

**Capítulo 3:**  
*Intención y comportamiento emprendedor  
de los estudiantes universitarios en Cantabria*



# Monográfico 2014

## Intención y comportamiento emprendedor de los estudiantes universitarios en Cantabria

Paula San-Martín-Espina, Estefanía Palazuelos-Cobo, Andrea Pérez, Ana Fernández-Laviada, Inés Rueda-Sampedro y Javier Montoya-del-Corte

### 3.1. Introducción

Si bien el emprendimiento se considera muy relevante en todos los ámbitos de la sociedad (Giacomin *et al.*, 2011; Lee *et al.*, 2006; Rasmussen y Sorheim, 2006; Raposo y Do Paço, 2011; Van Stel *et al.*, 2005), es especialmente significativo entre los jóvenes, colectivo caracterizado por su creatividad, innovación, espíritu emprendedor y aventurero, menor aversión al riesgo y mayor sensibilidad hacia los cambios tecnológicos, lo que los hace más proclives a embarcarse en este tipo de proyectos (Alemany *et al.*, 2011).

España ha sido fuertemente golpeada por la crisis económico-financiera desatada en 2008 (Ortega y Peñalosa, 2012), lo cual se ha traducido, entre otras cosas, en un importante aumento de la tasa de paro, especialmente entre la población joven. Con ello, es mayor el número de jóvenes que ni estudian ni trabajan, así como el retraso de estos a la hora de incorporarse al mundo laboral, por lo que la opción de emprender se convierte en una interesante alternativa de acceso al mercado de trabajo.

Todo lo anterior ha fomentado que en los últimos años se realicen numerosos esfuerzos para promover el trabajo por cuenta propia, mediante un conjunto de iniciativas entre las que destaca la educación emprendedora (Liñán Alcalde y Guzmán Cuevas, 2005). Esto se debe a que anteriormente los sistemas educativos promovían el trabajo por cuenta ajena, al relacionar la creación de empleo con la existencia de grandes empresas. Sin embargo, ahora se demuestra que son las pequeñas las que generan un mayor

porcentaje de nuevos empleos, ya que el tejido empresarial español está formado principalmente por PYMES (Gobierno de España, 2015). De esta manera, se pretende favorecer la aparición de empresarios como instrumento para dinamizar las economías y promover así la flexibilidad del tejido productivo.

Por tanto, el emprendimiento se convierte en uno de los ingredientes clave de una economía moderna, social y sostenible, garante del bienestar social (GEM España, 2015). Precisamente entre los agentes clave para el fomento de la cultura emprendedora, se crea en el año 2012 el Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE), nacido del Campus de Excelencia Internacional de la Universidad de Cantabria con el apoyo del Banco Santander a través de Santander Universidades, la Universidad de Cantabria y el Gobierno de Cantabria.

Su objetivo principal se centra en potenciar el emprendimiento integral, haciendo especial énfasis en sensibilizar a las personas hacia actitudes emprendedoras, formándolas en el desarrollo de habilidades y proporcionándoles herramientas y metodologías adecuadas para actuar potenciando el valor de su conocimiento. De igual modo dando soporte al ejercicio emprendedor con programas novedosos capaces de apoyarse en las nuevas tecnologías, la innovación y la internacionalización. Y finalmente apoyar la investigación y el observatorio de la actividad emprendedora. A estos objetivos de CISE se unen administraciones, empresas y

universidades, para juntos construir una sociedad más emprendedora e innovadora.

En este marco de actuación de CISE se desarrolla este trabajo, que se plantea con el objetivo de conocer las intenciones y el comportamiento emprendedor de los estudiantes universitarios en Cantabria.

Para ello se analizan los datos recopilados en el proyecto de investigación internacional Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS)<sup>1</sup> para esta región.

En el siguiente apartado se explica en qué consiste el proyecto GUESSS, detallando su origen, objetivo y fundamento teórico. A continuación se describe la muestra utilizada, a partir de la cual se extraen los resultados plasmados en los apartados 4 y 5, relativos a la intención emprendedora y al comportamiento emprendedor de los estudiantes cántabros universitarios, respectivamente. Para finalizar, antes de la bibliografía, se incluyen las principales conclusiones que se desprenden del análisis realizado.

### 3.2. Proyecto GUESSS

El proyecto internacional GUESSS, cuya investigación se centra principalmente en las intenciones y las actividades emprendedoras de los estudiantes, fue fundado en el Instituto de Investigación Suizo de Pequeñas Empresas y Emprendimiento de la Universidad de St. Gallen (KMU-HSG) en el año 2003.

Desde entonces, el GUESSS ha ido creciendo hasta alcanzar la cifra de 34 países participantes en la sexta edición 2013/2014, cada uno de los cuales está representado por un equipo principal encargado de distribuir entre los estudiantes la encuesta online a través de la que se realiza la recogida de datos.

