



Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPLEO



UNIÓN EUROPEA
Fondo Social Europeo

Andalucía
se mueve con Europa



Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey

ISBN 978-84-606-7626-3



Intenciones emprendedoras y de elección de carrera de los alumnos de la Universidad de Cádiz

Antonio R. Ramos Rodríguez
José Ruiz Navarro



Swiss Research Institute of Small Business
and Entrepreneurship

University of St. Gallen



CdE

Universidad
de Cádiz

Cátedra de
Emprendedores



UCA

Universidad
de Cádiz



Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPLEO



UNIÓN EUROPEA
Fondo Social Europeo

Andalucía
se mueve con Europa



Intenciones emprendedoras y de elección de carrera de los alumnos de la Universidad de Cádiz

ISBN: 978-84-606-7626-3

CDU: 347.72.02(460.35) 2

CDU: 658.016.1 2

© Los autores

Publicado por la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz

2015 Cádiz (España)

Versión: Mayo de 2015



Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPLEO



Andalucía
se mueve con Europa



GUESSS 2013/2014 was generously supported by Ernst & Young (EY) as the international project partner.



EY Building a better
working world

www.ey.com

We cordially thank EY for their support. Without it, GUESSS in its current form would not have been possible.



Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPLEO



Andalucía
se mueve con Europa



ESADE
Business School

AUTORES



**Antonio Rafael
Ramos Rodríguez**
rafael.ramos@uca.es

Profesor Contratado Doctor (acreditado como Titular de Universidad por ANECA) del Departamento de Organización de Empresas de la Universidad de Cádiz. Es Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Granada y Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la UCA. Ha sido Coordinador del Grado en Turismo y Vicedecano de Relaciones Institucionales y Prácticas de Empresa de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. Tiene reconocido un tramo de investigación por la CNEAI para el tramo 2004-2010 y fue Premio de Investigación 2009 de la Universidad de Cádiz a la Mejor Contribución Científica en la Categoría de Humanidades y Ciencias Sociales y Jurídicas. Ha impartido docencia en Creación de Empresas desde hace más de 10 años. En la actualidad es responsable del módulo de Cooperación Innovadora en el máster

en Creación de Empresas y Proyectos Innovadores en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y de Técnicas de Gestión del Rendimiento (Revenue Management) en el Máster en Dirección Turística en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad de Cádiz. Ha publicado en revistas de reconocido prestigio internacional como *Strategic Management Journal*, *Journal of American Society of Information Science and Technology*, *International Small Business Journal*, *International Entrepreneurship and Management Journal* y *International Journal of Hospitality Management*. Pertenece al Grupo de Investigación del Plan Andaluz de Investigación sobre Creación de Empresas y Dirección Estratégica y ha participado en varios Proyectos de Investigación del Plan Nacional de I+D, entre los que destaca Capacidades Dinámicas y Cambio Estratégico como Titulado Superior de Apoyo a la Investigación y Creación de Empresas Culturales. Ha participado en numerosos Contratos de Investigación de especial relevancia con empresas o con la administración pública. Es investigador Senior desde 2003 en el equipo regional de Andalucía del Global Entrepreneurship Monitor y coordinador para la Universidad de Cádiz del proyecto Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey (GUESSS).



José Ruiz Navarro

jose.ruiznavarro@uca.es

Es catedrático de organización de empresas de la Universidad de Cádiz. Director de la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz (CdE), premio 2012 de la Red de Fundaciones Universidad-Empresa de España a la mejor práctica nacional y premio Universidad del Instituto Andaluz de la Juventud de Cádiz en 2013. La CdE tiene seleccionadas tres buenas prácticas por la Red Emprendia entre las “100 Buenas Prácticas en emprendimiento universitario”. Dirige el grupo del Plan Andaluz de Investigación “Dirección Estratégica y Creación de Empresas” desde 1999 y el “Observatorio GEM” (Global Entrepreneurship Monitor) en Andalucía desde 2003. Coordinador del master oficial en “Creación de empresas, nuevos negocios y proyectos innovadores (Masterup)” de la Universidad de Cádiz. Es miembro del grupo de expertos para la definición de estrategias de desarrollo de emprendedores en

Comité de expertos RIS3 Andalucía (2013). Ingeniero Técnico Naval y Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Málaga. Ha realizado cursos de especialización en Harvard (EEUU) y Middlesex University Business School (Reino Unido). Profesor visitante en universidades españolas y extranjeras, entre ellas la de Purdue (EEUU). Ha impartido clases de doctorado y cursos de posgrado en el Instituto Tecnológico de Monterrey (México), la Agencia de Finanzas del Gobierno de la Federación de Rusia, en la Universidad Tecnológica de Panamá, Universidad de Panamá, con AECID en Costa Rica y en las universidades españolas de Granada, Málaga, Oviedo, Valencia, Pablo de Olavide, Autónoma de Madrid y Politécnica de Cataluña, entre otras. Director de numerosos proyectos de investigación, entre ellos: “Spinverde: Economía Verde y Creación de empresas”, de la Fundación Biodiversidad; “Mujer y fenómeno emprendedor en España” para el Instituto de la Mujer; “Creación de empresas en el ámbito cultural” y “Capacidades dinámicas y cambio estratégico”, del Plan Nacional de I+D+i; y del proyecto internacional “Universidad Tecnológica de Panamá (UTP) Emprende”, dentro del programa de cooperación interuniversitaria e investigación científica entre España e Iberoamérica (2009-2013) del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación (AECID). Participe en otros proyectos nacionales e internacionales relacionados con la creación de empresas, entre ellos: Factores de éxito en las spin-off universitarias españolas (del Plan Nacional de I+D+i) y el programa Tempus de la Unión europea “Développement des Compétences Entrepreneuriales à l'Université Marocaine : Créativité, Connaissance et Culture (DEVEN3C) con las universidades de Cantabria, Universidad degli studi di Napole “Parthenope” (Italia), Tilburg University (Holanda), Bucks New University (Reino Unido). Ha sido decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Cádiz, director del departamento de organización de empresas de la Universidad de Cádiz, presidente de la red nacional de ACEDE de profesores de creación de empresas, presidente de la Consultora Gestión 1, S.A. de la red BCNet de la Unión Europea y ha ocupado puestos directivos en el sector naval, INI, en el Ministerio de Industria y Energía (promoción industrial), Cajas de Ahorros y en la Zona Franca de Cádiz. Más información en: es.linkedin.com/in/joseruiznavarro/



Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPLEO



UNION EUROPEA
Fondo Social Europeo

Andalucía
se mueve con Europa





Índice de contenidos

1. INTRODUCCIÓN	10
1.1 OBJETIVOS	12
1.2 MARCO TEÓRICO	13
1.3 ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO Y RECOLECCIÓN DE DATOS	14
1.4 CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA UCA	15
2 INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA DE LOS ESTUDIANTES UCA	17
2.1 INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA AL FINALIZAR LOS ESTUDIOS Y 5 AÑOS DESPUÉS	17
2.2 INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA POR TRAMOS EDAD	22
2.3 INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA POR GÉNERO	24
2.4 INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA POR CICLO DE GRADO, MÁSTER Y DOCTORADO	26
2.5 INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA POR CURSO	28
2.6 INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA POR RAMAS DE CONOCIMIENTO	31
3 DETERMINANTES DE LAS INTENCIONES EMPRENDEDORAS EN LA UCA	34
3.1 ÍNDICE DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA	34
3.2 DETERMINANTES DIRECTOS DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA	36
3.2.1 ACTITUD HACIA EL EMPRENDIMIENTO	36
3.2.2 APOYO SOCIAL, FAMILIAR Y DE LOS AMIGOS	37
3.2.3 CONTROL PERCIBIDO DEL COMPORTAMIENTO	38
3.2.4 AUTOCONFIANZA, COMPETENCIAS Y HABILIDADES PARA EMPRENDER	39
3.2.5 PERCEPCIÓN DE RIESGO	41
3.3 DETERMINANTES INDIRECTOS DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA	42
3.3.1 CONTEXTO UNIVERSITARIO	42
3.3.2 CONTEXTO FAMILIAR	46
3.3.3 CONTEXTO SOCIAL Y CULTURAL	47
4 ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LOS ESTUDIANTES UCA	52
5 RESUMEN Y CONCLUSIONES	53
6 BIBLIOGRAFÍA	58



Índice de Ilustraciones

ILUSTRACIÓN 1. MARCO TEÓRICO.....	14
ILUSTRACIÓN 2. INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA DE LOS ESTUDIANTES UCA.....	18
ILUSTRACIÓN 3. INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA AL FINALIZAR LOS ESTUDIOS. COMPARATIVA NACIONAL E INTERNACIONAL	20
ILUSTRACIÓN 4. INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA A LOS 5 AÑOS DE FINALIZAR LOS ESTUDIOS. COMPARATIVA NACIONAL E INTERNACIONAL	21
ILUSTRACIÓN 5. MOTIVOS PERSONALES PARA LA ELECCIÓN DE CARRERA	22
ILUSTRACIÓN 6. INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA AL FINALIZAR LOS ESTUDIOS POR TERCILES DE EDAD ...	23
ILUSTRACIÓN 7. INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA A LOS 5 AÑOS DE FINALIZAR LOS ESTUDIOS POR TERCILES DE EDAD	23
ILUSTRACIÓN 8. INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA AL FINALIZAR LOS ESTUDIOS POR GÉNERO.	24
ILUSTRACIÓN 9. INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA A LOS 5 AÑOS DE FINALIZAR POR GÉNERO	25
ILUSTRACIÓN 10. INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA POR CICLO AL FINALIZAR LOS ESTUDIOS.....	27
ILUSTRACIÓN 11. INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA POR CICLO A LOS 5 AÑOS DE FINALIZAR LOS ESTUDIOS	28
ILUSTRACIÓN 12. INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA POR CURSO AL FINALIZAR LOS ESTUDIOS	29
ILUSTRACIÓN 13. INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA POR CURSO A LOS 5 AÑOS DE FINALIZAR LOS ESTUDIOS	30
ILUSTRACIÓN 14. INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA AL FINALIZAR LOS ESTUDIOS POR RAMAS DE CONOCIMIENTO.....	31
ILUSTRACIÓN 15. INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA A LOS 5 AÑOS DE FINALIZAR LOS ESTUDIOS POR RAMAS DE CONOCIMIENTO	33
ILUSTRACIÓN 16. ÍNDICE DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LA UCA. COMPARATIVA MEDIA NACIONAL E INTERNACIONAL GUESSS	35
ILUSTRACIÓN 17. VALORACIÓN DE LA ACTITUD HACIA EL EMPRENDIMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DE LA UCA..	37
ILUSTRACIÓN 18. INDICADORES DE APOYO FAMILIAR, DE LOS AMIGOS Y COMPAÑEROS DE ESTUDIOS	38
ILUSTRACIÓN 19. INDICADORES DE CONTROL PERCIBIDO SOBRE EL COMPORTAMIENTO	39
ILUSTRACIÓN 20. INDICADORES DE AUTOEFICACIA.....	40
ILUSTRACIÓN 21. INDICADORES DE PERCEPCIÓN DE RIESGO	42
ILUSTRACIÓN 22. RAZONES PARA ESTUDIAR EN LA UCA	43
ILUSTRACIÓN 23 AMBIENTE EMPRENDEDOR EN LA UNIVERSIDAD	44
ILUSTRACIÓN 24. FORMACIÓN GENERAL ORIENTADA AL EMPRENDIMIENTO	45
ILUSTRACIÓN 25. FORMACIÓN ESPECÍFICA EN EMPRENDIMIENTO	46
ILUSTRACIÓN 26. SITUACIÓN LABORAL DEL CONTEXTO FAMILIAR Y DE LOS AMIGOS MÁS CERCANOS	47



ILUSTRACIÓN 27. COMPOSICIÓN DEL HOGAR	48
ILUSTRACIÓN 28. ORGULLO DE LOS PADRES HACÍA LOGROS DE LOS HIJOS Y VICEVERSA.	49
ILUSTRACIÓN 29. PERCEPCIÓN DE VIVIR EN UNA SOCIEDAD ORDENADA Y ESTRUCTURADA	49
ILUSTRACIÓN 30. DISTRIBUCIÓN DEL PODER	50

Índice de tablas

TABLA 1. FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA	15
TABLA 2. DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR RAMAS DE CONOCIMIENTO Y GÉNERO	16
TABLA 3. ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA DE LOS INDICADORES DE LA ESCALA DE INTENCIONES EMPRENDEDORAS	35



1. INTRODUCCIÓN

Está generalmente aceptado que el emprendimiento es una de las principales fuentes de crecimiento económico, de competitividad y de creación de puestos de trabajo. Se puede considerar una de las fuerzas que actúan como motor del desarrollo económico, social y tecnológico y juega un papel fundamental para la consolidación y el desarrollo de la innovación. Dado su enorme potencial, el espíritu emprendedor se convierte en un recurso estratégico de la sociedad que contribuye día a día a generar una dinámica positiva de crecimiento en cualquier territorio.

En las últimas décadas el fomento del espíritu emprendedor ha llamado especialmente la atención de los poderes públicos, convencidos de que los nuevos empresarios acelerarán el desarrollo económico a través de la generación de nuevas ideas y su transformación en empresas rentables y la creación de empleo. Estudios recientes ponen el énfasis en la relación entre el desarrollo y la competitividad de los países con la capacidad de generar empresas de alto potencial de crecimiento ligadas a la innovación (World Economic Forum & GEM, 2015). En este sentido, existe un convencimiento generalizado de que estas nuevas iniciativas empresariales surgirán de espacios de innovación en los que las universidades, junto con el resto del sistema educativo, las empresas y las instituciones, crean las condiciones necesarias para un nuevo renacimiento económico y empresarial. El conocimiento, la capacitación tecnológica, la creatividad y el entorno cultural son los elementos cruciales de estos procesos. Los ecosistemas emprendedores de los que se nutren estas empresas de alto potencial de crecimiento, que generarán el empleo cualificado y la riqueza del futuro, pasan por la participación activa de las universidades. Sus funciones, incluyendo la tarea de generar spinoffs universitarias ligadas a las investigaciones de sus grupos más punteros, van más allá. Así, las universidades se perfilan cada vez más como “fábricas de personas emprendedoras” en el sentido de motivar y formar personas capaces de tener iniciativas innovadoras, bien creando empresas de alto potencial o generando proyectos valiosos en las empresas u organizaciones en las que trabajen en el futuro (intraemprendiendo).

Por todo lo anterior, resulta imprescindible para los responsables políticos y, especialmente, para los académicos conocer los mecanismos que estimulan el emprendimiento en la universidad y conocer los factores que determinan las decisiones de elección de carrera entre las que se incluyen la decisión de ser empresario, ya que ambas decisiones están relacionadas con la generación de empresas innovadoras de alto potencial de crecimiento.



En el ámbito universitario, la idea de convertirse en empresario puede resultar atractiva para los estudiantes ya que la pueden considerar como una forma alternativa a la incorporación al mercado de trabajo y de hacer frente a la intolerante tasa de desempleo juvenil. Como afirman Lüthje y Franke (2003), los valores relacionados con el trabajo por cuenta propia (la independencia, el desafío y la autorrealización) cada vez son más deseados entre los estudiantes.

De este modo, con el ánimo de fomentar el espíritu empresarial, es fundamental para profesores y autoridades académicas conocer y comprender por qué los estudiantes optan por una carrera empresarial, qué intención tienen de emprender y qué papel juegan los factores contextuales. Este es uno de los factores que ha motivado a muchos investigadores a estudiar y tratar de entender las variables que anteceden a las intenciones empresariales entre uno de los colectivos con mayor potencial emprendedor como son los estudiantes universitarios.

Con el fin de responder a estas cuestiones y de tener una idea de los mecanismos que generan las intenciones emprendedoras de los estudiantes, el Instituto Suizo de Investigación de la PYME y el Emprendimiento (KMU_HSG) de la Universidad de St. Gallen diseñó en 2003 el proyecto, con vocación de comparativa internacional, *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* (GUESSS). El trabajo de campo se realiza cada dos años y en la sexta edición correspondiente al curso 2013/14 han participado 754 universidades de treinta y cuatro países, entre las que se encuentran por primera vez 21 españolas y, entre ellas, la Universidad de Cádiz. En el ámbito nacional el proyecto está coordinado por ESADE.

Entre otros aspectos se analiza el papel de la percepción del individuo sobre sus habilidades y capacidades para emprender, su actitud hacia el emprendimiento, su aversión al riesgo y el apoyo de sus familiares y amigos si decidiese crear una empresa. Además de lo anterior, se evalúan una serie de aspectos relacionados con su entorno social y cultural, familiar y universitario.

La finalidad de este informe es hacer un diagnóstico de la situación de los estudiantes de la UCA ante el fenómeno emprendedor y contribuir al conocimiento de sus intenciones de elección de carrera, mediante el desarrollo de una imagen más precisa de las causas y consecuencias de tales decisiones. Los resultados pueden ser de interés tanto para investigadores en el campo del emprendimiento como para los responsables académicos, así como para otras instituciones públicas y privadas responsables de la toma de decisiones en



el campo de la educación y la modernización de la infraestructura de la universidad, para permitirles el mantenimiento y el desarrollo del potencial emprendedor de sus estudiantes.

El estudio se ha enmarcado dentro de la colaboración que la Universidad de Cádiz, a través de la Cátedra de Emprendedores, mantiene con Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza, para el desarrollo del “Aula Andalucía Emprende”.

1.1 Objetivos

Los objetivos generales del proyecto internacional GUESSS en la Universidad de Cádiz son los siguientes:

- Observar de forma sistemática y a largo plazo las intenciones de elección de carrera y, en particular, las intenciones emprendedoras de sus estudiantes, así como el tipo y características de la actividad empresarial que desarrollan.
- Identificar y valorar los antecedentes y las condiciones del entorno que determinan las intenciones emprendedoras, la creación de nuevas empresas y la carrera empresarial.
- Observar y evaluar las actividades y la oferta de la universidad en relación con la educación en emprendimiento de sus alumnos.

El informe GUESSS pretende crear valor para los diferentes grupos de interés que se relacionan con el fenómeno emprendedor. En particular, los resultados obtenidos permiten:

- tener una visión general de la valoración que tienen los estudiantes sobre las condiciones básicas que se ofrecen para fomentar la iniciativa empresarial
- valorar el potencial emprendedor de los estudiantes
- evaluar la cantidad y la calidad de la oferta en el contexto de las políticas de fomento del emprendimiento
- orientar e identificar acciones necesarias y políticas de apoyo al emprendimiento desde la universidad
- y, en definitiva, beneficiar a los estudiantes por la aplicación, a largo plazo, de las orientaciones derivadas del informe.



