

Los factores determinantes del emprendimiento en estudiantes de administración de empresas. Un análisis descriptivo para el caso costarricense a partir de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica

The determinants of entrepreneurship in business administration students. A descriptive analysis for the case of Costa Rica based on the Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica

Os fatores determinantes do empreendedorismo estudantil de administração de empresas. Uma análise descritiva para o caso da Costa Rica da Universidad Estatal a Distancia da Costa Rica

Federico Li Bonilla¹
Adrián Dios-Vicente²
David Rodeiro-Pazos³

Recibido: 10 de junio de 2019

Aprobado: 4 de marzo de 2020

Publicado: 4 de mayo de 2020

Cómo citar este artículo:

Li Bonilla, F. Dios-Vicente, A. y Rodeiro-Pazos, D. (2020). Los factores determinantes del emprendimiento en estudiantes de administración de empresas. Un análisis descriptivo para el caso costarricense a partir de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica. *Cooperativismo & Desarrollo*, 28(117), 1-26.
doi: <https://doi.org/10.16925/2382-4220.2020.02.06>

Artículo de investigación. <https://doi.org/10.16925/2382-4220.2020.02.06>

¹ Universidad Estatal a Distancia, Costa Rica.

Correo electrónico: fli@uned.ac.cr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6390-1194>

² Universidade de Santiago de Compostela. Galicia (España).

Correo electrónico: adrian.dios@usc.es

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5192-4129>

³ Universidade de Santiago de Compostela. Galicia (España).

Correo electrónico: david.rodeiro@usc.es

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5272-2676>

Resumen

Dadas las incertidumbres en el mercado de trabajo, el emprendimiento se presenta como una alternativa relevante para absorber los excedentes de mano de obra existentes, contribuyendo además a un mayor bienestar social. En particular, los estudiantes universitarios juegan un papel importante para el desarrollo del emprendimiento dada su formación formal. Por ello, en el presente artículo se trata de observar la percepción sobre el emprendimiento entre estudiantes de administración de empresas en Costa Rica, incluyendo también una diferenciación por género. Para realizar el estudio se emplearon encuestas entre estudiantes universitarios de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica. Los resultados muestran que son los factores personales los que en mayor medida impulsan el interés sobre el emprendimiento, si bien existen factores macroeconómicos que limitan su desarrollo. Del mismo modo, las diferencias de género en las respuestas son relevantes. En base a los resultados obtenidos se realizan una serie de recomendaciones de política económica.

Palabras clave: emprendimiento; emprendedor; universitarios; género; Costa Rica.

Códigos JEL: I21, L26, O54, O57

Abstract

Uncertainty on labour market makes entrepreneurship an alternative to absorb unemployment, also contributing to create social welfare. University students play an important role to develop entrepreneurship given his formal education. This paper analyses perception of business students in Costa Rica about entrepreneurship, including difference by gender. A survey was created to make the study, which was answered by students of the Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica. Results show that personal factors are the most important to boost entrepreneurship, but macroeconomic factors slow down his development. At the same time, gender differences are relevant. We also propose some recommendations on economic policy based on these results.

Keywords: entrepreneurship; entrepreneur; university students; gender; Costa Rica.

Jel codes: I21, L26, O54, O57

Resumo

Dadas as incertezas no mercado de trabalho, o empreendedorismo é apresentado como uma alternativa relevante para absorver os excedentes de trabalho existentes, além de contribuir para um maior bem-estar social. Em particular, os estudantes universitários desempenham um papel importante no desenvolvimento do empreendedorismo, devido à sua formação formal. Por esse motivo, este artigo tenta observar a percepção de empreendedorismo entre estudantes de administração de empresas da Costa Rica, incluindo também uma diferenciação por gênero. Para a realização do estudo, foram utilizadas pesquisas entre estudantes universitários da Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica. Os resultados mostram que fatores pessoais são os que mais despertam interesse no empreendedorismo, embora existam fatores macroeconômicos que limitam seu desenvolvimento. Da mesma forma, as diferenças de gênero nas respostas são relevantes. Com base nos resultados obtidos, é feita uma série de recomendações de política econômica.

Palavras-chave: empreendedorismo; empreendedor; Estudantes universitários; gênero, Costa Rica

Códigos JEL: I21, L26, O54, O57

1. INTRODUCCIÓN

Durante la última década las incertidumbres en relación a la recuperación en el empleo a nivel internacional han venido en aumento, por lo que existe una creciente atención sobre nuevas salidas laborales, entre las que se encuentra la creación de empresas. Dada esta situación, diversos autores recalcan en la necesidad de desarrollar mecanismos que fomenten el autoempleo y el emprendimiento como formas de inserción en el mercado laboral (Moriano, Palací y Morales, 2006; Palací y Moriano, 2003), fomentando además el desarrollo local y regional dada la correlación entre creación de nuevas empresas y crecimiento económico (Malecki, 1997, Formichella, 2004; Wong, Ho y Autio, 2005). Del mismo modo, Kuratko (2005) afirma que las organizaciones emprendedoras fomentan la renovación empresarial característica de las economías de mercado y permiten el cambio tecnológico y las mejoras de productividad al mismo tiempo que mejora las condiciones de vida del emprendedor.

Ante este marco, autores como Kantis (2004) o Duarte y Tibana (2009) afirman que el sistema educativo y la inversión en ciencia y tecnología son componentes para promover la capacidad emprendedora, la creatividad y la innovación, dada la relación entre estudios secundarios y terciarios para el éxito en la creación de nuevas empresas (Krueger y Dickson, 1994).

La situación anterior también se produce en Costa Rica, donde existe un creciente desempleo (OIT, 2016) que en el primer trimestre del año 2020 alcanzaba un 12,5 %, aumentando en más de 3 puntos desde el año 2016 (INEC, 2020), esto muestra que es uno de los países de la región latinoamericana con mayor tasa de desempleo (CEPAL, 2020). Si bien las personas que se gradúan en Costa Rica como profesionales de ciencias económicas¹ mantienen una tasa de desempleo inferior a la media de las profesiones del país (CONARE, 2013), su evolución también tiende al crecimiento.

Las características del emprendimiento en América Latina y particularmente en Costa Rica pasan porque existe un elevado grado de emprendimiento, si bien se caracteriza por una escasa innovación y un reducido tamaño (Larroulet y Couyoumdjian, 2009; Lederman, Messina, Pienknagura y Rigolini, 2014). Por ello, desde los diferentes gobiernos de Costa Rica, al igual que en la mayor parte de países, se han desarrollado una serie de políticas públicas para el fomento del emprendimiento en general (Ley 8.262; Ley 8.634) y, en particular, también de aquel de base universitario (Li, 2008; Li, 2010).

1 Las carreras que la conforman son: Administración, Administración en Recursos Humanos, Administración Pública, Contaduría, Finanzas, Mercadeo, Administración Agropecuaria, Administración de Servicios Salud, Economía y Planificación.

De todos modos, pese al elevado interés por parte de las instituciones públicas en esta temática, son escasas las investigaciones en materia de autoempleo y emprendimiento universitario en Costa Rica, en contraposición a las realizadas en otros países para medir la capacidad emprendedora de los estudiantes como Alemania (Franke y Lüthje, 2004), Portugal (Teixeira y Forte, 2009), Galicia (Neira, Maseda, Fernández y Rodeiro, 2013) o, a menor escala, Colombia (Suárez y Quintero, 2018; Pineda y Manzano, 2018). En el caso de Costa Rica las existentes se centran en caracterizar el perfil emprendedor (Kantis, Ishida y Komori, 2002; Leiva, 2001, 2013).

Por lo tanto, en esta investigación se ha tratado de cubrir este espacio en la literatura mediante el análisis de los factores determinantes de las intenciones de emprender en los estudiantes universitarios de administración de empresas (ADE) en Costa Rica. El objetivo principal del presente trabajo pasa por responder a la siguiente pregunta: ¿cuáles son los factores determinantes de las intenciones de emprender en los estudiantes? Si bien, como objetivo secundario, se analizarán las opiniones de los estudiantes sobre el concepto de emprendedor y emprendimiento, así como el potencial de los estudiantes y su aversión al emprendimiento.

