferente de carrera profesional. Los resultados muestran que las intenciones emprendedoras de los estudiantes de la Universidad de La Rioja (3,6 puntos, en una escala que varía entre 1 y 7) son parecidas a la media española (3,5 puntos), están por encima de las de los estudiantes de la Unión Europea (3,4 puntos) y por debajo de los de la muestra internacional (Navarro, Ramos y Lechuga, 2019). El análisis

de este indicador por sexos, muestra que la intención emprendedora de hombres y mujeres en la Universidad de La Rioja es muy similar (3,7 de los hombres frente a 3,6 de las mujeres). Por área de estudio, son las áreas de Ingeniería y Empresa/Negocios las que muestran mayores valores medios en su propensión a emprender.

El trabajo también ha efectuado una aproximación 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. En relación a la actitud emprendedora, los valores obtenidos en el caso de la Universidad de la Rioja revelan que nuestros estudiantes muestran una actitud general muy favorable hacia el comportamiento emprendedor, con valores medios muy similares a los obtenidos a nivel nacional. En relación a la norma subjetiva, que mide la presión que percibe el estudiante de la opinión de su entorno inmediato sobre la elección de emprender, los estudiantes de la Universidad de la Rioja perciben que su familia, amigos y compañeros de estudios reaccionarían de forma muy positiva. En este sentido, los valores medios del conjunto de ítems relativos a la reacción esperada por parte de las personas del entorno del estudiante se sitúan por encima del valor medio de la escala y son similares a los valores medios obtenidos en la muestra nacional.

Por último, respecto al control percibido, tal y como se ha comentado con anterioridad, es necesario analizar dos dimensiones: 1) la autoeficacia y 2) el autocontrol. En cuando a la autoeficacia o percepción por parte del estudiante de que es capaz de emprender, los resultados muestran que aquellos alumnos que manifiestan su intención de emprender se muestran más confiados en su posibilidad de desarrollar las tareas necesarias para convertirse en emprendedores. Concretamente, las competencias que obtienen una mayor puntuación son (en una escala de 1 a 7): comercializar una nueva idea o desarrollo (5,3 puntos), identificar nuevas oportunidades de negocio (5,2 puntos) y gestionar con éxito un negocio (5,2 puntos). Si bien estas valoraciones son ligeramente inferiores a las obtenidas en el informe anterior, los dos primeros ítems se encuentran entre los tres más valorados en ambos informes. En relación con el resto de estudiantes, para aquellos que eligieron convertirse en trabajador por cuenta ajena como opción de carrera profesional, las competencias que presentan una puntuación más elevada son: ser líder y comunicador (4,9 puntos) y gestionar con éxito un negocio (4,6 puntos). En este caso, los valores son ligeramente superiores a los obtenidos en el informe anterior y ambas competencias son también las más valoradas en ambos informes. El valor medio de la autoeficacia mostrada por los estudiantes de la Universidad de La Rioja (4,5 puntos) es superior a la media obtenida a nivel nacional (4,3 puntos). La comparación por Comunidades Autónomas de estos valores medios permite observar que la mayor puntuación es de 4,5 puntos y es obtenida en el caso de Cataluña, Comunidad Valenciana, Región de Murcia, La Rioja y Extremadura (Navarro, Ramos y Lechuga, 2019). En relación al autocontrol o creencia de que el individuo controla el comportamiento para emprender, las cuestiones más valoradas son las referidas a la capacidad para defender los intereses

individuales y la seguridad de hacer funcionar los planes formulados. Si bien, los resultados obtenidos en este informe son muy similares a los obtenidos en la muestra nacional, la comparación de estas valoraciones con las del informe anterior muestran un menor control percibido sobre lo que va a pasar con su vida tanto por parte de los estudiantes de la Universidad de La Rioja (4,3 frente a 4,1 puntos) como de los encuestados a nivel nacional (4,5 puntos frente a 4,0 puntos).