1.2 Marco teórico

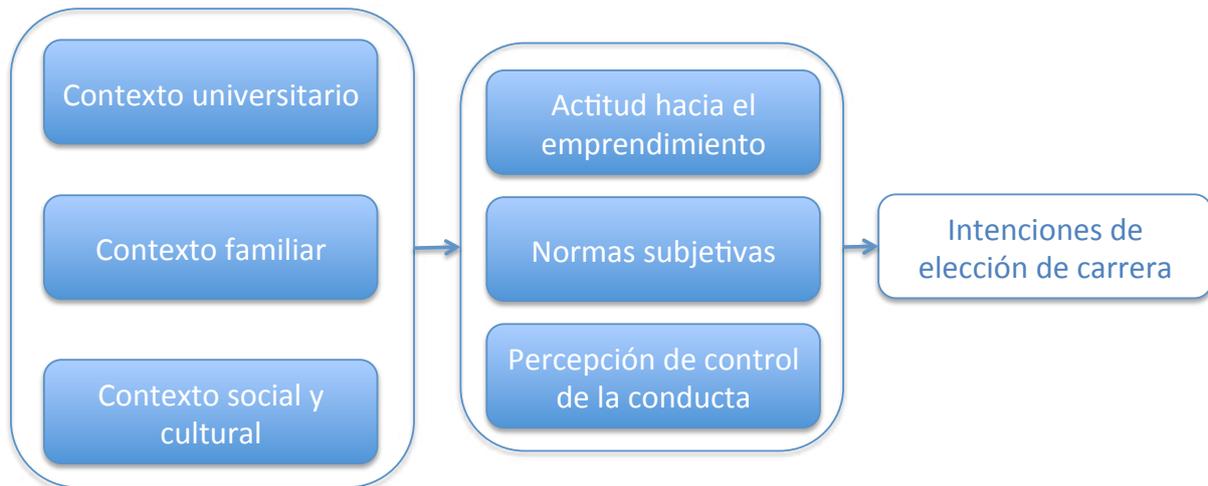
Una de las cuestiones de investigación más formuladas en el campo del *entrepreneurship* es cómo y por qué se originan nuevas empresas. Como consecuencia, se han realizado numerosas aportaciones teóricas y empíricas para comprender la etapa inicial del proceso empresarial (Schlaegel y Koenig, 2013). La creación de una empresa implica una cuidadosa planificación y es fruto de una conducta deliberada e intencional (Bird, 1988), por ello, resulta especialmente útil la aplicación de los modelos de intenciones (Krueger, 1993).

En este sentido, los fundamentos teóricos del proyecto GUESS proceden de uno de los modelos de intenciones más utilizado: la teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 1991, 2002; Fishbein y Ajzen, 1975). De acuerdo con esta teoría, la probabilidad de que un individuo realice una conducta depende de la intención previa para participar de ese comportamiento. Las intenciones, a su vez, tienen varios antecedentes: (1) la actitud de los individuos con respecto a la conveniencia de iniciar la conducta, (2) la aceptación de los resultados de realizar la conducta de acuerdo con las normas sociales de sus grupos de referencia (amigos, compañeros y familia) y (3) la percepción de que el comportamiento conduzca a los resultados deseados (Ilustración 1).

Esta última variable, conocida como también como *control conductual percibido* se ha utilizado de forma indistinta junto al concepto de *autoeficacia*, introducido por Bandura (1997) que se refiere a la convicción de que uno puede organizar y ejecutar efectivamente acciones para producir unos resultados requeridos (Bandura, 1997; Chen, Greene y Crick, 1998) y, en este sentido, se trata de una atribución de competencia personal y control en una situación dada, reflejando la percepción de una capacidad personal para realizar un trabajo o tarea concreta. La autoeficacia afecta a la elección de la acción y a la cantidad de esfuerzo ejercido (Waung, 1995), siendo el principal predictor individual de la elección de carrera (Bandura, 1986).

Se puede afirmar, por tanto, que estas creencias o percepciones del individuo determinan sus intenciones y predisposición hacia la realización de una conducta determinada, de modo que cuando aparece una oportunidad de negocio apropiada dentro de los condicionantes del entorno, pueden desembocar en un comportamiento emprendedor.

Ilustración 1. Marco teórico



El proyecto GUESSS valora las intenciones de elección de carrera de los estudiantes y, de forma específica, profundiza en el estudio de las intenciones emprendedoras y de sus determinantes, valorando especialmente una serie de condicionantes de su contexto universitario, familiar, social y cultural.

1.3 Organización del proyecto y recolección de datos

Para el proceso de recolección de datos el equipo GUESSS de la Universidad de St. Gallen ha desarrollado una encuesta destinada a estudiantes que cumple con los estándares académicos para asegurar fiabilidad y validez. Una vez codificada, se envía un enlace a una plataforma online para que los equipos nacionales procedan a su distribución entre las universidades participantes. El proyecto nacional ha sido coordinado por ESADE que remitió a la UCA los enlaces en español e inglés a principios de noviembre de 2013.

La distribución de los cuestionarios en la UCA se hizo con la colaboración del *Vicerrectorado de Estudiantes* y de la *Cátedra de Emprendedores*. Para incentivar la participación de los estudiantes se propuso el sorteo de una *tablet iPad* que fue entregado al ganador en acto público en la sede de la Cátedra.

Las respuestas se procesaron de forma centralizada para asegurar la uniformidad de los datos y se remitieron a los equipos nacionales. Posteriormente, éstos los trasladaron a cada



uno de los coordinadores de las universidades participantes. La Tabla 1 muestra la ficha técnica de la encuesta.

Para el tratamiento de los datos se utilizaron SPSS 19.0 y Microsoft Excel.

Tabla 1. Ficha técnica de la encuesta

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA A LOS ESTUDIANTES DE LA UCA	
Universo	Alumnos de la Universidad de Cádiz
Población objetivo	19.000 individuos
Muestra	1.440 individuos
Margen de confianza	95,0%
Error muestral	± 2,48% para el conjunto de la muestra
Varianza	Máxima indeterminación (p=q=50%)
Período de realización de encuestas	Noviembre-Diciembre de 2013
Metodología	Encuesta online
Trabajo de campo	Universidad de Cádiz / ESADE
Grabación y creación de base de datos	Instituto Suizo de Investigación de la PYME y el Emprendimiento (KMU_HSG). Universidad de St. Gallen

1.4 Características de la muestra UCA

De una población total de 19.000 estudiantes matriculados en todos los ciclos en la Universidad de Cádiz, y a los que se les envió el cuestionario, se recibieron un total de 2.286 respuestas, de las cuáles, tras un filtrado de control, se consideraron válidas 1.440 encuestas, siendo así la tasa de respuesta válida del 7,58%.

La edad media de los entrevistados fue de 22,14 años (d.t. 3,83), de los cuales un 55,2% eran mujeres y el resto hombres. La mayoría fueron estudiantes de Grado (84,2%), pero también participaron un número considerable de alumnos de master (15,3%) y, en menor medida, alguno de doctorado (0,5%).

Entre los estudiantes de Grado se observó una participación equilibrada de todos los cursos, siendo algo mayor el de alumnos de 4º curso (35,0% frente a algo más del 20% en el resto de cursos).

El análisis según las ramas de conocimiento contempladas en el RD 1393/2007 de ordenación de las enseñanzas universitarias muestra un grupo más numeroso entre los estudiantes de la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas (46,1%), seguido por las titulaciones



de Ingeniería y Arquitectura (21,7%), Ciencias de la Salud (12,8%), Ciencias (10,4%) y Arte y Humanidades (9,0%).

Finalmente, la Tabla 2 muestra el desglose por género y ramas de conocimiento. Como se puede observar, responde a la distribución habitual por género de los estudiantes de las enseñanzas universitarias, con una mayoría importante de varones en la rama de Ingeniería y Arquitectura (78,5%) y la situación contraria en el resto de ramas de conocimiento, destacando casi un 70% de mujeres en las titulaciones de la rama de Arte y Humanidades.

Tabla 2. Distribución de la muestra por ramas de conocimiento y género

		Género	
		Hombre	Mujer
Ramas de conocimiento según el RD 1393/2007	Arte y Humanidades	30,8%	69,2%
	Ciencias	42,0%	58,0%
	Ciencias de la Salud	35,3%	64,7%
	Ciencias Sociales y Jurídicas	34,9%	65,1%
	Ingeniería y Arquitectura	78,5%	21,5%
Total		44,8%	55,2%



2 INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA DE LOS ESTUDIANTES UCA

Uno de los objetivos fundamentales del proyecto GUESSS es analizar las intenciones de elección de carrera de los estudiantes una vez que terminan sus estudios. Para ello se les preguntó ¿qué planes tienen para su futuro más próximo? ¿qué orientación profesional les gustaría tener después de terminar la carrera y qué planes tienen más a largo plazo?.

Así, en un cuestionario online se incluyeron sendas cuestiones que contemplaban un amplio abanico de opciones profesionales al finalizar sus estudios y en un horizonte temporal algo más amplio de 5 años. Las posibles respuestas contemplaban varias opciones de trabajar tanto por cuenta propia como por cuenta ajena. Entre las primeras se podía elegir entre trabajar por cuenta propia en su propia empresa o trabajar en una empresa propiedad de la familia de forma total o parcial. Entre las opciones por cuenta ajena, el cuestionario permitía elegir entre trabajar en una empresa (pequeña, mediana o grande), en una ONG, en la administración pública o hacer una carrera académica.

En los siguientes epígrafes se muestran los resultados de la elección en estas 10 opciones profesionales para los estudiantes de la UCA al finalizar sus estudios y 5 años después. Posteriormente, para simplificar el análisis y poder realizar comparativas con los datos nacionales e internacionales, se agruparon en 4 categorías: trabajar por cuenta propia, por cuenta ajena, en una empresa familiar u otras situaciones.

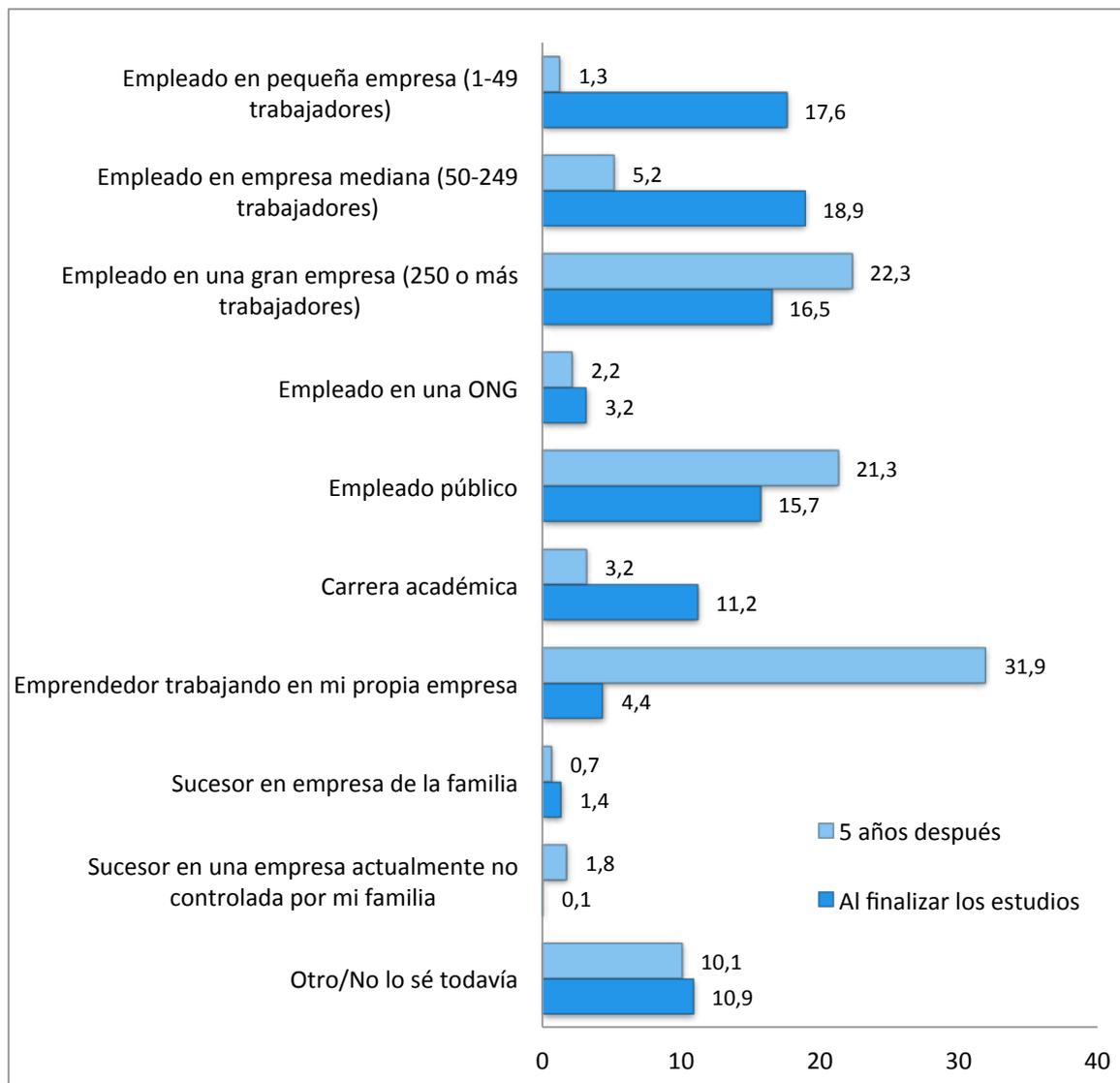
Además de lo anterior, se han analizado la existencia de diferencias estadísticas significativas por tramos de edad, género, ciclo formativo, curso dentro de los títulos de grado y rama de conocimiento, utilizando un contraste chi-cuadrado para la diferencia de medias.

2.1 Intenciones de elección de carrera al finalizar los estudios y 5 años después

La Ilustración 2 muestra la distribución de frecuencias de las intenciones de elección de carrera de los estudiantes de la UCA al finalizar sus estudios y cinco años después. Las seis primeras categorías ilustran opciones profesionales para trabajar por cuenta ajena, ya sea en el sector privado, en el sector público o en una organización sin ánimo de lucro; la séptima

representa el deseo de crear su propia empresa; la octava y novena la intención de incorporarse en una empresa familiar y, la décima, representa otras situaciones.

Ilustración 2. Intenciones de elección de carrera de los estudiantes UCA.



Como se puede apreciar, la gran mayoría de los estudiantes de la UCA orientan sus expectativas laborales al finalizar sus estudios a trabajar por cuenta ajena, en total más del 80%. Dentro de este colectivo, la mayoría prefiere indistintamente hacerlo en una empresa ya sea pequeña, mediana o grande, si bien un número importante de esa gran mayoría, el 15,7% desearía ser empleado público o un realizar la carrera académica (11,2%).



La situación a los 5 años cambia de manera importante. Dentro del bloque que desea trabajar por cuenta ajena, se reduce considerablemente el porcentaje que desea trabajar en una empresa pequeña o mediana y crece en grandes empresas. Se produce también un incremento del deseo de ser funcionario, pasando del 15,7% al 21,3%, y un decremento del deseo de emprender la carrera académica, un indicador de aversión al riesgo que va contra el espíritu emprendedor.

Pero el hecho más destacable es el vuelco que se produce en la intención emprendedora, pasando de un escaso 4,4% de alumnos que montaría su empresa justo al finalizar sus estudios a un importante 31,9% a los 5 años de haber terminado.

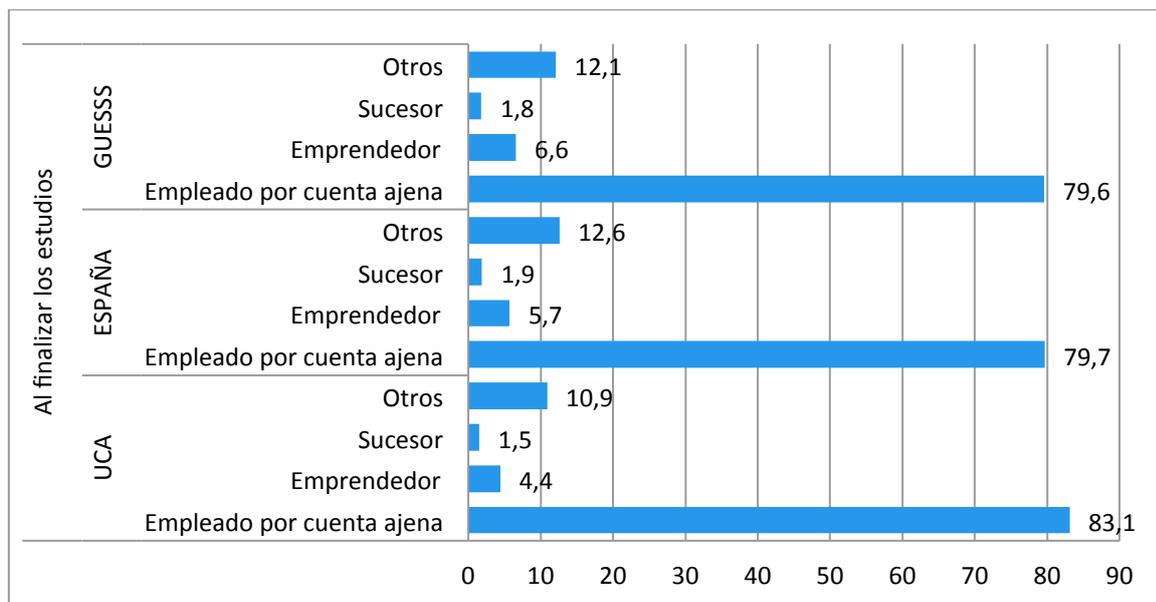
Posibles explicaciones de este cambio de intenciones estarían relacionadas con la falta de experiencia laboral y de confianza, habilidades y conocimientos para crear y gestionar su propia empresa, con la clara creencia de que la preparación para ser empresario no se obtiene en las aulas, sino con la experiencia laboral de los primeros años posteriores a finalizar los estudios. Otra posible explicación estaría relacionada con el deseo de, pasada una etapa previa de formación y adquisición de experiencia laboral, ser sus propios jefes y tomar las riendas y el control de su futuro profesional.

Por último, no deja de ser preocupante que tanto al terminar los estudios como transcurridos 5 años, existe en torno a un 10% de estudiantes que no tienen claro hacia dónde orientar su vida profesional.

Para simplificar el análisis y poder comparar estos datos con los proporcionados por el Informe GUESSS internacional se han agrupado las diferentes opciones de carrera en sólo cuatro categorías: "Empleado por cuenta ajena", "Emprendedor", "Sucesor en una empresa familiar u "Otros situaciones".

La Ilustración 3 permite comprobar que el patrón de comportamiento de los estudiantes de la UCA se corresponde con la media nacional e internacional, si bien, la intención emprendedora en nuestros estudiantes al obtener su titulación es algo menor. Así, mientras en la UCA sólo un 4,4% de los estudiantes actuales estarían dispuestos a crear su propia empresa al finalizar los estudios, en el conjunto del país este porcentaje es ligeramente superior llegando al 5,7% y, algo menor, a su vez que la media internacional que alcanza un 6,6%.