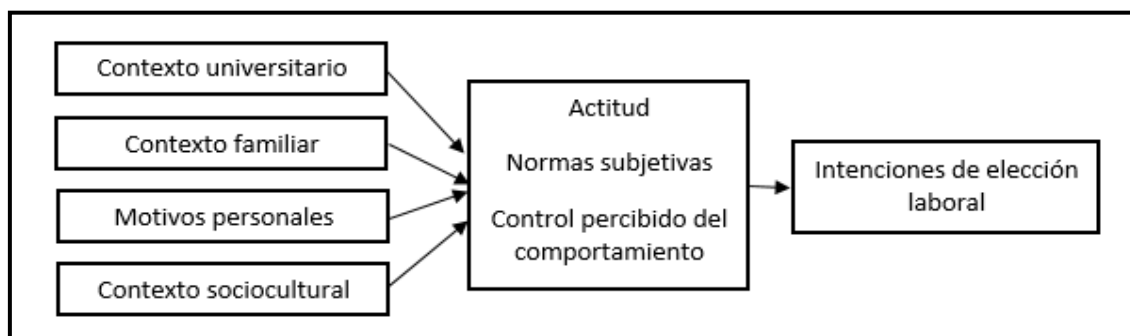
El fundamento teórico del GUESSS es la Teoría del Comportamiento Planeado (Ajzen, 1991, 2002; Fishbein y Ajzen, 1975). Su principal argumento se basa en que la intención de realizar una determinada conducta está influenciada principalmente por tres factores: la actitud hacia el comportamiento, las normas subjetivas y el control percibido del

comportamiento. El GUESSS se centra en las intenciones de elección laboral en general y en las intenciones emprendedoras en particular. De este modo, investiga los factores que pueden afectar a tales intenciones a través de los tres elementos principales de la Teoría del Comportamiento Planeado. Ejemplos de ello son el contexto universitario, el contexto familiar, motivos personales, y el contexto sociocultural. El marco teórico general se ilustra en la Figura 3.1.

A pesar de que en este estudio sólo se analizan los datos de la región de Cantabria, el carácter internacional del proyecto GUESSS permite establecer comparativas entre las diferentes comunidades y países. Esto representa una interesante oportunidad para desarrollar futuros trabajos de investigación, de tal manera que se pueda conocer la situación de una región concreta en relación a otros contextos.

<sup>1</sup> Disponible en la Web <http://www.guesssurvey.org/>

**Figura 3.1.**  
**Marco teórico del GUESSS 2013/2014**



Fuente: Informe internacional GUESSS 2013/2014. (Sieger *et al.*, 2014)

### 3.3. Descripción de la muestra

Antes de comenzar con un análisis detallado de las intenciones emprendedoras de los estudiantes de la Universidad de Cantabria se debe conocer la muestra utilizada. De un total de 11.000 encuestas enviadas, se obtuvieron 1.352 respuestas válidas. Esto se traduce en una tasa de respuesta del 12,29%.

En cuanto a las características demográficas de los encuestados, la media de edad de los alumnos es de 22 años, siendo el 58,9% de ellos mujeres. El estado civil de la mayoría de los estudiantes es soltero (92,3%).

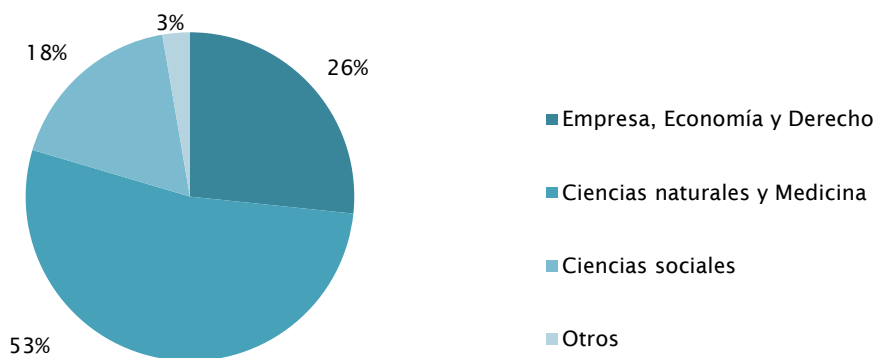
Con relación a los estudios universitarios que están cursando, el 78,6% de los encuestados son estudiantes de grado o licenciatura, mientras que el 18,9% son estudiantes de máster. La participación de los alumnos pertenecientes a otros niveles es insignificante.

Para facilitar el análisis comparativo de los siguientes apartados, se sigue el procedimiento utilizado en el informe internacional GUESSS y se agrupan los campos de estudio en tres categorías principales: **(1) Empresa, Economía y Derecho** ("Negocios/Administración de empresas", "Economía" y "Derecho"); **(2) Ciencias naturales y Medicina** ("Ingeniería y Arquitectura", "Matemáticas y Ciencias naturales", "Tecnologías de la información y comunicación", "Ciencias agrícolas, forestales y de la nutrición" y "Medicina y Ciencias de la salud"); y **(3) Ciencias sociales** ("Lengua y humanidades (incluyendo la psicología, filosofía, religión)", así como "Otras ciencias sociales (incluida la educación)"). En el Figura 3.2 se recogen los porcentajes de los alumnos encuestados que pertenecen a cada una de estas grandes ramas. "Otros" incluye la categoría "Otros" y "Arte y Ciencia del arte".

Por otro lado, también es interesante conocer cuántos estudiantes compaginan un trabajo fijo con sus estudios. En el caso de Cantabria,

un 10,8% de los alumnos se encuentran en esta situación, y dedican una media de 26,27 horas a la semana en su trabajo.

