

Dificultades para la creación de empresas por universitarios: un análisis a partir de las percepciones de los estudiantes

Autores: Francisco J. García Rodríguez¹
Carmen Inés Ruiz de la Rosa²

RESUMEN:

En el presente trabajo se analizan las principales dificultades percibidas por parte de una muestra de estudiantes universitarios de la Universidad de La Laguna a la hora de plantearse la puesta en marcha de una iniciativa empresarial, determinando además en qué medida el género y la rama de enseñanza actúan como variables condicionantes de las citadas percepciones. Los principales hallazgos apuntan a que las dificultades de financiación percibidas constituyen el principal obstáculo a la hora de emprender, mientras que se registran mayores dificultades percibidas por parte de las mujeres universitarias a la hora de poner en marcha un proyecto empresarial propio, en comparación con los estudiantes de género masculino.

¹ Departamento de Economía y Dirección de Empresas de la Universidad de La Laguna. Director del Programa de fomento a la emprendeduría de la Universidad de La Laguna. fgarcia@ull.es ; tfno: 690963309.

² Departamento de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad de La Laguna. Subdirectora del Programa de fomento a la emprendeduría de la Universidad de La Laguna. iruiz@ull.es; tfno: 922 31 70 54.

1. INTRODUCCIÓN

Según la Comisión de las Comunidades Europeas (2003, 2006), resulta imprescindible fomentar la mentalidad empresarial mediante la educación y la formación en el ámbito universitario, de cara a incrementar el nivel de vocación emprendedora entre los estudiantes egresados.

No obstante, según un reciente estudio llevado a cabo también por la propia Comisión de las Comunidades Europeas (2008), realizado en 664 instituciones europeas de Educación Superior con el objetivo de analizar el estado de la educación emprendedora en este nivel educativo, se concluye, entre otras cosas, que:

- Más del 50% de estudiantes universitarios no tienen acceso a ningún tipo de acción relacionada con el desarrollo del espíritu emprendedor.
- Las universidades europeas muestran un considerable retraso en este campo con respecto a EEUU y Canadá.
- Existe muy poca cooperación entre las instituciones para intercambiar buenas prácticas.
- La mayoría de las instituciones dedican menos de 50€ por alumno y año en el fomento del espíritu emprendedor
- Es necesario consensuar una definición más inclusiva de lo que se entiende por educación emprendedora

Por tanto, resulta evidente que aún queda mucho por hacer en este ámbito y que, una de las líneas de actuación que ha de abordarse, es tratar de determinar cuáles son las principales dificultades percibidas por los propios estudiantes a la hora de plantearse la alternativa del autoempleo al finalizar su periplo universitario, de cara a poder establecer medidas adecuadas de promoción.

En este contexto se inscribe el presente trabajo, en la medida que trata de analizar las principales dificultades percibidas entre una muestra de universitarios de la Universidad de La Laguna a la hora de plantearse la puesta en marcha de una iniciativa empresarial, determinando además en qué medida el género y la rama de enseñanza actúan como variables condicionantes de las citadas percepciones.

Para ello, comenzamos introduciendo unas reflexiones en torno a la idea empresarial y a la figura del emprendedor, como binomio imprescindibles para la puesta en marcha de nuevas empresas. A continuación se realiza un análisis de la literatura en lo que se refiere a los factores determinantes, así como a los principales obstáculos o dificultades, para la puesta en marcha de un proyecto empresarial. Todo ello, sirve de contexto al epígrafe posterior, en el cual se lleva a cabo la descripción del trabajo empírico, así como los principales hallazgos obtenidos.

2. LA IDEA EMPRESARIAL Y EL EMPRENDEDOR

La “empresa”, como organización económica, constituiría en palabras de Bueno (2003), la unidad básica de producción y podría definirse como “un agente que organiza con eficiencia factores económicos (capital y trabajo, entre otros) para producir y comercializar bienes y servicios para el mercado, con el ánimo de alcanzar ciertos objetivos”.

Desde la perspectiva de su puesta en marcha, la empresa se puede entender como la materialización de la idea de un empresario o emprendedor. Por ello, podría afirmarse que en la puesta en marcha de toda actividad empresarial existirían dos elementos imprescindibles la idea que da lugar a la empresa y el empresario, que desarrolla dicha idea, trasladándola a la realidad.

