



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

Intenciones emprendedoras y elección de carrera

BEATRIZ DOMÍNGUEZ
ALFONSO GIL
JAIME GÓMEZ
BEATRIZ PÉREZ-ÁRADROS
DOLORES QUEIRUGA
IDANA SALAZAR
PILAR VARGAS



El informe: "El carácter emprendedor de los estudiantes de la Universidad de La Rioja" tiene por objetivo principal estudiar las intenciones emprendedoras de los estudiantes de la Universidad la Rioja y sus determinantes, así como poder realizar un análisis comparado de éstos frente a otros estudiantes universitarios de España y del resto del mundo.

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. El emprendimiento afecta a la creación de empleo, al crecimiento económico, intensifica la dinámica de la competencia e impulsa la innovación. 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.

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. 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.

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

La elaboración del informe GUESSS presenta beneficios para diferentes grupos de interés. En primer lugar, la comparación internacional permite evaluar la intención de crear un negocio de los estudiantes de un país. Una correcta interpretación de los resultados permite evaluar la situación y ofrecer recomendaciones que ayuden en el

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

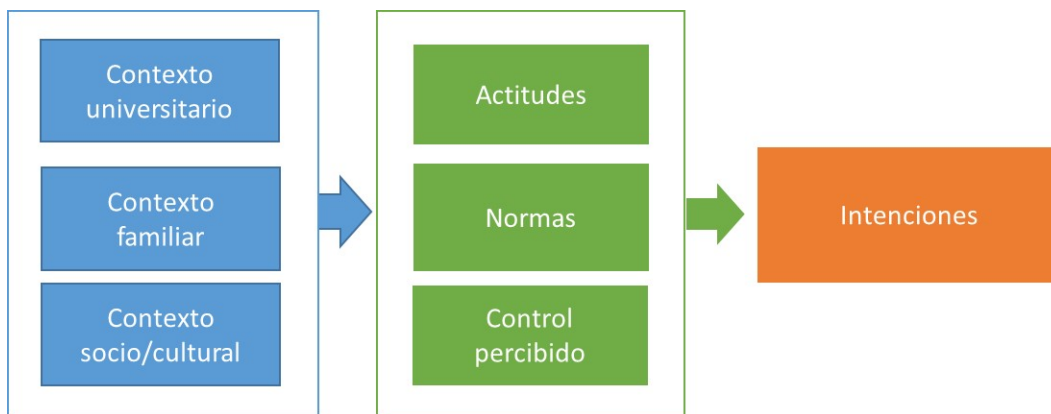
Marco teórico

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

El proyecto GUESSS considera que las intenciones de elección de carrera en general y de desarrollo de la actividad emprendedora en particular se explican, tal y como se refleja en la Figura 1, por (1) la actitud emprendedora de los estudiantes, (2) el apoyo que éstos perciben que reciben de sus familiares y amigos (norma subjetiva) y (3) la autoconfianza del estudiante respecto a su capacidad para llevar a cabo la actividad (control percibido).

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

Figura 1. Marco teórico de GUESSS



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

Metodología

La población de interés del trabajo son los estudiantes universitarios. El Instituto Suizo de Investigación de la PYME y el Emprendimiento de la Universidad de St. Gallen es el encargado de desarrollar la encuesta y quien garantiza la fiabilidad y validez de los datos recogidos. Una vez diseñada la encuesta, ésta se envía a través de un enlace a una plataforma on-line para que se distribuya entre las universidades colaboradoras en cada uno de los países.

Las respuestas se procesan de forma centralizada en la Universidad de St. Gallen y, posteriormente, se remiten a los equipos nacionales, quienes a su vez trasladan la información de sus universidades a cada uno de los coordinadores. En el curso 2015-2016 el número total de estudiantes matriculados en la Universidad de La Rioja era de 4.573 (Universidad de La Rioja, 2016). Todos estos estudiantes recibieron a través del email los enlaces del cuestionario. Se recibieron un total de 915 respuestas de las que se consideraron válidas 605, obteniendo una tasa de respuesta válida del 13,23%.

Resultados

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

Alrededor del 3% de los estudiantes confían en que se convertirán en sucesores de empresas (familiares o no) al terminar la carrera, porcentaje que se mantiene invariable cuando se les pregunta por su previsión para cinco años después de terminar los estudios. Por último, el 80% de los estudiantes de la Universidad de La Rioja considera que su futuro profesional les convertirá en empleados por cuenta ajena nada más acabar su carrera, probablemente en una empresa pequeña o mediana. Este porcentaje se reduce al 57% para cinco años después de finalizar los estudios. En torno al 13% de los estudiantes se muestran indecisos ante su futuro para el momento en el que acaban los estudios. Este porcentaje aumenta ligeramente cuando se les pregunta sobre la situación que prevén cinco años después de terminar la carrera.