**Figura 3.2**  
*Porcentaje de estudiantes según ramas de estudio*



### 3.4. Intención emprendedora

La intención emprendedora se rige como núcleo central en una buena parte de la investigación sobre emprendimiento, ya que su estudio permite concretar el grado en que

una sociedad está preparada para innovar y desarrollar todo su potencial empresarial (Krueger *et al.*, 2000).

#### 3.4.1. Intenciones de elección laboral

Una de las preguntas más importantes que se realizan en la encuesta del GUESSS es la referente a las intenciones de los estudiantes respecto a su futuro profesional, tanto en el momento en que finalicen sus estudios como cinco años después. Las opciones se agrupan en cuatro grandes grupos: empleados, fundadores, sucesores y otros<sup>2</sup>.

Si bien la mayor parte de los estudiantes quieren ser empleados por cuenta ajena una vez terminan los estudios (82,5%), alrededor de un 20% tiene la intención de salir de esta trayectoria profesional en cinco años,

principalmente para fundar una empresa. Esto aumenta los emprendedores potenciales de un 4,2% a un 21,9% con el paso del tiempo. Por tanto, la tendencia general que se observa es que los encuestados desean ser primero empleados para posteriormente convertirse en fundadores (emprendedores). Además este patrón no varía sustancialmente en función de las ramas de estudio anteriormente mencionadas.

No obstante, si se realiza un estudio más pormenorizado de aquellos estudiantes que tienen intención de emprender (fundadores) por ramas de conocimiento se observa que, al terminar sus estudios, son los alumnos de “Empresa, Economía y Derecho” los que mayor intención tienen de fundar una empresa (47,2%). Sin embargo, si esta misma cuestión se plantea para cinco años después de haber finalizado los estudios, los datos muestran un cambio importante, ya que la rama con una

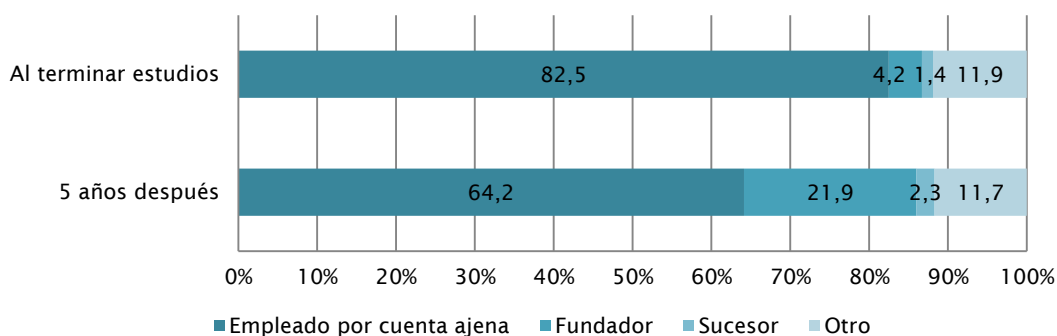
<sup>2</sup> **Empleados:** empleado en una pequeña empresa (1-49 empleados), mediana empresa (50-249 empleados), gran empresa (250 o más empleados), empleado en una organización sin fines de lucro (ONG’s), empleado en la Academia (seguir una carrera académica) y empleado en el servicio público. **Fundadores:** fundador (emprendedor) trabajando en mi propia empresa. **Sucesores:** sucesor en la empresa de mis padres o mi familia y sucesor en una empresa actualmente no controlada por mi familia. **Otros:** Otro / no lo sé todavía.

mayor intención de emprender es la de “Ciencias Naturales y Medicina”, representando el 52,9% del total de estudiantes encuestados con el propósito de constituir una empresa.

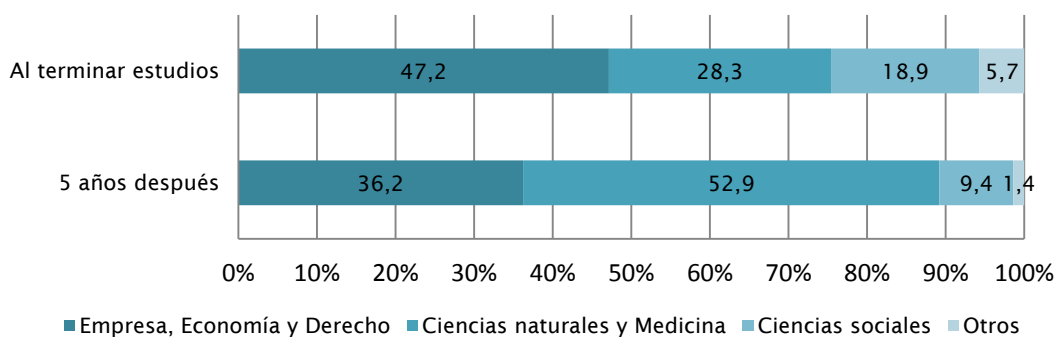
Por último, el creciente interés en la relación existente entre el género y el espíritu empresarial realza la importancia de estudiar

estas intenciones diferenciando entre hombres y mujeres. En este sentido, las mujeres representan un menor porcentaje (21,2%) que los hombres (78,8%) sobre el total de las personas que quieren fundar su propia empresa al terminar los estudios. Transcurridos cinco años los valores se equilibran, si bien el de los estudiantes varones (57,8%) sigue siendo mayor que el de las mujeres (42,2%).