El modelo GUESSS considera que, además de los factores ya descritos, la intención emprendedora se ve afectada por elementos de contexto universitario, familiar y sociocultural. En relación con el contexto universitario, la percepción que tienen los estudiantes sobre el clima emprendedor (4,3 puntos) se sitúa ligeramente por encima del obtenido a nivel nacional (4,1 puntos) y es similar al obtenido a nivel internacional (4,4 puntos). Estos valores son superiores a los obtenidos en el anterior informe (3,7 puntos, 3,6 puntos y 4,0 puntos respectivamente). En su conjunto nos indican una mejora en la percepción de los estudiantes del clima emprendedor en el contexto universitario y que, en general, los estudiantes encuestados en la Universidad de La Rioja perciben un clima similar a los estudiantes de otros países y ligeramente superior a la media nacional.

En relación a la formación recibida para emprender, al igual que en el informe anterior, la mayoría de los estudiantes de la Universidad de La Rioja (65%), los españoles (62,3%) y los alumnos de como otros países (51,9%) nunca han asistido a cursos de emprendimiento. En esta edición siguen manteniéndose las diferencias entre la muestra nacional e internacional respecto al porcentaje de alumnos que han asistido a un curso obligatorio sobre emprendimiento. Concretamente, este porcentaje es del 11,1% para la muestra de la Universidad de La Rioja, del 10,8% para la muestra nacional y del 24,4% para la internacional. En el momento de efectuar la encuesta, solamente un 1,9% de los estudiantes estaba haciendo un curso específico sobre emprendimiento. En este sentido, la inclusión dentro de los planes de estudios de asignaturas que aborden el emprendimiento y favorezcan el desarrollo de las capacidades y habilidades necesarias para crear una empresa, puede ser un elemento impulsor tanto de la creación las mismas como de la introducción efectiva de innovaciones en el mercado.

La consideración del contexto familiar también es importante. En este sentido, diversos trabajos han demostrado que los hijos de emprendedores presentan una mayor propensión a desarrollar una actividad innovadora en el futuro (Sieger y Minola, 2016; Edelman et al., 2016). En la Universidad de La Rioja, el 24,7% de los estudiantes encuestados procede de una familia en la que al menos uno de los progenitores es propietario de una empresa. Este porcentaje es ligeramente superior al obtenido en la muestra nacional (22%).

Por último, y en relación al contexto sociocultural, se ha analizado la percepción de los estudiantes sobre cómo está distribuido el poder en su sociedad. Concretamente, los estudiantes deben valorar si en su sociedad la influencia de una persona se basa

principalmente en la autoridad de su posición, si se espera que los seguidores obedezcan a los líderes sin cuestionarlos y si la concentración del poder está en la cúspide. Los valores alcanzados en estas afirmaciones en la muestra de estudiantes de la Universidad de La Rioja son de 4,3 puntos, 4 puntos y 5,0 puntos, respectivamente. Estos valores son muy similares a los obtenidos en la muestra nacional, indicando que los estudiantes de la Universidad de La Rioja y los de la muestra española perciben el contexto sociocultural de forma muy parecida. Globalmente, estos resultados sugieren que los estudiantes encuestados perciben cierta concentración del poder en su sociedad. Dicha percepción puede convertirse en un inhibidor del desarrollo de actividades emprendedoras.

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 de un 10%. Este porcentaje es ligeramente superior al obtenido en el informe anterior (8,4%) y se encuentra por debajo del obtenido en las muestras nacional (15,2%) e internacional (30,7%). La importante brecha obtenida que existe respecto al emprendimiento internacional debe analizarse con cautela, puesto que este indicador no incorpora ningún elemento que contemple la calidad del emprendimiento. Por áreas de conocimiento, el mayor número de estudiantes que están tratando de convertirse en emprendedores proceden de las áreas de Empresa y Negocios (31,4%), seguido por el área de Derecho (13,7%). El 71,4% de los emprendedores nacientes tiene previsto llevar a cabo la puesta en marcha de su negocio en un plazo superior a 18 meses y el 76,2% de los emprendedores nacientes espera hacerlo con otros socios fundadores. Las empresas que están creando estos emprendedores se centran en los sectores de Educación y Formación (30%), seguido por Tecnologías de la Información y Comunicación (15%).

Por último, 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 del 3,3%, frente al 4,8% nacional. Estos estudiantes proceden en su mayoría de las áreas de Empresa y Negocios (40%) y Ciencias Sociales (20%).

