

¿Cómo pueden estimular las universidades el espíritu emprendedor? Un estudio aplicado en una asociación de jóvenes empresarios de la provincia de Alicante

Manuel Expósito-Langa^a, Érica Mataix-Domínguez^b, Andreea-Elena Fotă^c

^aUniversitat Politècnica de València, Departamento de Organización de Empresas, maexlan@doe.upv.es, ^bUniversitat Politècnica de València, ermado@epsa.upv.es, ^cUniversitat Politècnica de València, Departamento de Organización de Empresas, anfol@upv.es.

Resumen

Desde hace años, las universidades han puesto en marcha programas formativos con el objeto de estimular la iniciativa emprendedora entre los estudiantes. Esta investigación contribuye al debate sobre la utilidad que estos programas tienen en el carácter emprendedor de sus egresados. Para profundizar en esta cuestión, se ha analizado una muestra formada por 139 emprendedores pertenecientes a JOVEMPA (Federación de Asociaciones de Jóvenes Empresarios de la Provincia de Alicante), entidad representativa del tejido empresarial joven de la provincia de Alicante. Los resultados sugieren, por un lado, que la participación de estos jóvenes empresarios en los programas formativos hacia el emprendimiento en la universidad donde cursaron sus estudios, tuvo efectos en la mejora en competencias emprendedoras. Por otro lado, también revelaron que el rol de la universidad fue importante en su percepción del entorno al que se enfrentarían en su aventura de emprender. En resumen, si bien este trabajo no permite conocer de forma causal si estos programas fueron el verdadero estímulo a la generación de nuevas empresas, sí confirma que han ayudado a los estudiantes a identificar su potencial como emprendedores, así como, a facilitar la búsqueda de recursos para la puesta en marcha de iniciativas emprendedoras.

Palabras clave: *Iniciativa emprendedora, Universidad, Egresados, JOVEMPA.*

Introducción y preguntas de investigación

Emprender al finalizar la universidad es una alternativa interesante, tanto para el desarrollo personal de un egresado, como para el crecimiento económico de una región. Es por esto que, conscientes de la situación económica y de la importancia del autoempleo, las universidades llevan tiempo poniendo en marcha programas orientados hacia el fomento del emprendimiento entre sus alumnos (Katz, 2003). Por otro lado, ya la Comisión Europea identificó en 2004 las ocho competencias clave necesarias para el aprendizaje permanente en una sociedad basada en el conocimiento, estando entre ellas el espíritu emprendedor.

En la literatura académica encontramos múltiples trabajos que abordan la utilidad de estos programas formativos, entre otros, Eesley y Lee (2021), Wang (2021), Fairlie et al. (2015), Barba-Sánchez y Atienza-Sahuquillo (2012), Graevenitz et al. (2010), Oosterbeek et al. (2010) o Honig (2004), obteniendo diferentes conclusiones. Por tanto, sigue abierto el debate sobre el impacto que estos programas tienen en los egresados universitarios (Eesley y Lee, 2021).

Teniendo en cuenta las premisas anteriores, el presente trabajo tiene como objetivo ofrecer una nueva evidencia empírica que permita mejorar la comprensión de esta realidad, intentando dar respuesta a las siguientes preguntas de investigación:

Pregunta 1: Participar en programas formativos hacia el emprendimiento ¿motiva a egresados a emprender?

Pregunta 2: Participar en programas formativos hacia el emprendimiento ¿mejora las competencias emprendedoras de los egresados?

Pregunta 3: ¿Ayuda la universidad al emprendimiento de los egresados?

Para el análisis de estas preguntas se ha tomado como marco de estudio a JOVEMPA, Federación de Asociaciones de Jóvenes Empresarios de la Provincia de Alicante, ya que representa a un amplio colectivo de jóvenes empresarios, es multisectorial y tiene una reconocida actividad para el desarrollo de sus asociados.

Mediante la recogida de datos primarios a través de un cuestionario y aplicando técnicas de análisis no paramétricas, los resultados sugieren aspectos de interés, tanto para la comunidad científica, como para los responsables de este tipo de programas en las universidades. En definitiva, la universidad tiene un rol destacado a la hora de potenciar las competencias del emprendedor, así como, en la ayuda prestada a la hora de percibir y reconocer el entorno en el que el egresado va a desarrollar su modelo de negocio. Sin embargo, la universidad no es reconocida como el estímulo clave hacia el emprendimiento.

A continuación, el artículo presentará con mayor detalle el contexto del estudio, así como los resultados obtenidos y las conclusiones finales.