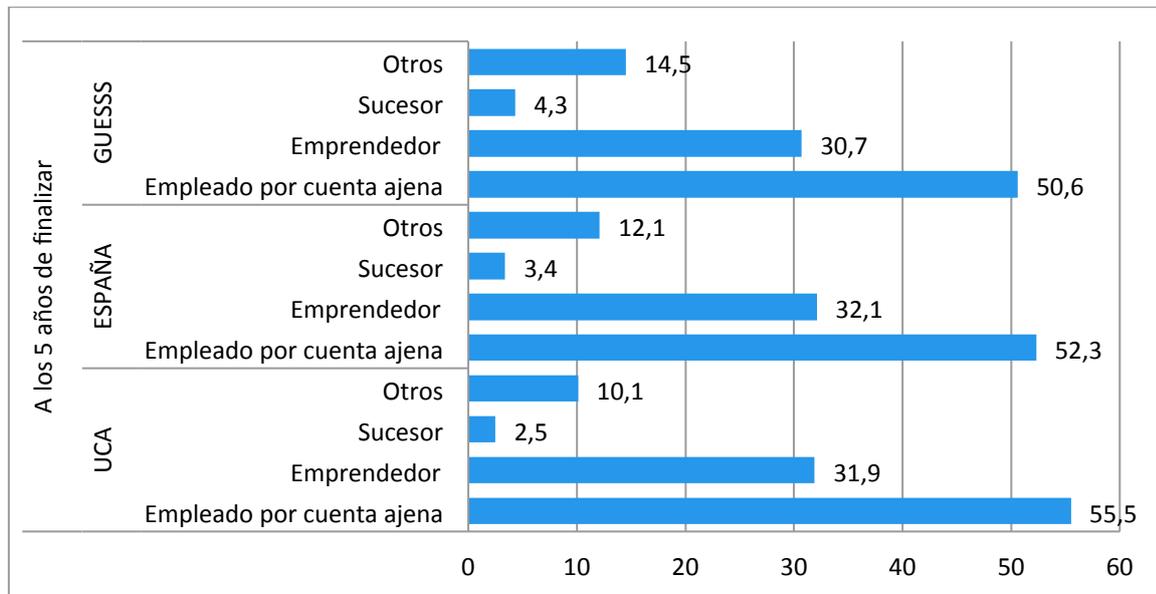
Ilustración 3. Intenciones de elección de carrera al finalizar los estudios. Comparativa nacional e internacional



A los 5 años de terminar los estudios el patrón de comportamiento se repite en los tres ámbitos estudiados (Ilustración 4). Hay un incremento espectacular de las vocaciones empresariales frente al deseo de trabajar por cuenta ajena y, en este caso, el porcentaje de alumnos UCA es prácticamente similar a la media nacional y ligeramente superior a la media de los 34 países participantes en el proyecto GUESS. En cualquier caso, la variación de las intenciones emprendedoras al obtener la titulación y a los 5 años después es mucho más acusada en los alumnos de la UCA, al multiplicarse por más de 6, pasando del 4,4% al 31,9%, mientras que en el ámbito nacional e internacional se cuadruplica.

Este hecho podría tener una doble explicación: las malas expectativas de encontrar trabajo por cuenta ajena en nuestro entorno y la falta de confianza y de asunción del riesgo de emprender hasta adquirir, transcurrido cierto tiempo, una formación complementaria a través de la experiencia profesional por cuenta ajena.

Ilustración 4. Intenciones de elección de carrera a los 5 años de finalizar los estudios. Comparativa nacional e internacional

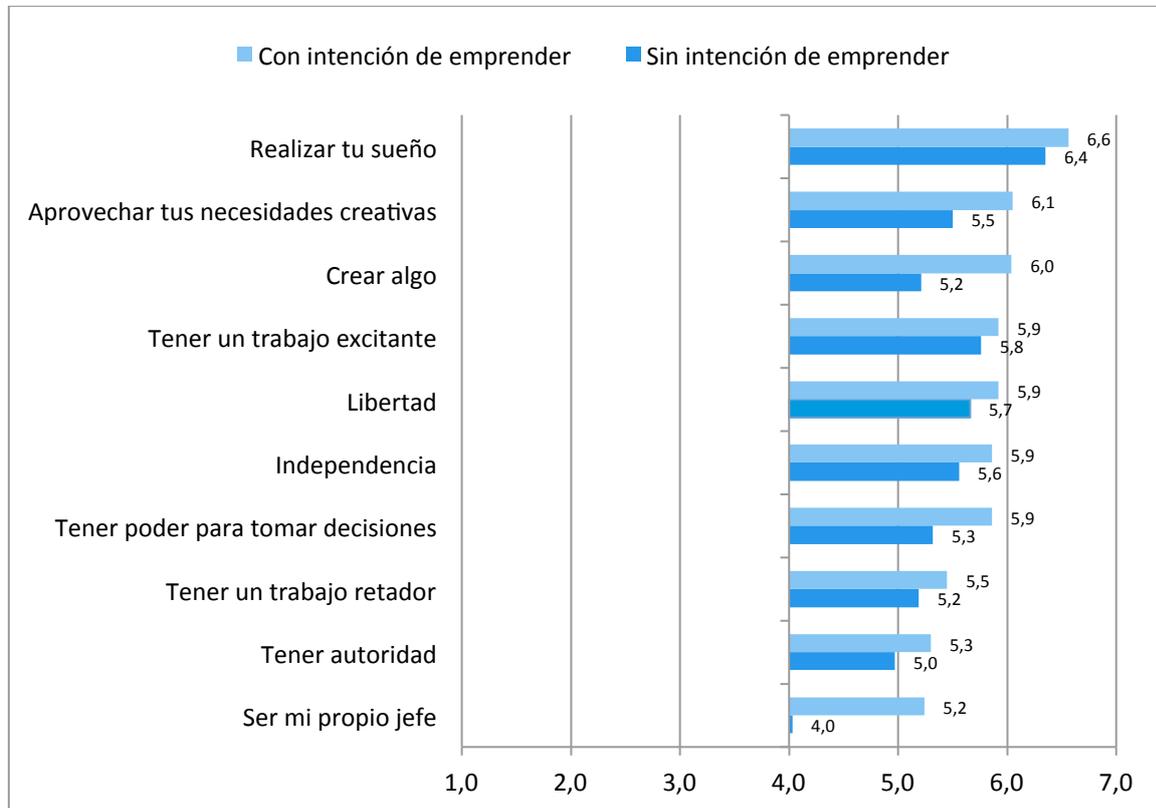


Para complementar el análisis anterior se han valorado los motivos personales que determinan la elección de carrera de los estudiantes. Para ello se incluyeron en el cuestionario una relación de estímulos que tradicionalmente se han asociado con el espíritu emprendedor, para que los estudiantes evaluaran qué importancia conceden a cada uno cuando deciden su futuro profesional (escala likert 1 a 7).

La Ilustración 5 muestra una comparativa de estos aspectos entre aquellos alumnos que declaran tener algún tipo de intención emprendedora ya sea presente o futura, frente a otras opciones laborales. Como se puede observar, el orden de prioridades difiere en cada grupo. En el primero, alumnos con intención de trabajar por cuenta propia, destacan el deseo de ver cumplidos sus sueños, el aprovechamiento de sus necesidades creativas, el deseo de crear algo nuevo, el deseo de libertad, tener un trabajo excitante, la posibilidad de tomar decisiones, independencia, tener un trabajo retador, autoridad y el deseo de ser su propio jefe.

Por su parte, el resto de estudiantes que declaran no tener ninguna intención de trabajar por cuenta propia, ni recién terminados sus estudios ni posteriormente, el orden de estos deseos se modifica. Así, se puede observar que para este colectivo los dos principales motivos son realizar su sueño y tener un trabajo excitante, mientras que los últimos motivos para esa elección de carrera son tener autoridad y ser su propio jefe.

Ilustración 5. Motivos personales para la elección de carrera



2.2 Intenciones de elección de carrera por tramos edad

Si bien el recorrido de la variable edad no es muy amplio en esta etapa educativa, es habitual considerarla como variable moderadora de la relación entre intención y comportamiento emprendedor. Por ello, y con la intención de valorar la existencia de diferencias en las intenciones de elección de carrera de los alumnos de la UCA se ha realizado el análisis por terciles de edad y se ha realizado el correspondiente test Chi-cuadrado para evaluar la diferencia de medias entre las tres categorías.

La Ilustración 6 muestra las preferencias para el momento justo de terminar los estudios y la Ilustración 7 transcurridos 5 años. Como se puede observar, y así lo ratifica el contraste de medias, no existen diferencias estadísticamente significativas por razón de edad en las intenciones de elección de carrera, ni justo al finalizar los estudios ($X^2= 14,581$; p-value: 0,024), ni transcurridos 5 años ($X^2=9,415$; p-value=0,152).

Ilustración 6. Intenciones de elección de carrera al finalizar los estudios por terciles de edad

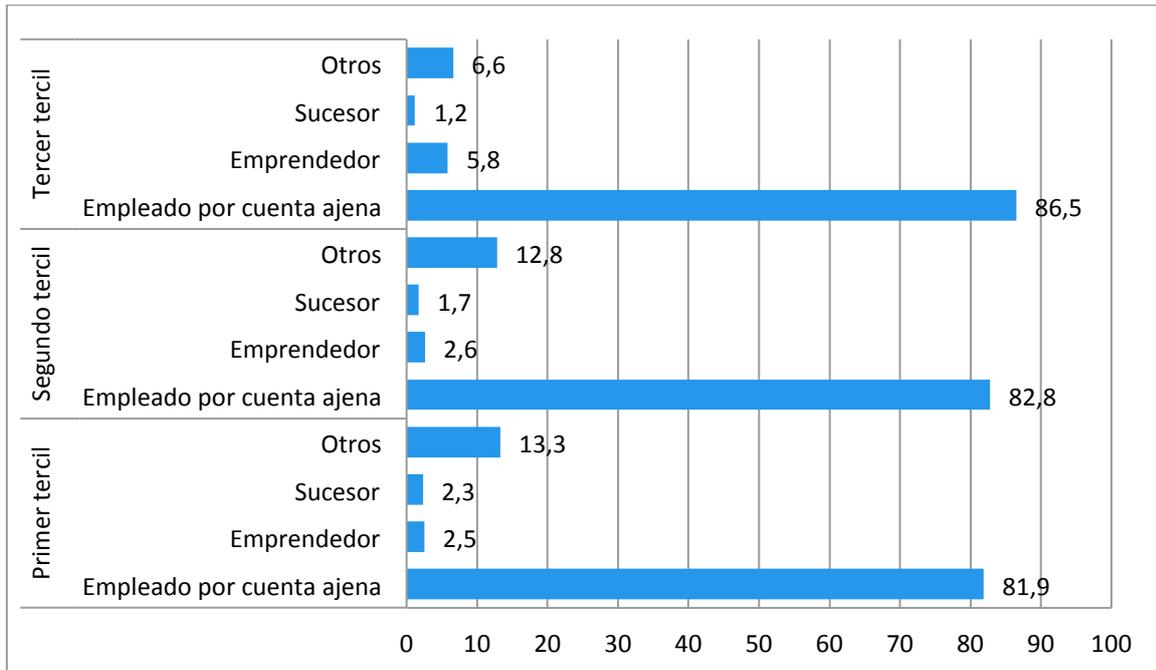
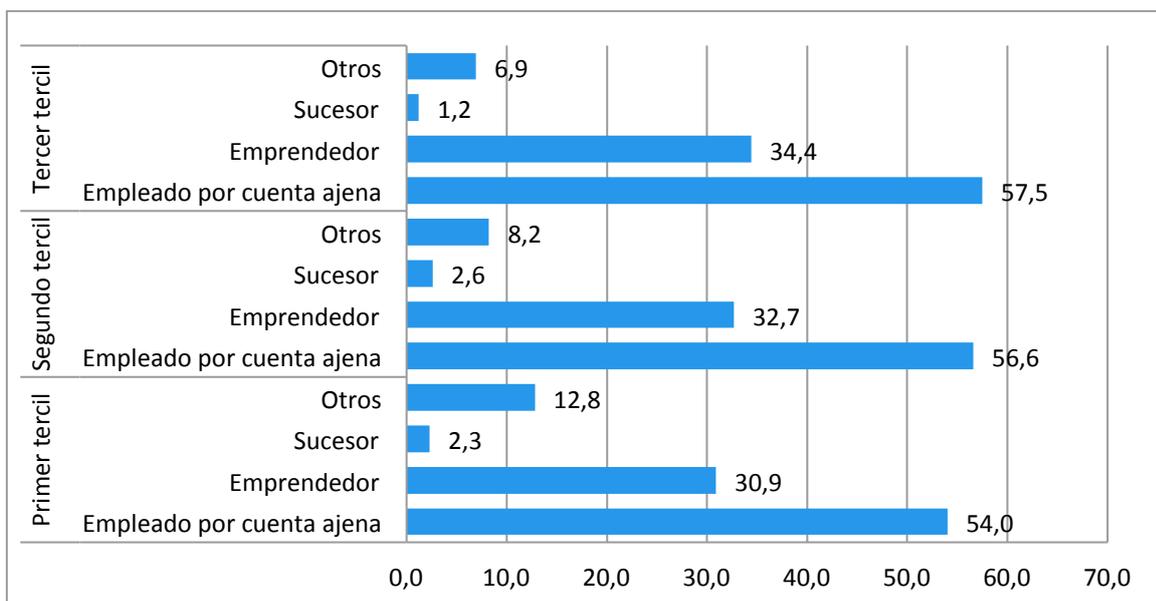


Ilustración 7. Intenciones de elección de carrera a los 5 años de finalizar los estudios por terciles de edad

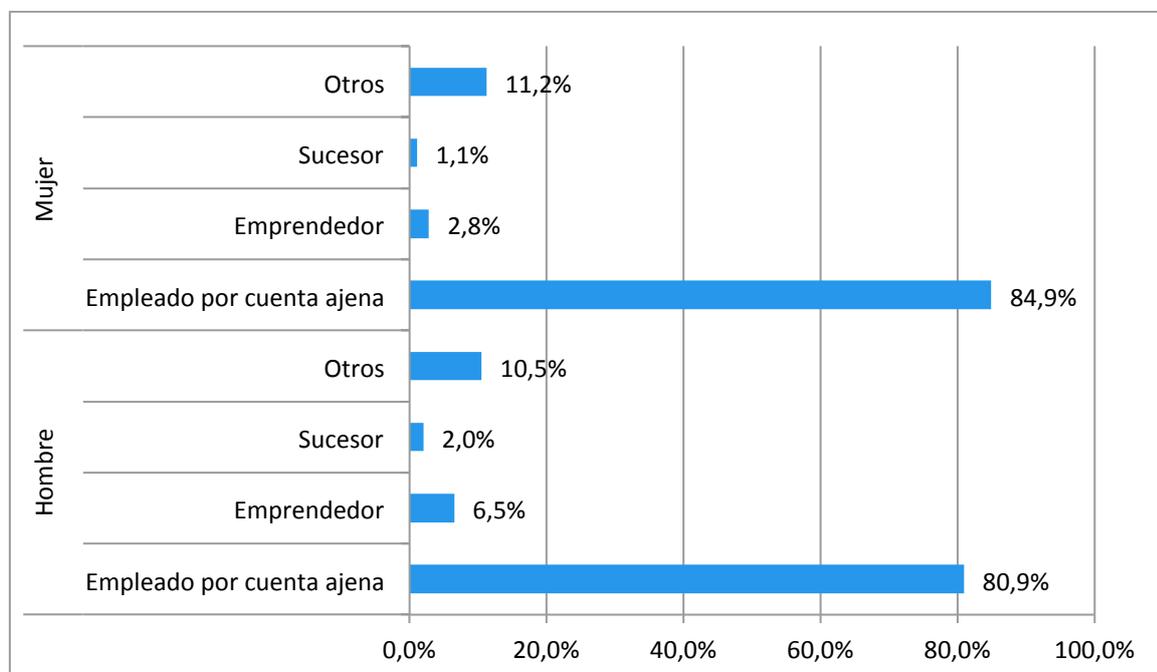


No obstante lo anterior, se puede observar que al finalizar los estudios, en el tramo de mayor edad, la intención emprendedora es mayor que en los otros tramos, relación que se mantiene transcurridos 5 años desde la finalización de su titulación.

2.3 Intenciones de elección de carrera por género

Existe cierto consenso en la investigación académica sobre emprendimiento de que los hombres presentan mayores tasas de intención emprendedora que las mujeres (Chen et al., 1998; Scherer, Brodzinski, & Wiebe, 1991; Zhao et al., 2010); Sin embargo, no está claro el papel moderador del género sobre el impacto de la educación superior sobre las intenciones empresariales. En este sentido, es posible que la educación universitaria permita a las mujeres fortalecer sus habilidades y aumentar sus intenciones empresariales respecto a los hombres (Wilson et al., 2007).

Ilustración 8. Intenciones de elección de carrera al finalizar los estudios por género.

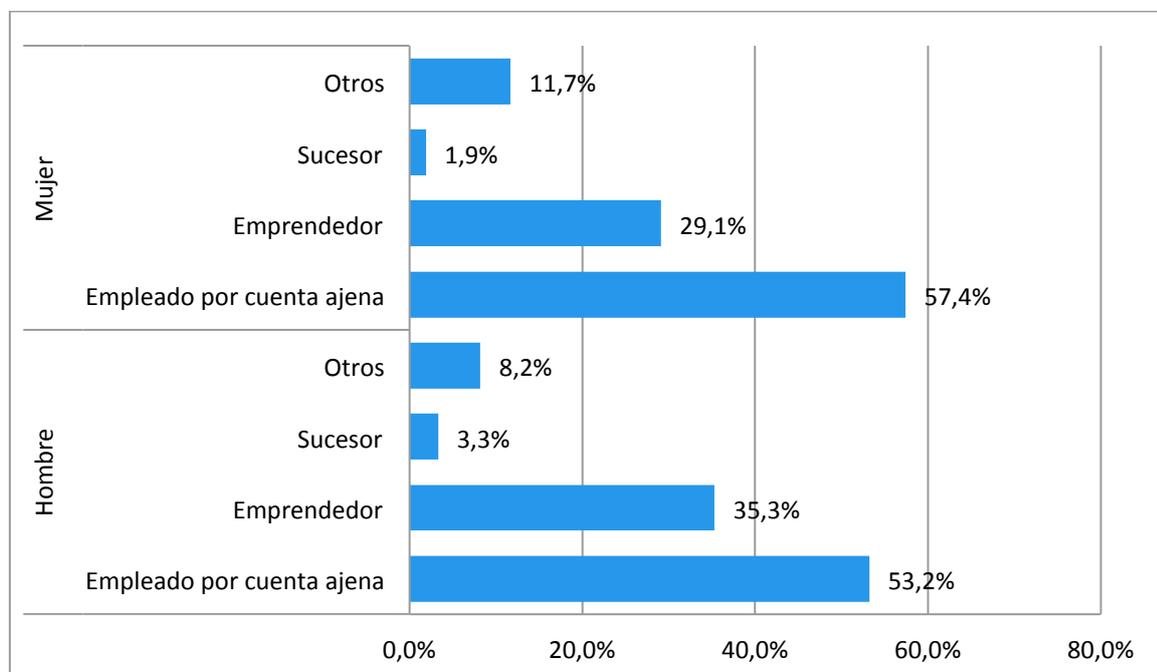


Por otro lado, en determinados entornos culturales, es habitual que los hombres se sientan atraídos por profesiones típicamente masculinas, incluyendo la actividad empresarial, por lo que ha parecido interesante analizar este atributo.

La Ilustración 8 pone de manifiesto importantes diferencias de género en las intenciones de elección de carrera de los estudiantes de la UCA. Al finalizar la carrera la gran mayoría de hombres y mujeres piensa en trabajar en una empresa por cuenta ajena con una diferencia de 4 puntos porcentuales a favor de las mujeres, siendo la intención emprendedora muy reducida, pero en cualquier caso, más del doble en hombres que en mujeres. Estas diferencias son estadísticamente significativas ($X^2= 13,868$; $p\text{-value}=0,003$).