El presente artículo se estructura del siguiente modo: después de una primera parte introductoria se analizan los diferentes tipos de factores relevantes para el dinamismo emprendedor, así como la importancia del género. El tercer apartado presenta y analiza los datos obtenidos en relación con el emprendimiento en la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica. Para finalizar, el último epígrafe presenta las principales conclusiones del trabajo, así como una serie de recomendaciones, limitaciones y líneas futuras de investigación.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA: CONDICIONANTES DE LA INTENCIÓN DE EMPRENDER

Para la realización del presente trabajo se han tomado como base tres categorías de factores: los datos demográficos, los rasgos personales y los factores contextuales. Lo anterior para medir la intención emprendedora, basándose en modelos similares como los de Martínez, Mira y Gómez (2012), Freire y Teijeiro (2009), Karhunen y Ledyeva (2010), Neira, Maseda, Fernández, y Rodeiro (2013) o Teixeira y Davey (2010).

Este modelo está en consonancia con la visión que actualmente defienden diversas instituciones (Comisión Europea, 2003) en la relación existente entre emprendimiento y crecimiento económico, como bien estructuran Wennekers y Thurik (1999):

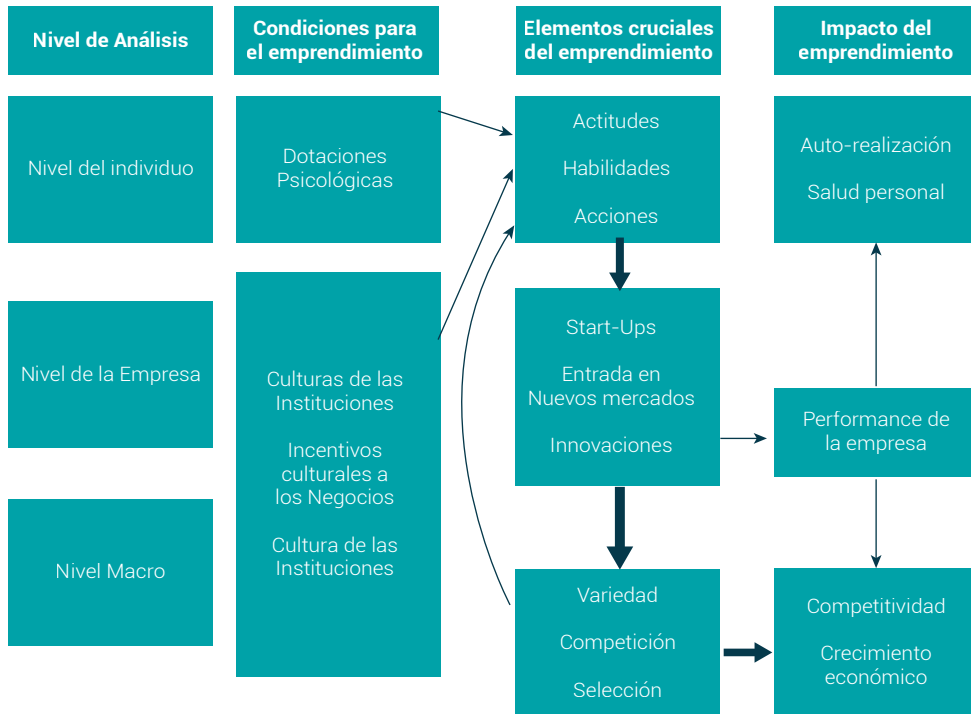


Figura 1. Modelo de Wennekers y Thurik
Fuente: Wennekers y Thurik (1999)

Esta relación entre emprendimiento y crecimiento cuenta con un fuerte consenso en la literatura económica. Así, autores como Malecki (1997) afirman que existe una relación directa entre el emprendimiento y el desarrollo local e incluso regional, hasta el punto de ser necesaria una elevada tasa de creación de empresas para que sea viable el crecimiento económico. Este efecto beneficioso se produce principalmente a partir de dos efectos provocados por la creación empresarial (Kuratko, 2005). En primer lugar, la necesidad de renovación que caracteriza a las economías de mercado fomenta la competencia y permite descensos de precios al mismo tiempo que incrementa la actitud innovadora, permitiendo el cambio tecnológico y, por lo tanto, también aumentando la productividad. En segundo lugar, la actitud emprendedora tiene un doble efecto positivo en el empleo, por la opción de nuevas contrataciones al crearse nuevas empresas y el efecto directo sobre los emprendedores que obtienen un medio de ingresos, algunos casos como el registrado en la zona cafetera de Colombia (Rivera & Rubiano, 2014).

En el mismo sentido se posiciona la Comisión Europea (2003), quien cataloga los efectos beneficiosos del emprendimiento en base a su contribución a la creación de empleo, su impacto positivo en la competitividad, la capacidad de desbloqueo del

potencial personal y su contribución al desarrollo de la sociedad a través de la provisión de servicios. Como puede observarse, el impacto del emprendimiento es global en la economía, afectando positivamente diferentes aspectos que resultan esenciales para el crecimiento y también el desarrollo económico y social.

Si bien en muchos de los trabajos analizados se presta una fuerte atención a las características de la oferta y las políticas públicas, también es importante entender la evolución de la demanda. Es decir, los valores y percepción del emprendimiento (Franke y Lüthje, 2004), ya que una diferente caracterización del éxito emprendedor puede llevar a modificar los patrones de comportamiento de los potenciales emprendedores y, por lo tanto, aumentar el éxito de estas políticas públicas. Por lo tanto, si bien es muy habitual que los gobiernos desarrollen políticas públicas del lado de la oferta para garantizar la posibilidad del emprendimiento, afrontando posibles problemas en los estadios iniciales en las nuevas empresas —a través de instrumentos financieros o recursos para el conocimiento legal, contable, administrativo o de marketing—, también es importante un segundo paquete de políticas públicas que actúe sobre la demanda. Es decir, sobre las condiciones objetivas y subjetivas que afectan a los potenciales emprendedores en su decisión de crear una nueva empresa. En ese sentido, existe una importante relación entre el sistema de valores, las actitudes y decisiones que toman los individuos (Rokeach, 1979; Ros, 2002), por lo que la modificación de la percepción hacia el emprendimiento, fomentando una visión cada vez más favorable, tendrá resultados positivos en el desarrollo de nuevas empresas.

Por otra parte, el desarrollo de diversos estudios en relación con el emprendimiento universitario permite establecer una serie de factores que son característicos del proceso desarrollado en los niveles superiores de enseñanza. Si bien muchos de los factores que inciden en el emprendimiento de forma general también son aplicables al emprendimiento universitario —entorno social, propensión al riesgo, proactividad, rasgos de personalidad, entre otros— pueden caracterizarse una serie de factores específicos en este entorno, que hacen necesario su estudio. En particular, la educación emprendedora para el fomento de una mayor cultura del emprendimiento y el desarrollo las cualidades personales de los estudiantes de cara al emprendimiento son factores con especial importancia de la actuación de las Universidades y la enseñanza (Neira, Maseda, Fernández y Rodeiro, 2013), teniendo en cuenta además que cada vez una mayor cantidad de universidades en todo el mundo desarrollan programas específicos para la formación emprendedora del estudiantado (Kuratko, 2005). Este proceso se inició a lo largo de los años ochenta en los Estados Unidos (Robinson y Haynes, 1991).