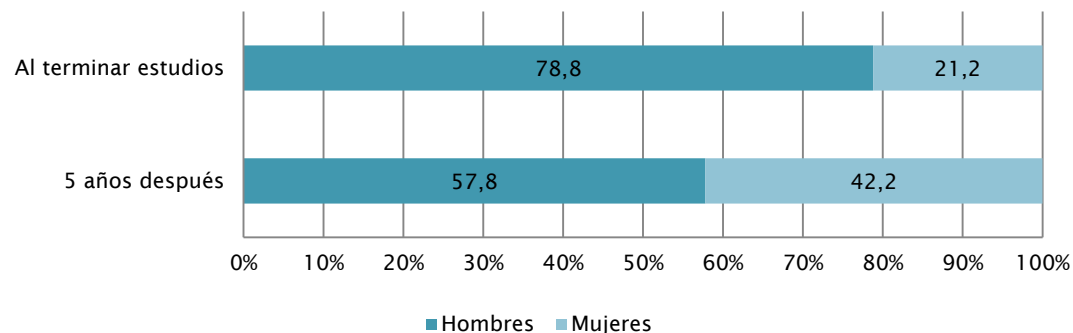
**Figura 3.3.**  
*Intenciones de elección laboral de los estudiantes universitarios en Cantabria*



**Figura 3.4.**  
*Intención emprendedora (fundadores) por ramas de conocimiento*



**Figura 3.5.**  
*Intención emprendedora (fundadores) por género*



### 3.4.2. Determinantes de la intención emprendedora

Siguiendo el modelo de estudio propuesto por los investigadores del proyecto GUESSS en su informe internacional 2013/2014 (Sieger *et al.*, 2014), a continuación se analiza la percepción de los estudiantes de Cantabria sobre cuatro antecedentes directos de la intención emprendedora: el contexto universitario, el contexto familiar, las motivaciones personales y el contexto social y cultural de los estudiantes.

#### a) El contexto universitario

En primer lugar es fundamental analizar el rol que el contexto universitario juega en la generación de una mayor conciencia e intención emprendedora entre los estudiantes. De esta manera, el diseño, contenido y efectos de la enseñanza universitaria del emprendimiento en la intención emprendedora representa una línea de investigación principal en este campo de estudio (Lima *et al.*, 2014).

Estamos necesitados de un emprendimiento universitario, para lo que es preciso contar con estudiantes entrenados en capacidades emprendedoras en universidades que apuesten por el emprendimiento integral. La forma de potenciar ese emprendimiento universitario debe surgir de la colaboración entre universidades, empresas y administraciones públicas, creando proyectos que permitan a los jóvenes desarrollar sus ideas en un contexto que les facilite la formación, presencial y on-line, el reconocimiento de oportunidades y el aprendizaje y valor social.

Alineada con este planteamiento se encuentra la apuesta de CISE a través de sus diferentes iniciativas, orientadas a fomentar las habilidades emprendedoras de los jóvenes universitarios mediante la sensibilización, la formación en emprendimiento de alta calidad y el acompañamiento a los emprendedores. Entre los programas de sensibilización uno de los más destacados es el “e2: Estudiante x Emprendedor”, enfocado a fomentar el emprendimiento entre universitarios

mentorizado por empresarios locales. Este programa permite entrenar a estudiantes en la generación de ideas de negocio, desarrollar competencias y habilidades transversales que mejoren su empleabilidad, acercar a los empresarios a la universidad y facilitar su conexión con el talento joven. Se trata de unir el talento universitario con la experiencia empresarial de donde se puedan generar proyectos innovadores.

Entre los programas destacados de CISE orientado al acompañamiento de los jóvenes emprendedores está el Yuzz, que brinda asesoramiento y formación a jóvenes de entre 18 y 31 años que quieran desarrollar una idea de base tecnológica. Yuzz pone a disposición de los participantes múltiples centros de trabajo con infraestructura y equipamiento distribuidos por toda España, además de proporcionarles programas de tutoría y asesoría multidisciplinares y el apoyo de una amplia red de expertos.

Y dentro de los programas de formación cabe resaltar el Máster en Emprendimiento, con el que se pretende proporcionar a los jóvenes una formación transversal que mejore su empleabilidad y les permita desarrollar sus ideas de negocio ofreciéndoles un entorno que les facilite el proceso, les permita experimentar y estar en contacto con el mundo empresarial.

En relación con la educación en emprendimiento el primer factor que se analiza en este estudio es la asistencia a cursos de emprendimiento en su formación académica y profesional. Los resultados de la encuesta indican que tan sólo un 1,3% de los encuestados en Cantabria están cursando un programa específico en este ámbito, mientras que casi dos terceras partes de los mismos (69,6%) no han asistido nunca a un curso específico de emprendimiento.

Además, los resultados muestran que en muy pocos casos existen cursos de emprendimiento obligatorios en los programas formativos ofertados por las

instituciones educativas en Cantabria (tan sólo el 1,5% de los encuestados ha asistido a un curso de emprendimiento como parte obligatoria de sus estudios), si bien estos empiezan a incorporarse con más fuerza como formación optativa (un 25,8% de los estudiantes han cursado una materia de emprendimiento de manera optativa).