Respecto al sexo, las mujeres muestran una menor intención de trabajar como empresarias tanto al finalizar la carrera (1,6% de las mujeres frente al 6% de los hombres) como cinco años después (21,1% de las mujeres frente al 34,3% de los hombres). A pesar de que este comportamiento se mantiene en los dos momentos del tiempo considerados, la diferencia relativa sobre sus intenciones al terminar los estudios (73%) es mayor a la diferencia relativa sobre sus intenciones cinco años después (38,5%). Este heterogéneo comportamiento en función del sexo se repite en

otros contextos tanto nacionales (Díaz Casero et al., 2017) como internacionales (Sieger, Fueglistaller y Zellweger, 2016) y merecería una explicación más detenida.

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

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

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

Este trabajo también se ha aproximado al estudio de los determinantes de la intención emprendedora. De acuerdo con la Teoría del Comportamiento Planificado, la

intención emprendedora está afectada por tres elementos: (1) la actitud hacia el comportamiento, (2) las normas subjetivas y (3) el control percibido. Respecto al primero de ellos, los estudiantes de la Universidad de La Rioja muestran una actitud general favorable hacia el emprendimiento, con valores medios de los ítems similares a los observados en la muestra española.

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

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

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

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

En relación con la formación recibida para emprender, la mayoría de los estudiantes, tanto de la Universidad de La Rioja (67,7%) como españoles (62,9%) o de otros países (55,4%), no han asistido a un curso sobre emprendimiento. Además, cuando lo han hecho tiende a ser un curso de naturaleza optativa, al menos en el caso español. En este sentido, llaman la atención las diferencias entre la muestra nacional y la internacional en el porcentaje de alumnos que han asistido a cursos de naturaleza obligatoria. En concreto, este porcentaje alcanza un valor inferior al 10% entre los estudiantes de La Rioja y España y es superior al 20% en la muestra internacional. La inclusión de asignaturas que aborden el emprendimiento y que permitan el desarrollo de competencias, tales como la creatividad, la habilidad para analizar información de fuentes diversas, la capacidad crítica y autocrítica y la iniciativa y espíritu emprendedor, pueden ser clave para la generación de nuevas empresas y la introducción efectiva de innovaciones en la sociedad.

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

Por último, y en relación con el contexto sociocultural, se ha analizado el grado en el que los estudiantes permanecen en el hogar y perciben que la familia se siente

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

El porcentaje de emprendedores nacientes, es decir, que están en proceso de creación de su empresa, entre los estudiantes de la Universidad de La Rioja es del 8,4%, frente al 9,9% y 21,9% de las medias española e internacional respectivamente. Este heterogéneo comportamiento respecto a la media internacional debe analizarse con cautela, pues el indicador no incorpora ningún elemento que contemple la calidad del emprendimiento. En este sentido, un análisis de la tasa de emprendedores nacientes por país nos permite observar que esta tasa adopta valores más elevados en países en desarrollo que en países desarrollados. Así, algunos trabajos han mostrado que el emprendimiento en los países en desarrollo, a pesar de presentar altas tasas, se caracteriza por un menor impacto en términos del crecimiento económico. Por áreas de conocimiento, el mayor número de personas que están tratando de convertirse en emprendedoras proceden de las áreas de Leyes y Economía e Ingeniería. Las empresas que están creando estos emprendedores se centran en los sectores de la educación y la formación, el sector tecnológico y el de consultoría y publicidad.

Finalmente, el porcentaje de empresarios activos, es decir, de aquellos que ya han creado su propia empresa, entre los estudiantes de la Universidad de La Rioja es el

2,6% frente al 3,4% de la media nacional. La mayoría procede de las áreas de Leyes y Economía o Ingeniería y han creado su empresa en el sector tecnológico o en el de comercio.

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

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.
- Ajzen, I. , Fishbein, M. (1975). Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research. Reading MA, Addison-Wesley.
- Diaz Casero, J., Fernández Portillo, A., Almodóvar González, M, Díaz Aunión, A., Fernández, Y. (2017) Intenciones y actividades emprendedoras de los estudiantes de la Universidad de Extremadura. Universidad de Extremadura.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., Zellweger, T. (2014). Student entrepreneurship across the globe: A look at intentions and activities.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., Zellweger, T. (2016). Student Entrepreneurship 2016: Insights from 50 countries. International report of the GUESSS Project 2016.

Para más información, puedes acceder al informe completo a través del siguiente vínculo:

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/libro/688103.pdf>