Por su parte, a los 5 años de terminar sus estudios (Ilustración 9), la desproporción se reduce, no obstante la diferencia sigue siendo estadísticamente significativa ($X^2=12,470$; $p\text{-value}=0,006$)

Ilustración 9. Intenciones de elección de carrera a los 5 años de finalizar por género





2.4 Intenciones de elección de carrera por ciclo de Grado, Máster y Doctorado

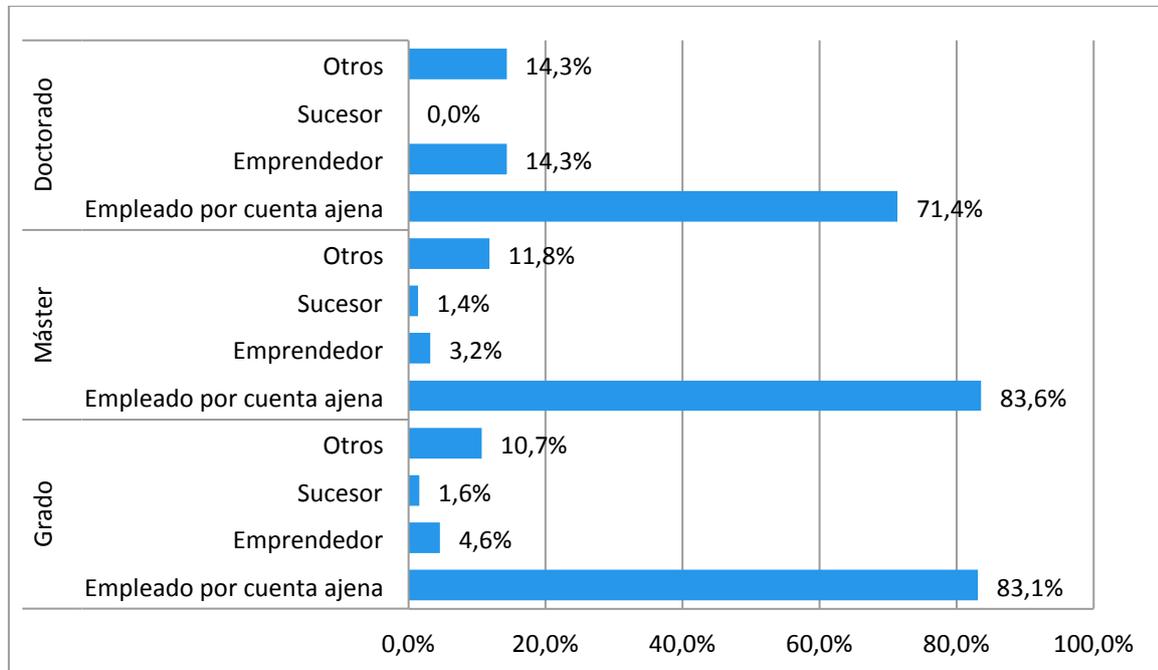
A partir de la entrada en vigor del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la Ordenación de las Enseñanzas Universitarias Oficiales, se desarrolló la estructura de las enseñanzas universitarias oficiales, de acuerdo con las líneas generales emanadas del Espacio Europeo de Educación Superior y de conformidad con lo previsto en el artículo 37 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, en su nueva redacción dada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modificó la anterior. De este modo, los títulos oficiales impartidos por las universidades públicas y privadas se estructuran en tres ciclos, denominados respectivamente Grado, Máster y Doctorado.

Las enseñanzas de Grado tienen como finalidad la obtención por parte del estudiante de una formación general, en una o varias disciplinas, orientada a la preparación para el ejercicio de actividades de carácter profesional. Por su parte, las enseñanzas de Máster tienen como finalidad la adquisición por el estudiante de una formación avanzada, de carácter especializado o multidisciplinar, orientada a la especialización académica o profesional, o bien a promover la iniciación en tareas investigadoras. Por último, los estudios de doctorado conducen a la adquisición de las competencias y habilidades relacionadas con la investigación científica de calidad.

Dado, por tanto, las diferencias en las finalidades, objetivos y naturaleza de estos tres ciclos se analizan a continuación las respuestas de los estudiantes de la UCA en cada uno de estos tres grupos y se valora la existencia de diferencias significativas en sus elecciones de elección de carrera.

Así, en primer lugar, la Ilustración 10 muestra que en los estudios de doctorado hay un porcentaje considerablemente mayor de alumnos con intención de crear su propia empresa que en los otros ciclos, resultado sorprendente habida cuenta de que la consecución del doctorado en la primera parada en la carrera académica. Es conveniente tomar este resultado con precaución dado el tamaño de la muestra en este colectivo considerablemente menor que en el resto.

Ilustración 10. intenciones de elección de carrera por ciclo al finalizar los estudios



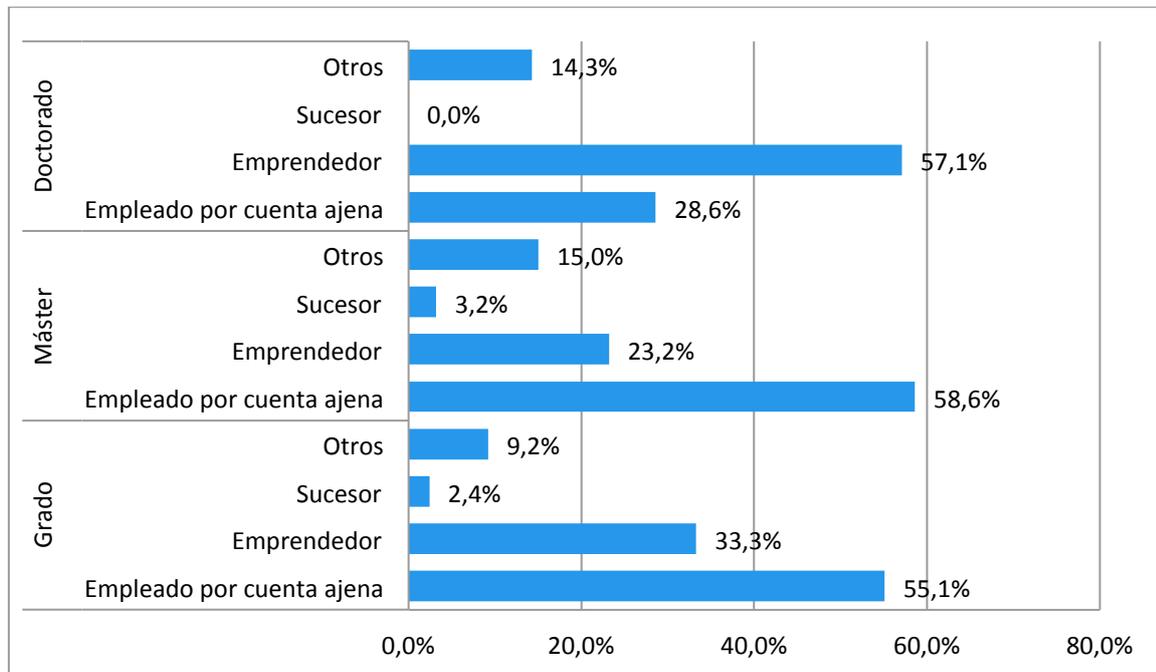
Por otra parte, es el colectivo de estudiantes de máster donde el porcentaje de alumnos que desea trabajar por cuenta ajena es mayor, resultado que puede ser explicado por la finalidad de especialización académica o profesional de este ciclo.

Por último, llama la atención el elevado porcentaje de alumnos que aún no tiene definidos sus objetivos y pretensiones profesionales, especialmente en los estudios de máster y doctorado.

No obstante lo anterior, el test chi-cuadrado para la diferencia de medias pone de manifiesto que las diferencias en estos tres grupos, una vez terminados sus estudios, no son estadísticamente significativas ($X^2=2,956$; $p\text{-value}=0,814$).

El panorama cambia de manera significativa al valorar las intenciones de elección de carrera transcurridos 5 años de finalizar sus estudios (Ilustración 11). El test Chi-cuadrado muestra diferencias significativas con un nivel de significación del 5% ($X^2=15,612$; $p\text{-value}=0,016$).

Ilustración 11. intenciones de elección de carrera por ciclo a los 5 años de finalizar los estudios



Es destacable que más de la mitad de los estudiantes de doctorado quieran montar su empresa a los 5 años de terminar sus estudios, muy por encima de los porcentajes alcanzados en grado y máster, si bien, al igual que antes, interpretamos con reservas dado el reducido tamaño muestral. En cualquier caso, destaca que algo más de un tercio de los estudiantes de grado tenga intención de trabajar por cuenta propia o montar su empresa a los cinco años, periodo que se podría considerar suficiente para la adquisición de conocimientos, competencias y habilidades para el desarrollo de una carrera empresarial.

Es interesante valorar, por último, que los estudiantes de máster son los que tienen menor intención emprendedora debido, posiblemente, a la finalidad formativa de este ciclo.

2.5 Intenciones de elección de carrera por curso

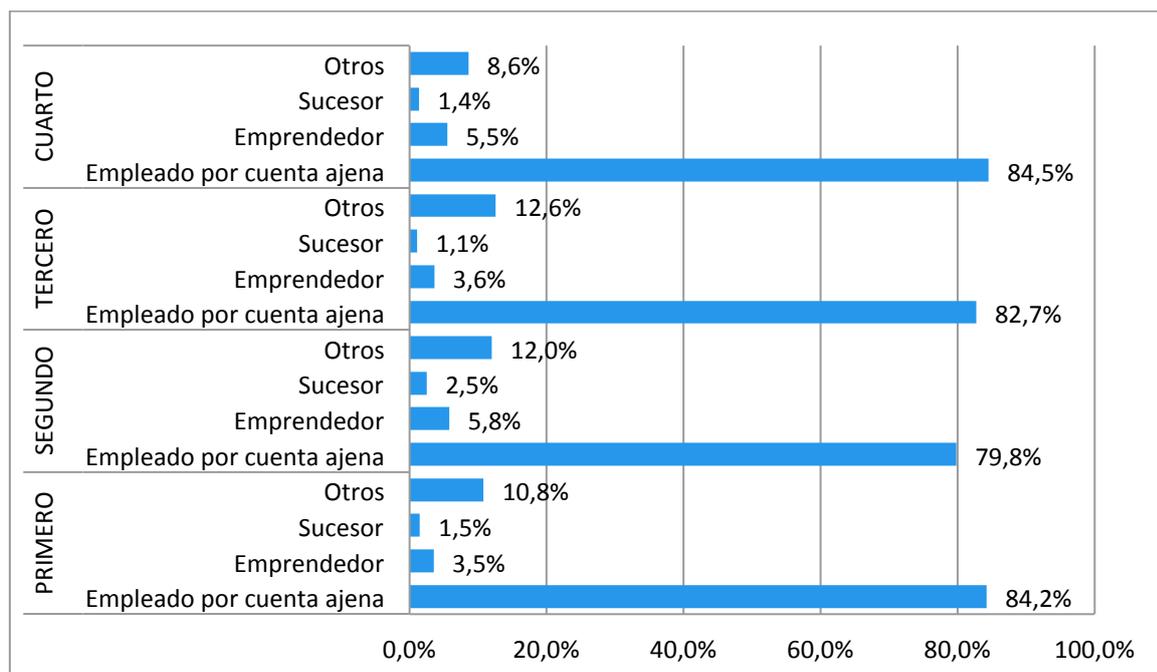
La formación universitaria se concibe como un proceso acumulativo de adquisición de competencias a lo largo de cada ciclo formativo. Entre otras novedades, en la nueva ordenación de los títulos oficiales se ha puesto especial interés en la realización de prácticas externas por los estudiantes universitarios. En este sentido, las prácticas académicas externas constituyen una actividad de naturaleza formativa cuyo objetivo es permitir a los

mismos aplicar y complementar los conocimientos adquiridos en su formación académica, favoreciendo la adquisición de competencias que les preparen para el ejercicio de actividades profesionales, faciliten su empleabilidad y fomenten su capacidad de emprendimiento.

Es por ello, por lo que ha parecido interesante en este apartado valorar en qué medida la UCA está cumpliendo su papel como organismo de fomento del emprendimiento e incubadora de nuevas iniciativas empresariales, a través de la organización de sus estudios y de otras medidas específicas que acometen. La cuestión a analizar será, por tanto, ¿aumenta la intención emprendedora a medida que se acerca el momento de finalizar los estudios universitarios de grado? O de otra forma, ¿cumplen los estudios universitarios de grado en la UCA con su objetivo de fomentar las intenciones emprendedoras entre sus estudiantes?.

La Ilustración 12 y el correspondiente test Chi-cuadrado muestran que no existen diferencias estadísticamente significativas en las intenciones de elección de carrera entre los alumnos de los diferentes cursos de las titulaciones de grado ($\chi^2=8,042$; $p\text{-value}=0,530$), si bien, la intención de convertirse en emprendedor al finalizar los estudios se percibe mayor en los alumnos de 4 curso respecto a los de primero (5,5% frente a 3,5%).

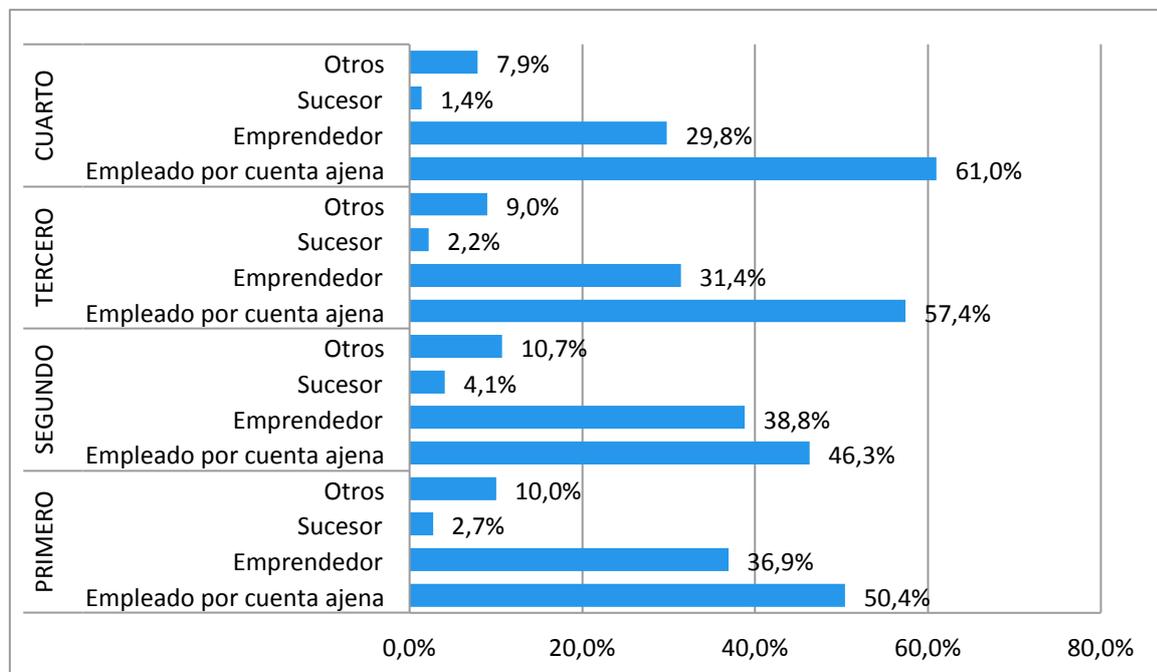
Ilustración 12. intenciones de elección de carrera por curso al finalizar los estudios



La situación se invierte al plantear una perspectiva temporal más amplia (Ilustración 13), la intención emprendedora a los 5 años de finalizar los estudios es considerablemente menor en los alumnos de cuarto que en los de primero (29,8% frente a 36,8%) y estas diferencias sí que son estadísticamente significativas al 5% ($\chi^2=18,879$; $p\text{-value}=0,026$). Lógicamente, el porcentaje de alumnos de cuarto cuyas expectativas laborales pasan por trabajar por cuenta ajena es mayor que el de alumnos de primero a los 5 años de obtener la titulación (61,0% frente a 50,4%).

Una posible explicación de este hecho es que a medida que el estudiante tiene un nivel competencial y formativo mayor, podría percibir un incremento de sus posibilidades de conseguir un puesto de trabajo más seguro y bien remunerado como alternativa al autoempleo, además de la presión que su entorno familiar podría ejercer para orientar su futuro hacia el trabajo para la administración pública o, en general, por cuenta ajena, valorando un nivel de riesgo aparentemente inferior al autoempleo y, quizás, con mayor reconocimiento social.

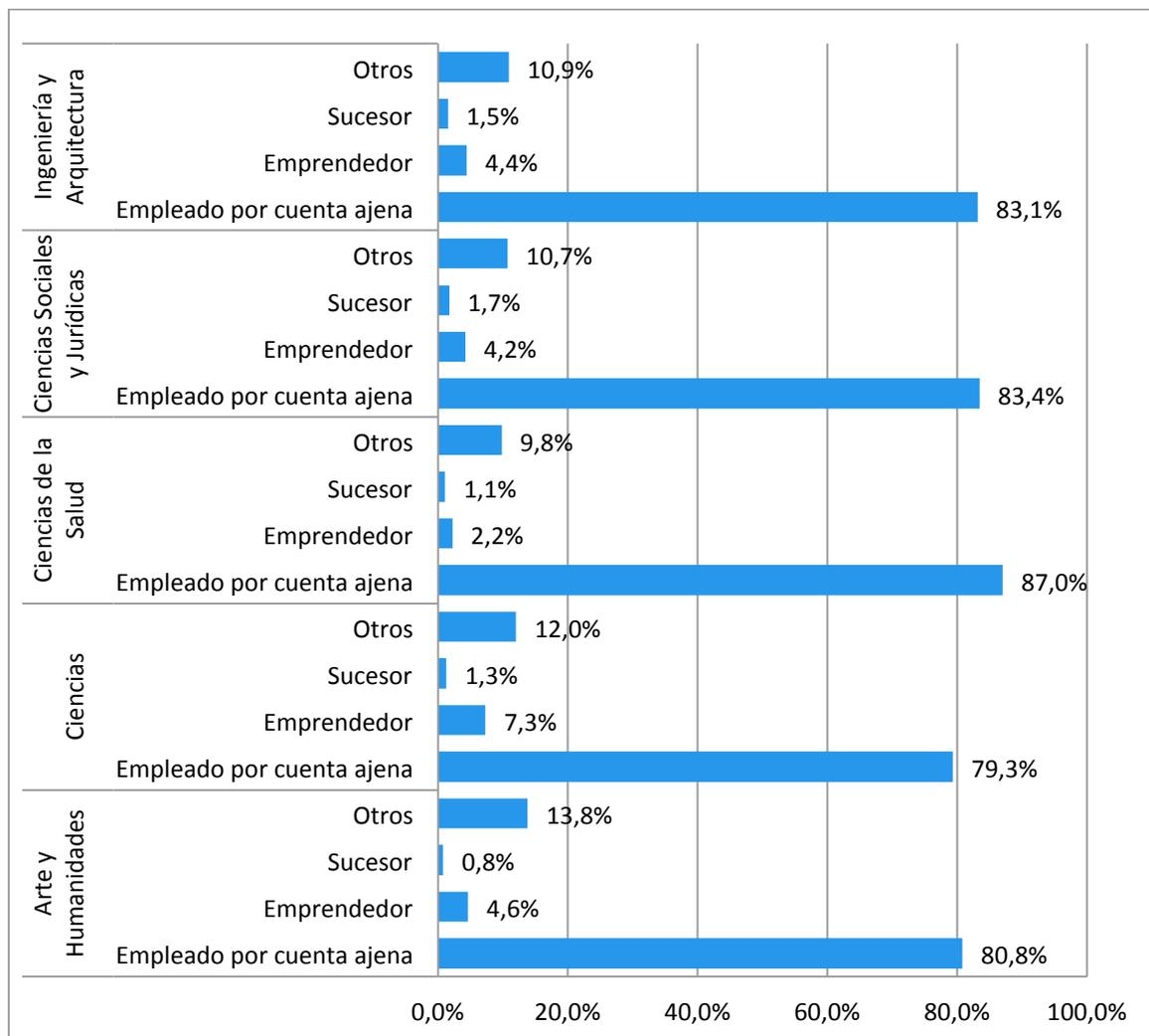
Ilustración 13. intenciones de elección de carrera por curso a los 5 años de finalizar los estudios



2.6 Intenciones de elección de carrera por ramas de conocimiento

Para finalizar este capítulo se analizan las diferencias según especialización o ramas de conocimiento. Para ello se examinan las contempladas en el RD 1393/2004: Arte y Humanidades, Ciencias, Ciencias de la Salud, Ciencias Sociales y Jurídicas, e Ingeniería y Arquitectura.

