

¿Qué influye sobre los motivos y frenos asociados al emprendimiento?



Ana
Fernández-
Laviada



Lidia
Sánchez



Inés Rueda
Sampedro

Universidad de Cantabria

Analizar los motivos y frenos que de algún modo, y siguiendo diferentes teorías del comportamiento, afectan e influyen sobre los potenciales emprendedores es fundamental para garantizar la efectividad de las políticas y programas que numerosos organismos están poniendo en marcha con el fin de fomentar el emprendimiento. Pero ¿qué puede influir a su vez sobre dichos factores? Como veremos, aspectos socio-demográficos como la edad, género, formación recibida, experiencia y el mismo entorno familiar y cercano de los estudiantes son algunos de los aspectos que afectan a la percepción de dichos motivos y frenos y, por tanto, deberán ser tenidos en cuenta si queremos que las medidas adoptadas tengan la máxima efectividad

Introducción

El emprendimiento es un fenómeno en auge que está adquiriendo una importancia vital como medio para luchar contra el desempleo y reactivar la economía. Se considera que, dada la falta de oportunidades en el mercado de trabajo por cuenta ajena, la creación de un negocio propio es una salida loable ante la situación económica que padece el país. Por ello, desde multitud de organismos públicos se están lanzando políticas y programas para el fomento del emprendimiento.

Como medio para garantizar la efectividad de dichos programas parece lógico analizar cuáles son los factores que verdaderamente influyen en la intención emprendedora de los individuos. Con un conocimiento profundo de dichos factores se podrían impulsar las actividades emprendedoras para, de ese modo, promover la creación de nuevos negocios y por tanto el crecimiento de los territorios.

De acuerdo con la Teoría de Comportamiento Planificado (Schifter y Ajzen, 1985), la conducta de los individuos se puede explicar sobre la base de la relación creencias-actitud-intención-comportamiento. Aplicado al caso que nos ocupa, la actitud hacia el emprendimiento estará determinada por las creencias de los sujetos respecto a dicho comportamiento. De este modo, la actitud hacia el emprendimiento será favorable o desfavorable en función de las creencias positivas y negativas del decisor hacia la creación de una empresa propia. Por ello, la decisión de emprender dependerá de las ventajas e inconvenientes que se perciban en dicha conducta.

En base a este planteamiento, si se pretende fomentar el emprendimiento, primero habrá que analizar cuáles son los motivos y los frenos que afectan a los potenciales emprendedores. Este área de investigación está recibiendo cada vez mayor interés, especialmente en lo referido a la intención emprendedora de los estudiantes universitarios, probablemente debido al papel que éstos juegan como

potenciales empresarios en la sociedad (Álvarez *et al.*, 2006; Guerrero y Urbano, 2007; Wilson *et al.*, 2007; Wu y Wu, 2008; Gupta *et al.*, 2009; Liñán *et al.*, 2011).

En una primera aproximación a estos aspectos, en un estudio previo (Sánchez *et al.*, 2012), analizamos cuáles eran los motivos y los frenos más importantes para los estudiantes universitarios a la hora de emprender. En las tablas 1 y 2 se muestran respectivamente los motivos que impulsaban la creación de nuevos negocios y los frenos, ordenados en ambos casos de mayor a menor importancia.

Tabla 1. Jerarquización de motivos

MOTIVOS	
1º	Recompensas económicas (incrementar ingresos, etc.).
2º	Independencia/Autonomía (libertad personal, ser tu propio jefe, etc.).
3º	Recompensas personales (reconocimiento público, crecimiento personal, probar que soy capaz de hacerlo, etc.).
4º	Invertir y conseguir un patrimonio personal.
5º	Seguridad familiar y personal (asegurar mi futuro y de mi familia, tradición familiar, etc.).

Tabla 2. Jerarquización de frenos

FRENOS	
1º	Riesgo económico (riesgo demasiado elevado, situación económica, falta de un sueldo mínimo asegurado, etc.).
2º	Reparos financieros o de capital (Falta de capital inicial).
3º	Tiempo limitado para otras actividades, por tener que trabajar demasiadas horas (Tiempo para la familia, la pareja, etc.).
4º	Desconocimiento sobre las regulaciones para poner en marcha una empresa.
5º	Cargas fiscales.
6º	Temor a fracasar y quedar en ridículo.

El objetivo de este artículo es precisamente profundizar en los mencionados resultados analizando si la importancia dada a cada uno de los factores varía en función de una serie de características socio-demográficas de los es-

tudiantes encuestados, como son: la edad, género, formación recibida, experiencia laboral previa, conocer o no a un emprendedor, tener un emprendedor en la familia y que uno o ambos progenitores sean autónomos o empresarios.