Las ideas empresariales surgen, como indica Drucker (1986), de la observación sistemática del entorno por parte del emprendedor. En dicho entorno pueden encontrarse las tres principales

fuentes que dan lugar a las mismas: detección de necesidades no cubiertas, sean o no los clientes potenciales conscientes de su existencia; aparición de nuevas formas alternativas de cubrir necesidades o aparición de nuevas necesidades que generan oportunidades, asimismo nuevas, de negocio.

No obstante, a la hora de poner en marcha una empresa es importante destacar el papel del empresario o emprendedor. Su característica o elemento distintivo sería, sin duda alguna, la necesidad de asumir riesgos, ya que el empresario arriesga unos recursos, que invierte en la idea de empresa, con la esperanza de obtener unos determinados beneficios como recompensa (la forma de obtener dichos beneficios consiste en la satisfacción de necesidades a través de la actividad económica desarrollada a través de la propia empresa).

El elemento de riesgo surgiría del posible fallo en las predicciones tanto del conocimiento de las necesidades de la demanda y el mercado como de los precios o costes estimados de la actividad. De hecho, la esencia de la actividad empresarial es la existencia de incertidumbres en las predicciones.

Según Wennekers y Thurik (1999; 46), la taxonomía de las teorías respecto a la emprendeduría pueden ser condensadas en torno a tres tradiciones intelectuales: neoclásica, Escuela Alemana y escuela Austriaca.

Dichas perspectivas comparten determinados rasgos comunes, así como también un origen común, en torno al pensamiento del economista francés del siglo XVIII Richard Cantillon quien, en su *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general*, utiliza por primera vez el concepto de “empresario” en un sentido moderno, asociándolo a la persona que asume un riesgo al emprender una actividad económica, distinguiéndolo de los propietarios de la tierra y de los empleados. Esquemáticamente, la distinción entre las citadas perspectivas puede plantearse en los siguientes términos:

- **La perspectiva neoclásica** centra su atención en el rol del emprendedor en conducir los mercados hacia el equilibrio, a través de su actividad empresarial, cubriendo los posibles excesos de demanda existentes en ciertos bienes o servicios.

- **La perspectiva de la “Escuela Austriaca”** se concentra en las habilidades del emprendedor para detectar oportunidades de beneficio, habitualmente tras cambios súbitos en el entorno. Dicho emprendedor combinaría recursos de cara a satisfacer necesidades insatisfechas o superar ineficiencias en el mercado.

- **La Perspectiva de la “Escuela Alemana”** (también denominada Shumpeteriana), en oposición a la perspectiva neoclásica, entiende al emprendedor como un creador de inestabilidad y de “destrucción creativa”. La distinción del emprendedor “Shumpeteriano” respecto del de la Escuela Austriaca se hallaría en que la primera perspectiva centraría su atención en la creación del potencial, mientras que el segundo se detendría, sobre todo, en su realización.

Siguiendo a Wennekers y Thurik (1999; 46), la emprendeduría puede ser definida como: “La habilidad y la disposición de los individuos para, por sí mismo o en grupo, dentro o en el exterior de las organizaciones existentes:

- ✓ Percibir y crear nuevas oportunidades económicas (nuevos productos, nuevos métodos de producción, nuevos esquemas organizativos y nuevas combinaciones de producto – mercado).

- ✓ Introducir sus ideas en el mercado, en un contexto de incertidumbre y otros obstáculos, tomando decisiones de localización, forma y utilización de recursos e instituciones”

3. FACTORES DETERMINANTES DEL SURGIMIENTO DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

Audretsch (2003), asumiendo que la actividad emprendedora en una economía estaría condicionada por un amplio rango de determinantes, entre los que se encontrarían factores históricos, económicos, psicológicos, sociales, culturales y políticos, plantea la distinción entre los “factores de oferta” y los “factores de demanda” como causas explicativas fundamentales de la actividad emprendedora. En este sentido:

✓ Los “factores de oferta” de la actividad emprendedora vendrían a ser las características de la población, que incluiría la composición demográfica, el nivel educativo, las normas culturales, la tasa de desempleo y sus nivel de ingreso. Los factores institucionales, junto con los culturales, contribuirían a modelar la “oferta de emprendeduría”. Entre estos cabe destacar el acceso a los recursos financieros, los procesos administrativos y las cargas impositivas.

✓ Los “factores de demanda” de la actividad emprendedora se referirían a las oportunidades existentes en esa economía para poner en marcha una actividad emprendedora. Estas oportunidades varían de manera importante entre diferentes países y regiones.