Ilustración 14. Intenciones de elección de carrera al finalizar los estudios por ramas de conocimiento



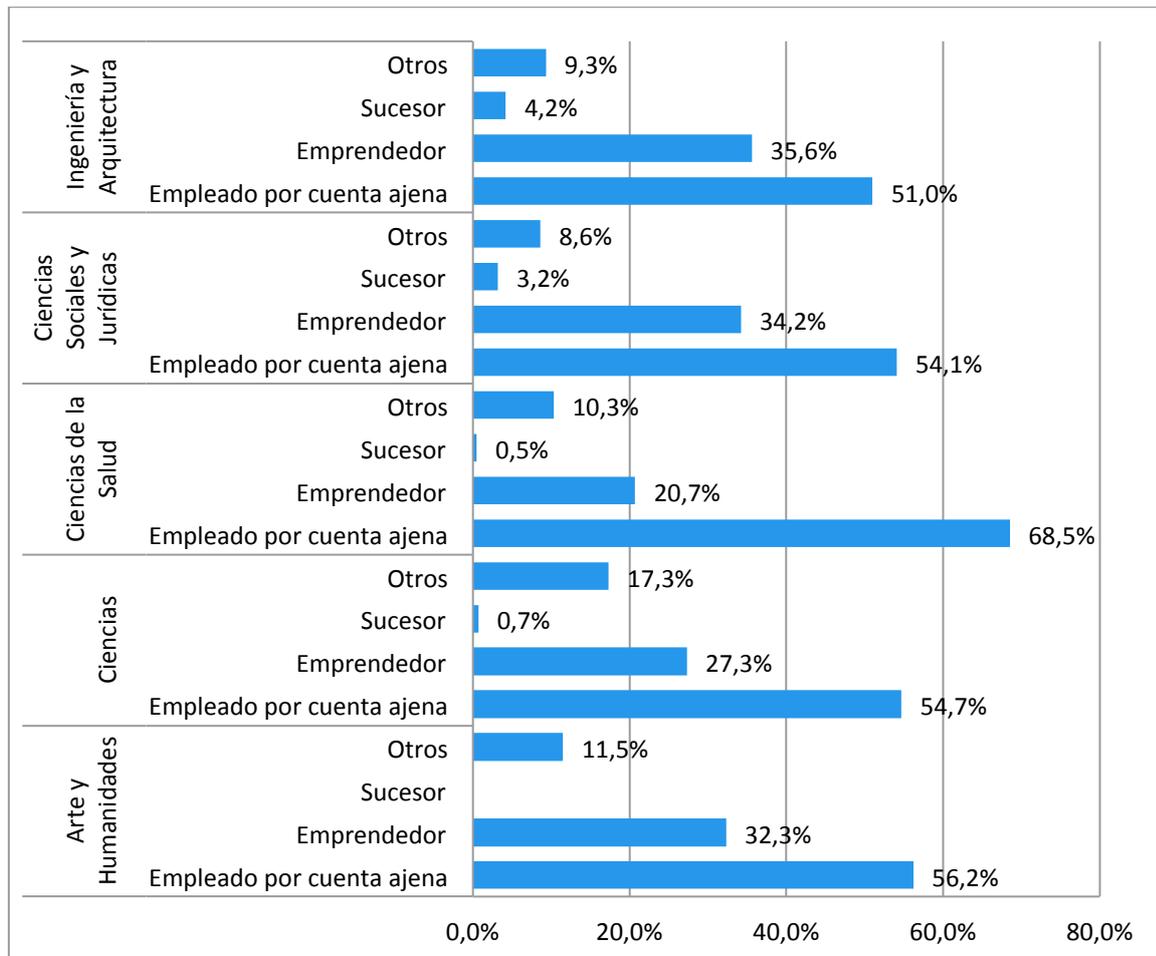


En este sentido, existen numerosas investigaciones que sostienen que la especialización académica es un factor importante que influye en la intención emprendedora. Así, por ejemplo, Wu y Wu (2008) muestran que los estudiantes de Ingeniería tienen una intención emprendedora superior a estudiantes de otras carreras y, Hassan y Wafa (2012) que los alumnos de la rama de Ciencias tienen un nivel superior de intenciones emprendedoras que los estudiantes de Empresa o de Arte y Humanidades. Entre los argumentos proporcionados se piensa que la posesión de habilidades técnicas conduce a un mayor sentido de autoeficacia y que ésta facilita el proceso de reconocimiento de oportunidades y la capacidad de asumir riesgos (Krueger y Dickson, 1994). Por su parte, es de esperar que los estudiantes de titulaciones relacionadas con la Administración de Empresas posean los conocimientos y habilidades necesarias para reconocer oportunidades y esto pueda tener un efecto positivo sobre sus intenciones de elección de carrera.

La Ilustración 14 y el contraste Chi-cuadrado correspondiente muestran que no existen diferencias significativas por ramas de conocimiento en las intenciones de elección de carrera al finalizar los estudios ($\chi^2=8,518$; $p\text{-value}=0,743$). No obstante lo anterior, los alumnos de las titulaciones de la rama de Ciencias (7,30%) son los que presentan una mayor tasa de intención emprendedora y los de Ciencias de la Salud la menor (2,2%).

Transcurridos cinco años la situación cambia y las diferencias son estadísticamente significativas ($\chi^2=40,156$; $p\text{-value}=0,000$). La Ilustración 15 muestra que las titulaciones de la rama de Ingeniería y Arquitectura son las que presentan un mayor porcentaje de alumnos con intención de trabajar por cuenta propia transcurrido este periodo (35,6%), seguidos muy de cerca de los alumnos de Ciencias Sociales y Jurídicas (34,2%) y los de Arte y Humanidades (32,3%). De nuevo, los estudiantes de Ciencias de la Salud son los que presentan un porcentaje de vocaciones emprendedoras menor (20,7%) y, en consecuencia, un mayor porcentaje (68,5%) que espera trabajar por cuenta ajena en el sistema sanitario público o privado.

Ilustración 15. Intenciones de elección de carrera a los 5 años de finalizar los estudios por ramas de conocimiento





3 Determinantes de las intenciones emprendedoras en la UCA

En el capítulo anterior se han evaluado las intenciones de elección de carrera de los estudiantes de la UCA a través de una única cuestión con varias posibles respuestas, referidas a dos horizontes temporales, uno más a corto plazo y otro más a largo, en la que los estudiantes sólo se podían pronunciar por una de las posibles alternativas laborales, sin permitir la expresión de matices. A pesar de tratarse de un enfoque comúnmente aceptado para el estudio de las intenciones de elección de carrera (Zellweger et al., 2011) es evidente que presenta cierta desventaja en la interpretación de los resultados al no tener en cuenta las valoraciones sobre todo de los emprendedores potenciales que contemplan la creación de su propia empresa.

En este epígrafe se utilizan escalas de medida más complejas para aproximarse a los constructos teóricos propuestos en el marco teórico planteado en el capítulo 1. Estas variables latentes, imposibles de medir directamente, se aproximan por un conjunto de indicadores que además han sido utilizados por los países participantes en el proyecto GUESSS lo que permitirá realizar comparaciones con la media nacional y con la media de los países participantes en el proyecto.

3.1 Índice de intención emprendedora

Para obtener una medida sintética de las intenciones emprendedoras se utilizó la escala desarrollada por Liñán y Chen (2009), que proponen una escala Likert de 7 valores para que el alumno pudiera valorar cada afirmación como 1: completamente en desacuerdo, hasta 7: completamente de acuerdo. Posteriormente, se calculó una media aritmética de los valores de cada indicador para generar un Índice de Intención Emprendedora.

La Tabla 3 muestra una estadística descriptiva de los indicadores de la escala junto a su promedio y como se puede observar todos los indicadores se encuentran muy próximos al valor medio de la escala, destacando ligeramente por abajo la valoración de la afirmación de estar dispuesto a hacer cualquier cosa para llegar a ser un emprendedor. El Índice de intención emprendedora (4,0) coincide con el valor medio de la escala.

Por otra parte, la Ilustración 16, muestra la comparación de este indicador con la media nacional e internacional de los universitarios que han participado en el proyecto. A la vista de los resultados se puede hacer una valoración positiva ya que el índice de intención emprendedora de los estudiantes de la UCA coincide con el valor medio nacional y está ligeramente por encima de la media internacional.

Tabla 3. Estadística descriptiva de los indicadores de la escala de intenciones emprendedoras

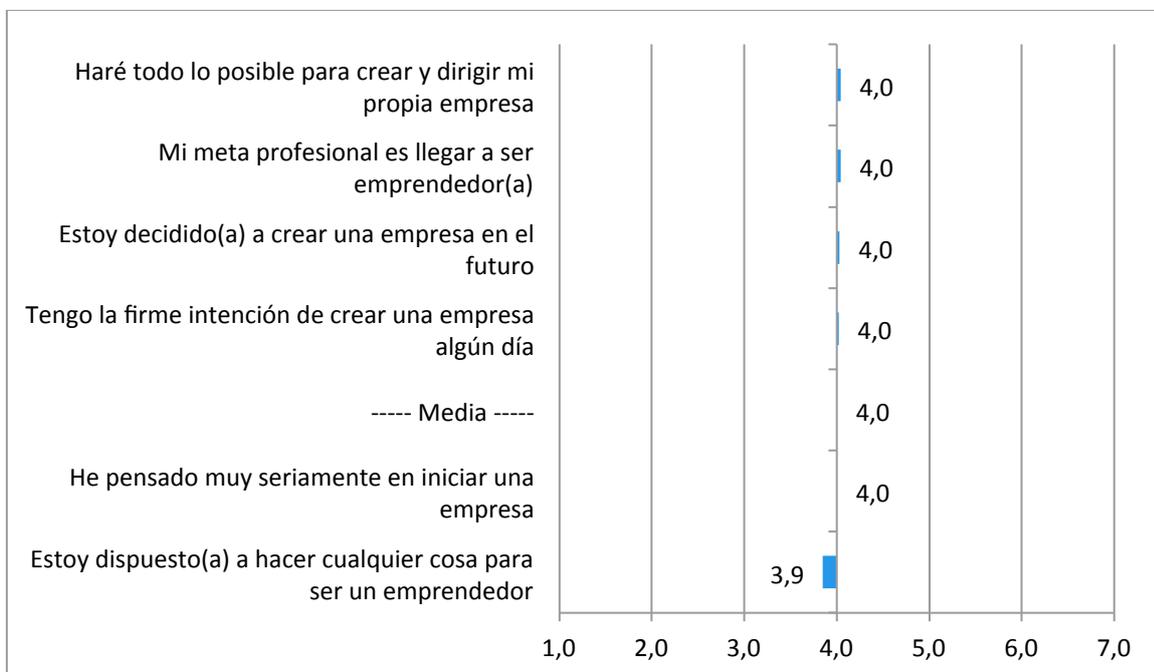
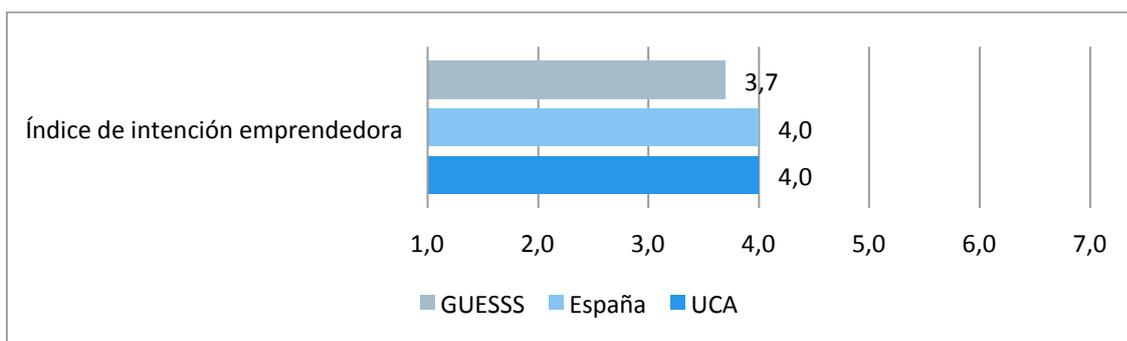


Ilustración 16. Índice de intención emprendedora de la UCA. Comparativa media nacional e internacional GUESSS





3.2 Determinantes directos de la intención emprendedora

En este apartado se analizan, según el modelo teórico presentado en el capítulo 2, las valoraciones de los estudiantes de la UCA en relación a los antecedentes que tradicionalmente se han identificado como variables explicativas en los modelos de intenciones emprendedoras: la actitud hacia el emprendimiento; el apoyo social, familiar y de los amigos (o normas subjetivas); el control percibido del comportamiento; la autoconfianza, competencias y habilidades para emprender (o autoeficacia); la percepción del emprendimiento como una conducta de riesgo; y, por último, la motivaciones personales que habitualmente se han identificado como propias de la conducta emprendedora.

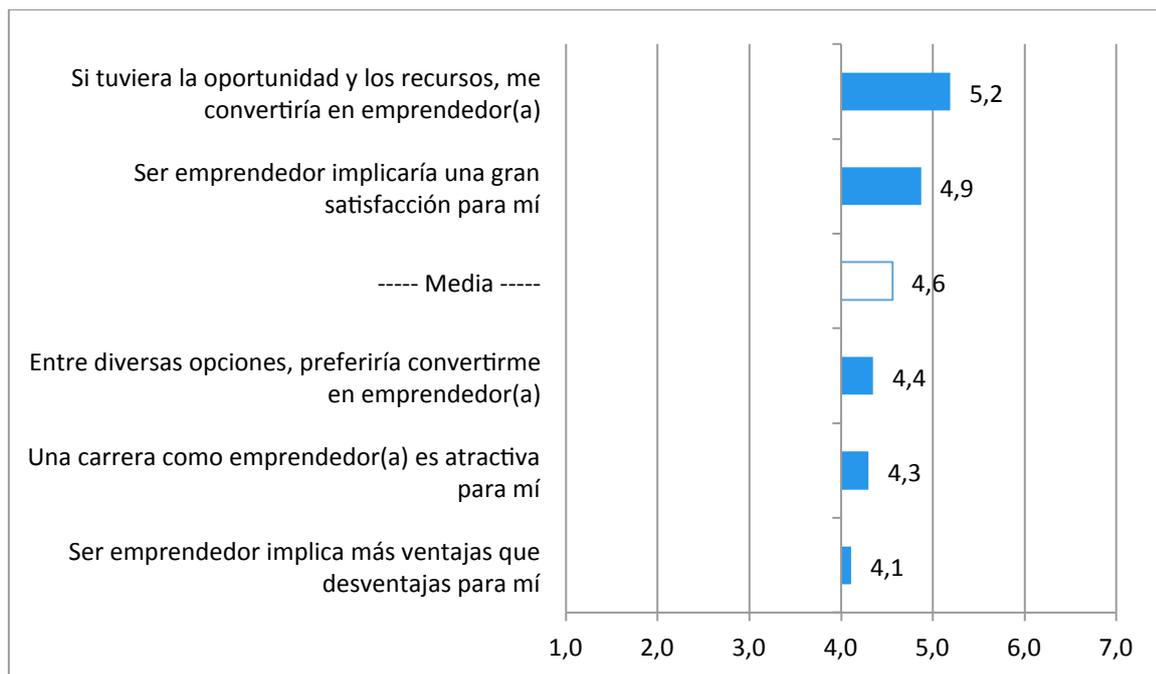
Para cada una de estas variables se utilizaron varios indicadores, basados en la evaluación de una serie de afirmaciones que el alumno debía valorar con escalas Likert de 7 valores, considerando el valor 1 como completamente en desacuerdo y el valor 7, como completamente de acuerdo. Posteriormente, se calculó la media aritmética de los valores de cada indicador y para generar una medida única de cada constructo teórico.

3.2.1 Actitud hacia el emprendimiento

Uno de los factores explicativos de los modelos de intenciones es la actitud hacia la conducta, esto es, la valoración personal positiva o negativa hacia determinado comportamiento, e incluye consideraciones afectivas y evaluativas hacia esa conducta. La literatura académica en emprendimiento ha encontrado evidencia empírica suficiente para demostrar que una actitud más favorable hacia el emprendimiento contribuirá a que la intención de crear la empresa sea mayor.

Para valorar la actitud hacia el emprendimiento en los estudiantes de la UCA se incluyó en el cuestionario una escala de 5 ítems con valores entre 1 y 7 para mostrar desacuerdo o acuerdo total con las correspondientes afirmaciones. La Ilustración 17 muestra los valores muestrales y la media entre ellos. Es fácil observar que, en términos generales, los estudiantes de la UCA tienen una actitud favorable hacia el emprendimiento (media=4,6), destacando la apreciación de que si tuvieran la oportunidad y los recursos se convertirían en emprendedores. Este hecho pone de manifiesto el condicionante y limitación que para el emprendimiento supone, en términos generales, la falta de apoyos y recursos de cualquier naturaleza.

Ilustración 17. Valoración de la actitud hacia el emprendimiento de los estudiantes de la UCA



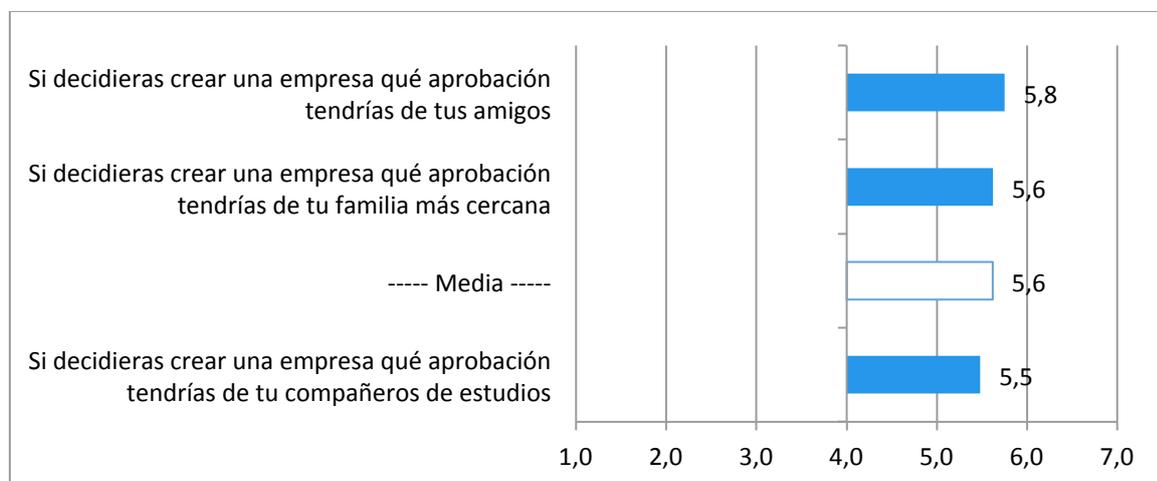
3.2.2 Apoyo social, familiar y de los amigos

Según la Teoría del Comportamiento Planificado, las normas subjetivas miden la presión social percibida para llevar a cabo o no una conducta (Ajzen, 1991). En relación al emprendimiento, se refiere a la percepción de la aprobación de la decisión de emprender de personas de referencia: compañeros de estudios, amigos y familia. La influencia de estos grupos determina si los alumnos perciben la conducta emprendedora como conveniente y, en este sentido, los animaría a realizar las acciones necesarias para convertirse en empresario. Por el contrario, la presión social negativa crearía una percepción desfavorable de este comportamiento. En cualquier caso, si bien las normas subjetivas por sí mismas no son determinantes para emprender, la aprobación de sus conductas por sus grupos de referencia aumenta la percepción de conveniencia y, en consecuencia, las intenciones de realizar el comportamiento (Schlaegel y Koenig, 2013).