Estudio empírico

En esta investigación, se ha contado con la colaboración de JOVEMPA, federación provincial, fundada en el año 1991, de jóvenes empresarios pertenecientes a empresas de múltiples sectores y establecidas a lo largo de toda la provincia de Alicante. Actualmente es la mayor entidad empresarial multisectorial de Alicante y la tercera federación de jóvenes empresarios con más asociados a nivel nacional. La federación tiene los siguientes objetivos con sus asociados: a) atender las necesidades de información, formación, asesoramiento, innovación y crecimiento; b) fomentar, ayudar a desarrollar y apoyar los proyectos empresariales; c) captar, fomentar, promover y desarrollar vocaciones empresariales entre los jóvenes, en colaboración con otras entidades públicas y privadas; d) representar, gestionar y defender intereses profesionales en todo tipo de ámbitos sociales, políticos o económicos; e) promover, impulsar, participar o coordinar todo tipo de iniciativas o actuaciones tendentes al desarrollo y consolidación de las empresas; f) prestar su colaboración a otras entidades públicas o privadas en pro del desarrollo económico de la provincia de Alicante y g) fomentar relaciones de colaboración e integración con otras asociaciones y entidades de carácter sectorial o ámbito territorial distinto del provincial.

En definitiva, es una institución referente y un punto de encuentro para todos los jóvenes empresarios de la provincia orientada hacia el fomento de nuevas empresas y el crecimiento de las existentes.

1.1. Fuentes de datos y confección de la muestra

Para la obtención de los datos se desarrolló un cuestionario ad-hoc estructurado y homogéneo con un conjunto de preguntas de valoración medidas con escala Likert de 5 puntos que atendían a las proposiciones teóricas establecidas. A su vez, otras preguntas de clasificación fueron incorporadas al objeto de diferenciar comportamientos por grupos. Previamente, se realizó un pretest, por lo que el cuestionario fue revisado por un par de investigadores del área, así como un par de empresarios de la propia asociación. Una vez recogidas sus valoraciones y sugerencias de mejora, se preparó el documento definitivo.

Para la confección de la muestra, se consideró como población de estudio a todos los asociados a JOVEMPA, quien, tras una revisión de su base de datos, envió el cuestionario a un total de 500 empresarios.

El cuestionario, en formato electrónico, estuvo activo entre los meses de marzo a mayo de 2020, con un recordatorio de respuesta en abril, y obtuvo un total de 139 respuestas válidas, lo que supone un error de muestreo del 7,2% para un nivel de confianza del 95,5% ($p=q=0,5$). Para su análisis se utilizó el software SPSS.

En cuanto al género, los cuestionarios fueron respondidos por un total de 85 (61,2%) hombres y 54 (38,8%) mujeres. Esta proporción no supone ningún riesgo de sesgo con respecto a la

población de estudio. Adicionalmente, también se analizó el riesgo de sesgo en función de la universidad donde se realizó el programa formativo, no encontrando diferencias significativas. Por tanto, no hay diferencias en las respuestas al cuestionario entre géneros, ni por universidad de origen.

1.2. Variables

Las variables para el estudio se dividieron en tres bloques, motivación al emprendimiento, competencias emprendedoras y rol de la universidad. A partir de la revisión de trabajos como Dubini (1988), Westhead y Wright (1997), Stewart et al. (1999), Barba-Sánchez y Atienza-Sahuquillo (2012) o Ferreras-García et al (2021), entre otros, se estableció el conjunto de variables para cada uno de los bloques. El resultado final fue el siguiente:

- Bloque motivación: Detectar oportunidades de mercado; Detectar una idea innovadora; Expectativas de ganancias económicas; Desarrollo personal; Influencia de terceros; Búsqueda de independencia y Reconocimiento social.
- Bloque competencias emprendedoras: Espíritu emprendedor; Creatividad e Innovación; Proactividad; Comunicación; Visión de futuro; Gestión de empresas; Asunción de riesgos; Capacidad de análisis; Iniciativa.
- Bloque rol de la universidad: Detectar oportunidades; Análisis de mercados; Percepción de riesgos y limitaciones; Identificación de barreras de entrada; Conocimiento de políticas gubernamentales sobre emprendimiento; Acceso a fuentes de financiación; Acceso a recursos de I+D; Fomento del emprendimiento; Promoción de ideas innovadoras; Apoyo por parte de la universidad; Contactos con emprendedores.

Resultados

Una vez recogidos los datos, se estableció un análisis comparativo, diferenciando entre aquellos empresarios que no cursaron ningún programa, o formación específica, para el emprendimiento en su universidad y los que sí lo hicieron.