Desde otra perspectiva, complementaria a la anterior, la creación de empresas podría explicarse (y se ha estudiado desde la literatura académica) desde dos grupos de factores:

✓ **Factores internos**, que harían referencia a los antecedentes e incentivos de los emprendedores, su competencia, experiencia y características personales. Véase, por ejemplo, el trabajo de Reynolds (1997).

✓ **Factores externos**, provenientes del entorno económico, geográfico, cultural e institucional. En este sentido, elementos como la situación económica general, la localización, el tejido empresarial, etc. constituyen determinantes del proceso de creación de empresas. Desde esta perspectiva se orienta el planteamiento de Hill y Brennan (2000).

En este sentido, Stevenson y Jarillo (1990) concluyen que, aunque las características del promotor de la actividad empresarial resultan cruciales para la actividad emprendedora, las variables del entorno resultan también de extrema importancia, en la medida que, por un lado, pueden suponer oportunidades para aprovechar posibles ineficiencias del mercado y, por otro, podrían constituir situaciones más o menos favorables para el nuevo empresario y condicionar de manera crucial la puesta en marcha de la iniciativa.

Desde una perspectiva ecléctica, quizás Veciana (1999) resume e integra los factores fundamentales explicativos de la actividad emprendedora (ver cuadro 1.) distinguiendo entre antecedentes personales del emprendedor, sus atributos, la características de la posible organización incubadora y, finalmente, los factores del entorno.

Cuadro 1. Factores condicionantes fundamentales de la decisión de crear una empresa

ANTECEDENTES
Contexto familiar
Valores personales
Experiencia de la infancia
ATRIBUTOS PERSONALES
Motivaciones
Rasgos psicológicos
Formación
Experiencia profesional
ORGANIZACIÓN INCUBADORA
Atractividad de la organización
Tipo de conocimientos adquiridos
Tamaño
Localización geográfica
ENTORNO
Cultura empresarial
Mercado (demanda)
Legitimación social de la figura del empresario
Disponibilidad de mano de obra
Acceso a la financiación ajena
Acceso a la formación y asesoramiento necesarios
Recompensas a la función empresarial (tanto económicas como no económicas)
Factores institucionales – administrativos – burocráticos
Políticas existentes para el fomento de la actividad empresarial

Fuente: Veciana (1999)

4. CONDICIONANTES DEL ÉXITO – FRACASO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

Lógicamente, no todas las iniciativas empresariales resultan exitosas, es decir, no todas sobreviven a las dinámicas del mercado. Así, según las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España (2001; 126):

“...Las cifras sobre creación y destrucción de empresas sugieren, por una parte, que la creación de nuevas empresas es un fenómeno común y, por otra parte, que las empresas soportan serias dificultades para consolidarse, pues un porcentaje superior al 10% de las empresas desaparece cada año. En suma, además de las eventuales barreras a la creación de empresas, parecen existir barreras a la supervivencia, que complican la consolidación”.

Por ello, uno de los aspectos que más interés suscita en la literatura en torno a la emprendeduría es el análisis de los condicionantes de éxito o fracaso de la actividad empresarial. Así, conocer los determinantes que explican el hecho de que determinadas iniciativas empresariales resulten exitosas y que, por el contrario, otras se hallen abocadas al fracaso, constituye una de las grandes cuestiones que transitan, de manera indeleble, por la literatura de “entrepreneurship”. Y ello a pesar de que “este es un objetivo ambicioso, pues las causas que intervienen en el desarrollo de las empresas, los resultados de su actuación y el nivel de consolidación son complejos, produciéndose multitud de interacciones que hacen difícil establecer las relaciones de causalidad” (Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España, 2001).

A este respecto, una primera cuestión a introducir en este debate, ni mucho menos resuelta, vendría a ser la propia definición de éxito de una actividad empresarial. En este sentido, de manera general podemos distinguir dos grandes enfoques a la hora de medir el éxito de una iniciativa empresarial:

√ Un primer enfoque, más tradicional y dominante, entiende como sinónimo de éxito de una empresa su propia supervivencia en el mercado. Esta perspectiva tiene la gran ventaja de que

la supervivencia de la empresa es un dato al que se puede acceder con cierta facilidad, aunque, por el contrario, presenta la limitación de que no permite distinguir entre las diferentes condiciones económico-financieras que pudieran presentar las diferentes empresas. En este último sentido pudiera ocurrir, por ejemplo, que empresas con dudoso nivel de rentabilidad, por alguna razón, continuasen activas.

