

CAPÍTULO 12

LA ACTITUD EMPRENDEDORA DEL UNIVERSITARIO VALENCIANO

Iván Arribas Fernández

José Vila Gisbert

Universitat de València (España)

ivan.arribas@uv.es / jose.e.vila@uv.es

INTRODUCCIÓN

La creación de empresas es uno de los motores básicos de la economía, máxime cuando el mercado laboral sufre un largo periodo de estancamiento o los contratos laborales son en alto porcentaje precarios.

Tradicionalmente el titulado universitario ha sido reacio a crear su propia empresa, por lo que las autoridades económicas y educativas han estado trabajando intensamente para cambiar esta realidad social, incentivando económicamente a los emprendedores.

Para valorar la eficacia de las políticas que fomentan el emprendedurismo es necesario disponer de información actualizada y fiable que permita:

- Diseñar estrategias de potenciación de la actitud emprendedora,
- Evaluar las acciones emprendidas.

En este marco se puede destacar iniciativas como el proyecto PISA de la OCDE, estudios realizados por entidades públicas y privadas y esta misma línea de investigación.

Los objetivos que pretender cubrir los autores son:

- Cuantificar la iniciativa emprendedora del estudiante universitario
- Conocer sus prioridades laborales y su percepción de las distintas salidas profesionales
- Identificar los factores determinantes del carácter emprendedor.

Esta investigación es una continuación de la ya realizada por Vila en el 2001 y cuyos resultados se compararán con la presente.

I. Arribas Fernández, J. Vila Gisbert

METODOLOGÍA

Para cubrir los objetivos planteados en el presente artículo se ha realizado una estudio de mercado entre los jóvenes universitarios de valencia de las carreras de Economía, Empresariales, ADE y Marketing, por ser éstas las que en mayor medida concentran jóvenes emprendedores. La encuesta se pasó a alumnos de los últimos cursos de cada titulación.

La muestra consta de 296 universitarios de los cuales 162 eran mujeres (56,3%) y los restantes 126 eran varones (43,8%). Del total de la muestra cursaban sus estudio en centros públicos el 67,6% y en privados el 32,4%. Además, la distribución por carreras era la siguiente: Economía 130 encuestados (43,9%), Empresariales 24 (8,1%), ADE 80 (27,0%) y Marketing 62 alumnos (20,9%) (Ver figuras 1 y 2).

FIGURA 1.
DISTRIBUCIÓN POR SEXOS SEGÚN CARRERA

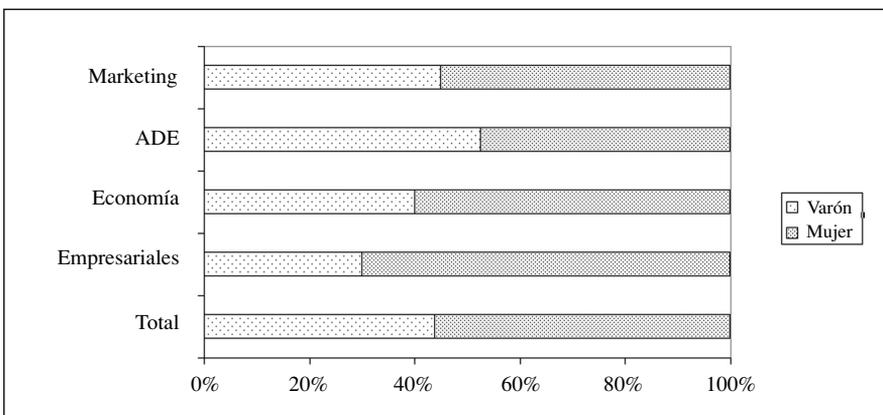
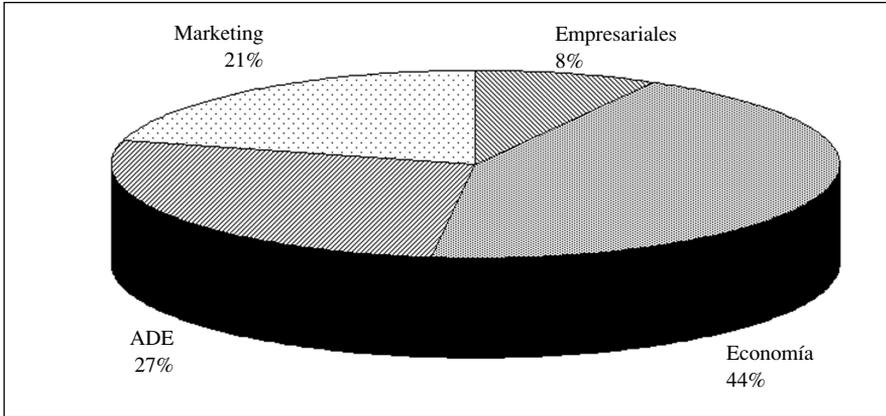