Si decidieran crear su propia empresa, en términos generales, los alumnos de la UCA perciben que sus amigos, compañeros de estudios y familia más cercana aprobarían su

decisión (Ilustración 18). Las puntuaciones medias alcanzadas en todos los indicadores de percepción de normas sociales superan el valor central de la escala, situándose la media entre ellos en 5,6, ligeramente por encima de los valores observados en el informe nacional e internacional que alcanzó un valor de 5,5.

Ilustración 18. Indicadores de apoyo familiar, de los amigos y compañeros de estudios



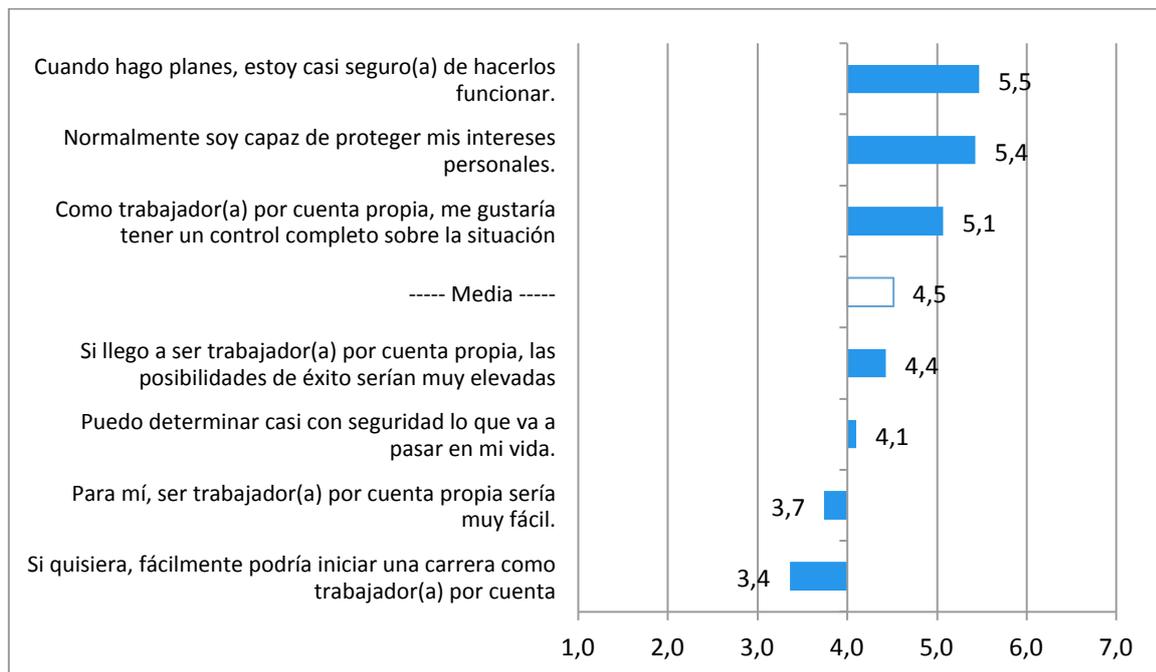
3.2.3 Control percibido del comportamiento

El control percibido sobre el comportamiento hace referencia a la percepción sobre la facilidad o dificultad de llegar a ser empresario. En este sentido es un concepto bastante similar al de autoeficacia introducido por (Bandura, 1997) y a la viabilidad percibida de Shapero y Sokol (1982). Estos tres conceptos hacen referencia a la percepción de capacidades o habilidades para la creación de una empresa. Sin embargo, trabajos recientes han matizado las diferencias entre control percibido y autoeficacia (Ajzen, 2002) y, por ello se analizan en apartados diferentes. El primero incluiría no sólo la sensación de poder, sino también la percepción sobre la capacidad de control de la conducta (Liñán y Chen, 2009).

En el caso de los estudiantes de la UCA el valor medio de los indicadores de este constructo es superior al valor medio de la escala (4,5), si bien destaca su elevada valoración de la seguridad de que cuando hacen planes los hacen funcionar, la confianza en su capacidad para proteger sus intereses y el deseo de controlar las situaciones. Por el contrario, destaca

la dificultad que perciben tanto para iniciar un trabajo por cuenta propia como para desarrollar su carrera profesional en esa situación (Ilustración 19).

Ilustración 19. Indicadores de control percibido sobre el comportamiento



3.2.4 Autoconfianza, competencias y habilidades para emprender

La autoeficacia hace referencia a la convicción de un individuo de que es capaz de organizar y ejecutar efectivamente acciones para producir unos resultados requeridos (Bandura, 1997; Chen, Greene y Crick, 1998). La autoeficacia afecta a la elección de alternativas y a la cantidad de esfuerzo ejercido (Waung, 1995), y se revela como el principal predictor individual de la elección de carrera (Bandura, 1986). La relación entre autoeficacia y emprendimiento está justificada, fundamentalmente, por cuatro motivos. En primer lugar, porque las personas evitan carreras y ambientes que creen que exceden sus capacidades (sin reparar en los beneficios que podrían alcanzar) y emprenden vocaciones para las que se juzgan capaces (Krueger y Dickson, 1994). En segundo lugar, porque la iniciativa empresarial

conlleva importantes riesgos y dificultades, por lo que para concebir una empresa se necesitan altos niveles de autoeficacia. En tercer lugar, porque la autoeficacia determina la elección de carrera, los intereses por determinadas profesiones, la perseverancia ante las dificultades y la eficacia personal y, todos estos factores, son determinantes para iniciar una actividad empresarial (Bandura, 1986; Krueger y Dickson, 1994; Waung, 1995). Y, finalmente, puesto que el incentivo para actuar es mayor cuando los emprendedores creen que sus acciones tendrán resultados alcanzables, la autoeficacia es un importante determinante de los comportamientos emprendedores exitosos.

La Ilustración 20 muestra los valores medios de los indicadores de autoeficacia de los estudiantes de la UCA. Todos presentan valores por encima del valor medio de la escala de medida, situada en 4, destacando sus percepciones de ser líderes y comunicadores, creativos y capaces de gestionar con éxito un negocio. Por el contrario, perciben menos confianza en sus habilidades para comercializar una nueva idea o desarrollo, gestionar la innovación dentro de una empresa, crear una red de contactos profesionales, identificar nuevas oportunidades de negocio y desarrollar nuevos productos y servicios.

Ilustración 20. Indicadores de autoeficacia





3.2.5 Percepción de riesgo

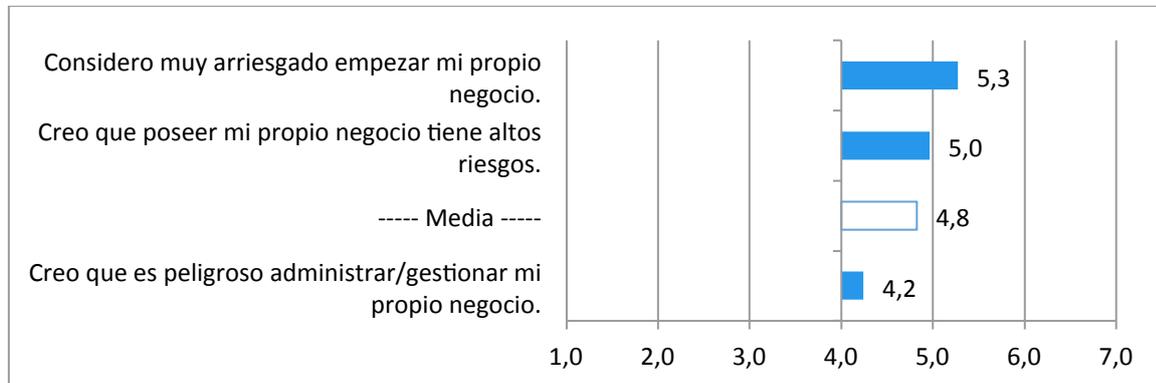
La propensión al riesgo puede definirse como un rasgo de la personalidad que determina la tendencia y disposición del individuo para asumir riesgos. Tradicionalmente, el concepto de propensión al riesgo se ha relacionado con el emprendimiento pues es evidente que la actividad emprendedora implica, por definición, asumir riesgos de algún tipo. La propensión al riesgo es junto a la proactividad y la innovación una de las tres dimensiones de la llamada orientación emprendedora (Covin y Slevin, 1989) y hace referencia a la disposición del individuo a comprometerse con fuentes de oportunidades bajo posibilidades de fracaso.

Numerosas investigaciones afirman que las personas que crean una nueva empresa y luchan porque salga adelante perciben y reaccionan al riesgo de forma diferente (Busenitz, 1999; Busenitz y Barney, 1997). Además, también existen resultados que confirman una mayor propensión al riesgo en emprendedores fundadores de su propia empresa que en directivos de empresas ya creadas (Begley y Boyd, 1987). La propensión al riesgo se convierte de este modo en un importante predictor de la elección de carrera en el sentido de que la tolerancia y actitudes positivas hacia el riesgo predicen la formación de intenciones emprendedoras (Segal et al., 2005). Por último, hay evidencia empírica de que la propensión al riesgo está positivamente asociada con las intenciones de autoempleo a través de su influencia sobre algunos predictores de éstas como son la autoeficacia (Zhao et al., 2010) y la actitud positiva hacia la conducta emprendedora (Lüthje y Franke, 2003).

La Ilustración 21 pone de manifiesto que, en términos generales los estudiantes de la UCA consideran arriesgado montar su propio negocio. En los tres indicadores utilizados para medir este aspecto presentan valores por encima del valor medio de la escala. Estos tres indicadores hacen referencia a la percepción de riesgo en tres etapas que se pueden considerar en el proceso de emprendedor, esto es, en la puesta en marcha, en la gestión y administración diaria del negocio y en la fase de crecimiento y consolidación. En todos ellos presenta valores por encima de cuatro (valor medio de la escala) destacando por su elevado valor la percepción en la etapa de iniciación (5,3).

Además de lo anterior, el cuestionario GUESSS incluyó una cuestión relativa a la percepción de los alumnos de su capacidad para afrontar el riesgo en los siguientes términos: “en general soy una persona que está plenamente preparada para asumir riesgos”, alcanzando el valor 4,8 sobre un máximo de 7. Este resultado, junto al anterior, pone de manifiesto que si bien los alumnos consideran arriesgado trabajar por cuenta propia se consideran preparados para afrontar dichos riesgos.

Ilustración 21. Indicadores de percepción de riesgo



3.3 Determinantes indirectos de la intención emprendedora

Los factores del entorno juegan un papel determinante en la formación de las intenciones emprendedoras. En este apartado se analizan una serie de factores relacionados con el entorno social, familiar y universitario de los estudiantes que de forma directa o indirecta podrían determinar la decisión de un estudiante de convertirse en emprendedor.

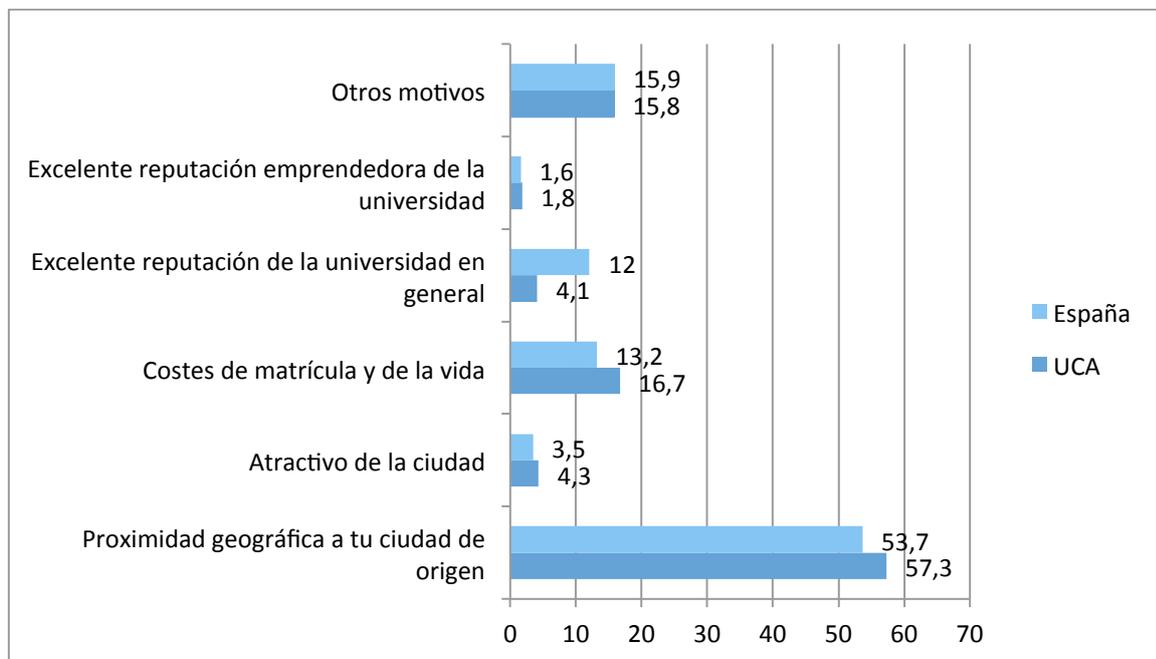
3.3.1 Contexto universitario

Tradicionalmente se han considerado a los estudiantes como una de los grupos más dinámicos de la sociedad gracias a su potencial emprendedor. No obstante, como se puso de manifiesto en el Capítulo 1 de este documento, el porcentaje de estudiantes de la UCA que estarían dispuestos a crear su propia empresa al finalizar sus estudios pasa del 4,4% al 31,9% transcurridos 5 años desde la graduación. Esta diferencia de más de 7 veces podría reflejar que los alumnos no se encuentran capacitados o no están dispuestos a asumir el riesgo de emprender hasta obtener una formación complementaria por medio de la experiencia profesional trabajando por cuenta ajena.

Este hecho justifica la importancia de valorar el papel del contexto universitario en la génesis de las intenciones emprendedoras. Así, en este apartado se evalúan varios aspectos que según la investigación académica en creación de empresas podrían tener un papel determinante en la formación de vocaciones empresariales. Se valora, en primer lugar, si la

reputación general o en emprendimiento de la UCA ha sido determinante para la elección de la misma, en segundo, si los alumnos de la UCA perciben a su alrededor un clima universitario emprendedor y si la formación general recibida en su titulación ha estado orientada al emprendimiento. Por último, se analiza el interés de los alumnos por su formación en emprendimiento mediante la asistencia a cualquier tipo de formación específica en la materia, ya sea presente o pasada, y de forma voluntaria u obligatoria por formar parte de sus planes de estudio.

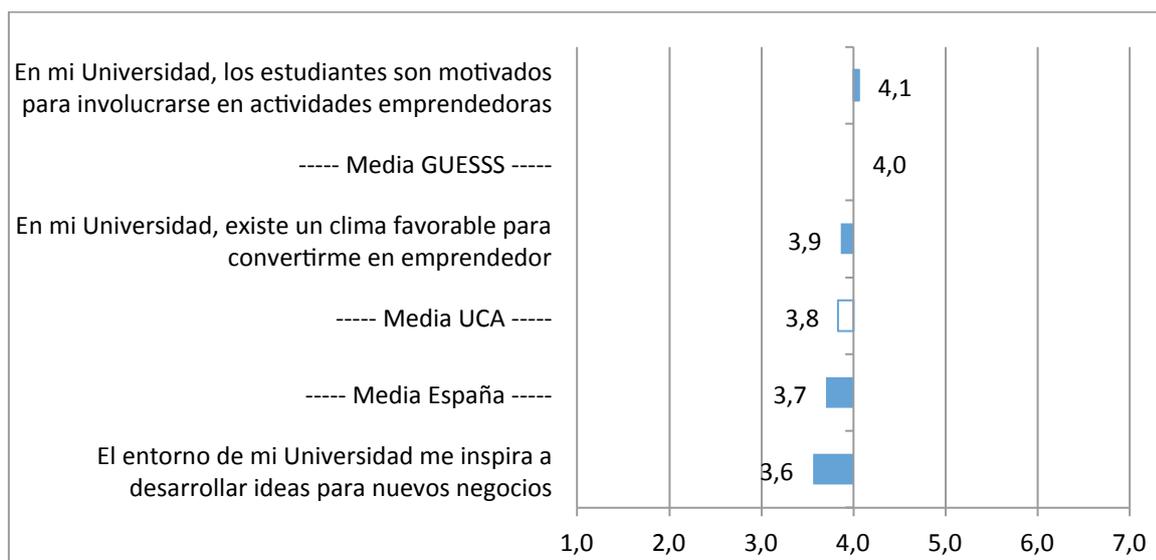
Ilustración 22. Razones para estudiar en la UCA



La Ilustración 22 muestra que bastante más de la mitad de los estudiantes de la UCA realizan su elección por proximidad geográfica a su ciudad de origen (57,3% frente a un 53,7% de la media nacional), un 16,7% por motivos económicos relacionados con el coste de la matrícula y del nivel de vida (13,2% en España) y un 15,8% por otros motivos (15,9% a nivel nacional). Por otro lado, sólo un 4,1% de los alumnos encuestados afirma haber elegido a la UCA por su excelente reputación (12,0% en la muestra nacional) y un 1,8% por su excelente reputación como universidad emprendedora (1,6% a nivel nacional).

A continuación, se examina la percepción de los alumnos de si en la UCA existe un clima emprendedor. Para ello se utilizó la escala desarrollada y validada por Luethje y Franke (2004), en la que se pide a los alumnos que evalúen si la UCA le transmite inspiración para desarrollar ideas para nuevos negocios, si existe un clima favorable para convertirse en emprendedor y si son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras (Ilustración 23). Sobre una valoración de 1 a 7 para cada indicador, la percepción media de clima emprendedor de los estudiantes de la UCA (3,8) está ligeramente por debajo de la media internacional (4,0), pero por encima de la media de las universidades españolas participantes en el estudio (3,7), destacando la valoración de que en la UCA se motiva a los estudiantes a involucrarse en actividades emprendedoras.