√ Debido a las limitaciones anteriores, en los últimos años surge un nuevo enfoque que trata de medir el éxito empresarial introduciendo otras variables que reflejen el rendimiento de la organización y el grado de cumplimiento de sus objetivos, fundamentalmente variables económicas (beneficios, volumen de ventas, productividad, ingresos, etc.) y la valoración de la evolución de dichas variables. Según este enfoque, la supervivencia “dejaría de ser condición suficiente para convertirse en condición necesaria para el éxito” (Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España, 2001).

Trascendiendo el debate anterior, como decíamos no resuelto, independientemente de la perspectiva adoptada para medir el éxito de una actividad empresarial, sí que existe cierto consenso en relación con los factores explicativos del mismo (recogidos esquemáticamente en el cuadro 2) y que podrían agruparse en los siguientes tres ámbitos (Batista, 2004 y Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España, 2001):

√ **Características de los emprendedores.** En este sentido, aspectos como el nivel formativo de los promotores, su edad y experiencia previa (tanto laboral por cuenta ajena como en situación de autoempleo), la estructura de propiedad y el número de socios, así como el sexo de los mismos, suelen apuntarse como posibles determinantes o influenciadores del éxito de la iniciativa. Finalmente, la presencia o no entre los emprendedores de características personales tales como iniciativa y creatividad, capacidad para la asunción de riesgos, tenacidad, interés y ambición por lograr una empresa rentable y competitiva, etc. son factores claramente relevantes a la hora de condicionar el posible éxito – fracaso de la iniciativa.

√ En segundo lugar, las **características internas y planteamientos estratégicos** seguidos por los emprendedores también pueden constituir elementos fundamentales a la hora de explicar el éxito – fracaso de la empresa.

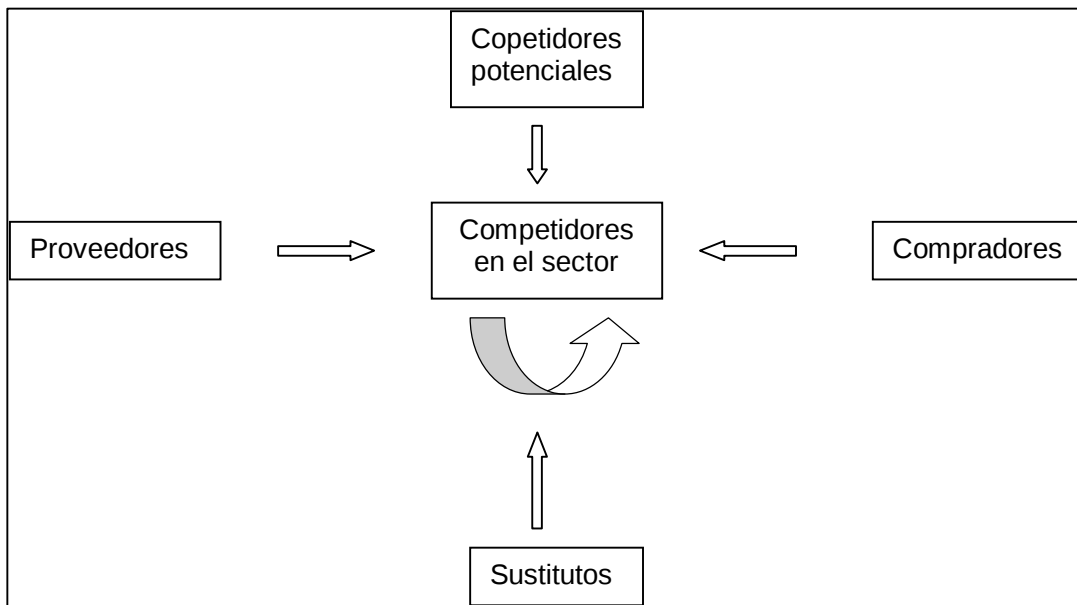
Así, algunos estudios han puesto de manifiesto que cierto tipo de estrategias empresariales favorecen la buena marcha de las empresas, singularmente las ligadas a la innovación (Arrighetti y Vivarelli, 1999), la diferenciación (Sandberg y Hofer, 1987) o la calidad (Kalleberg y Leicht, 1991).