FIGURA 2.
DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR TITULACIÓN



La edad media de los estudiantes oscila según la titulación, siendo de 232,5 años para los alumnos de Economía y ADE y de 222 para los de Empresariales y Marketing.

Además, se observa que dos de cada tres universitarios residen mientras estudian en casa de sus padres o familiares, 65,4%, y en segundo lugar en un piso con amigos (27,9%). Esta segunda opción es más común entre los alumnos de último curso de titulaciones superiores o entre los alumnos de universidades privadas.

En relación a su contacto con el mundo laboral, el 81,8% de los alumnos declara que ya ha trabajado, principalmente cuando no hay clases o simultaneándolas con éstas.

De esta forma la cota del error muestral cometido, para un nivel de confianza del 95% y en el peor de los casos ($p=q=0,5$) es de 5,7%.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación se detallan los resultados principales de la investigación.

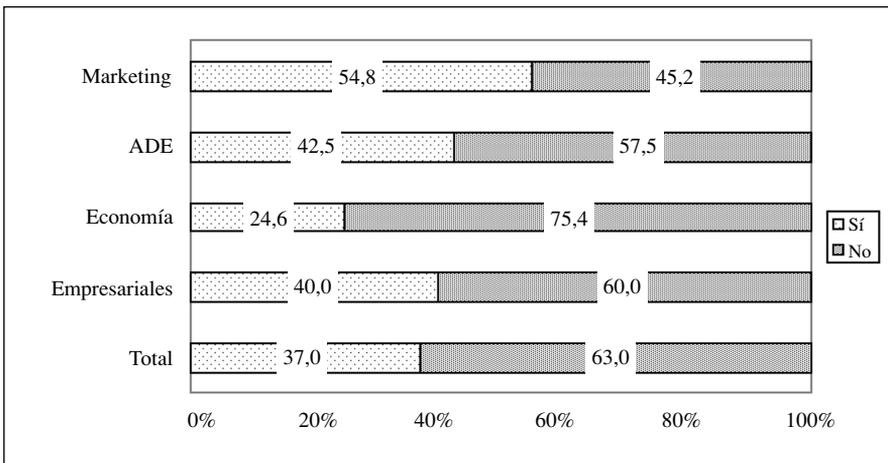
Actitud emprendedora

Un 37% de los alumnos manifiestan un deseo de crear su empresa al finalizar los estudios. Este porcentaje varía según la titulación que cursan y el tipo de centro universitario. Así, se observa que los alumnos de las titulaciones de Marketing (todos en universidades privadas) son más emprendedores que los restantes

I. Arribas Fernández, J. Vila Gisbert

(54,8%), siendo los menos emprendedores los alumnos de Economía (24,6%). Los alumnos que asisten a universidades privadas también muestran un mayor deseo de crear su propia empresa (58,3%) (ver figura 3).