**Tabla 3.1. Porcentaje de asistencia a cursos de emprendimiento**

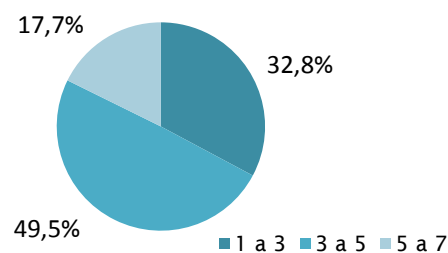
1	Estoy estudiando un programa específico de emprendimiento	1,3%
2	He asistido al menos a un curso de emprendimiento como parte obligatoria de mis estudios	1,5%
3	He asistido al menos a un curso optativo de emprendimiento	25,8%
4	No he asistido a un curso sobre emprendimiento hasta ahora	69,6%

A continuación, para evaluar la calidad de tal formación en emprendimiento en el contexto universitario de Cantabria, a los estudiantes se les pidió también que valorasen (escala Likert 1-7) en qué medida los cursos a los que asistieron mejoraron sus conocimientos, competencias y capacidades en diversas áreas. Se observa que un 32,8% de los estudiantes de Cantabria valoran la calidad de la enseñanza por debajo de 3 puntos. Sin embargo, un 49,5% de los mismos valoran el proceso de aprendizaje entre 3 y 5 puntos y un 17,7% por encima de 5 puntos. En cualquier caso, y a la vista de los resultados, se confirma que aún existen carencias significativas en la formación en emprendimiento de la región que deben ser abordadas para mejorar la calidad de los cursos y titulaciones ofertadas.

#### b) El contexto familiar

El segundo antecedente de las intenciones emprendedoras es el contexto familiar de los estudiantes, para el cuál se analiza la existencia de progenitores emprendedores y las perspectivas laborales de los estudiantes en función de dicho contexto familiar.

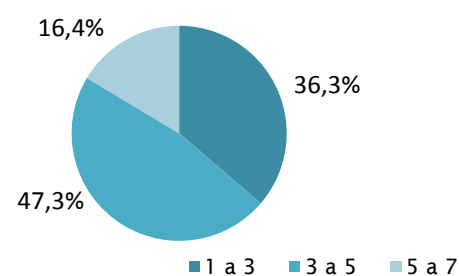
**Figura 3.6. Valoración del proceso de aprendizaje emprendedor**



Otro aspecto que se analiza es el clima emprendedor en el contexto universitario de la región. Un 36,3% de los estudiantes lo valoran en Cantabria por debajo de 3 puntos.

Por su parte, casi la mitad de los estudiantes (47,3%) valoran dicho clima entre 3 y 5. En líneas generales, estos datos revelan una valoración neutra (incluso algo baja) de esta variable.

**Figura 3.7. Valoración del clima emprendedor en el contexto universitario**

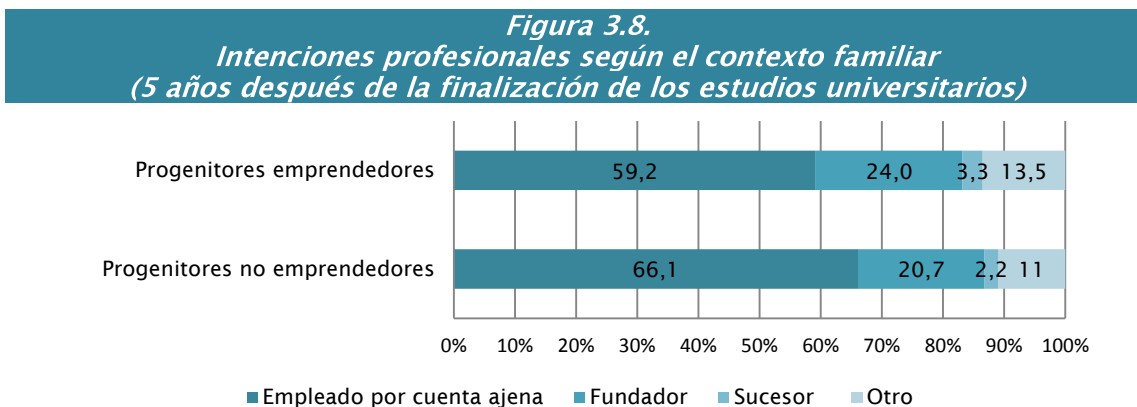


Para el siguiente análisis, se divide la muestra entre los estudiantes con progenitores emprendedores (30,8%) y estudiantes sin progenitores emprendedores (69,2%) y se examinan las intenciones profesionales de los encuestados cinco años después de acabar sus estudios universitarios. Los resultados muestran que existen notables diferencias en las intenciones de cada tipo de estudiante.