En particular en el trabajo de Neira, Maseda, Fernández y Rodeiro (2013) se propone el análisis de tres tipos de factores determinantes. En primer lugar, los factores individuales, como las características demográficas, salud, ingresos, estado de trabajo actual, aptitudes (Langowitz y Minniti, 2007), o las características psicológicas individuales (McClelland 1961; Carsrud y Johnson, 1989; Moriano, Palací y Morales, 2006; Salvador, 2008). En segundo lugar, los factores sociales, como la existencia del capital social y de determinadas normas que favorezcan un ambiente propicio para el emprendimiento. Por último, estarían los factores macroeconómicos (Lederman, Messina, Pienknagura, y Rigolini, 2014), como el ingreso per cápita, el ciclo económico o la situación del sistema financiero.

Dentro del primer grupo, características demográficas, existe una que ha centrado la atención de numerosos trabajos, el género. Como señalan diversos estudios, como el de Walter, Parboteeah y Walter (2013) o Álvarez, Noguera y Urbano (2012), existen diferencias de género en el emprendimiento: los factores informales —como la autopercepción emprendedora o el rol familiar— tienen un impacto significativo en la posibilidad de ser mujer emprendedora. Además, en América Latina existen algunos rasgos característicos en el emprendimiento femenino y se caracterizan en algunas ocasiones como estrategia de supervivencia en períodos de crisis y elevado desempleo (Heller, 20010), si bien la percepción del entorno es más dura, lo que provoca una reducción de la ambición a la hora de emprender (Zhao, Scott y Hills, 2005). Dada esta situación, las leyes de apoyo al emprendimiento en Costa Rica, citadas previamente, establecen mecanismos específicos para el emprendimiento femenino.

En el epígrafe tres se describe la muestra, mientras en el cuatro se realiza una propuesta de agrupación de los factores que llevan a convertirse en un emprendedor o un asalariado siguiendo esta clasificación anterior en tres grupos. Debido a la importancia de las diferencias de género en la intención de emprender, además de los tres grupos de factores anteriores se presentarán los resultados obtenidos divididos en hombres y mujeres.

3. DESCRIPCION DE LA ENCUESTA Y LA MUESTRA

Esta investigación se realiza en Costa Rica, participaron fundamentalmente estudiantes de este país, pero pueden encontrarse estudiantes de otras naciones como Colombia, Nicaragua o República Dominicana. La encuesta se realiza a estudiantes de primer año de ADE mediante un cuestionario en línea de veinte preguntas validadas en un estudio previo para España y de diplomado a nivel de Costa Rica (Neira,

Maseda, Fernández y Rodeiro, 2013). Este cuestionario se presenta en la asignatura de Estadística I, la cual es obligatorio cursar para obtener cualquier énfasis² de la Escuela Ciencias de la Administración. Como herramienta se emplea la plataforma Moodle de la UNED-CRI. Todos los estudiantes tienen que contestar la encuesta como actividad del curso. La encuesta fue realizada en el primer cuatrimestre del año 2015.

El cuestionario se compone de veinte preguntas divididas en varios bloques. En primer lugar, un primer bloque de cuatro preguntas en relación al emprendimiento y a la figura del emprendedor. En segundo lugar, un bloque de ocho preguntas genéricas relativas al conocimiento por parte del estudiante de la situación del emprendimiento en Costa Rica —probabilidad de éxito, edad de inicio del emprendimiento, participación de mujeres y hombres, necesidades mínimas de capital— y sus aptitudes para emprender —experiencia previa en emprendimiento o trabajo por cuenta ajena, interés hacia el emprendimiento durante sus estudios, formación específica—. En tercer lugar, dos preguntas donde se enuncian diversas afirmaciones para ser valoradas de 1 (nada de acuerdo) a 5 (muy de acuerdo) sobre las preferencias para emprender (11 afirmaciones), ser trabajador por cuenta ajena (12 afirmaciones) y el papel de la Universidad para estimular el emprendimiento (9 afirmaciones), acompañadas de una tercera pregunta en relación a sus expectativas de futuro sobre ser emprendedor o trabajador por cuenta ajena. Por último, un cuarto bloque de cinco preguntas sobre información personal del alumnado —edad, sexo, experiencia profesional reciente, año de entrada en la Universidad y país de origen—. El cuestionario detallado puede encontrarse en el anexo I.

Se recolectaron 273 cuestionarios, quedaron válidos únicamente 246, distribuidos por género del siguiente modo:

Tabla 1. Frecuencia por género.

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Hombres	90	36.6
	Mujeres	156	63.4
	Total	246	100.0

Fuente: elaboración propia

Para homologar la presentación de los datos por género, se emplearán porcentajes en lugar de cifras absolutas.

2 Los grados que se pueden obtener con énfasis son los siguientes: Contaduría, Banca y Finanzas, Cooperativas y Asociativas, Producción, Recursos Humanos, Mercadeo, Negocios Internacionales, Dirección de Empresas.

4. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LA INTENCIÓN DE EMPRENDER EN LOS ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL A DISTANCIA DE COSTA RICA

En primer lugar, la figura 1 presenta la opinión y características sobre el emprendimiento de la muestra de estudiantes. En general se visibiliza una opinión favorable hacia el fenómeno emprendedor, tanto desde el punto de vista del desarrollo personal —al revelar el potencial del individuo— como desde el punto de vista macroeconómico, existiendo una visión mayoritaria sobre los efectos positivos que el emprendimiento produce en una economía en términos de generación de empleo, competitividad, innovación y progreso tecnológico, si bien el empleo y la competitividad tienen un resultado un 10 % superior al impacto sobre la I+D. Esta situación nos indica que la percepción del emprendimiento como actividad innovadora tiene menos recorrido que el emprendimiento como elemento para la generación de empleo y el dinamismo económico para los estudiantes de la muestra. Por otro lado, se encuentra una respuesta más tenue en cuanto a los efectos sociales del emprendimiento: más del 50 % de estudiantes no afirma que contribuye al aumento de la riqueza de los pobres.

En cuanto a las diferencias por género, se encuentran diferencias significativas en las respuestas: mientras que los hombres responden de forma favorable a los elementos que relacionan emprendimiento con mejoras económicas generales, son las mujeres las que más aceptan los efectos personales y sociales del emprendimiento. En particular, que el emprendimiento responde a intereses sociales es una realidad para más del 60 % de mujeres mientras para los hombres no llega al 50 %. Por lo tanto, existe una respuesta similar para ambos géneros en relación al impacto macroeconómico, pero se producen diferencias relevantes en relación al potencial individual y el impacto social del emprendimiento.

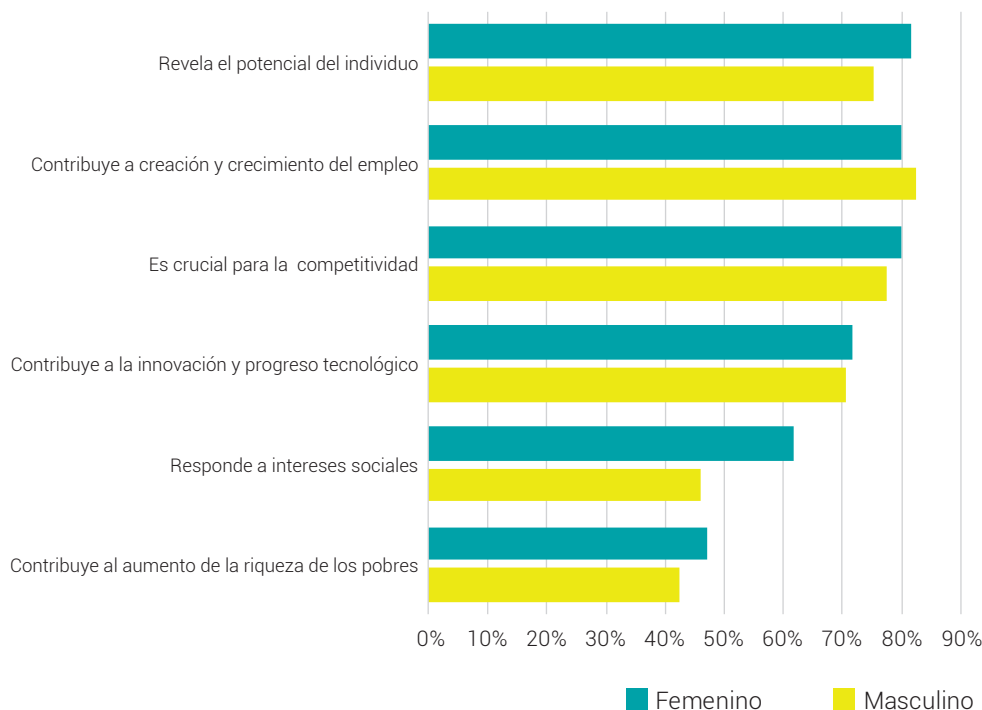


Figura 1. Opinión del concepto y características acerca del emprendimiento.