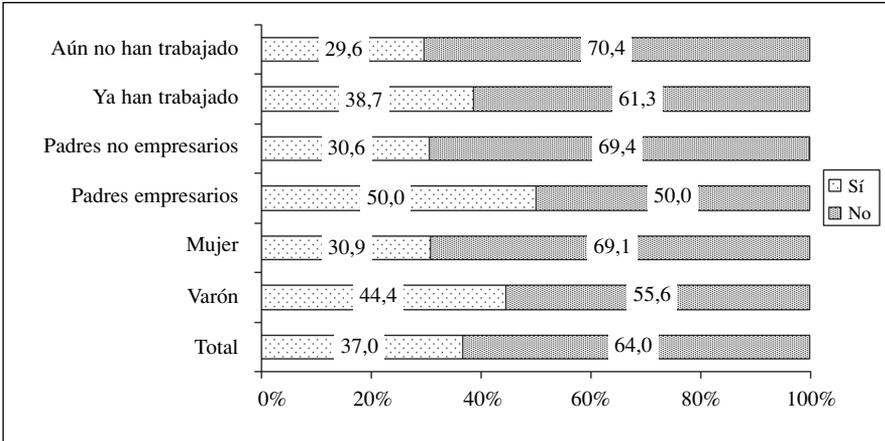
FIGURA 3.
INTENCIÓN DE EMPRENDER UNA ACTIVIDAD EMPRESARIAL AL FINALIZAR LOS ESTUDIOS



Otros aspectos que muestran estar relacionados con la iniciativa empresarial son el sexo del alumno, la presencia de antecedentes familiares o el hecho de haber trabajado previamente. En concreto, entre los varones el porcentaje de emprendedores es del 44,4% frente al de las mujeres que es del 30,9%; también entre los alumnos cuyos padres son propietarios de algún negocio o empresa se detecta una mayor actitud emprendedora, manifestando el 50,0% de dichos alumnos el deseo de crear su propia empresa; además, son los alumnos que ya han trabajado los que mayor actitud emprendedora presentan (ver figura 4).

La actitud emprendedora del universitario valenciano

FIGURA 4.
INTENCIÓN DE CREAR EMPRESA



Se observa un importante avance desde 1996, año en que el porcentaje de universitarios emprendedores era de un 2,9%. Sin embargo, en un estudio similar realizado en 2001 ya se estimó en un 33,8% el porcentaje de emprendedores. Parece, por tanto, que en los últimos años no han cambiado las condiciones socio-económicas lo suficiente como para que la actitud del joven hacia el autoempleo varíe.

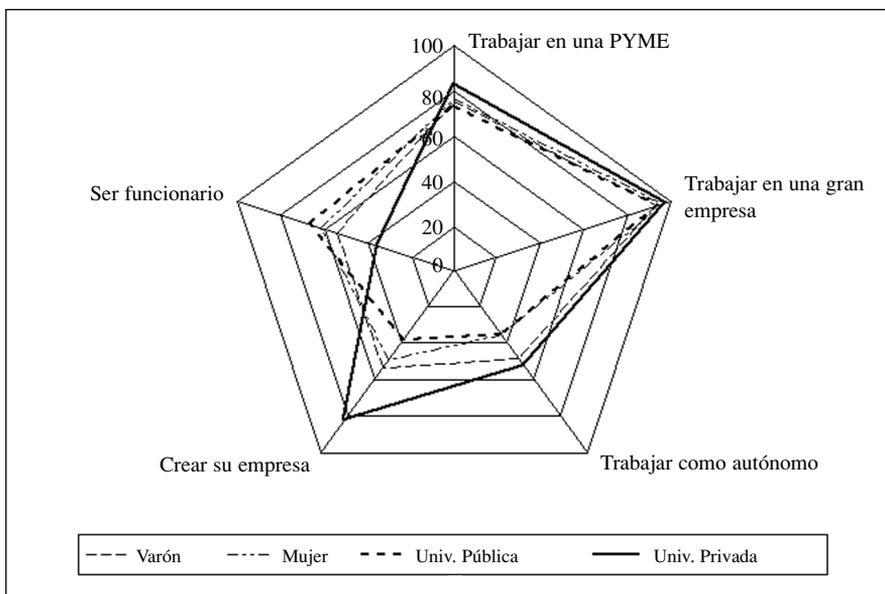
Interés por las diferentes salidas profesionales

Independientemente de la actitud emprendedora, el joven universitario valenciano manifiesta un claro interés en trabajar en una gran empresa, opción que valoran como interesante en un 95,2% de los casos o en una PYME, interesante para el 76,0% de los entrevistados. La opción menos interesantes es la de trabajar como profesional liberal.