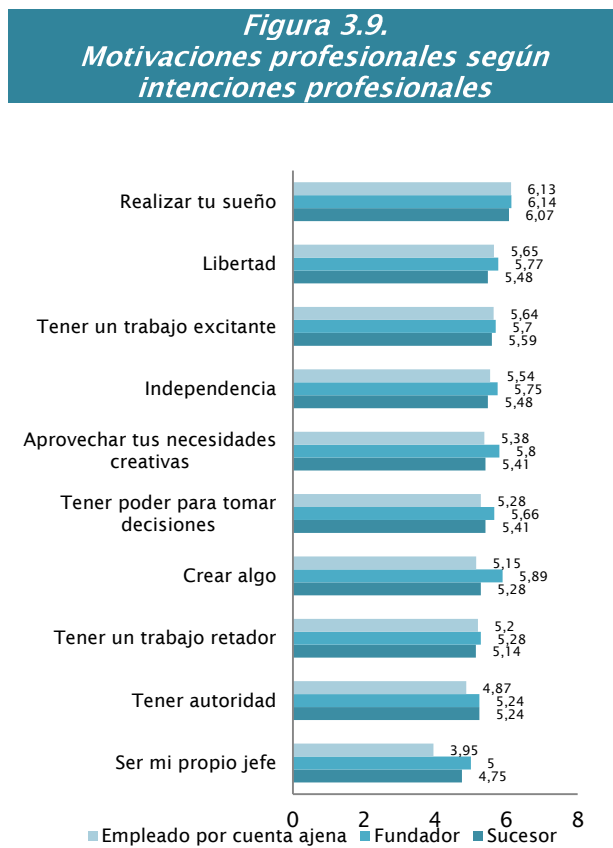
Concretamente, se confirma la expectativa de que los estudiantes con progenitores emprendedores tienen una mayor predisposición a verse como futuros fundadores de una empresa (24% vs. 20,7%) o sucesores de sus padres en el negocio familiar (3,3% vs. 2,2%), mientras que los estudiantes sin progenitores emprendedores suelen optar por la opción del empleo por cuenta ajena en un mayor porcentaje de casos (66,1% vs. 59,2%).

Ciertamente, es de destacar que las pequeñas diferencias observadas en la categoría “sucesor” son coherentes con el hecho de que los estudiantes sin padres progenitores no cuentan con la alternativa de continuar un negocio familiar. Sin embargo, las marcadas diferencias de las categorías “empleado” y “fundador” permiten confirmar la premisa de que el contexto familiar es importante a la hora de moldear las intenciones emprendedoras de los jóvenes.



**c) Las motivaciones personales**

Un tercer factor determinante de la intención emprendedora son las motivaciones personales de los estudiantes a la hora de decidir su futuro profesional. A este respecto, la principal motivación profesional es la de “realizar tu sueño”, seguida de “tener un trabajo excitante” y conseguir “libertad”. Las motivaciones menos importantes son “ser mi propio jefe”, “tener autoridad” y “tener un trabajo retador”. Además, se analizan las diferentes motivaciones de los estudiantes en función de las intenciones profesionales de los mismos cinco años después de finalizar sus estudios universitarios. Concretamente, se analizan las motivaciones anteriores en las submuestras de “empleado por cuenta ajena”, “fundador” y “sucesor”. Los resultados del análisis muestran que los potenciales fundadores de empresas son, por lo general, personas con mayores motivaciones profesionales que los estudiantes orientados a ser empleados por cuenta ajena o, incluso, sucesores en negocios ya existentes.



## d) El contexto socio-cultural

Para comprender cómo influye este último factor en las intenciones de los estudiantes en Cantabria se analizan dos conceptos: la norma subjetiva y el riesgo percibido.

El primero de ellos hace referencia a la perspectiva que tiene el individuo sobre la respuesta de su entorno familiar y social ante una determinada decisión tomada por el sujeto. La teoría general de emprendimiento plantea que, cuanto mejor es esa perspectiva, mayores son las intenciones de la persona para realizar una actividad emprendedora.

### 3.4.3. Comportamiento emprendedor

Una vez analizadas las intenciones de los estudiantes a la hora de escoger una opción profesional, así como los determinantes de sus intenciones emprendedoras, pasamos a

En este estudio se pidió a los estudiantes que evaluaran la posible reacción de su “familia más cercana”, “amigos” y “compañeros de estudios”. Los resultados arrojan una media de 5,7 puntos sobre 7 para la muestra cántabra. Por tanto, puede afirmarse que la percepción del contexto social es positiva en Cantabria y, consecuentemente, presenta un buen potencial para fomentar el espíritu emprendedor en la sociedad. En cuanto al riesgo percibido por los estudiantes para emprender, la media se sitúa en 4,8 sobre 7.

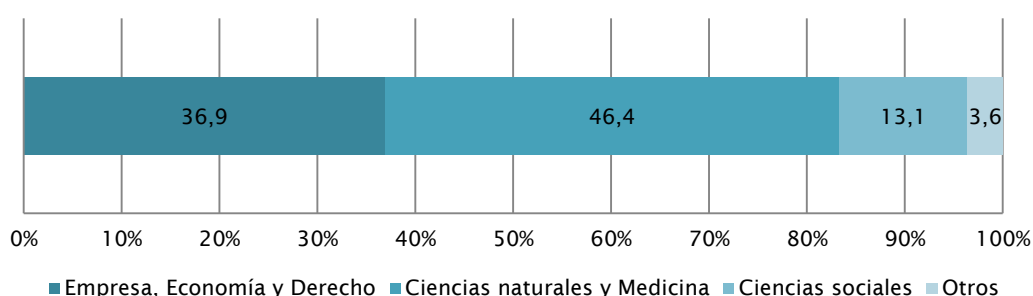
estudiar más en detalle a aquellos estudiantes que han mostrado un claro perfil más emprendedor.

#### 3.4.3.1. Emprendedores nacientes

Del total de estudiantes participantes en el estudio en Cantabria, se denomina “emprendedores nacientes” a aquellos que contestaron afirmativamente a la siguiente pregunta: “¿Estás actualmente tratando de iniciar tu propio negocio/convertirte en autoempleado?”. Sólo un 6,6% de la muestra

resulta serlo. La figura 3.10 muestra la distribución de este colectivo según las ramas de estudios descritas en el apartado 3. Una vez más, al diferenciar por género, los hombres resultan ser más emprendedores (61,9%) que las mujeres (38,1%).