Fuente: elaboración propia

En segundo lugar, en la figura 2 puede verse la opinión del concepto y las características que definen al emprendedor. Los datos absolutos muestran que las características intrínsecas al individuo son muy relevantes para el emprendedor —pasión, entusiasmo, dispuesto a correr riesgos, tiene capacidad para percibir el potencial de una idea—, mientras existe un menor grado de aceptación sobre el beneficio social que el emprendedor puede promover —considera los intereses sociales, es una persona respetable—. Por último, se considera de escasa relevancia la idea de tener un elevado coeficiente intelectual o de poseer capital propio para el emprendimiento.

En la visión sobre el emprendedor existen fuertes diferencias de género en algunos elementos, con la misma tendencia que la visión sobre el emprendimiento, pero agudizándose determinados datos. Las mujeres tienen una opinión mucho más favorable en la relación del emprendedor y el entorno —considera los intereses de la sociedad, es una persona respetable, está dispuesto a actuar dentro de las reglas— existiendo diferencias de hasta el 30 % entre mujeres y hombres. Por lo tanto, las estudiantes de Costa Rica mantienen una visión de la persona emprendedora mucho más cercana al bienestar social y no en exclusiva al crecimiento personal.

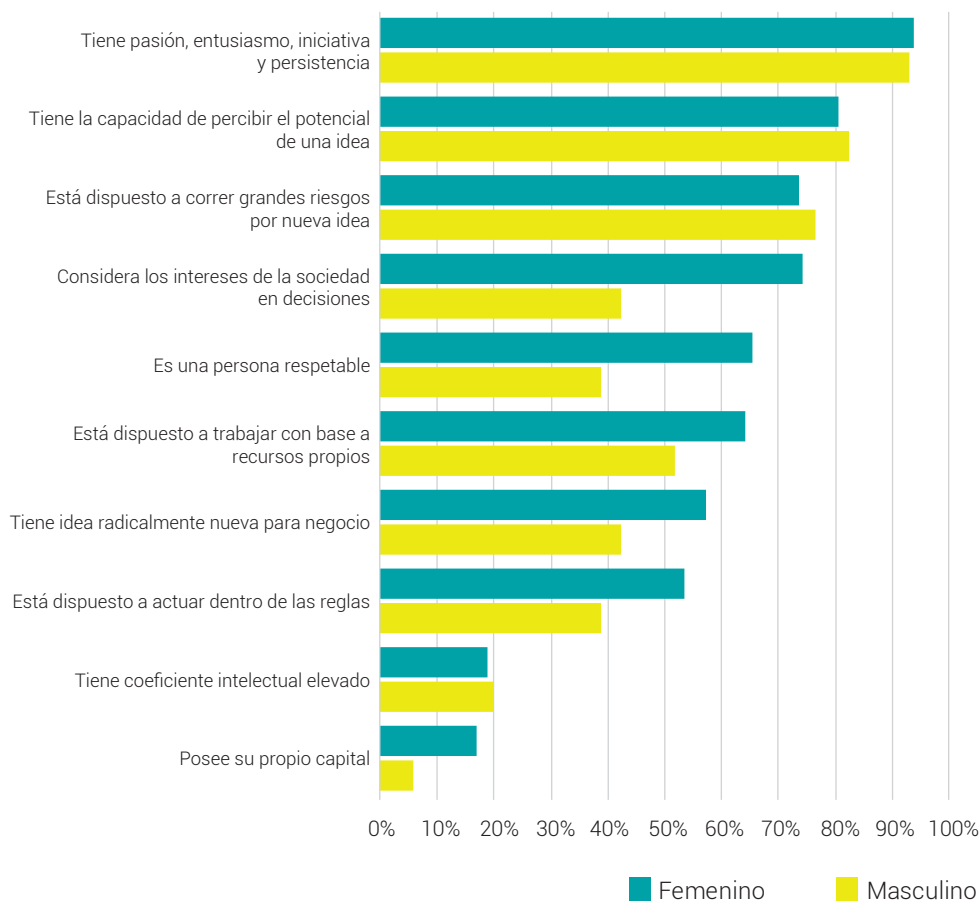


Figura 2. Opinión del concepto y las características que definen al emprendedor.

Fuente: elaboración propia

En tercer lugar, analizamos los factores que determinan la intención de emprender o de ser asalariados de los estudiantes de ADE. Estos factores por los que se prefiere ser emprendedor o trabajador por cuenta ajena se han agrupado en tres grupos siguiendo la clasificación mencionada en el segundo epígrafe, diferenciándolos en personales, sociales y macroeconómicos. Si bien todas las respuestas de los estudiantes están en relación a sus propias opiniones, las mismas se han relacionado con los tres grupos de factores (personales, sociales, macroeconómicos). En la tabla 2 se puede ver la clasificación propuesta.

Tabla 2. Clasificación de factores determinantes de la intención de emprender/ser asalariado.

Grupo de factor/ intención	Emprender	Ser asalariado
Personal	Por independencia. Posibilidad de realización personal. Trabajo más interesante. Es la opción más adecuada a su profesión. Su idea constituye una oportunidad de negocio. No es necesario adaptarse a un ambiente de trabajo. Evita incertezas.	Hay sobrecarga de trabajo como emprendedor. No es tan arriesgado. Falta de una idea emprendedora. Por la irreversibilidad de la decisión. Por tener amigos de trabajo. Es la opción más adecuada a su profesión.
Social	Es algo normal. Da más prestigio. La familia/amigos trabajan igual.	Falta de conocimiento sobre el autoempleo. Por cuestiones de burocracia / barreras administrativas.
Macroeconómico	Perspectivas de mejor remuneración. Falta de oportunidades atractivas de empleo.	Falta de financiación para su propia idea. Seguridad, estabilidad profesional y salarial. Seguridad Social / otro tipo de seguros.

Fuente: elaboración propia

En cuanto a los factores por los que se prefiere ser emprendedor (figura 3), se establece una escala de factores por importancia. Parece que en Costa Rica los factores de mayor relevancia son los relativos al bienestar personal —independencia, posibilidad de realización personal, mayor interés del trabajo, perspectivas de mejor remuneración, entre otras—, mientras no tienen tanta relevancia factores externos. Así, tanto los factores sociales como los macroeconómicos se mantienen como los menos relevantes —mayor prestigio, falta de oportunidades atractivas de empleo, familia o amigos trabajan igual—.

Los resultados muestran que los factores personales son los que más inciden sobre la posibilidad de ser emprendedor. Esto permite inferir que el mercado laboral en Costa Rica no supone un factor relevante hacia el emprendimiento, al igual que la visión de que familia en Costa Rica parece un elemento prácticamente irrelevante.

En este apartado las diferencias entre mujeres y hombres son significativas en relación a una mayor *libertad individual* —independencia, evita incertezas, mejor remuneración—, en la que las mujeres tienen una visión más favorable, y en lo relativo a la familia y amigos, lo que denota un mayor peso de responsabilidades familiares o un mayor acercamiento familiar de las mujeres que de los hombres, en consonancia con el análisis sobre los elementos informales señalados por Álvarez, Noguera y Urbano (2012). Del mismo modo, las mujeres otorgan una mayor importancia a los factores sociales que sus compañeros hombres.