Estos resultados no varían al considerar el sexo del entrevistado pero sí al tener en cuenta el tipo de centro universitario. Los alumnos de empresas privadas son más reacios que los de empresas públicas a ser funcionarios y están más interesados en crear su empresa o trabajar en una PYME (ver figura 5).

I. Arribas Fernández, J. Vila Gisbert

FIGURA 5.
INTERÉS EN SALIDAS PROFESIONALES



Estos resultados son similares a los alcanzados en el estudio realizado hace dos años.

Sin embargo el interés de la investigación es entender cual es el perfil de joven emprendedor desde dos vertientes. Por una lado analizar que aspectos de un puesto de trabajo vincula el joven a cada tipo de salida profesional y así poder identificar que desea el emprendedor en su puesto de trabajo. Paralelamente es determinante identificar los rasgos de la personalidad de los jóvenes emprendedores respecto de los restantes jóvenes.

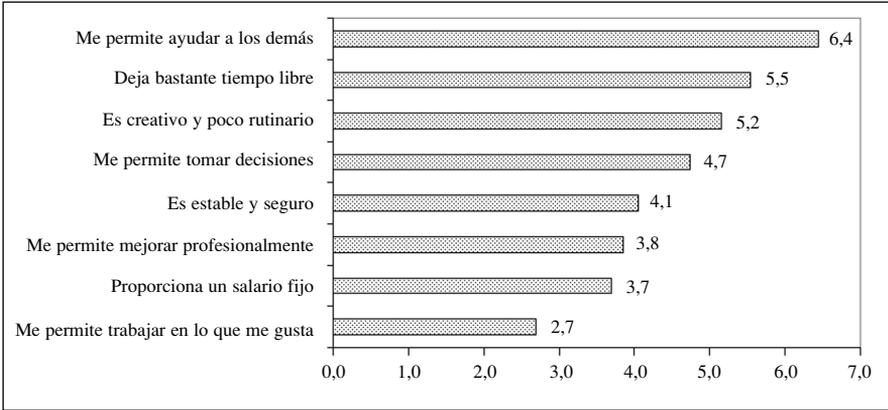
Para poder dar respuesta a estos dos planteamientos se ha realizado un análisis Factorial de Correspondencias cuyos resultados se muestran a continuación.

Salidas profesionales según actitud ante el puesto de trabajo

En general, el aspecto que más valora el joven en el puesto de trabajo es que le guste lo que realiza, seguido de que le proporcione un salario fijo y que le permita mejorar profesionalmente. De la misma forma, los aspectos del puesto de trabajo menos importantes son que le permita ayudar a los demás, que le deje tiempo libre y que sea creativo y poco rutinario. Parece, por tanto, que el joven se decanta por un trabajo con proyección de futuro y estable sin importarle que sea a costa de estar ocupado muchas horas y rutinario (ver figura 6).

La actitud emprendedora del universitario valenciano

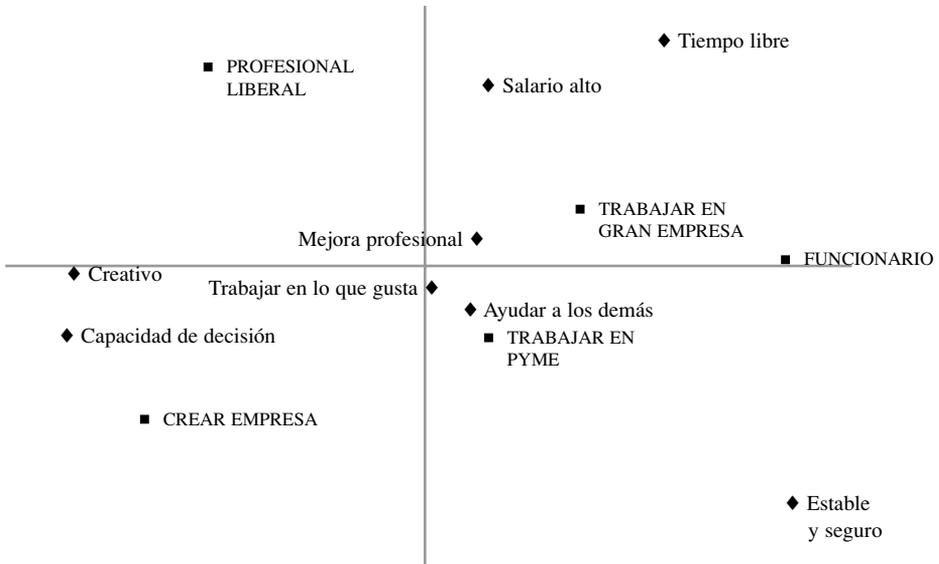
FIGURA 6.
VALORACIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO



1: El más importante / 8: El menos importante).

Sin embargo, claramente la valoración de los aspectos del puesto de trabajo varían según el interés que tiene el joven por un tipo de salida profesional u otro¹.

FIGURA 7.



1. Las dos primeras dimensiones del análisis de correspondencias explican el 90% de la contribución total.

I. Arribas Fernández, J. Vila Gisbert

Un análisis en detalle de las relaciones que existen entre puesto de trabajo y salidas laborales muestra:

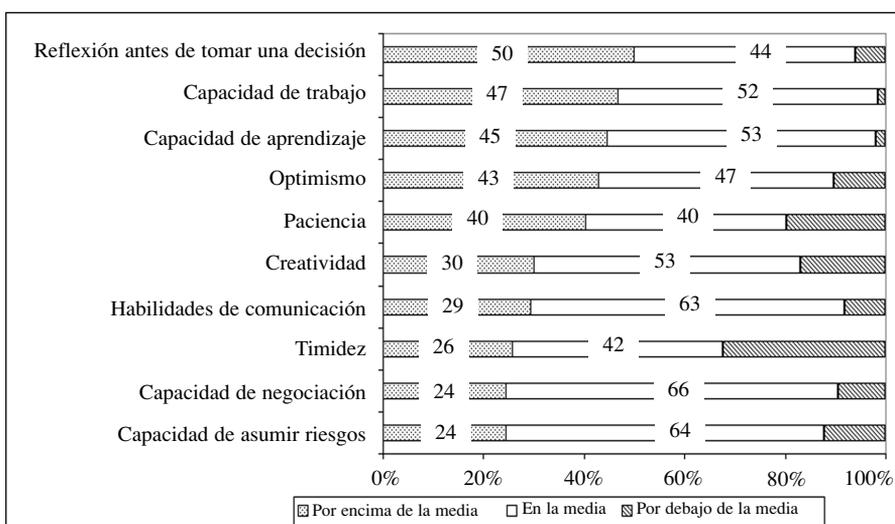
- Los jóvenes posicionan de forma claramente diferenciada el trabajar en una empresa o ser funcionario respecto de ser profesional liberal o crear su empresa.
- Igualmente contraponen los aspectos de un puesto de trabajo como son la creatividad o capacidad de decisión con aspectos como salario fijo o tiempo libre.
- Ser funcionario es interesante para jóvenes que valoran el tiempo libre y la estabilidad.
- Crear una empresa se asocia a creatividad, capacidad de decisión y falta de tiempo libre.
- Trabajar como profesional se asocia a los mismos aspectos que crear una empresa, pero se distingue de ésta en que también se asocia a salario alto.

Por tanto el joven universitario tiene claro que en un puesto de trabajo la creatividad y capacidad de decisión se oponen a la estabilidad y seguridad, y crear su propia empresa consideran que supone inestabilidad y ausencia de tiempo libre.

Salidas profesionales según rasgos personales

El encuestado tiene una alta opinión de si mismo, viéndose en gran medida por encima de la media en los rasgos de 'reflexión antes de la toma de decisiones', 'Capacidad de trabajo' y 'Capacidad de aprendizaje'. Los aspectos en los que peor se valoran son 'Capacidad de asumir riesgos', 'Capacidad de negociar' y 'Timidez' (ver figura 8).