**Figura 3.10.**  
*Distribución de emprendedores nacientes en Cantabria según rama de estudios*



Una vez conocido quiénes son los emprendedores nacientes, es importante determinar algunas de las características de la actividad emprendedora de los mismos. En este sentido, un 73,3% de los emprendedores nacientes ha recopilado información sobre el

mercado o sus competidores, un 45% ha discutido la idea de negocio con potenciales clientes y un 43,3% incluso ha escrito ya su plan de negocios.

Los sectores de actividad donde está previsto que los emprendedores nacientes funden sus empresas son fundamentalmente tres: “Tecnologías de la información y la comunicación” (20,3%), “Arquitectura e Ingeniería” (17,2%) y “Turismo y gastronomía” (15,6%). Por otra parte, la mayoría tiene la intención de crear la empresa con uno o dos socios (54,8%). Sin embargo, existe también un alto porcentaje que tiene previsto iniciar la

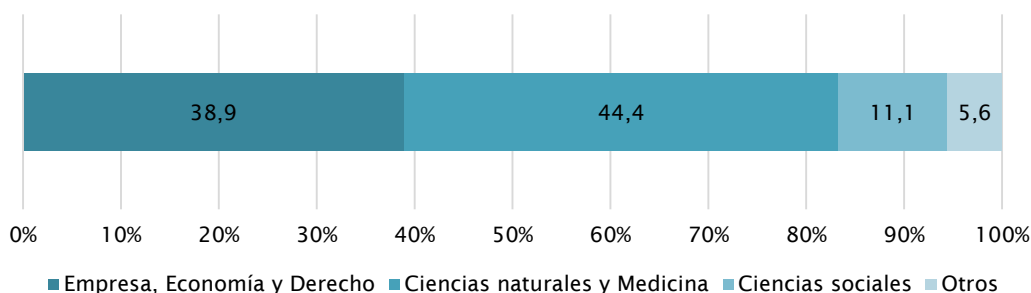
actividad en solitario (25,8%). Finalmente, resulta de especial interés el grado de novedad de los productos o servicios que los emprendedores nacientes pretenden ofrecer al mercado. El 72% revela que su oferta sería novedosa para la mayoría o incluso para todos sus clientes. Esto pone de manifiesto el enfoque innovador que quieren adoptar las nuevas empresas en Cantabria.

### 3.4.3.2. Emprendedores activos

Se denomina “emprendedores activos” a aquellos estudiantes que contestaron afirmativamente a la siguiente pregunta: “¿Estás actualmente operando/gestionando tu propio negocio o ya estás auto-empleado?”.

En este caso, el 2,8% de los encuestados pertenece a esta categoría. En la figura 3.11 muestra la distribución de este colectivo según las ramas de estudios.

**Figura 3.11.**  
**Distribución de emprendedores activos en Cantabria según rama de estudios**



En relación al género, los porcentajes se mantienen prácticamente inalterados en relación a los emprendedores nacientes, representando los varones el 61,1% frente al 38,9% de las mujeres.

Analizando las empresas ya constituidas uno de los factores más significativos es el sector donde se encuentran. En este aspecto, los resultados muestran un claro predominio del sector “Turismo y gastronomía” con un 21,1% del total. Esto puede deberse a que el sector turístico cuenta en la comunidad cántabra con una larga tradición y ha supuesto una importante transformación para algunas de

las zonas de la región. En cuanto a los socios o co-fundadores, los datos muestran que alrededor de un 62,6% de los emprendedores activos han creado su empresa con uno o dos socios. El 25% opta por emprender sin asociarse.

Finalmente, se plantea una serie de cuestiones relativas al rendimiento de los negocios creados por los emprendedores en relación con sus competidores. La Tabla 3.2 recoge las dimensiones evaluadas y las medias correspondientes a cada una de ellas. El valor medio se sitúa en 4,3, lo que representa una percepción del rendimiento ligeramente superior al de la competencia.

**Tabla 3.2. Percepción del rendimiento de las empresas creadas por los emprendedores en Cantabria**

Dimensiones Evaluadas	Media (Likert 1-7)
Crecimiento de las ventas	4,37
Crecimiento de la cuota de mercado	4,18
Crecimiento de los beneficios	4,31
Creación de empleo	3,71
Carácter innovador	5,17

### 3.5. Conclusiones

La situación económica actual ha provocado que el concepto de emprendimiento sea, hoy en día, el foco de atención para muchos investigadores e instituciones. El monográfico que se integra en la presente edición de GEM Cantabria aborda un estudio que entendemos clave para conocer la intención y el comportamiento emprendedor de la región. El mismo se ha llevado a cabo a partir del análisis de la base de datos GUESSS Cantabria 2013/2014.

Como se puede apreciar, un porcentaje significativo de estudiantes universitarios tiene en mente convertirse en emprendedor con el paso del tiempo, si bien la mayoría de ellos desean ser primero empleados por cuenta ajena. Este escenario se refleja con mayor intensidad en los estudiantes de “Ingeniería y arquitectura”.