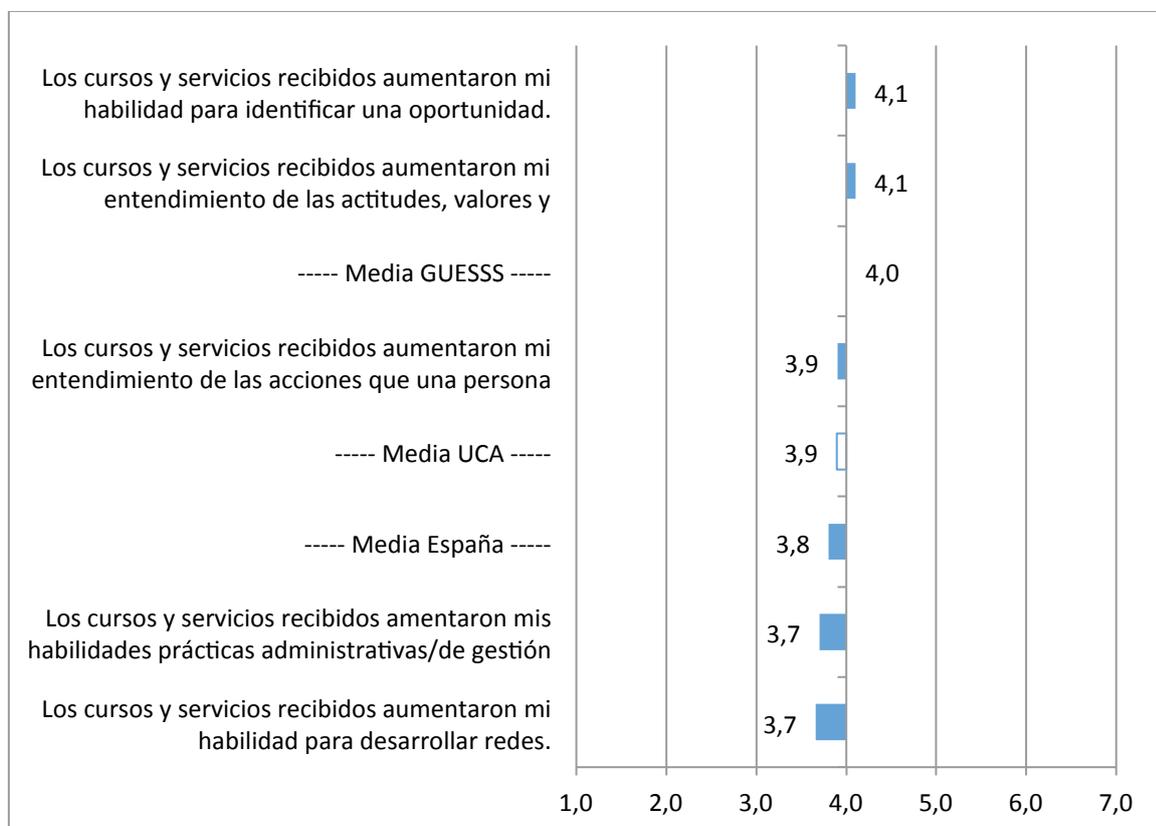
Ilustración 23 Ambiente emprendedor en la universidad



En relación a la percepción de los alumnos de la UCA sobre si la formación general obtenida en su titulación la consideran orientada hacia el emprendimiento se utilizó la escala de Souitaris et al. (2007) que evalúa cinco aspectos de esta variable: (1) si los cursos y servicios recibidos amentaron sus habilidades prácticas administrativas y de gestión para poder iniciar un negocio, (2) su entendimiento de las acciones que una persona tiene que llevar a cabo para iniciar un negocio, (3) su entendimiento de las actitudes, valores y motivaciones de los emprendedores, (4) su habilidad para identificar una oportunidad de negocio y (5) si los cursos y servicios recibidos aumentaron su habilidad para desarrollar redes.

La Ilustración 24 muestra los valores medios de estos indicadores junto a la media de los países participantes en el GUESSS y la media de las universidades españolas. Como se puede observar la valoración de la UCA (3,9) queda ligeramente por debajo que la media internacional (4,0), pero por encima de la media nacional (3,8).

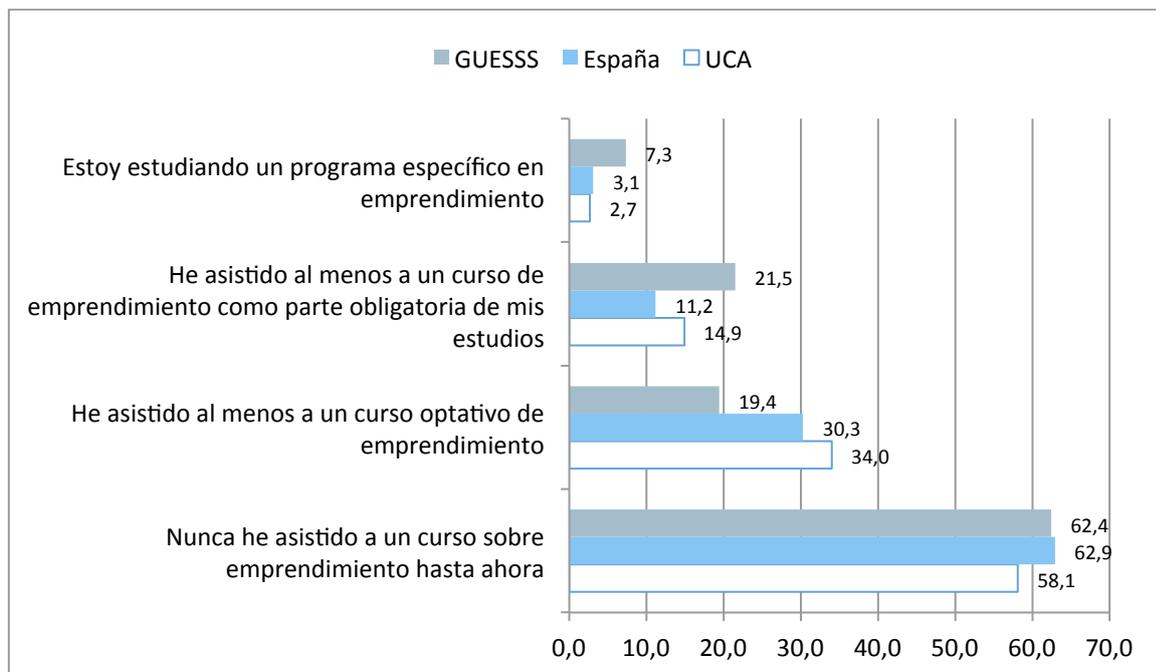
Ilustración 24. Formación general orientada al emprendimiento



Por último, en este apartado se realiza una valoración de la proporción de alumnos de la UCA que reciben o han recibido algún tipo de formación relacionada con la creación de empresas, de forma directa o indirecta y voluntaria u obligatoria. Para la obtención de datos se proporcionaron a los alumnos las siguientes 4 cuestiones de respuesta dicotómica (Sí/No): (1) nunca he asistido a un curso sobre emprendimiento hasta ahora, (2) he asistido al menos a un curso optativo de emprendimiento; (3) he asistido al menos a un curso de emprendimiento como parte obligatoria de mis estudios y (4) estoy estudiando un programa específico en emprendimiento.

La Ilustración 25 muestra la comparativa con los datos del estudio nacional e internacional. En primer lugar destaca que un 58,1% de los estudiantes de la UCA nunca ha recibido formación específica en emprendimiento, porcentaje muy elevado, pero ligeramente inferior a las medias nacional e internacional que superan el sesenta por ciento. De los que en algún momento si la han recibido, destaca el porcentaje que lo ha hecho de forma voluntaria en algún momento de su vida académica, que se sitúa en el 34,0% frente a un 19,4% de la media GUESSS y un 30,3% de la media nacional.

Ilustración 25. Formación específica en emprendimiento



3.3.2 Contexto familiar

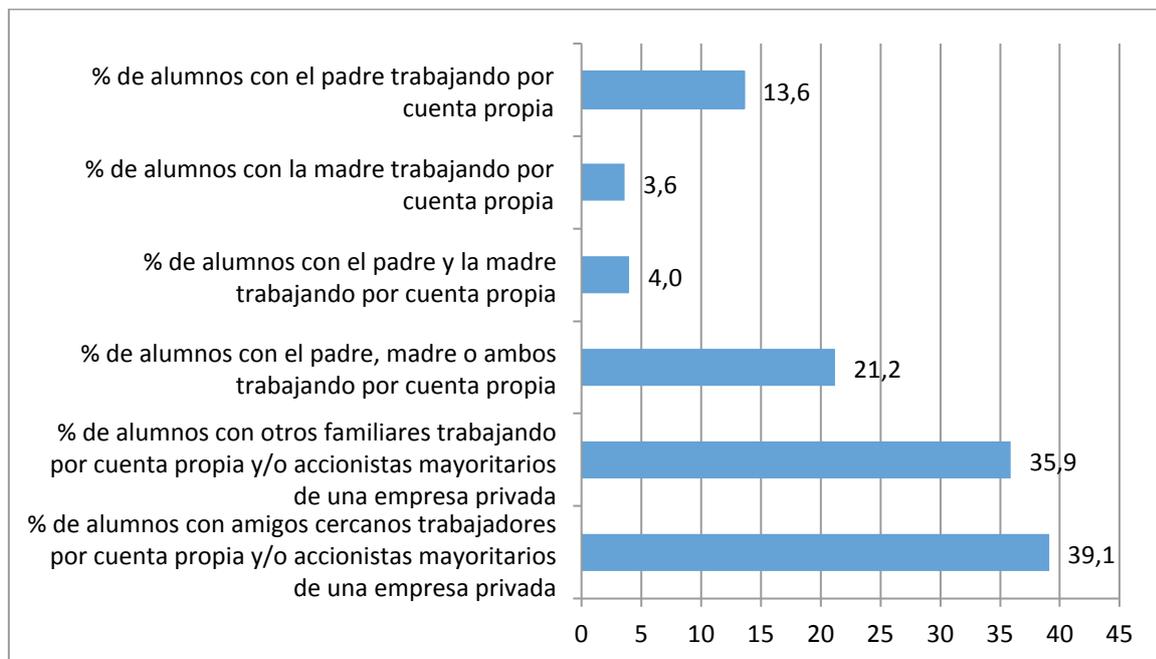
El entorno familiar ha estado tradicionalmente relacionado con el emprendimiento (Moriano et al., 2012; Fayolle, et al., 2006). Estudios previos demuestran que, en general, si los padres son empresarios es más probable que sus hijos sigan su ejemplo (Laspita et al., 2012), o de otro modo, que la intención de desarrollar una carrera empresarial puede deberse a tener familiares emprendedores que en un momento dado apoyen la iniciativa (Krueger, 1993).

Para valorar estos aspectos se preguntó, en primer lugar, a los alumnos de la UCA por la situación laboral de sus padres. En el 21,2% de los hogares, el padre, la madre o ambos, trabajaban por cuenta propia (Ilustración 26), porcentaje inferior a la media del informe

internacional que se sitúa en el 31,3%. Esto pone de manifiesto, en relación a su entorno familiar, la menor influencia potencial del contexto familiar más cercano de los estudiantes de la UCA en sus posibilidades de iniciar una carrera empresarial.

Por otro lado, se evaluó la situación de otros familiares como hermanos, abuelos, etc., y de los amigos más cercanos (Ilustración 26). En ambos casos no llegan al 40% los que trabajan por cuenta propia por lo que, a priori, podrían tener un efecto facilitador del emprendimiento más activo que los miembros de su entorno familiar más cercano.

Ilustración 26. Situación laboral del contexto familiar y de los amigos más cercanos



3.3.3 Contexto social y cultural

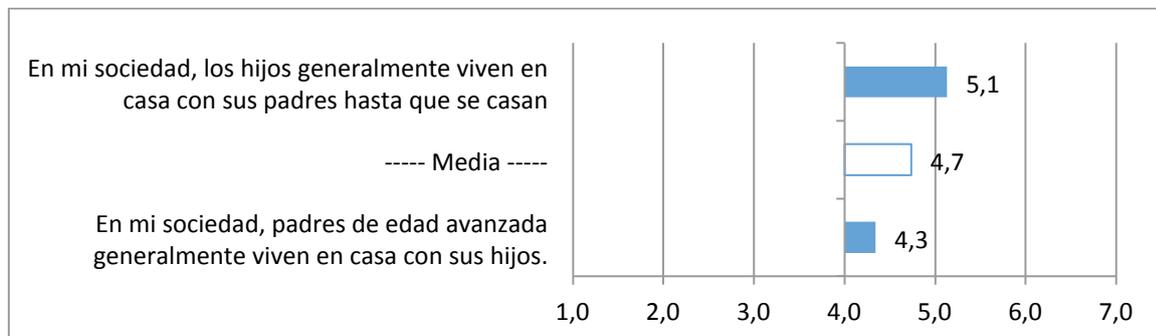
En el ámbito de la Administración de Empresas está generalmente aceptado que la toma de decisiones está profundamente arraigada en el contexto social y cultural en el que viven las personas por lo que, en particular, este tipo de factores de lo que ha venido a llamarse el ecosistema emprendedor tendrán un efecto importante en la formación de las intenciones empresariales. Con la intención de valorar la percepción de los alumnos de algunos de estos factores, la encuesta GUESSS incorpora algunas variables teóricas y sus correspondientes escalas del Proyecto GLOBE (*Global Leadership & Organizational Behavior Effectiveness*),

proyecto de investigación internacional en el que se analizan las interrelaciones entre los valores culturales de una sociedad, de las organizaciones y el liderazgo.

Algunos de los constructos evaluados hacen referencia a la composición del hogar, al sentimiento de orgullo de los padres por los logros de sus hijos y viceversa, y a la percepción de vivir en una sociedad ordenada, estructurada y autoritaria. Para su medición se han utilizado escalas Likert de 1 a 7 para valorar el grado de acuerdo con una serie de afirmaciones.

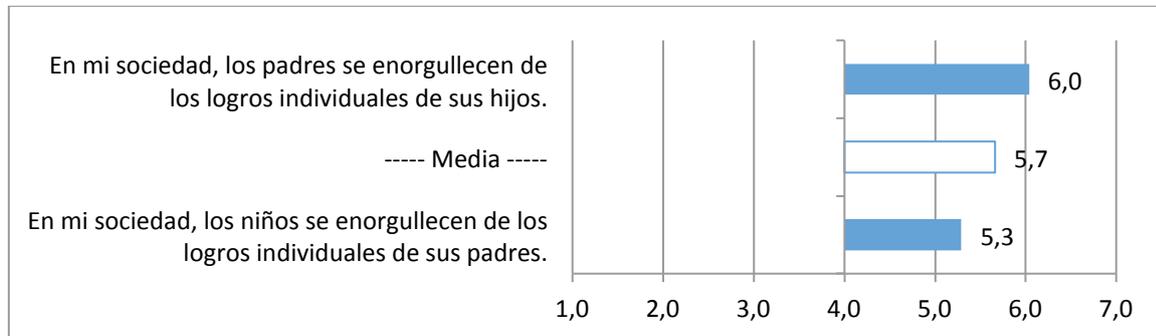
En primer lugar, se analizó la percepción de los alumnos de la UCA en relación a su percepción de si en la sociedad en la que viven, jóvenes y personas mayores forman parte del hogar familiar (Ilustración 27). En ambas cuestiones la puntuación media está por encima de la media de la escala destacando, especialmente, su valoración de las dificultades de los jóvenes para emanciparse antes de contraer matrimonio. Este hecho podría traducirse como una barrera al emprendimiento juvenil dado que el hecho de contar con el amparo y protección de la familia podría desincentivar la iniciativa emprendedora de los jóvenes.

Ilustración 27. Composición del hogar



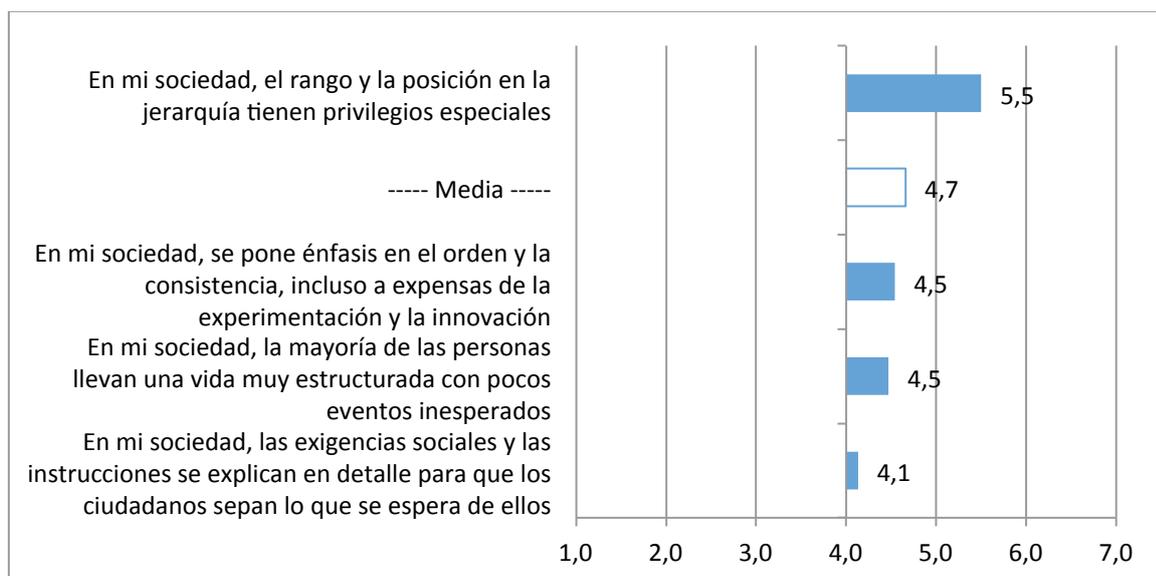
Por otro lado, se analizó la percepción de los alumnos de la UCA de si los padres se enorgullecen de los logros de sus hijos, y viceversa. En ambos casos se observan puntuaciones superiores a la media de la escala, destacando especialmente su valoración en relación al orgullo que, en nuestra sociedad, sienten los padres por los logros individuales de sus hijos (Ilustración 28). Este hecho podría actuar como un incentivo hacia el desarrollo profesional de los alumnos una vez terminados sus estudios al contar con el respaldo de sus familiares más directos.

Ilustración 28. Orgullo de los padres hacia logros de los hijos y viceversa.



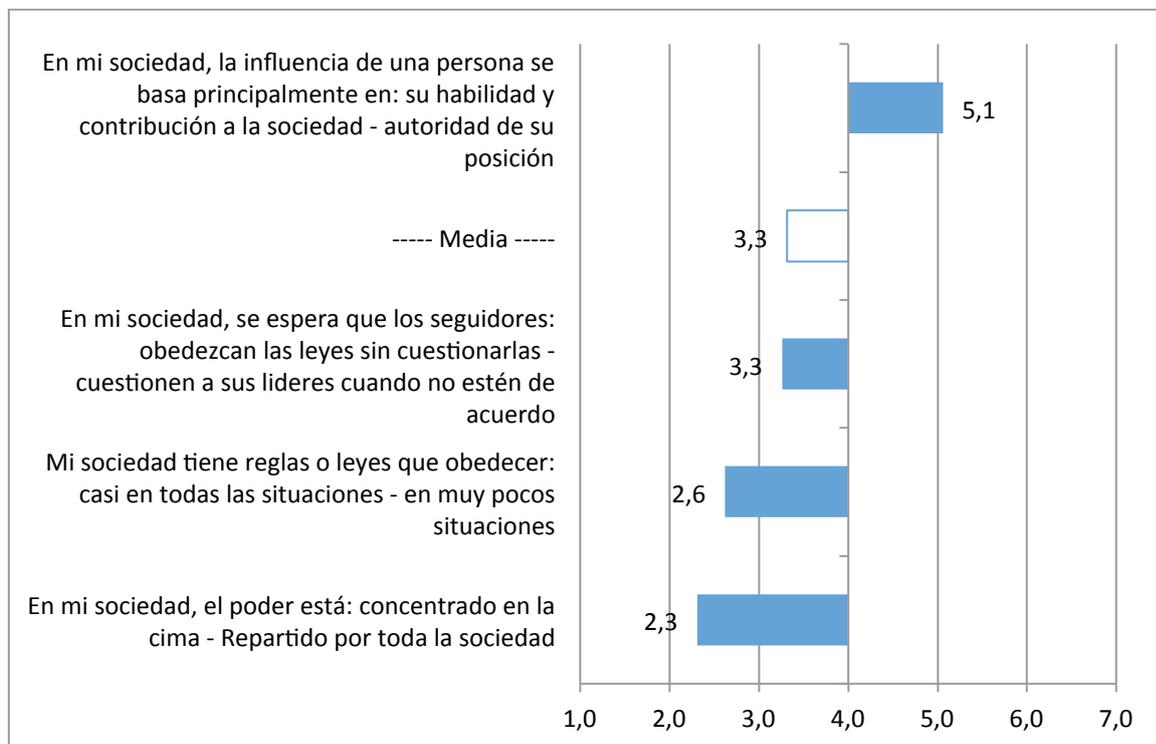
Además de lo anterior, los alumnos expresaron su opinión en relación a una serie de valores sociales y culturales que podrían afectar a la formación de intenciones emprendedoras. En particular, los alumnos de la UCA evaluaron: (1) si en la sociedad en la que viven las exigencias sociales y las instrucciones se explican en detalle para que los ciudadanos sepan lo que se espera de ellos, (2) si la mayoría de las personas llevan una vida muy estructurada con pocos eventos inesperados, (3) si se pone énfasis en el orden y la consistencia, incluso a expensas de la experimentación y la innovación, y (4) si el rango y la posición en la jerarquía tienen privilegios especiales.