Para contrastar las preguntas de investigación propuestas se realizó un análisis bivariante al objeto de comparar variables, conocer su relación y detectar diferencias significativas en su comportamiento. Para ello, se hizo uso de la tabulación cruzada y de pruebas no paramétricas, como la prueba U de Mann-Whitney para dos muestras independientes. El uso de pruebas no paramétricas, ante las paramétricas habituales como la t de Student o ANOVA, viene justificado debido a la no garantía de cumplimiento de determinados supuestos sobre la población original de la que se extraen los datos, generalmente normalidad y homocedasticidad. Por tanto, las pruebas no paramétricas, al no establecer supuestos tan exigentes sobre la población, se consideran una alternativa fiable para el contraste de supuestos o hipótesis.

En cuanto al primer bloque de variables, relativo a la motivación hacia el emprendimiento, la Tabla 1 muestra que, excepto la variable desarrollo personal, ninguna de las demás resulta significativa. Es decir, las motivaciones que llevaron a emprender a la muestra de empresarios encuestados no fueron generalmente diferentes entre los que no recibieron formación y los que sí.

Tabla 1. Test U de Mann-Whitney para el bloque de variables sobre motivación a emprender

VARIABLES VINCULADAS A LA MOTIVACIÓN A EMPRENDER	U de Mann-Witney	Grupo No Rango de media	Grupo Sí Rango de media	Sig.
Detectar oportunidades de mercado	2.343,50	67,57	75,08	,279
Desarrollar una idea innovadora	2.303,00	68,00	74,18	,379
Expectativas de ganancias económicas	2.096,00	70,20	69,58	,928
Desarrollo personal	1.627,50*	75,19	59,17	,016
Influencia de terceros	1.976,50	71,47	66,92	,520
Búsqueda de independencia	2.090,50	70,26	69,46	,908
Reconocimiento social	2.266,50	68,39	73,37	,479
Tamaño del grupo		94 (67,6%)	45 (32,4%)	

(*) Indica que el test es significativo ($p < 0,05$); Tamaño muestral $n = 139$

El segundo bloque de variables, relativas al desarrollo de competencias hacia el emprendimiento, sí nos muestra diferencias significativas entre los que no cursaron programas formativos y los que sí. Se puede observar en Tabla 2 que, generalmente, recibir este tipo de formación ha permitido al alumno potenciar aspectos como el espíritu emprendedor, la creatividad o la comunicación, entre otras.

Tabla 2. Test U de Mann-Whitney para el bloque de variables sobre competencias emprendedoras

Variables vinculadas a competencias del emprendedor	U de Mann-Witney	Grupo No Rango de media	Grupo Sí Rango de media	Sig.
Espíritu emprendedor	3.163,00**	58,85	93,29	,000
Creatividad e Innovación	2.598,00*	64,86	80,73	,023
Proactividad	2.493,00	65,98	78,40	,075
Comunicación	2.568,50*	65,18	80,08	,034
Visión de futuro	2.648,50*	64,32	81,86	,011
Gestión de empresas	2.935,50**	61,27	88,23	,000
Asunción de riesgos	2.522,50*	65,66	79,06	,049
Capacidad de análisis	2.401,00	66,96	76,36	,169
Iniciativa	2.580,00*	65,05	80,33	,028
Tamaño del grupo		94 (67,6%)	45 (32,4%)	

(*) Indica que el test es significativo ($p < 0,05$); (**) Indica que el test es significativo ($p < 0,01$); Tamaño muestral $n = 139$

Finalmente, el tercer bloque de variables hace referencia a la valoración de la utilidad de los programas formativos como apoyo al emprendimiento. En este caso, la Tabla 3 muestra que, exceptuando el acceso a los recursos de I+D, el rol de la universidad fue fundamental en aquellos alumnos que sí decidieron seguir algún programa formativo.