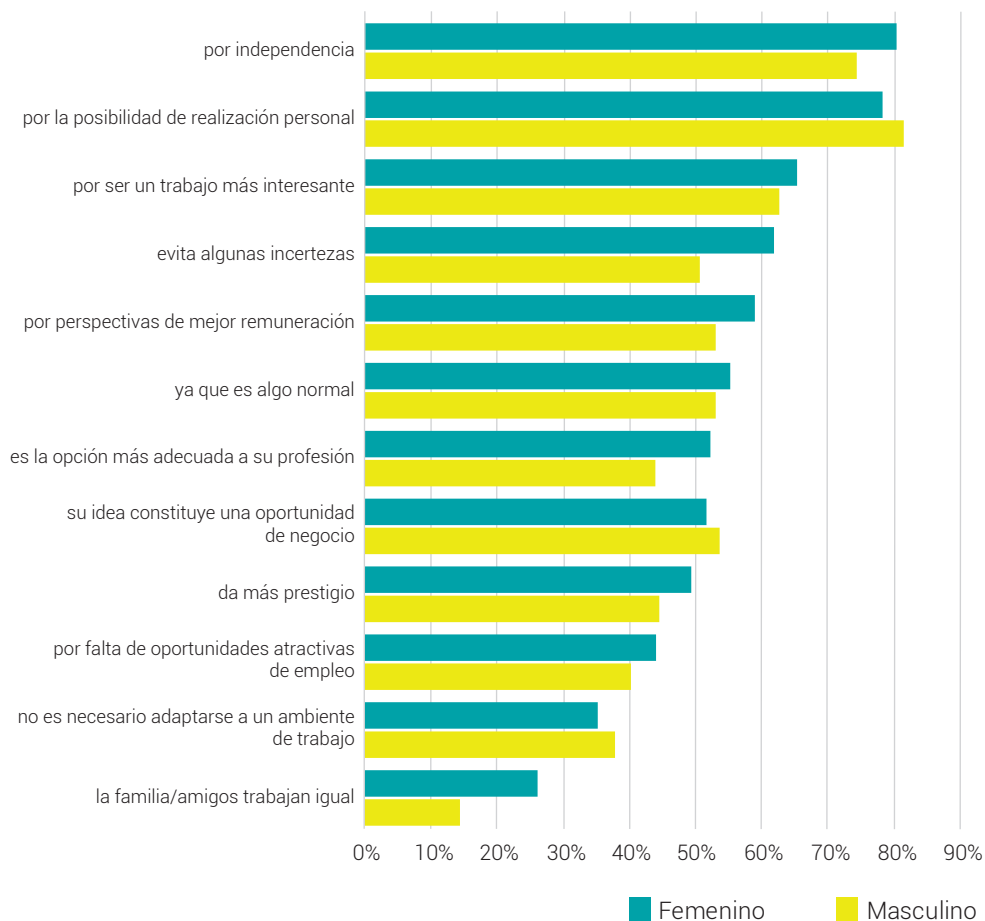


Figura 3. Factores por los que prefiere ser emprendedor.

Fuente: elaboración propia

La figura 4 busca respuestas en relación a los factores favorables a trabajar por cuenta ajena. Existen dos grupos de elementos principales que benefician a esta idea en los estudiantes de Costa Rica, unos basados en las dificultades para emprender —la falta de financiación para el emprendimiento— y otros relacionados con unas mayores garantías laborales y una mayor estabilidad —seguridad, estabilidad profesional y salarial, seguridad social, falta de riesgo—. Sin embargo, parecen de menor importancia aquellas relacionadas con la incapacidad personal para el emprendimiento —falta de una idea emprendedora, falta de conocimiento— o limitaciones administrativas. Así como hombres y mujeres responden de forma similar en varios aspectos, existen diferencias significativas de género, ya que las mujeres otorgan una mayor importancia a la falta de capacitación —falta de conocimiento y de una idea emprendedora—, lo que denota cierta falta de confianza sobre las posibilidades de sí misma y una menor penetración de la cultura emprendedora en relación a sus colegas varones.

Por lo tanto, entre los factores para ser asalariado, los principales son aquellos factores macroeconómicos, seguidos por varios factores personales —riesgo y sobrecarga de trabajo—, los factores sociales —falta de conocimiento y barreras administrativas— y finalizando con otros factores personales a los que se le otorga escasa relevancia —irreversibilidad de la decisión, amigos en el trabajo—. En términos de género se observa que las mujeres son más sensibles a las dificultades macroeconómicas, en particular en relación a la falta de financiación, del mismo modo que para los hombres son de mayor importancia las barreras administrativas que la falta de conocimiento sobre el autoempleo, mientras en las mujeres la situación es inversa. Por lo tanto, entre los factores sociales la posición de género es inversa.

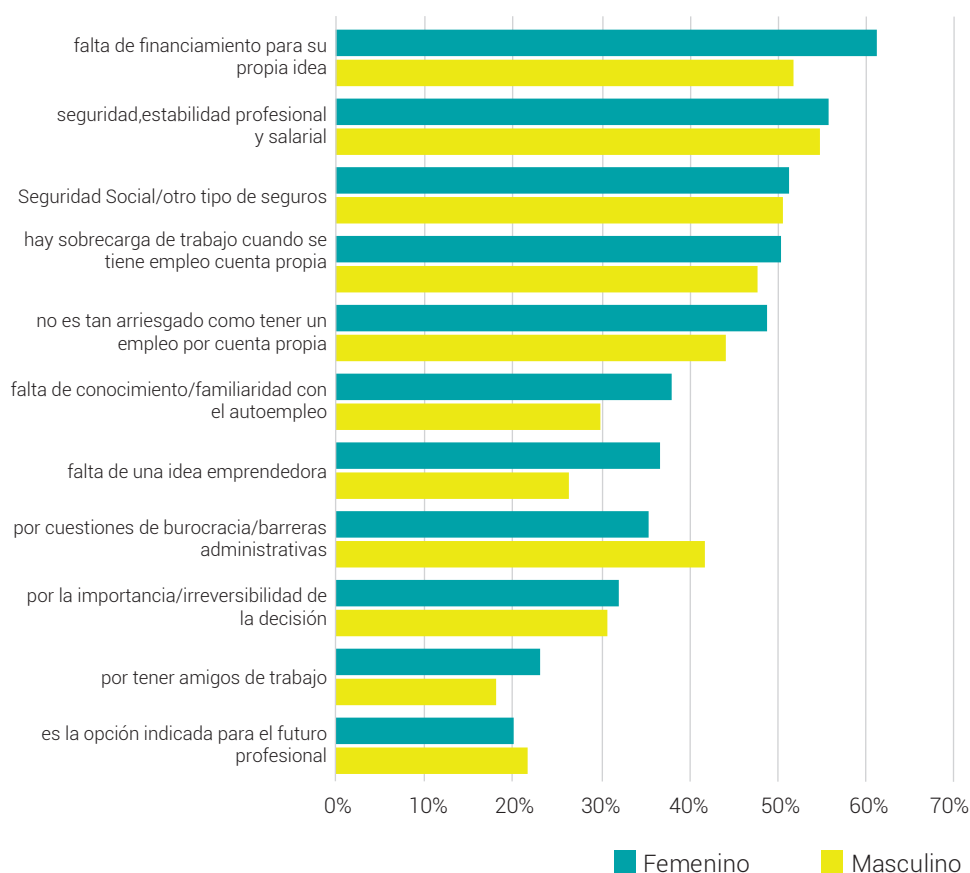


Figura 4. Factores por los que prefiere ser asalariado.

Fuente: elaboración propia

Por último, en el presente estudio se ha analizado el potencial para ser emprendedor y la aversión al riesgo de los estudiantes de ADE. A la hora de emprender, además del deseo o la intención, es importante tener las habilidades, competencias

y destrezas. En este sentido, se comprueba que en la muestra al menos un 52.8 % tienen la potencialidad de ser un emprendedor (tabla 3). Estas cifras se enmarcan en línea con las obtenidas en otros estudios para el estudiantado de Estados Unidos, con un valor cercano al 50 %, y muy por encima de los estudios realizados en Europa: 25 % en Alemania, 36 % en Austria (Franke y Lüthje, 2004), 26 % en Portugal (Teixeira y Forte, 2009) o cercano al 30 % en Galicia (Neira, Maseda, Fernández y Rodeiro, 2013).