Ilustración 29. Percepción de vivir en una sociedad ordenada y estructurada



Como se puede observar en la Ilustración 29, todos los indicadores superan la media de la escala (4), destacando su convencimiento de que en la sociedad en la que viven, el rango y la posición en la jerarquía tienen privilegios especiales. Es posible que esta percepción no concuerde con las motivaciones más habituales que conduce a los jóvenes a trabajar por cuenta propia una vez terminados sus estudios, como por ejemplo, el deseo de cumplir su propio sueño, el deseo de autonomía y ser su propio jefe o, en general, el sentirse auto realizado.

Ilustración 30. Distribución del poder



Para finalizar, se analizaron las percepciones de los alumnos en relación una serie de valores sociales y culturales relacionados con la distribución del poder en la sociedad, para valorar en qué medida los individuos perciben que viven en una sociedad autoritaria. Así se incluyeron en el cuestionario una serie de afirmaciones relativas a las percepciones de los alumnos de la UCA de si en su sociedad: (1) el poder está concentrado en la cima o repartido por toda la sociedad, (2) hay reglas o leyes que obedecer casi en todas las situaciones o en muy pocas situaciones, (3) se espera que los seguidores obedezcan las leyes sin cuestionarlas o cuestionen a sus líderes cuando no estén de acuerdo y (4) la influencia de



una persona se basa principalmente en su habilidad y contribución a la sociedad o en la autoridad de su posición.

Como se puede observar en la Ilustración 30 destaca la percepción de los alumnos de la UCA de que en la sociedad en la que viven la influencia de una persona se basa más en la autoridad de la posición social que ocupa que en sus habilidades y contribuciones a la sociedad. Además de lo anterior, en términos generales, consideran que el poder está concentrado en la cima, hay reglas o leyes que obedecer casi en todas las situaciones y se espera que los seguidores obedezcan las leyes sin cuestionarlas y no cuestionen a sus líderes cuando no estén de acuerdo. Es posible que esta visión de la sociedad, en la que los alumnos destacan la autoridad y la posición de las personas más que sus habilidades y contribuciones a la sociedad, donde el poder está muy centralizado y falta espíritu crítico sobre el marco institucional y se percibe como excesivamente reglada, no sea el ecosistema más propicio para el desarrollo de nuevas iniciativas emprendedoras.



4 ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LOS ESTUDIANTES UCA

Para terminar, y después de haber evaluado las intenciones de elección de carrera de los estudiantes de la UCA y, con más detalle en el capítulo anterior sus intenciones emprendedoras, se analiza en este apartado el grupo de estudiantes que está en proceso de montar su propia empresa. La literatura ha considerado esta situación como la de emprendedor naciente, es decir, aquél individuo que sólo o en compañía de otros está, en el momento de ser encuestado, tratando de iniciar su propio negocio o trabajar por cuenta ajena.

De los 1.440 estudiantes encuestados en la Universidad de Cádiz, un 7,6% afirma encontrarse en esta situación, porcentaje inferior a la media de los universitarios españoles que participan en el proyecto GUESS (9,5%) y, muy por debajo de la media de los estudiantes de la muestra internacional (15,1%).

No obstante lo anterior, esta tasa de emprendedores nacientes en la UCA es considerablemente mayor a la que presenta la población adulta en Andalucía y España, que según datos proporcionados por el Informe GEM en 2013 fue del 3,4% y del 3,1%, respectivamente.

Por otro lado, el porcentaje de alumnos varones de la UCA que está tratando de montar una empresa o establecerse por cuenta propia, duplica con creces al de mujeres, 11,2% frente al 4,7%, respectivamente, poniendo de manifiesto las habituales diferencias de género en el emprendimiento.

Por último, aunque las estimaciones dejan de ser precisas por el reducido tamaño muestral, las áreas de conocimiento que muestran mayor tasa de emprendimiento naciente son Ciencias (12,7%), Ingeniería y Arquitectura (8,3%) y Arte y Humanidades (7,7%). Por su parte, Ciencias Sociales y Jurídicas se sitúa ligeramente por debajo de la media con un 7,2% de sus alumnos y, por último, Ciencias de la Salud, con la tasa más baja que se sitúa en el 3,3%.



5 RESUMEN Y CONCLUSIONES

La tarea de impulsar la cultura emprendedora desde las universidades con el fin de crear las condiciones que permitan un ecosistema emprendedor capaz de generar empresas de alto potencial de crecimiento ligadas a la innovación, pasa por la necesidad de medir y evaluar las intenciones emprendedoras de sus estudiantes.

A lo largo de este documento se han analizado los mecanismos que generan las intenciones emprendedoras de los estudiantes de la UCA, con el objetivo de hacer un diagnóstico y conocer mejor su situación ante el emprendimiento. Los resultados obtenidos pueden resultar interesantes para sus responsables académicos, y para otras instituciones públicas y privadas responsables de la toma de decisiones en el campo de las políticas educativas. Deberían contribuir al objetivo de la adquisición de las competencias emprendedoras entre los alumnos y al desarrollo de una condiciones adecuadas del contexto universitario que facilite a los interesados la puesta en marcha de sus iniciativas empresariales. No obstante, estos resultados deben enmarcarse en las características y retos del entorno regional de Andalucía y, especialmente, en el de la provincia de Cádiz, más duramente golpeada por la crisis. Cádiz tiene un menor peso de la población universitaria entre su población (12,4%, frente al 13,8% y 16,1% de Andalucía y España, respectivamente), lo que hace más relevantes la importancia de desplegar medidas extraordinarias para impulsar el espíritu emprendedor en la UCA, cuantitativa y cualitativamente, si se desea paliar la difícil situación económica y social por la que pasa la provincia de Cádiz.

Se ha propuesto un marco teórico que explica las intenciones emprendedoras de los estudiantes a partir de la percepción de sus habilidades y capacidades para emprender, su actitud hacia el emprendimiento, su aversión al riesgo y el apoyo de sus familiares y amigos si decidiese crear una empresa. Además de lo anterior, se han evaluado una serie de factores relacionados con su entorno social y cultural, familiar y universitario.

Los resultados de este estudio permiten afirmar que:

- Más del 80% de los estudiantes de la UCA orientan sus expectativas laborales justo al finalizar sus estudios a trabajar por cuenta ajena
- Tan sólo un 4,4% estarían dispuestos a crear su propia empresa al finalizar sus estudios, porcentaje ligeramente inferior a la media de España que llega al 5,7% y a la media internacional situada en el 6,6%.

- Este porcentaje pasa al 31,9% transcurridos 5 años de la terminación de sus estudios, es decir, se multiplica por más de siete, mientras que en el ámbito nacional e internacional lo hace por algo más de cinco. Este hecho podría tener una doble explicación: las malas expectativas de encontrar trabajo por cuenta ajena en nuestro entorno y la falta de confianza y de asunción del riesgo de emprender hasta adquirir, transcurrido cierto tiempo, una formación complementaria a través de la experiencia profesional por cuenta ajena.
- Transcurridos 5 años desde la graduación se produce un incremento del deseo de ser funcionario, pasando del 15,7% al 21,3%, un indicador de aversión al riesgo que va contra el espíritu emprendedor.
- Tanto al terminar los estudios como transcurridos 5 años, existe en torno a un 10% de alumnos de la UCA que no tienen claro hacia dónde orientar su vida profesional.
- Los principales motivos de los alumnos que declaran tener intenciones emprendedoras son, por orden de importancia: el deseo de ver cumplidos sus sueños, el aprovechamiento de sus necesidades creativas, el deseo de crear algo nuevo, el deseo de libertad, tener un trabajo excitante, la posibilidad de tomar decisiones, independencia, tener un trabajo retador, autoridad y el deseo de ser su propio jefe.
- Existen importantes diferencias de género en las intenciones de elección de carrera de los estudiantes de la UCA. Al finalizar la carrera la gran mayoría de hombres y mujeres piensa en trabajar en una empresa por cuenta ajena con una diferencia de 4 puntos porcentuales a favor de las mujeres, siendo la intención emprendedora muy reducida, pero en cualquier caso, más del doble en hombres que en mujeres. Transcurrido un tiempo, a los 5 años de terminar sus estudios, la desproporción se reduce, no obstante la diferencia sigue siendo estadísticamente significativa.
- Los estudiantes de máster son los alumnos cuyas intenciones de trabajar por cuenta ajena es mayor, resultado que puede ser explicado por la finalidad de especialización académica o profesional de este ciclo.
- En los títulos de grado, no se observan diferencias estadísticamente significativas entre cursos en las intenciones de elección de carrera de los estudiantes justo al finalizar los estudios. No obstante, se observa un porcentaje ligeramente mayor en los alumnos de 4º curso respecto a los de primero (5,5% frente a 3,5).
- Sin embargo, la situación se invierte al plantear una perspectiva temporal más amplia, la intención emprendedora a los 5 años de finalizar los estudios es considerablemente mayor en los alumnos de 1º curso que en los de 4º (36,8% frente al 29,8%) y estas diferencias sí que son estadísticamente significativas.
- No existen diferencias significativas por ramas de conocimiento en las intenciones de elección de carrera al finalizar los estudios. No obstante lo anterior, los alumnos de las



titulaciones de la rama de Ciencias (7,30%) son los que presentan una mayor tasa de intención emprendedora y los de Ciencias de la Salud, la menor (2,2%).

- Transcurridos cinco años la situación cambia y las diferencias son importantes. Las titulaciones de la rama de Ingeniería y Arquitectura son las que presentan un mayor porcentaje de alumnos con intención emprendedora transcurrido este periodo (35,6%), seguidos muy de cerca de los alumnos de Ciencias Sociales y Jurídicas (34,2%) y los de Arte y Humanidades (32,3%). De nuevo, los estudiantes de Ciencias de la Salud son los que presentan un porcentaje de vocaciones emprendedoras menor (20,7%) y, en consecuencia, un mayor porcentaje (68,5%) que espera trabajar por cuenta ajena.
- El valor del índice sintético de la intención emprendedora de los alumnos de la UCA (4,0) coincide con el valor medio de la escala. Es el mismo que el observado en el conjunto de las universidades españolas participantes en el estudio y está ligeramente por encima de la media internacional (3,7).
- En términos generales, los estudiantes de la UCA tienen una actitud favorable hacia el emprendimiento, destacando la apreciación de que si tuvieran la oportunidad y los recursos se convertirían en emprendedores. Este hecho pone de manifiesto el condicionante y limitación que para el emprendimiento supone, en términos generales, la oferta de servicios de apoyos y recursos suficientes orientados específicamente a la comunidad universitaria.
- Los alumnos de la UCA perciben que sus amigos, compañeros de estudios y familia más cercana aprobarían su conducta si decidiesen emprender. Los valores observados en esta escala son superiores a los observados en el informe nacional e internacional, lo que podría suponer una ventaja para los alumnos de la UCA.
- El control conductual percibido de los alumnos UCA es superior al valor medio de la escala (4,5), destacando su elevada valoración de la seguridad de que cuando hacen planes los hacen funcionar, la confianza en su capacidad para proteger sus intereses y el deseo de controlar las situaciones. Por el contrario, destaca la dificultad que perciben tanto para iniciar un trabajo por cuenta propia como para desarrollar su carrera profesional.
- La percepción de autoconfianza ante el emprendimiento presenta valores por encima del valor medio de la escala y destacan sus percepciones de ser buenos líderes y comunicadores, creativos y capaces de gestionar con éxito un negocio. Por el contrario, perciben menos confianza en sus habilidades para comercializar una nueva idea o desarrollo, gestionar la innovación dentro de una empresa, crear una red de contactos profesionales, identificar nuevas oportunidades de negocio y desarrollar nuevos productos y servicios.
- En términos generales, los estudiantes de la UCA consideran arriesgado montar su propio negocio. En los tres indicadores utilizados para medir este aspecto presentan valores por encima del valor medio de la escala.



- Un 4,1% de los alumnos afirma haber elegido a la UCA por su excelente reputación en general, bastante por debajo de la media nacional situada en el 12,0%; y un 1,8% por su reputación como universidad emprendedora, algo por encima de lo observado en la muestra nacional que llegó al 1,6% de los alumnos. Una gran mayoría (57,3% frente al 53,7% de la media española) realizan su elección por proximidad geográfica a su ciudad de origen.
- La percepción media de clima emprendedor de los estudiantes de la UCA (3,8) está ligeramente por debajo de la media internacional (4,0), pero por encima de la media de las universidades españolas participantes en el estudio (3,7), destacando la valoración de que en la UCA se motiva a los estudiantes a involucrarse en actividades emprendedoras.
- En términos generales, los estudiantes de la UCA no perciben estar recibiendo una formación general orientada hacia el emprendimiento. Los valores observados en esta escala están ligeramente por debajo que la media internacional.
- Casi un 60% de los estudiantes de la UCA nunca ha recibido formación específica en emprendimiento, porcentaje muy elevado, pero ligeramente inferior a la media nacional e internacional que superan el sesenta por ciento. De los que en algún momento si la han recibido, destaca el porcentaje que lo ha hecho de forma voluntaria en algún momento de su vida académica, que se sitúa en el 34,0% frente a un 19,4% de la media GUESSS y un 30,3% de la media nacional.
- En el 21,2% de los hogares, el padre, la madre o ambos, trabajaban por cuenta propia, porcentaje inferior a la media del informe internacional que se sitúa en el 31,3%. Esto podría reducir la influencia del contexto familiar más cercano en sus posibilidades de iniciar una carrera empresarial.
- Los estudiantes de la UCA perciben dificultades para emanciparse antes de contraer matrimonio. Este hecho podría suponer una barrera al emprendimiento dado que el hecho de contar con el amparo y protección de la familia podría desincentivar la iniciativa emprendedora de los jóvenes.
- En términos generales, los alumnos de la UCA piensan que en nuestra sociedad los padres se enorgullecen de los logros de sus hijos, y viceversa. Este hecho podría actuar como un incentivo hacia el desarrollo profesional de los alumnos una vez terminados sus estudios al contar con el respaldo de sus familiares más directos.
- Los alumnos UCA, en términos generales, están convencidos de que en la sociedad en la que viven, el rango y la posición en la jerarquía tienen privilegios especiales. Es posible que esta percepción no concuerde con las motivaciones más habituales que conduce a los jóvenes a trabajar por cuenta propia una vez terminados sus estudios, como por ejemplo, el deseo de cumplir su propio sueño, el deseo de autonomía y el de ser su propio jefe.



- Destaca la percepción de los alumnos de la UCA de que en la sociedad en la que viven la influencia de una persona se basa más en la autoridad de la posición social que ocupa que en sus habilidades y contribuciones a la sociedad. Además, consideran que el poder está concentrado en la cima, hay reglas o leyes que obedecer casi en todas las situaciones y se espera que los seguidores obedezcan las leyes sin cuestionarlas y no cuestionen a sus líderes cuando no estén de acuerdo. Es posible que esta visión de la sociedad no refleje el ecosistema más propicio para el desarrollo de nuevas iniciativas emprendedoras.
- En la Universidad de Cádiz, un 7,6% de los alumnos encuestados afirma estar en proceso de montar su propia empresa o de trabajar por cuenta propia, porcentaje inferior a la media de los universitarios españoles que participan en el proyecto GUESSS (9,5%) y, muy por debajo de la media de los estudiantes de la muestra internacional (15,1%).
- No obstante lo anterior, esta tasa de emprendedores nacientes en la UCA es considerablemente mayor a la que presenta la población adulta en Andalucía y España, que según datos proporcionados por el Informe GEM en 2013 fue del 3,4% y del 3,1%, respectivamente.



6 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, 665-683.

Bandura, A. (1986). *The Social Foundations of Thought and Action*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman. Baumol, 1968

Begley, T. M., & Boyd, D. (1987). Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and small businesses. *Journal of Business Venturing*, 2, 79–93

Bird, B.J. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453.

Chen, C.C., Greene, P.G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295–316.

Covin, J. G., Slevin, D. P., & Heeley, M. B. (1999). Pioneers and followers: Competitive tactics, environments and firm growth. *Journal of Business Venturing*, 14, 175-210.

Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: A new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701-720

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

Hassan, R. A., & Wafa, S. A. (2012). Predictors towards entrepreneurial intention: a Malaysian case study. *Asian Journal of Business and Management Sciences*, 1(11), 1–10.

Krueger, N.F. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 5–21.

Krueger, N., & Dickson, P. R. (1994). How believing in ourselves increases risk-taking: perceived self-efficacy and opportunity recognition. *Decision Sciences*, 25(3), 385–400.



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

Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3).

Luthje C. Franke N. (2003). The “making” of an entrepreneur: Testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management* 33 (2), 135-147.

Moriano, J.A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., & Zarafshani, K. (2012). A cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention. *Journal of Career Development*, 39(2), 162–185.

Scherer, R.F., Brodzinski, J.D., & Wiebe, F.A. (1991). Examining the relationship between personality and entrepreneurial career preference. *Entrepreneurship and Regional Development*, 3(2), 195–206.

Schlaegel, C. & Koenig, M. (2012). Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models. Paper presented at the Academy of Management Annual Meeting, Boston, MA.

Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 11(1), 42–57.

Shapero, A. & Sokol, L. (1982). Social dimensions of entrepreneurship. In C. Kent, D. Sexton, & K. Vesper (Eds.), *The encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72–90). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programs raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566–591.

Waung, M. (1995). The effects of self-regulatory coping orientation on newcomer adjustment and job survival. *Personnel Psychology*, 48, 633–650.

Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 387–406.



Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPLEO



Andalucía
se mueve con Europa



World Economic Forum & GEM (2015). Leveraging Entrepreneurial Ambition and Innovation: A Global Perspective on Entrepreneurship, Competitiveness and Development. January.

Wu, S. & Wu, L. (2008). The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15, 752–774.

Zellweger T., P. Sieger & F. Halter. (2011). Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background. *Journal of Business Venturing* 26 (5), 521-536.

Zhao, H., Seibert, S.E., & Lumpkin, G. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of Management*, 36(2), 381–404.