Tabla 3. Test U de Mann-Whitney para el bloque de variables sobre el rol de la universidad

Variables vinculadas al rol de la universidad	U de Mann-Witney	Grupo No Rango de media	Grupo Sí Rango de media	Sig.
Detectar oportunidades	2.634,50*	64,47	81,54	,017
Análisis de mercados	2.646,50*	64,35	81,81	,014
Percepción de riesgos y limitaciones	2.594,00*	64,90	80,64	,026
Identificación de barreras de entrada	2.566,00*	65,20	80,02	,037

Conocimiento de políticas gubernamentales sobre emprendimiento	2.749,50**	63,25	84,10	,003
Acceso a fuentes de financiación	2.667,50**	64,12	82,28	,009
Acceso a recursos de I+D	2.501,50	65,89	78,59	,071
Fomento del emprendimiento	3.062,00**	59,93	91,04	,000
Promoción de ideas innovadoras	3.149,00**	58,52	93,98	,000
Apoyo por parte de la universidad	2.956,50**	61,05	88,70	,000
Contactos con emprendedores	3.034,50**	60,22	90,43	,000
Tamaño del grupo		94 (67,6%)	45 (32,4%)	

(*) Indica que el test es significativo ($p < 0,05$); (**) Indica que el test es significativo ($p < 0,01$); Tamaño muestral $n = 139$

Conclusiones

Atendiendo a las preguntas de investigación, en este estudio no hemos obtenido evidencias empíricas sobre si la universidad, a través de los programas formativos que ofrece a sus egresados que emprenden, es percibida como un estímulo hacia el emprendimiento. Este resultado puede sorprender a priori, si bien está en línea con investigaciones recientes (Eesley y Lee, 2021). Sin embargo, sí hemos podido observar evidencias de que estos programas han tenido un impacto significativo en las competencias emprendedoras de los egresados, resultado que es acorde con otros trabajos recientes como (Chatterji et al., 2019; Lyons y Zhang, 2018). Por último, la universidad sí tiene un rol facilitador de recursos de información y fuentes de oportunidades, lo que permite al egresado comprender mejor el contexto en el que se va a emprender, para de esta forma, aumentar su tasa de éxito. Este resultado está en línea con otros autores como (Cassar, 2010).

En definitiva, estos programas formativos puede que no sean tan persuasivos hacia el emprendimiento como es esperable desde la institución, sin embargo, sí son una parte fundamental para que el futuro egresado perciba su potencial como emprendedor y, además, una fuente de información sobre recursos hacia el emprendimiento, lo que le permitirá iniciar su aventura con una mayor probabilidad de éxito.

Reconocimientos

Agradecemos la colaboración de JOVEMPA, quien en todo momento mostró su buena disposición con este trabajo y participó activamente en la difusión de la encuesta entre sus asociados.

Referencias

- Barba-Sánchez, V. & Atienza-Sahuquillo, C. (2012). Entrepreneurial behavior: Impact of motivation factors on decision to create a new venture. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 18, 132-138.
- Cassar, G. (2010). Are individuals entering self-employment overly optimistic? An empirical test of plans and projections on nascent entrepreneur expectations. *Strategic Management Journal*, 31(8), 822-840.
- Chatterji, A., Delecourt, S., Hasan, S. & Koning, R. (2019). When does advice impact startup performance?. *Strategic Management Journal*, 40(3), 331-356.
- Dubini, P. (1988). Motivational and environmental influences on business start-ups: some hints for public policies. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 8, 31-45.
- Eesley, C.E. & Lee, Y.S. (2021). Do university entrepreneurship programs promote entrepreneurship?. *Strategic Management Journal*. 42(4), 833-861.
- Fairlie R.W., Karlan D. & Zinman J. (2015). Behind the GATE experiment: Evidence on effects of and rationales for subsidized entrepreneurship training. *American Economic Journal: Economic Policy*. 7(2), 125-161.
- Ferreras-Garcia, R., Sales-Zaguirre, J. & Serradell-López, E. (2021). Developing entrepreneurial competencies in higher education: a structural model approach. *Education + Training*, 63(5), 720-743.
- Graevenitz G.V., Harhoff D. & Weber R. (2010). The effects of entrepreneurship education. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76, 90-112.
- Honig, B. (2004). Entrepreneurship education: toward a model of contingency-based business planning. *Academy of Management Learning and Education*, 3(3), 258-273.
- Katz J.A. (2003). The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education: 1876–1999. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 283-300.
- Lyons E, Zhang L. (2018). Who does (not) benefit from entrepreneurship programs?. *Strategic Management Journal*, 39(1), 85-112.
- Oosterbeek H., Van Praag M. & Ijsselstein A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, 54(3), 442-454.

- Stewart, W.H. Jr., Watson, W.E., Carland, J.C., and Carland, J.W. (1999). A proclivity for entrepreneurship: a comparison of entrepreneurs, small business owners, and corporate managers. *Journal of Business Venturing*, 14, 189-214.
- Wang, Q. (2021). Higher education institutions and entrepreneurship in underserved communities. *Higher Education*, 81, 1273-1291.
- Westhead, P. & Wright, M. (1997). Novice, portfolio and serial founders: are they different? *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 17, 218-231.