Tabla 3. Potencial para ser emprendedor.

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No tiene	116	47.2
	Si tiene	130	52.8
	Total	246	100.0

Fuente: elaboración propia

Por otra parte, encontramos que el 51,2 % tiene aversión al riesgo frente al 48,8 % que no presenta esta aversión (tabla 4).

Tabla 4. Aversión al riesgo.

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No tiene	120	48.8
	Si tiene	126	51.2
	Total	246	100.0

Fuente: elaboración propia

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En las últimas décadas se ha generado un importante debate académico y social sobre la importancia del emprendimiento para el desarrollo económico y como motor de creación de empleo y aumento del bienestar social. En el presente no hay duda que el emprendimiento contribuye positivamente a estas cuestiones, por ello se desarrollan al mismo tiempo importantes políticas públicas para su fomento. El sistema de enseñanza, y en particular las universidades, juegan un papel fundamental para el fomento del emprendimiento como mecanismo para la formación emprendedora y la difusión de una actitud social proactiva hacia este proceso.

Así, el presente trabajo tiene como objetivo conocer la percepción de los estudiantes de Costa Rica en materia de emprendimiento a partir de una muestra de la Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica.

Los datos obtenidos muestran un importante interés por tener un negocio entre el estudiantado de Costa Rica, con valores del 52,8 % de los estudiantes. La visión hacia el emprendimiento entre los estudiantes de Costa Rica pasa de forma prioritaria por el desarrollo personal del emprendedor, si bien también se reconoce la importancia de este fenómeno hacia la creación de empleo. Por otra parte, se reconoce una menor importancia a aumentar el bienestar social y la reducción de la desigualdad. Al mismo tiempo, la visión sobre el emprendedor tiene una importante base sobre sus características personales, y caracteriza al emprendedor como alguien con pasión, capacidad y sin aversión al riesgo.

Para los estudiantes de Costa Rica los factores por los que se prefiere ser emprendedor tienen una clara índole personal —independencia, realización personal, interés por el trabajo—, en mayor medida que aquellos factores sociales y macroeconómicos. En este sentido parece que el dinamismo laboral en Costa Rica limita el impacto de estos factores.

Por el contrario, los factores principales por los que se prefiere ser asalariado son de índole macroeconómico, especialmente la falta de financiación para un proyecto emprendedor. Por lo tanto, en Costa Rica existe una mayor posibilidad de emprendimiento al efectivamente existente, dadas las limitantes externas al potencial emprendedor. En este sentido, es necesario señalar que existen limitaciones estructurales para el emprendimiento en la economía costarricense, que bloquean el potencial emprendedor de parte de los posibles emprendedores. Por lo tanto, parece necesario desarrollar políticas desde el punto de vista de la oferta, es decir, que faciliten el proceso independientemente de la percepción del emprendedor sobre esta posibilidad laboral.

Por otra parte, también pueden observarse importantes diferencias de género en el estudio, donde las mujeres otorgan tanto al emprendimiento como al emprendedor un mayor valor social, en base al impacto de la actividad emprendedora en la mejora del bienestar social y en cuanto a la realización personal sobre la idea de una honradez en la actividad y el cumplimiento de las leyes. Del mismo modo, los factores que inciden positivamente hacia el emprendimiento entre mujeres pasan por elementos que permitan su libertad individual en mayor medida que para los hombres. Por lo tanto, es necesario señalar la existencia de sesgo de género orientado a la posibilidad de obtener rentas que permitan, particularmente a las mujeres, conseguir la independencia económica.

En cuanto a los factores sociales para emprender se observa que las mujeres tienen un menor conocimiento sobre el autoempleo. Esta situación puede indicar una falta de cultura emprendedora entre las mujeres, y al mismo tiempo denota que el impacto de la educación formal no mitiga este efecto. Por el contrario, los hombres tienen mayores reservas sobre la burocracia y las trabas administrativas. En este sentido, como se había indicado al inicio del artículo, es fundamental desarrollar políticas públicas del lado de la demanda que favorezcan una autopercepción emprendedora, es decir, que el potencial emprendedor visibilice que tiene opciones de éxito a través de un proceso emprendedor. Este tipo de políticas deberían orientarse particularmente hacia las mujeres, por ser el segmento que nos muestra peores datos en estos indicadores. Este tipo de políticas son particularmente importantes dado los resultados de nuestro estudio, ya que existe esta diferencia de género incluso entre estudiantes de administración de empresas, donde el proceso formativo es elevado y similar para ambos géneros, por lo que previsiblemente la percepción hacia el emprendimiento en la población costarricense de menos formación tendrá aún un mayor sesgo de género, donde las mujeres tendrán una autopercepción baja de su potencial como emprendedoras.

Dada esta situación es importante realizar una serie de recomendaciones en materia de políticas públicas para el desarrollo del emprendimiento más allá de lo citado en los párrafos previos. En primer lugar, mediante el desarrollo de políticas macroeconómicas que mitiguen los problemas asociados al emprendimiento: en particular favorecer la financiación de proyectos emprendedores y aumentar el grado de seguridad profesional del emprendimiento, también en términos salariales. Del mismo modo, es positivo que se realicen políticas de promoción de la cultura emprendedora que lleven a una mayor normalización del proceso emprendedor. En particular, el desarrollo de políticas educativas en esta dirección parece un mecanismo adecuado para fomentar el emprendimiento.

También es necesario mencionar políticas específicas para el emprendimiento femenino. En primer lugar, las políticas de promoción de la cultura emprendedora deben incluir un perfil de género que facilite la incorporación de las mujeres a este proceso y limite los problemas de falta de conocimiento sobre la creación de empresas. Al mismo tiempo también es preciso incidir en la falta de financiación, un problema grave para el emprendimiento pero que se agrava en el caso femenino. La existencia de instrumentos públicos para la financiación de nuevas empresas creadas por mujeres puede ser un mecanismo de interés en esta dirección.

Por otra parte, como consecuencia de los resultados obtenidos, se hace necesario subrayar la necesidad de formación para favorecer el proceso emprendedor.

Dadas las respuestas obtenidas esta formación debería orientarse, especialmente en el caso de los hombres, a facilitar la relación con la administración y potenciar los efectos positivos que el sector público puede proveer en el proceso emprendedor —formación, ayudas, asesoramiento, apoyo, entre otros, para evitar la percepción negativa relativa a la burocracia. Al mismo tiempo, reforzar la idea del valor social del emprendimiento parece un mecanismo positivo del lado de la demanda para fomentar el autoempleo, buscando modificar el sistema preexistente de valores relativos al emprendimiento.

Por lo tanto, atendiendo a todo lo anterior, es evidente la necesidad de políticas públicas holísticas para el desarrollo del potencial emprendedor en Costa Rica. Es decir, un conjunto de políticas que actúen desde el lado de la oferta —proveyendo soluciones desde el punto de vista financiero y de asesoramiento y apoyo— pero también del lado de la demanda —buscando mejorar la percepción sobre el emprendimiento y la autopercepción sobre las posibilidades emprendedoras—. Aunque el Estado de Costa Rica ha realizado diversas políticas públicas en esta materia, como queda reflejado en diversas leyes ya citadas, es importante profundizar en estas líneas de actuación desde el sector público para introducir nuevas palancas que favorezcan el proceso emprendedor, al ser un mecanismo fundamental para el crecimiento y la creación de empleo, lo que en última instancia fomenta el desarrollo económico y social del país.