Entre los determinantes de la intención emprendedora destacan tres aspectos. En primer lugar, se observan carencias significativas en la formación en emprendimiento, a las que se debe hacer frente si se pretende mejorar su calidad. Como se ha comentado anteriormente desde CISE ya se está trabajando en este punto, a través de las diferentes iniciativas puestas en marcha para mejorar la cantidad y calidad de los programas de formación en emprendimiento, donde los jóvenes pueden encontrar diferentes programas en los que desarrollar sus habilidades emprendedoras. Los buenos resultados obtenidos en estos

programas de CISE sirven como ejemplo de buenas prácticas para así poder replicarlos en otros contextos universitarios, de modo que se alcance a un mayor número de jóvenes y se pueda sensibilizar a la sociedad sobre la necesidad de tener una cultura emprendedora e innovadora y el importante papel que juegan las universidades en este reto.

También se confirma la expectativa de que los estudiantes con progenitores emprendedores están más predispuestos a fundar una empresa en el futuro. Por último, la percepción del contexto social es positiva en Cantabria, convirtiéndose en un elemento potencial para fomentar el espíritu emprendedor en la región.

En cuanto al comportamiento emprendedor se identifican un 6,6% de emprendedores naces y un 2,8% de activos. Entre los primeros el sector de actividad preferente es el de “Tecnologías de la información y la comunicación”, mientras que aquellos que ya han iniciado su actividad se ubican fundamentalmente en el sector “Turismo y gastronomía”.

En todos los casos, el espíritu emprendedor es mayor en el colectivo masculino que en el de las mujeres, lo cual pone de manifiesto la importancia de profundizar más en el estudio de esta variable y sus causas.

Como se ha puesto de manifiesto en el presente trabajo estamos necesitados de una mayor y mejor formación en emprendimiento

así como de un fomento de la cultura emprendedora en nuestra sociedad. Es por ello que desde CISE, desde el mismo instante de su creación, ya se trabaja para reforzar estos aspectos, a través de las diferentes iniciativas puestas en marcha para mejorar la cantidad y calidad de los programas de formación en emprendimiento, sensibilización y acompañamiento donde los jóvenes pueden desarrollar sus habilidades emprendedoras. Los buenos resultados obtenidos en estos programas de CISE sirven como ejemplo de buenas prácticas para así poder replicarlos en otros contextos universitarios, de modo que se alcance a un mayor número de jóvenes y se pueda sensibilizar a la sociedad sobre la necesidad de tener una cultura emprendedora e innovadora y el importante papel que juegan las universidades en este reto.

Por último, cabe destacar que este análisis puede resultar de utilidad para diferentes colectivos. Entre ellos destaca la universidad participante ya que, de esta manera, está capacitada para evaluar la cantidad y la calidad de su oferta en el contexto de la iniciativa emprendedora. Por otro lado, puede servir a los políticos y la sociedad para tomar conciencia de la importancia del emprendimiento en general y de la creación de nuevas empresas en particular, e identificar la necesidad de actuar en este sentido. Para finalizar, permite a los estudiantes conocer algunas características de la actividad emprendedora en su región, además de beneficiarse a largo plazo de la posible implementación de las acciones realizadas por los dos grupos anteriores.

## 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 behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(1), 1-20.

Alemany, L., Alvarez, C., Planellas, M. y Urbano, D. (2011): *Libro Blanco de la Iniciativa emprendedora en España*. Fundación Príncipe de Girona. ESADE Entrepreneurship Institute. [On-line] disponible en:

<http://www.esade.edu/research-webs/esp/eei/investigacion/proyectos>.

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

GEM España (2015): *Informe Ejecutivo Global Entrepreneurship Monitor 2014*. [On-line] disponible en:

[http://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2015/04/GEM\\_es\\_2014.pdf](http://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2015/04/GEM_es_2014.pdf).

Giacomin, O., Janssen, F., Pruett, M., Shinnar, R.S., Llopis, F. y Toney, B. (2011): Entrepreneurial intentions, motivations and barriers: Differences among American, Asian and European students. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 219- 238.

Gobierno de España (2015): *Retrato de las Pyme 2015*. Madrid: Subdirección General de Apoyo a la Pyme, Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

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

Lee, S.M., Lim, S.B., Pathak, R.D., Chang, D. y Li, W. (2006): Influences on students attitudes toward entrepreneurship: a multi- country study. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 2(3), 351- 366.

Lima, E., Lopes, R.A., Nassif, V.M.J. y Silva, D. (2014): Opportunities to improve entrepreneurship education: Contributions considering Brazilian challenges. *Journal of Small Business Management*, aceptado para su publicación.

Liñán Alcalde, F. y Guzmán Cuevas, J.J. (2005): Evolución de la educación empresarial en Estados Unidos y Europa: su papel como instrumento de desarrollo. *Revista de Economía Mundial*, (12), 149- 171.

Raposo, M. y Do Paço, A. (2011): Entrepreneurship education: Relationship between education and entrepreneurial activity. *Psicothema*, 23(3), 453- 457.

Rasmussen, E. A. y Sørheim, R. (2006): Action- based entrepreneurship education. *Technovation*, 26(2), 185- 194.

Sieger, P., Fueglistaller, U. y Zellweger, T. (2014): *International Report of the Guesss Project 2013/2014. Student Entrepreneurship across the Globe: A look at intentions and activities*. Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship, University of St. Gallen.

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