Estudio empírico

Para la realización del estudio se diseñó un cuestionario dirigido a los estudiantes de la Universidad de Cantabria. Estos tenían que valorar en una escala de 1 a 5 la importancia que concedían a cada uno de los frenos y motivos. Los alumnos completaron el cuestionario de forma presencial en las aulas durante 15 minutos y, finalmente, se obtuvieron 525 encuestas válidas.

Después el tratamiento de los datos se realizó con la Teoría de la Medición de Rasch, una metodología especialmente interesante cuando se trabaja con escalas Likert, como se hace en el Informe Pisa, y que entre sus muchas aplicaciones analiza las diferencias de comportamiento entre grupos de sujetos, que es el objetivo que nos ocupa.

Análisis de los resultados

¿Influye la edad?

En primer lugar se formaron dos grupos de sujetos en función de su edad. El primer grupo estaba compuesto por estudiantes menores de 23 años, y el segundo por estudiantes con 23 años o más.

El análisis realizado muestra que no existen diferencias en la percepción de los frenos, pero sí en las motivaciones. Así, los estudiantes más jóvenes valoran más la “seguridad familiar y personal (asegurar mi futuro y de mi familia, tradición familiar, etc.)”, a diferencia de los estudiantes del grupo de más edad que valoran más la “independencia/autonomía (libertad personal, ser tu propio jefe)”. Obviamente, la madurez del estudiante es clave. Un estudiante de mayor edad y, por lo tanto, más maduro prefiere ser más independiente que un estudiante más joven. Este último, bien sea porque aún recibe una fuerte influencia de su familia o porque quiere continuar con el negocio familiar, se ve más afectado por los motivos familiares.

¿Influye el género?

La influencia del género en todo el proceso emprendedor es uno de los aspectos más estudiados (Rueda *et al.*, 2013), analizados ambos grupos se observa que dentro de los

factores que frenan el emprendimiento, las mujeres valoran en mayor medida que los hombres el temor a fracasar y quedar en ridículo. Mientras que valoran en menor medida que ellos el tiempo limitado para otras actividades por tener que trabajar demasiadas horas.

Por otra parte, si nos centramos en los factores que incentivan el emprendimiento, se observa que las mujeres valoran en mayor medida que los hombres las recompensas personales (reconocimiento público, crecimiento personal, probar que soy capaz de hacerlo) y valoran en menor medida que ellos las recompensas económicas.

¿Influye la formación recibida?

En este caso, el grupo 1 estaba integrado por aquellos alumnos que estuvieran cursando estudios de tipo económico (ADE o economía) mientras que el grupo 2 lo conformaban alumnos del resto de titulaciones encuestadas (matemáticas, telecomunicaciones, magisterio, etc.).

En esta ocasión se detectaron dos diferencias. En primer lugar se vio que las recompensas personales (reconocimiento público, crecimiento personal...) adquirirían más importancia para los estudiantes con perfiles no económicos. En segundo lugar, respecto a los frenos, el desconocimiento sobre las regulaciones para poner en marcha una empresa era un obstáculo mayor para los estudiantes del grupo 2 que para estudiantes de carreras orientadas a la economía y la empresa. Este último resultado es perfectamente lógico. En las titulaciones relacionadas con el mundo de la economía y la empresa es habitual contar con asignaturas, módulos e incluso itinerarios orientados a la creación de empresas, por lo que la información al respecto es mayor. Sin embargo, en otros perfiles la existencia de estas asignaturas es escasa y, en muchos casos, opcional luego no es de extrañar que muchos alumnos de estas titulaciones carezcan de formación empresarial alguna. Afortunadamente esta tendencia está cambiando y la oferta formativa de las universidades en estos temas está aumentando.

La creación de un negocio propio es una salida loable ante la situación económica que padece el país

La decisión de emprender dependerá de las ventajas e inconvenientes que se perciban en dicha conducta, y su percepción puede depender de algunas variables socio-demográficas como la edad, género, formación y la experiencia y del conocimiento de otros emprendedores del entorno familiar o fuera de él

¿Influye la experiencia laboral?

La posesión de experiencia laboral previa también generaba diferencias en la percepción hacia los frenos y motivos. Así, las recompensas económicas eran un motivo más importante para los estudiantes que poseían experiencia laboral previa. Además, éstos también consideraban la falta de capital inicial como un freno más importante a diferencia de los estudiantes sin experiencia previa que, por el contrario, consideraban más importante el freno referido al desconocimiento sobre las regulaciones para poner en marcha una empresa.

¿Influye el entorno familiar y social?

Por último, los universitarios que no conocían a un emprendedor consideraban más importante el freno referido al desconocimiento sobre las regulaciones para poner en marcha una empresa. Así, los estudiantes con un emprendedor en la familia valoraban más el freno "Tiempo limitado para otras actividades por tener que trabajar demasiadas horas (tiempo para la familia, pareja...)".