El presente trabajo cuenta con una serie de limitaciones, siendo la más importante el carácter exclusivamente descriptivo del análisis. Además, se han trabajado siempre los valores de manera absoluta, si bien la encuesta tiene un mayor número de respuestas de mujeres que de hombres lo que introduce un ligero sesgo. Por otra parte, el escaso tamaño de la muestra impide un análisis global del estudiantado costarricense, al tratarse de estudiantes de tan solo una única universidad y tipo de estudios. Por ello, las líneas futuras de investigación deberían estar orientadas a lo siguiente. En primer lugar, realizar análisis comparativos con otros estudios previos que permitan observar las diferencias sobre la percepción del emprendimiento entre estudiantes de diversos países. Por otra parte, la utilización de metodologías empíricas más complejas y nuevos trabajos con muestras más extensas permitirían un mayor grado de conocimiento de la percepción del conjunto de los estudiantes de Costa Rica.

REFERENCIAS

- Álvarez, C., Noguera, M. y Urbano, D. (2012). Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino. Un estudio cuantitativo en España. *Economía Industrial*, 383(1), 43-52.
- Carsrud, A. & Johnson, R. (1989). Entrepreneurship: a Social Psychological Perspective. *Entrepreneurship and Regional Development*, 1(1), 21-32.
- CEPAL (2020). *Tasa de Desempleo Trimestral (Tasa promedio trimestral)*. Cepalstat. Recuperado de <https://cepalstat-prod.cepal.org/cepalstat/Portada.html>.
- Comisión Europea. (2003). *Libro verde: El espíritu empresarial en Europa*. Bruselas, Bélgica: Comisión de las Comunidades Europeas.
- CONARE. (2013). *Seguimiento de la condición laboral de las personas graduadas 2008-2010 de las universidades costarricenses*, Observatorio Laboral de Profesiones. Recuperado de <https://www.conare.ac.cr/servicios/category/33-observatorio-e-profesiones?download=79:folleto-seguimiento>.
- Duarte, T. y Tibana, M. R. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia Et Technica*, 3(43), 326-331.
- Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Bueno Aires, Argentina.
- Franke, N. & Lüthje, C. (2004). Entrepreneurial intentions of business students: a benchmarking study. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 1(3), 269-288.
- Freire, M. J. y Teijeiro, M. (2009). Análisis de los factores que afectan a la decisión de ser emprendedor. *Cuadernos de Economía*, 32 (90), 5-28.
- Heller, L. (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos*. CEPAL.
- INEC. (2020). Encuesta continua de empleo al primer trimestre de 2020: Resultados Generales”, Instituto Nacional de Estadística y Censos, San José, Costa Rica.
- Kantis, H. (Ed.). (2004). *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*. IDB.

- Kantis, H., Ishida, M., y Komori, M. (2002). *Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*. Inter-American Development Bank.
- Karhunen, P. & Ledyeva, S. (2010). Determinants of Entrepreneurial interest and risk tolerance among Russian University students: Empirical Study. *Journal of Enterprising Culture*, 18(3), 229-263.
- Krueger, J. & Dickson, P. (1994). How believing in ourselves increases risk taking: Perceived self-efficacy and opportunity recognition. *Decision Sciences*, 25, 385-400.
- Kuratko, D. F. (2005). The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29, 577-598.
- Langowitz, N. & Minniti, M. (2007). The Entrepreneurial Propensity of Women. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 341-364
- Larroulet, C. & Couyoumdjian, J. (2009). Entrepreneurship and Growth: A Latin American Paradox? *Independent Review*, 14(1), 81-100.
- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S., y Rigolini, J. (2014). *El emprendimiento en América Latina*. Washington D.C: Banco Mundial.
- Leiva, J. C. (2001). *Informe sobre el proceso emprendedor en Costa Rica*. Mimeo BID.
- Leiva, J. C. (2013). La universidad y el espíritu emprendedor. *Blue Skies*, 22 – 25.
- Ley 8262. (2002). *Ley de fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas empresas*. 2 de mayo de 2002.
- Ley 8634. (2008). *Ley de Sistema de Banca para Desarrollo*. 10 de abril de 2008.
- Li, F. (2008). La deserción de la persona joven del sistema educativo: la relación de la educación a distancia para su inserción laboral. XIV Congreso. San José: UNED.
- Li, F. (2010). *Los emprendimientos colectivos de la Universidad Estatal a Distancia: Programa Jóvenes Empresarios. El emprendimiento colectivo y la cohesión social*. España: Universidad de Granada.
- Malecki, E. J. (1997). Entrepreneurs, networks, and economic development: a review of recent research. In J.A. Katz, R. Borckhaus. (Eds.). *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*. Greenwich: JAI Press.

- Martínez, J., Mira, I. y Gómez, J. M. (2012). Influencias de las percepciones personales sobre la actividad emprendedora naciente. Una perspectiva de género a través de diferentes entornos económicos. *Economía Industrial*, 383(1), 53-64.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Princeton, NJ: VanNostrand.
- Moriano, J., Palací, F. y Morales, J.F. (2006). Adaptación y validación en España de la escala de Autoeficacia emprendedora. *Revista de Psicología Social*, 21(1), 35-50.
- Neira, I., Maseda, M. P., Fernández, L. F., y Rodeiro, D. (2013). Actitud emprendedora: un enfoque a través de los jóvenes y el género. *Emprender: una perspectiva de género*, pp. 69-84. Servicio de Publicaciones.
- OIT. (2016). *Soluciones eficaces: Políticas activas del mercado de trabajo en América Latina y el Caribe*.
- Palací, F. y Moriano, J. (2003). Inserción laboral a través del autoempleo. En J.A. Moriano (Ed.). *El nuevo mercado laboral: Estrategias de inserción y desarrollo profesional* (p. 25-44). Madrid: UNED.
- Pineda, C. P. y Manzano, Y. D. (2018). La cultura emprendedora en los estudiantes de Administración de Empresas. *Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro*, 8(8), 2-9.
- Robinson, P., & Haynes, M. (1991). Entrepreneurship education in America's major universities. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(3), 41-52.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: Free Press.
- Ros, M. (2002). Los valores culturales y el desarrollo socioeconómico: una comparación entre teorías culturales. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 99, 9-33.
- Salvador, C. M. (2008). Impacto de la inteligencia emocional percibida en la autoeficacia emprendedora. *Boletín de psicología*, 92, 65-80.
- Suárez, L. D. y Quintero, W. (2017). Proyecciones laborales de los estudiantes de Administración de Empresas. *Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro*, 7(7), 17-21.
- Teixeira, A. y Forte, R. (2009). Unbounding entrepreneurial intents of university students: a multidisciplinary perspective. *FEP Working Papers*, 322. Universidade do Porto, Faculdade de Economia do Porto.

Teixeira, A. & Davey, T. (2010). Attitudes of higher education students to new venture creation. The relevance of competencies and contextual factors. *Industry and Higher Education*, 24 (5), 323-341.

Walter, S. G., Parboteeah, K. P., & Walter, A. (2013). University Departments and Self-Employment Intentions of Business Students: A Cross-Level Analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(2), 175-200.

Wennekers, S. & Thurik, R. (1999). Linking Entrepreneurship and Economic Growth. *Small Business Economics*, 13(1), 27-56.

Wong, P. K., Ho, Y. P. & Autio, E. (2005). Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth: Evidence from GEM data. *Small Business Economics*, 24(3), 335-350.

Zhao, H., Scott, E. Hills, G. (2005). The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90 (6), 1265-1272.