Junto a estos aspectos, que pudiéramos denominar “estratégicos” y que afectarían al devenir de la actividad empresarial una vez iniciada, los planteamientos previos a su puesta en marcha (motivaciones para la creación de la empresa, sector de actividad elegido, localización de dicha actividad, forma jurídica utilizada, información y planificación previa de la empresa, etc.) también van a afectar a la buena o mala marcha de la misma.

Finalmente, el planteamiento seguido por la empresa a nivel operativo (áreas de producción, finanzas, personal y comercialización) es obvio que podrá afectar de manera determinante al devenir de la organización.

√ Finalmente, desde **el entorno en el que la organización va a operar**, diversos factores podrían obstaculizar la buena marcha de la nueva empresa. Entre dichos factores podrían distinguirse, por una parte, aquellos que afectarían a la puesta en marcha de la actividad, entre los que cabe destacar las dificultades para llevar a cabo los diferentes trámites legales, la obtención de financiación pública y privada y encontrar socios y/o personal idóneos.

Figura 1. Modelo de las “cinco fuerzas competitivas”



Fuente: Porter (1982)

A estos aspectos hemos de añadir los posibles obstáculos del entorno a los que la organización habría de enfrentarse una vez iniciada su actividad. En este sentido, el clásico esquema del entorno sectorial propuesto por Porter (1982) en su modelo de las cinco fuerzas competitivas (ver figura 1) constituye una buena síntesis de esos posibles obstáculos, que pueden limitar el éxito de la nueva empresa y quedan resumidos en los siguientes:

- Poder de negociación de los clientes del sector, que podrían provocar dificultades para la nueva empresa de cara al acceso a los mismos o, alternatively, la asunción de unos precios inferiores al resto de competidores del sector.
- Poder de negociación de los proveedores del sector. De manera similar al caso de la relación con los clientes, unos proveedores poderosos pueden provocar que la nueva empresa asuma unos costes de aprovisionamiento excesivos o, incluso, que llegue a sufrir problemas de abastecimiento.
- Amenaza de ingreso de nuevos competidores, que aumentarán el nivel de competencia sectorial.
- Amenaza de los productos o servicios sustitutivos de los productos o servicios comercializados en el sector.
- Finalmente, la intensidad de la competencia entre las propias empresas del sector es una característica del entorno sectorial que limita las posibilidades de desempeño de la nueva iniciativa empresarial.

Cuadro 2. Variables influyentes en el éxito o fracaso de las nuevas empresas

EMPRENDEDOR	CARACTERÍSTICAS INDIVIDUALES	Sexo Edad Experiencia previa Formación Motivación
	CAPACIDADES Y HABILIDADES	Iniciativa y creatividad Asunción de riesgos Tenacidad Interés - ambición
ESTRATEGIA Y OPERATIVA	PLANTEAMIENTOS PREVIOS	Sector de actividad Ámbito de actuación Localización Forma jurídica Tamaño Formación trabajadores Grado de madurez de la idea Información previa Planificación Inversión previa
	PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO	Incorporación de nuevas tecnologías Incorporación sistemas información Relaciones interorganizativas Orientación de objetivos
	PLANTEAMIENTO OPERATIVO	Producción Personal Finanzas Comercialización
ENTORNO	OBSTÁCULOS PREVIOS	Dificultad trámites legales Dificultad obtención financiación privada Dificultad obtención financiación pública Dificultad encontrar socios adecuados Dificultad encontrar personal adecuado
	OBSTÁCULOS POSTERIORES	Nivel de competencia Capacidad de negociación proveedores Capacidad de negociación clientes Amenaza de productores sustitutivos Amenaza ingreso nuevos competidores

Fuente: Batista et al (2004) y elaboración propia

En este contexto, centrándonos más específicamente en el caso de la creación de empresas por universitarios, resulta del máximo interés determinar cuáles son las percepciones respecto a algunos de estos factores por parte de los estudiantes que en un futuro podrían plantearse la puesta en marcha de una empresa, haciendo énfasis en las principales dificultades percibidas, tanto de tipo personal, económico, social, etc.

En este sentido, algunas investigaciones anteriores apuntan a que una de las principales dificultades encontradas es la consecución de recursos económicos necesarios para la puesta en marcha del proyecto empresarial (Moriano, Palací y Morales, 2006). No obstante, también se han apuntado otro importante número de variables, entre las que destacan el cambio en la forma de vida que supone la aventura empresarial, el riesgo financiero, la falta de habilidades y capacidades para emprender, el riesgo social y la falta de compromiso con el desarrollo de la carrera profesional a través del autoempleo (Pikhala y Vesalainen (2000).