Es normal pensar que aquellas personas cercanas a un emprendedor (sea éste familiar o no) conozcan mejor los trámites de fundación de una empresa. E, igualmente, aquéllos con un emprendedor en la familia conocen mucho mejor la realidad diaria de la vida de un emprendedor y, por lo tanto, son conscientes en mayor medida del esfuerzo personal que ello supone.

Por otra parte, los estudiantes cuyos progenitores (uno o ambos) eran autónomos o empresarios se veían más motivados por la seguridad familiar y personal que les aportaría tener un negocio propio. Mientras que aquéllos cuyos progenitores no son autónomos o empresarios valoraban más las recompensas económicas.

Consideraciones finales e implicaciones

Los resultados obtenidos nos han permitido concluir que pese a la existencia de una jerarquización general de los principales motivos y frenos al emprendimiento, la importancia dotada a los mismos puede variar en función de las características particulares de los individuos.

Esto hace que a la hora de diseñar políticas y programas de fomento de la actividad emprendedora las características socio-demográficas de los sujetos destinatarios de los mismos hayan de tenerse en cuenta.

No obstante, se percibe que el desconocimiento de los trámites para crear una nueva empresa es uno de los frenos que más preocupa, especialmente a aquellas personas que bien sea por sus estudios o por su entorno familiar se encuentran más alejadas del mundo empresarial. Si bien es cierto que ya se han tomado medidas en esta dirección mediante la creación de ventanillas únicas y el aumento de trámites electrónicos para la agilización del proceso, es necesario continuar trabajando en esta dirección reduciendo al máximo la burocracia necesaria y aumentando la información al respecto. En ocasiones no se trata de una falta de información sino de falta de visibilidad de los organismos asesores.

El estudio ha permitido concluir igualmente que la influencia de las características socio-demográficas de los individuos o su grado de relación/contacto con un emprendedor influye únicamente en aquellos factores, tanto motivos como frenos, de carácter más microeconómico y, en muchos casos, personal. Así, por ejemplo, los frenos relacionados con el riesgo económico o la falta de capital inicial, que son los más importantes de acuerdo con la je-

El desconocimiento de los trámites para crear una nueva empresa es uno de los frenos que más preocupa, por lo que es necesario continuar trabajando en esta dirección para reducir al máximo la burocracia necesaria y aumentar la información al respecto

La influencia de las características socio-demográficas de los individuos o su grado de relación/contacto con un emprendedor influye únicamente en aquellos factores, tanto motivos como frenos, de carácter más microeconómico y, en muchos casos, personal

rarquización obtenida en estudios previos, apenas se ven influenciados. Probablemente es en estos aspectos de carácter más macroeconómico donde más cabida tiene la acción de los organismos públicos. Sería conveniente que a través de sus políticas y programas intentaran reducir el efecto que los principales frenos económicos tienen sobre la intención emprendedora. Por ejemplo, una posible acción a llevar a cabo es la realización de campañas de información para dar a conocer otras formas de acceso a la financiación más novedosas, distintas al crédito bancario como podría ser el *crowdfunding* o los *business angels*. ▀

Bibliografía

- Álvarez, R.D.; DeNoble, A.F.; Jung, D. (2006): "Educational curricula and self-efficacy: entrepreneurial orientation and new venture intentions among university students in Mexico". *International Research in the Business Disciplines*, Vol. 5, págs. 379-403.
- Guerrero, M.; Urbano, D. (2007): *Entrepreneurial Universities: The Case of Autonomous University of Barcelona*. Research Work. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Gupta, V.K.; Turban, D.B.; Wasti, S.A.; Sikdar, A. (2009): "The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur". *Entrepreneurship: Theory & Practice*.
- Liñán, F.; Rodríguez, J.C.; Rueda, J.M. (2011): "Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education". *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. 7, págs. 195-218.
- Rueda Sampedro, I.; Sánchez Ruiz, L.; Blanco Rojo, B.; Fernández Laviada, A. (2013). "Motivos y frenos al emprendimiento: ¿Varía su importancia según el género?" *VIII Workshop sobre Modelos de Rasch en Administración de Empresas: Actuaciones y respuestas frente a la crisis*. Universidad de La Laguna.
- Sánchez, L.; Rueda, I.; Blanco, B.; Herrero, A. (2012): "Motivaciones y frenos al emprendimiento. Jerarquización con el Modelo de Rasch". *VII Workshop sobre Modelos de Rasch en Administración de Empresas: Herramientas de Análisis en Tiempos de Crisis*, La Laguna (Spain).
- Schifter, D.B.; Ajzen, I. (1985): "Intention, perceived control, and weight loss: An application of the theory of planned behaviour". *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 49, págs. 842-851.
- Wilson, F.; Kickul, J.; Marlino, D. (2007): "Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: implications for entrepreneurship education". *Entrepreneurship: Theory & Practice*.
- 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*, Vol. 15, nº 4, págs. 752-774.