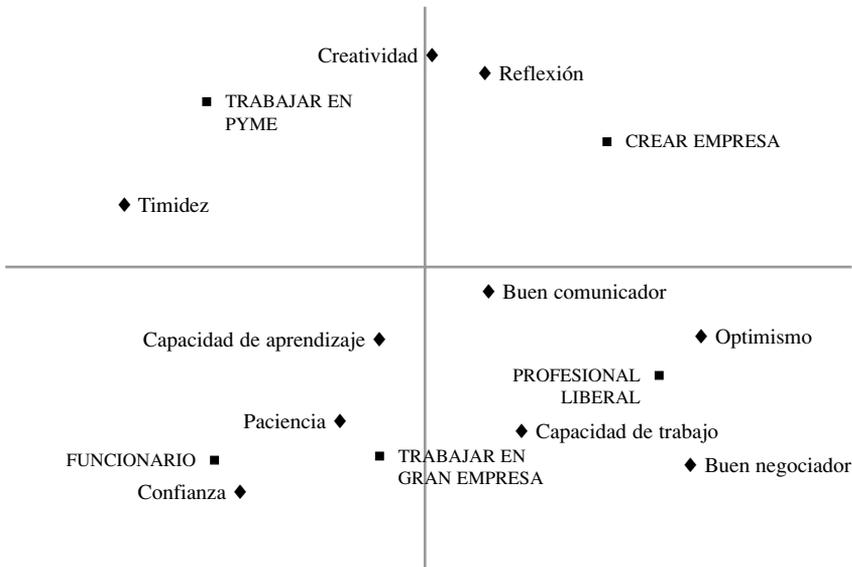
FIGURA 8.
AUTO PERCEPCIÓN DEL ESTUDIANTE



La actitud emprendedora del universitario valenciano

Pero, ¿cuáles son los rasgos de carácter que se asocia el emprendedor de forma diferencial?²

FIGURA 9.



- Los jóvenes vuelven a posicionar de forma claramente diferenciada el trabajar en una empresa o ser funcionario con ser profesional liberal o crear su empresa.
- También contraponen la timidez, paciencia y confianza con el optimismo, la capacidad negociadora y de trabajo.
- Sorprendentemente, ser funcionario es interesante para jóvenes que se valoran como pacientes y con confianza, pero poco reflexivos.
- Crear una empresa es valorado por universitarios que se ven como reflexivos y creativos, pero poco pacientes.
- Trabajar como profesional se asigna a los rasgos de optimismo, buen negociador y capacidad de trabajo.

La asignación de rasgos a intereses laborales no es tan clara como la realizada para los puestos de trabajo. Quizás la elevada valoración que tienen los alumnos de sí mismos esté desvirtuando los resultados y restándoles validez. Obsérvese en el gráfico 8 que escasamente los alumnos se valoran por debajo de la media.

² Las dos primeras dimensiones del análisis de correspondencias explican el 91% de la contribución total.