5. ESTUDIO EMPÍRICO

5.1. OBJETIVOS

A partir del contexto anterior, se llevó a cabo un estudio empírico entre los alumnos matriculados en las titulaciones oficiales de la Universidad de La Laguna con los siguientes objetivos

- Conocer el grado en que los estudiantes universitarios perciben su futuro laboral vinculado a la iniciativa empresarial y las variables intervinientes en dicha relación, incidiendo especialmente en las dificultades más frecuentemente mencionados en relación al autoempleo.
- Determinar en qué medida el género y el área de conocimiento condicionan la percepción de las principales dificultades respecto al autoempleo.

5.2. METODOLOGÍA

En el cuadro 3 se recoge la ficha técnica del estudio empírico, que alcanzó una muestra de 1184 sujetos, asumiendo un error muestral de $\pm 2,77\%$ a un nivel de confianza del 95% .

En cuanto a la estratificación de la muestra por ramas de enseñanza, en la cuadro 4 se puede observar que se han alcanzado las proporciones necesarias de representatividad poblacional, superándose en algunos casos la submuestra necesaria. En este sentido el 7 % de los encuestados están cursando alguna titulación de Humanidades, el 6,3% pertenecen a rama de Ciencias Experimentales , el 52,5% a la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas, el 22 % a la rama de Enseñanzas Técnicas y el 12,1% a la rama de Ciencias de la Salud.

Cuadro 3. Ficha técnica del estudio

Universo	21.164 alumnos matriculados en las titulaciones oficiales de la Universidad de La Laguna,
Tipo de entrevista	Encuesta personal autoadministrada en presencia de encuestador
Procedimiento de muestreo	Aleatorio estratificado por rama de enseñanza
Tamaño muestral	1184
Error muestral	$\pm 2,77\%$ y un nivel de confianza del 95%
Fecha trabajo de campo	Mayo - junio 2009
Edad media de la muestra	22,76 años
Distribución por género de la muestra	60% mujeres y el 40% hombres.

Cuadro 4. Estratificación de la muestra por ramas de enseñanza

	Alumnos matriculados en 08/09		Alumnos encuestados	
	n	%	n	%
Humanidades	1718	8,1%	83	7,0%
Ciencias Experimentales	1467	6,9%	90	6,3%
Ciencias Sociales y Jurídicas	11559	54,6%	622	52,5%
Enseñanzas Técnicas	3906	18,5%	244	22,0%
Ciencias de la Salud	2514	11,9%	143	12,1%
Perdidos			2	0,2%
Total	21164	100%	1184	100%

Para la realización del presente estudio se ha desarrollado un cuestionario, depurado mediante los correspondientes pretests, dividido en los siguientes apartados:

1. Datos sociodemográficos y académicos: género, edad, titulación que está cursando, municipio de residencia, municipio de residencia familiar, otras titulaciones que posea y año de finalización, otros títulos de experto, master o posgrado que tenga o esté cursando.
2. Trayectoria laboral de los estudiantes universitarios: Cuenta o no con experiencia laboral previa, y tipología de la misma. Expectativas sobre el itinerario laboral una vez finalizada la titulación.
3. Dificultades percibidas para el autoempleo. Escala tipo Likert donde para cada ítem uno es nada importante y cinco es muy importante.

En relación con la escala de dificultades a la hora de crear una empresa, atendiendo a las respuestas aportadas por los encuestados presenta una alta consistencia interna, en la medida que arroja un valor de Alfa de Cronbach de 0,778. Dicha escala se dividió en los siguientes ítems:

- Financiación (falta de capital)
- Tener una idea de negocio
- Escasez de ayudas o subvenciones
- Falta de formación
- Necesidad de socios
- Falta de apoyo familiar
- Falta de apoyo de los amigos
- Falta de asesoramiento
- Falta de experiencia laboral
- Escasez de conocimientos administrativos o legales
- Falta de seguridad en mi mismo
- El esfuerzo y sacrificio que supone
- Los miedos o incertidumbres que me puedan surgir

5.3. RESULTADOS

5.3.1. Principales dificultades a la hora de crear una empresa

Como primer resultado de interés, según se aprecia en la figura 2, cabe destacar que en general es la financiación (media igual 4,6) el factor percibido como más relevante a la hora de explicar las dificultades para poner en marcha una iniciativa empresarial por parte de los estudiantes universitarios.