ANEXO I. ENCUESTA

1. El emprendimiento: (1- totalmente en desacuerdo ... 5 – totalmente de acuerdo)

Contribuye a la creación y el crecimiento del empleo	1	2	3	4	5
Es “crucial para la competitividad” de una economía	1	2	3	4	5
Revela el potencial del individuo	1	2	3	4	5
Responde a intereses sociales	1	2	3	4	5
Contribuye al aumento de la riqueza de los pobres	1	2	3	4	5
Contribuye a la innovación y el progreso tecnológico de una economía	1	2	3	4	5

2. Un emprendedor es alguien que: (1- totalmente en desacuerdo ... 5 – totalmente de acuerdo)

Tiene un coeficiente intelectual elevado	1	2	3	4	5
Tiene una idea radicalmente nueva para la creación de un nuevo negocio	1	2	3	4	5
Tiene la capacidad de percibir el potencial de una idea	1	2	3	4	5
Posee su propio capital	1	2	3	4	5
Está dispuesto a actuar dentro de las reglas	1	2	3	4	5
Está dispuesto a trabajar en base a los recursos que posee en el presente	1	2	3	4	5
Tiene pasión, entusiasmo, iniciativa y persistencia	1	2	3	4	5

Considera los intereses de la sociedad en su toma de decisiones	1	2	3	4	5
Está dispuesto a correr grandes riesgos por una nueva idea	1	2	3	4	5
Es una persona respetable	1	2	3	4	5

3. Cuando escucha la palabra "emprendedor", ¿cuál es la persona/empresario en que piensa? (Indique el nombre; si no recuerda o conoce por favor coloque NC)

4. Cuando escucha la palabra "emprendimiento", ¿cuál es la empresa en que piensa? (Indique el nombre; si no recuerda o no conoce por favor escriba NC)

5. alguna vez tuvo su propio negocio? (Escoja una opción)

- No y no tengo ningún interés en tenerlo
- No, pero me puedo ver creando mi propia empresa
- No, pero tengo una idea que podría tener éxito
- Actualmente estoy pensando en esa posibilidad
- Ya realicé algunos pasos para crear un negocio
- Si ya cree una empresa

Si ya creo alguna empresa, indique cuantas: -----

6. Por favor, indique ¿en qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones.

(1- totalmente en desacuerdo ... 5 – totalmente de acuerdo)

Conozco técnicas para identificar lo que el mercado necesita	1	2	3	4	5
Comprendo el tipo de cuestiones que se le presentan a un emprendedor en el momento de llevar una idea al mercado	1	2	3	4	5
Consigo crear un plan de negocios y un concepto de negocio	1	2	3	4	5
Sé cómo financiar un nuevo concepto de negocio.	1	2	3	4	5

7. En su opinión, ¿cuáles son las probabilidades (de 0 a 100%) para crear un negocio que tenga éxito (esto es, que tenga un periodo de supervivencia superior a 5 años)?

-----%

8. En términos medios, ¿con qué edad piensa que un emprendedor crea su propio negocio? _____ años

9. En su opinión, cual es el porcentaje de emprendedores que pertenece:

Al sexo masculino %

Al sexo femenino %

10. En su opinión, ¿cuál es el volumen de capital que el emprendedor, en media, necesita para crear su propio negocio?

_____ (indique la cantidad y la moneda, por ejemplo, XXX \$)

11. Por favor, indique ¿en qué medida está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones: (1- totalmente en desacuerdo ... 5 – totalmente de acuerdo)

Leo regularmente libros/artículos sobre emprendimiento y/o innovación	1	2	3	4	5
Participo regularmente en conferencias/ charlas/workshops sobre emprendimiento y/o innovación	1	2	3	4	5
En la adolescencia, trabaje por cuenta propia (ej. distribución de periódicos; trabajos de jardinería, reparto, asistencia a menores, etc.)	1	2	3	4	5
Estoy trabajando por cuenta propia o tengo trabajado como freelancer	1	2	3	4	5
Seguí de cerca o ayudé a familiares que crearon su propio negocio	1	2	3	4	5
Seguí de cerca o ayudé a amigos o conocidos que crearon su propio negocio	1	2	3	4	5
Uno o más que uno de los negocios mencionados en las respuestas e) y f) acabaron fallando	1	2	3	4	5
No se debería comenzar un negocio cuando existe el riesgo de que falle	1	2	3	4	5

12. Durante sus estudios, ¿que interesado está en los siguientes temas:

(1- totalmente en desacuerdo ... 5 – totalmente de acuerdo)

Crear un nuevo negocio a partir de una idea	1	2	3	4	5
El emprendimiento a partir de la investigación	1	2	3	4	5
El emprendimiento dentro de una empresa ya existente	1	2	3	4	5

13. Imagine que podría optar entre ser trabajador por cuenta ajena o tener su propio negocio

(i) ¿Por qué preferiría ser trabajador por cuenta ajena?

(1- totalmente en desacuerdo ... 5 – totalmente de acuerdo)

Ser trabajador por cuenta ajena es la opción más indicada para el futuro profesional	1	2	3	4	5
Por una cuestión de seguridad/estabilidad profesional y salarial	1	2	3	4	5
Por la Seguridad Social y/o otro tipo de seguros	1	2	3	4	5
No es tan arriesgado como tener un empleo por cuenta propia	1	2	3	4	5
Hay una sobrecarga de trabajo cuando se tiene un empleo por cuenta propia	1	2	3	4	5
Por cuestiones de burocracia/barreras administrativas	1	2	3	4	5
Por falta de una idea emprendedora	1	2	3	4	5
Por falta de financiación para crear mi propio empleo	1	2	3	4	5
Por la importancia y/o irreversibilidad de la decisión	1	2	3	4	5
Por la falta de conocimiento y/o de familiaridad relativa al autoempleo	1	2	3	4	5
Por tener amigos de trabajo; en el empleo por cuenta propia se está muy solo	1	2	3	4	5

(ii) ¿Por qué preferiría tener su propio negocio?

(1- totalmente en desacuerdo ... 5 – totalmente de acuerdo)

Independencia personal; puedo gestionar mi tiempo	1	2	3	4	5
Mi familia y mis amigos trabajan por cuenta propia	1	2	3	4	5
Tengo una idea que puede constituir una oportunidad de negocio	1	2	3	4	5
Es algo perfectamente normal	1	2	3	4	5
No es necesaria la adaptación a un ambiente de trabajo	1	2	3	4	5
Es un trabajo más interesante	1	2	3	4	5
Posibilidad de realización personal	1	2	3	4	5
Da más prestigio	1	2	3	4	5
Mejores perspectivas de remuneración	1	2	3	4	5
Falta de oportunidades atractivas de empleo	1	2	3	4	5
Se evitan algunas incertezas relacionadas con el trabajo por cuenta ajena (ej: quedar desempleado).	1	2	3	4	5
Tener mi propio negocio es la opción más adecuada para mi profesión	1	2	3	4	5

14. Indique cual piensa que será su futuro en base a la siguiente escala:

Ser trabajador por cuenta ajena	1	2	3	4	5	Tener mi propio negocio
---------------------------------	---	---	---	---	---	-------------------------

15. Mi interés en la creación de mi propio negocio podría ser estimulado si la Universidad:

(1- totalmente en desacuerdo ... 5 – totalmente de acuerdo)

Concienciará más sobre el emprendimiento como una posible opción de futuro	1	2	3	4	5
Facilitará a los alumnos ideas para crear sus propios negocios	1	2	3	4	5
Crearé grados o masters en emprendimiento	1	2	3	4	5
Facilitará proyectos de trabajo en emprendimiento	1	2	3	4	5
Organizase conferencias/workshops sobre emprendimiento	1	2	3	4	5
Aproximase a los alumnos a las redes de contacto necesarias para comenzar un negocio	1	2	3	4	5
Permitiese la utilización de sus instalaciones por parte de empresas dirigidas por los alumnos	1	2	3	4	5
Dotase a los alumnos de medios financieros necesarios para comenzar un nuevo negocio	1	2	3	4	5
Pusiera en contacto a los alumnos emprendedores entre sí y con otros	1	2	3	4	5

Otro (especifique cual): _____

16. Edad: _____años

17. Sexo:

Masculino

Femenino

18. Su experiencia profesional más reciente

Ninguna

Prácticas

A tiempo parcial

A tiempo completo, hace menos de un año

A tiempo completo, hace más de un año

Otra (especifique): _____

19. Año en que entro en la universidad: _____

20. País: _____