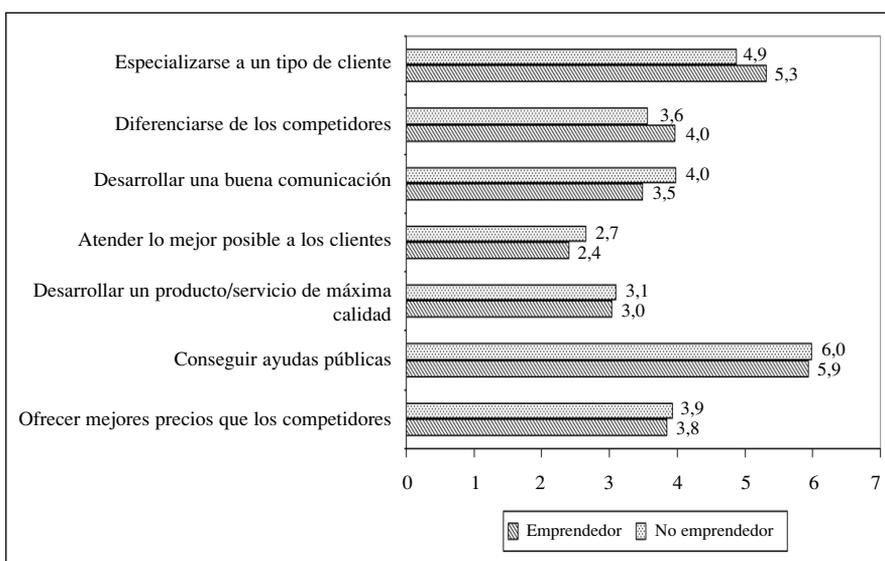
I. Arribas Fernández, J. Vila Gisbert

Análisis de otros aspectos y la actitud emprendedora

El joven universitario prefiere trabajar mayoritariamente en equipo (77,9%) frente a sólo; en temas de gestión (82,9%) frente a temas comerciales; en contacto con el cliente (69,7%); con salario fijo (68,3%) frente a variable; con personas a su cargo (67,1%) y sin superior jerárquico (62,8%). Estos rasgos son más frecuentes entre el joven emprendedor, excepto la preferencia por el salario fijo.

Respecto de su capacidad estratégica, no existen diferencias importantes según el carácter emprendedor. En general, la atención al cliente y la calidad son los aspectos que creen más importantes como estrategia de empresa. Conseguir ayudas públicas o especializarse en un tipo de cliente son las estrategias peor valoradas (ver figura 10).

FIGURA 10.
VALORACIÓN MEDIA DE ASPECTOS ESTRATÉGICOS



1: El más importante / 7: El menos importante).

El proyecto del joven emprendedor

Si consideramos el colectivo de alumnos que desean crear su empresa al finalizar sus estudios y analizamos las características del proyecto nos encontramos con las siguientes.

La actividad empresarial de las nuevas empresas sería muy variada: sector textil, metalúrgico, servicios, asesoría, etc. Aunque muchos alumnos manifiestan que aun no lo tienen claro.

La actitud emprendedora del universitario valenciano

El 80,0% de los emprendedores iniciaría su actividad con socios. Respecto de la forma de financiar el proyecto, la mayoría optan por fórmulas mixtas, que combinan el préstamo bancario, citado por un 53,1%, las ayudas públicas (46,9%) y socios capitalistas (30,6%).

CONCLUSIONES

En los últimos dos años el carácter emprendedor del joven universitario ha aumentado ligeramente, pasando de un 31,8% a un 37%. Por tanto, uno de cada tres universitarios manifiesta su intención de crear un empresa al finalizar los estudios. El carácter emprendedores más alto entre los universitarios de la titulación de Marketing o entre los que cursan sus estudios en universidades privadas.

Los proyectos empresariales se realizarían con socios, se financiarían con préstamos bancarios y subvenciones públicas y pertenecen a múltiples sectores.

El deseo de crear un empresa está principalmente asociado a las características que un joven busca en su futuro puesto de trabajo. Entre los emprendedores es más frecuente una búsqueda de un puesto con capacidad de decisión, con salario variable, creativo, en temas comerciales, etc.

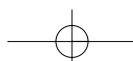
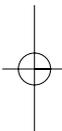
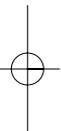
No parece tan inmediato que el joven emprendedor se auto-perciba de forma diferente al no emprendedor. Igualmente, la visión estratégica del joven universitario no difiere según el carácter emprendedor.

Parece claro que hay que avanzar todavía para potenciar el carácter emprendedor y lograr salir del estancamiento en que parece situarse estos dos últimos años. Además la comunicación de las campañas de potenciación debe basarse en los aspectos diferenciales del puesto de trabajo de un emprendedor frente a un no emprendedor.

I. Arribas Fernández, J. Vila Gisbert

BIBLIOGRAFÍA

- Aronoff, C y Ward, J. editores (1992) "Contemporary Entrepreneurs", Detroit, Michigan: Omnigraphics, Inc.
- Nueno, P. (1994) "Emprendiendo. El arte de crear empresas y sus artistas", Ediciones Deusto
- Ortega, M. (1994) "Manual de Investigación comercial", Editorial Pirámide
- Vila, J. (2001) "Aspectos determinantes en la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios valencianos", MIMEO.



SECCIÓN 2

PROGRAMAS DOCENTES SOBRE EMPRENDEDURISMO Y CREACIÓN DE EMPRESAS