Seguida a cierta distancia, el contar con una idea de negocio adecuada es el segundo factor en nivel de importancia (media igual 4,2) mientras que el esfuerzo y sacrificio que supone poner en marcha la iniciativa (media igual 4) se sitúa en tercer lugar de importancia.

En sentido contrario, la falta de apoyos en el ámbito más cercano de relaciones, tanto de familia como de amigos, así como el contar con socios, son consideradas como las dificultades menos importantes.

5.3.2. Dificultades por género

Es de destacar que se aprecian diferencias significativas en la valoración de las dificultades en función del género del encuestado (ver figura 2). En concreto, las mujeres otorgan más importancia a todas las dificultades que los hombres, siendo todas las diferencias significativas, salvo la “necesidad de socios” y “escasez de ayudas y subvenciones”.

Figura 2. Dificultades a la hora de crear una empresa con diferenciación por género.



* Diferencias significativas para $p \leq 0,05$

** Diferencias significativas para $p \leq 0,01$

***Diferencias significativas para $p \leq 0,000$

5.3.3. Dificultades por áreas de enseñanza

Por otra parte, según se recoge en cuadro 5, se aprecian diferencias significativas entre las diferentes áreas de enseñanza a la hora de valorar la importancia de las dificultades para crear una empresa. En este sentido, en Ciencias de la Salud se otorga significativamente mayor importancia que en Ciencias Experimentales a “falta de apoyo familiar”, “falta de asesoramiento”, “falta de experiencia laboral” y “miedos o incertidumbres que puedan surgir”.

En Ciencias Sociales y Jurídicas se otorga significativamente más importancia que en ciencias Experimentales a “falta de seguridad en sí mismo” y “miedos e incertidumbres que puedan surgir”. Igualmente, en Enseñanzas Técnicas se da significativamente más importancia a “falta de apoyo familiar” que en Ciencias Experimentales.

Cuadro 5. Diferencias de media significativas encontradas entre ramas de enseñanza a la hora de valorar las dificultades para crear un negocio

Área de estudios (I)	Área de estudios (J)	Dificultad	Diferencia de medias (I-J)
Ciencias Experimentales	Ciencias de la Salud	Falta de apoyo familiar	-0,5*
		Falta de asesoramiento	-0,37*
		Falta de experiencia laboral	-0,4*
		Falta de formación	-0,48**
	Ciencias Sociales y Jurídicas	Los miedos o incertidumbres que me puedan surgir	-0,51**
		Falta de seguridad en si mismo	-0,54**
	Enseñanzas Técnicas	Los miedos o incertidumbres que me puedan surgir	-0,58***
		Falta de apoyo familiar	-0,39*
Ciencias Sociales y Jurídicas	Ciencias de la Salud	Escasez de conocimientos administrativos legales	-0,26*
	Enseñanzas Técnicas	Los miedos o incertidumbres que me puedan surgir	0,24*
Enseñanzas Técnicas	Ciencias de la Salud	Falta de asesoramiento	-0,28*
		Falta de formación	-0,34*
Humanidades	Ciencias Experimentales	Los miedos o incertidumbres que me puedan surgir	0,7***
	Enseñanzas Técnicas	Escasez de ayudas o subvenciones	0,38*
* Diferencias significativas para $p \leq 0,05$ ** Diferencias significativas para $p \leq 0,01$ *** Diferencias significativas para $p \leq 0,000$			

“Escasez de conocimientos administrativos y legales es significativamente más valorada en Ciencias de la Salud que en Ciencias Sociales y Jurídicas. Por el contrario, “Miedos o incertidumbres que puedan surgir” es más importante para los alumnos de Ciencias Sociales y Jurídicas que para los de Enseñanzas Técnicas. “Falta de asesoramiento” y falta de formación” es más importante para los alumnos de Ciencias de la Salud que los de enseñanzas Técnicas”.

Finalmente, para los/as alumnos/as de Humanidades son más importantes “los miedos e incertidumbres que puedan surgir” que para los de Ciencias Experimentales y, a su vez, “escasez de ayudas y subvenciones” que para los de Enseñanzas Técnicas.