En definitiva, como se señalaba al principio, con el informe GUESSS-Universidad de La Rioja hemos pretendido tener una primera aproximación al diagnóstico de distintos aspectos que tienen que ver con el emprendimiento en un contexto universitario y teniendo a los estudiantes como los principales actores. Aunque no podamos dejar de reconocer que el análisis que aquí se desarrolla es descriptivo y está sujeto a distintas limitaciones, también tiene la ventaja de la comparabilidad, puesto que el informe y sus análisis no sólo se desarrollan en otras universidades españolas, sino que también tiene una perspectiva internacional. En la medida en que, además, el estudio tenga continuidad, permitirá comprender la evolución en el tiempo de las distintas dimensiones que se analizan y servir de un modo más preciso a su propósito principal, que es la comprensión de la intención emprendedora de los estudiantes y sus determinantes. Además de servir como elemento de decisión para distintos agentes, esperamos 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. Este aspecto parece especialmente relevante en un momento en el que existe una preocupación por la despoblación que se está produciendo en algunas zonas geográficas y por el diseño de medidas que puedan mitigarla.

6. Agradecimientos

Los autores de este informe desean mostrar su agradecimiento por el apoyo recibido durante el proceso de recogida de información y de Desarrollo del informe a las universidades de St. Gallen y Berna, ambas situadas en Suiza, y a la Universidad de Cádiz, coordinadora del informe nacional.

También deseamos dejar constancia del 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 dos colectivos sin los que este informe no hubiera sido posible. Por un lado, a los profesores de nuestra Universidad, que han colaborado en la difusión de este proyecto, de forma que los estudiantes se animasen a cumplimentar el cuestionario. Por otro lado, queremos agradecer la participación de nuestros estudiantes. De hecho, su interés por el proyecto ha hecho que la Universidad de La Rioja haya sido la segunda en España, tras la de Cádiz, con una tasa de respuesta mayor, aspecto importantísimo para dar representatividad y credibilidad a la información que aquí se presenta.

7. Bibliografía

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

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

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

Bergmann, H., Hundt, C., 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.

Carter, N.M., Gartner, W.B., Reynolds, P.D. (1996). Exploring start-up event sequences. *Journal of Business Venturing*, 11 (3), 151-166.

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

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

Fishbein, M., Ajzen, I. (1975). Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research. Reading, MA: Addison-Wesley.

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

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

Hörisch, J., Kollat, J., Brieger, S. A. (2019). Environmental orientation among nascent and established entrepreneurs: An empirical analysis of differences and their causes. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 11(4), 373-393.

Kautonen, T., Gelderen, M., Fink, M. (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655-674.

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

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

Liñán, F., 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., 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., 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.

Navarro, J.L., Ramos, A., Lechuga. P. (2019). Emprendimiento universitario en España Informe GUESSS 2018.

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

Schjoedt, L., Monsen, E., Pearson, A., Barnett, T., Chrisman, J.J. (2013). New venture and family business teams: Understanding team formation, composition, behaviors, and performance. *Entrepreneurship Theory and Practice, 37*(1), 1-15.

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

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

Sieger, P., Fueglistaller, U., Zellweger, T., Braun, I. (2019). Global Student Entrepreneurship 2018: Insights From 54 Countries. St. Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU.

Sieger, P., Minola, T. (2016). The Family's Financial Support as a “Poisoned Gift”: A Family Embeddedness Perspective on Entrepreneurial Intentions. *Journal of Small Business Management*.

Reynolds, P., Bygrave, W.D., Autio, E., Hay, M. (2002). Global entrepreneurship monitor: 2002 executive monitor. London Business School, London.

Universidad de La Rioja (2018). Memoria Académica de la Universidad de La Rioja curso 2018-2019.

Van Stel, A., Carree, M., Thurik, R. (2005). The effect of entrepreneurial activity on national economic growth. *Small Business Economics*, 24(3), 311-321.

GUESSS
Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey

Cátedra de Emprendedores

UNIVERSIDAD DE LA RIOJA

Ayuntamiento de Logroño

Cámara La Rioja

University of St.Gallen

UNIVERSITÄT BERN