6. CONCLUSIONES

Por lo visto en el presente trabajo, parece que las dificultades de financiación percibidas por los universitarios constituyen el principal obstáculo a la hora de plantearse poner en marcha iniciativas empresariales una vez finalizados sus estudios. Cabría preguntarse en qué medida se trata de una percepción coyuntural influida por la situación económica actual o tiene un carácter más estructural, lo cual sería coherente con hallazgos recogidos en trabajos anteriores (Moriano Palací y Morales, 2006). En cualquier caso, resulta evidente que facilitar mecanismos adecuados de financiación para proyectos empresariales promovidos por universitarios, así como aportar información adecuada es un elemento fundamental de cara a promover los niveles de emprendeduría universitaria.

Por otra parte, resultan destacables las mayores dificultades percibidas por las mujeres universitarias a la hora de poner en marcha un proyecto empresarial propio, en comparación con las

percibidas por los hombres. Este hecho, independientemente de que encuentre reflejo en la realidad parece explicar una menor tasa de emprendeduría femenina en nuestras universidades.

7. BIBLIOGRAFÍA

Arrighetti, A. y M. Vivarelli (1999), “The Role of Innovation in the Post-entry Performance of New Small Firms: Evidence from Italy”. *Southern Economic Journal*, 65 (4).

Audretsch, D. (2003): “Enterpreneurship: A Survey of the Literature”. *Enterprise Papers*, No 14. Disponible en: http://europa.eu.int/comm/enterprise/library/enterprise-papers/pdf/enterprise_paper_14_2003.pdf

Batista, R; Bolívar, A y Hormiga, E. (2004): “Observatorio de la Ventanilla Única Empresarial: Seguimiento de las empresas creadas a través de la ventanilla (2000 – 2002)”. Las Palmas de Gran Canaria: Ventanilla Única Empresarial de la Cámara de Comercio de Las Palmas de Gran Canaria. Disponible en: http://www.camaralaspalmas.org/camaralaspalmas/noticias/Observatorio_VUE.pdf

Bueno, E (2003): “Curso básico de economía de la empresa: un enfoque de organización”. Madrid: Pirámide.

Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España (2001-b): “Factores para consolidar una empresa”. Madrid: Servicio de Estudios de las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España y Fundación Incyde.

Comisión de las Comunidades Europeas (2003): “Libro verde. El espíritu empresarial en Europa”. Bruselas: Publicaciones de la DG Empresa. Disponible en: http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/green_paper/green_paper_final_es.pdf

Comisión de las Comunidades Europeas (2006): “Aplicar el programa comunitario de Lisboa: Fomentar la mentalidad empresarial mediante la educación y la formación. Consultado en la dirección: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2006:0033:FIN:ES:PDF> en Mayo de 2009.

Comisión de las Comunidades Europeas (2008): “Survey of Entrepreneurship in Higher Education”. Bruselas: Publicaciones de la DG Empresa. Disponible en: <http://www.ncge.com/files/biblio1174.pdf>

Drucker, P (1986): “La innovación y el empresariado innovador: la práctica y los principios”. Barcelona: Edhasa.

Hill, E y J. Brennan (2000): “A Methodology for Identifying the drivers of Industrial Clusters: The Foundation of Regional Competitive Advantage”. *Economic Development Quarterly* 14(1), 65-97.

Kalleberg, A. y L. Leicht (1991), “Gender and Organizational Performance: Determinants of Small Business Survival and Success” *The Academy of Management Journal*, 34.

Moriano, j., Palací, F. y Morales, J. (2006) El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*. Volumen 22, nº1 – pp. 75 – 99.

Pihkala, T. y Vesalainen, J. (2000) Barriers to entrepreneurship – educational opportunities. Trabajo presentado al IntEnt 2000 Conference, July 11-13, Tampere.

Porter, M (1982): “Estrategia Competitiva”. México: Ed. CECSA.

Reynolds, P. (1997): “Who Starts New Firms?”. *Small Business Economics* 9, 449-462.

Sandberg, W. y C. Hofer (1987), "Improving New Venture Performance: The Role of Strategy, Industry Structure and the Entrepreneur". *Journal of Business Venturing*, 2.

Stevenson, H y J Jarillo (1990): "A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management". *Strategic Management Journal* 11, 17-27

Veciana, J. M. (1999): "Creación de Empresas como Programa de Investigación Científica". *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa* 8 (3), 11-36.

Wennekers, S. y R. Thurik (1999): "Linking Entrepreneurship and Economic Growth". *Small Business Economics* 13(1), 27-55.