



INTENCIONES EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES DE PANAMÁ: UNA COMPARATIVA DE LAS UNIVERSIDADES PARTICIPANTES

GUESSS 2016

María de los Ángeles Frende Vega – Jaime Manuel González
– Teresita Henríquez – Omaris Vergara



Intenciones emprendedoras de los estudiantes de Panamá: Una comparativa de las universidades participantes

ISBN: 978-9962-12-530-3

© Los autores

Publicado por la Universidad de Panamá

Versión: junio de 2017

Prohibida la reproducción total o parcial, por cualquier medio o con cualquier propósito, sin la autorización escrita de los autores.

Para citar este informe:

Frende Vega, M.A.; González, J.M.; Henríquez, T. y Vergara, O. (2017). Intenciones emprendedoras de los estudiantes de Panamá: Una comparativa de las universidades participantes- GUESSS 2016. Universidad de Panamá.

AGRADECIMIENTOS

Los autores quieren agradecer a la Secretaría Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación de Panamá por el apoyo brindado para la realización de este proyecto y por permitir la investigación del emprendimiento universitario del país. Igualmente agradecemos a EY por el apoyo internacional brindado a este proyecto.

Los Informes Nacionales de los países participantes (incluido el Informe Nacional de Panamá), así como el Informe Internacional de GUESSSS 2016 puede encontrarse en: <http://www.guesssurvey.org>

Equipo de investigación:

María de los Ángeles Frende Vega

Jaime Manuel González

Teresita Henríquez

Omaris Vergara de Henríquez

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN
 - 1.1. CARACTERÍSTICAS MUESTRALES DE LAS UNIVERSIDADES PARTICIPANTES
 2. INTENCIÓN DE ELECCIÓN DE CARRERA
 3. ÍNDICE DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA
 4. IMPULSORES DE LA ELECCIÓN DE LA CARRERA EMPRENDEDORA
 - 4.1. HABILIDADES PERSONALES
 - 4.2. CONTEXTO DE LAS UNIVERSIDADES
 5. EMPRENDEDORES NACIENTES
 6. EMPRENDEDORES ACTIVOS
 7. CONCLUSIONES
- REFERENCIAS

ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura 1. Modelo teórico
- Figura 2. Género de los participantes
- Figura 3. Comparativa temporal de elección de carrera
- Figura 4. Comparativa de la IIE de las universidades
- Figura 5. Habilidades individuales percibidas
- Figura 6. Reputación en emprendimiento
- Figura 7. Participación en cursos de emprendimiento
- Figura 8. Evaluación del aprendizaje de los cursos
- Figura 9. Evaluación del clima emprendedor
- Figura 10. Porcentaje de emprendedores nacientes
- Figura 11. Porcentaje de emprendedores nacientes por género
- Figura 12. Origen de la idea de los nuevos negocios
- Figura 13. Número de emprendedores activos por género
- Figura 14. Orientación innovadora de los emprendimientos activos

ÍNDICE DE TABLAS

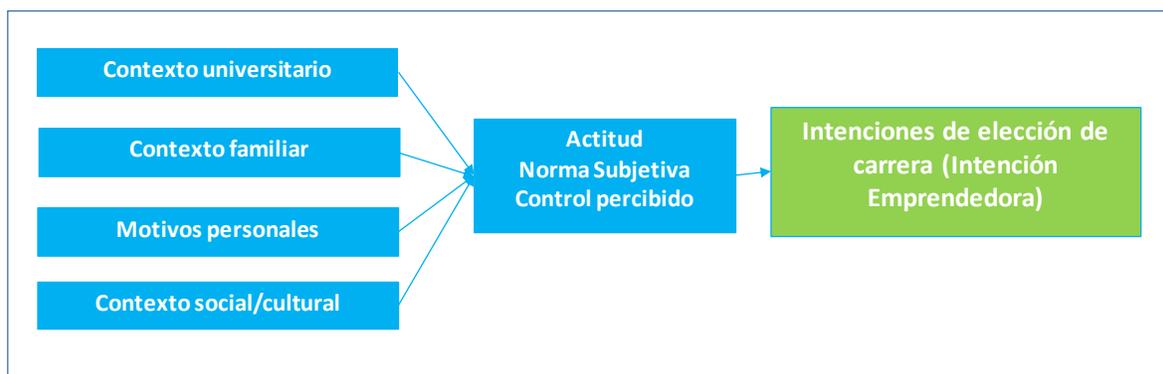
- Tabla 1. Información poblacional y muestral
- Tabla 2. Ítems en la escala de intención emprendedora

1. INTRODUCCIÓN

El Proyecto GUESSS surge en el contexto de la preocupación de conocer y profundizar en el estudio de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. El Proyecto se celebra desde el año 2004 y, cada dos años se recoge información de los estudiantes universitarios a través de un cuestionario online. En esta edición de 2016 participa por primera vez Panamá como país. La Universidad de Panamá es la coordinadora nacional y participan también la Universidad Tecnológica de Panamá, la Universidad Especializada de las Américas y la Universidad Latina.

El marco teórico que sustenta el Proyecto se basa en la Teoría del Comportamiento Planificado de Azjen (1985, 1991) (ver figura 1).

Figura 1. Marco teórico



Fuente: Sieger, Fueglisteller y Zellweger (2011)

El proyecto GUESSS permite homologar una metodología que permite la comparación entre los datos generados en distintos países, lo que enriquece de forma importante el estudio sobre la intención emprendedora de los estudiantes. También permite la generación de una base de datos longitudinales para la realización de estudios científicos susceptibles de ser publicados en revistas indexadas de alto impacto.

El informe que se presenta, es un resumen del Informe Nacional y de los informes realizados de cada universidad participante; aporta un análisis importante para la reflexión de las universidades en lo que a emprendimiento se refiere y para el enfoque de las políticas públicas encaminadas a fortalecer el emprendimiento en la república de Panamá.

1.1. CARACTERÍSTICAS MUESTRALES DE LAS UNIVERSIDADES PARTICIPANTES

En la tabla 1 se muestra la población estudiantil de las cuatro universidades participantes en el año 2016. La muestra total estuvo formada por 3,273 estudiantes, de los cuales, el 46% estaban cursando sus estudios en la UTP, el 38% en la UP, el 11% en UDELAS y el 5% a la UL.

Se puede observar que sólo la UTP obtuvo una muestra superior (48%) al porcentaje que su alumnado representa del total de la población objeto de análisis (21%). La UDELAS obtuvo una muestra exactamente igual (11%). La UP (38% versus 58%) y la UL (5% versus 10%) están representadas por una muestra menor que su participación en la población total. Sería positivo que, en las próximas ediciones, se sumaran los esfuerzos para aumentar los tamaños muestrales.

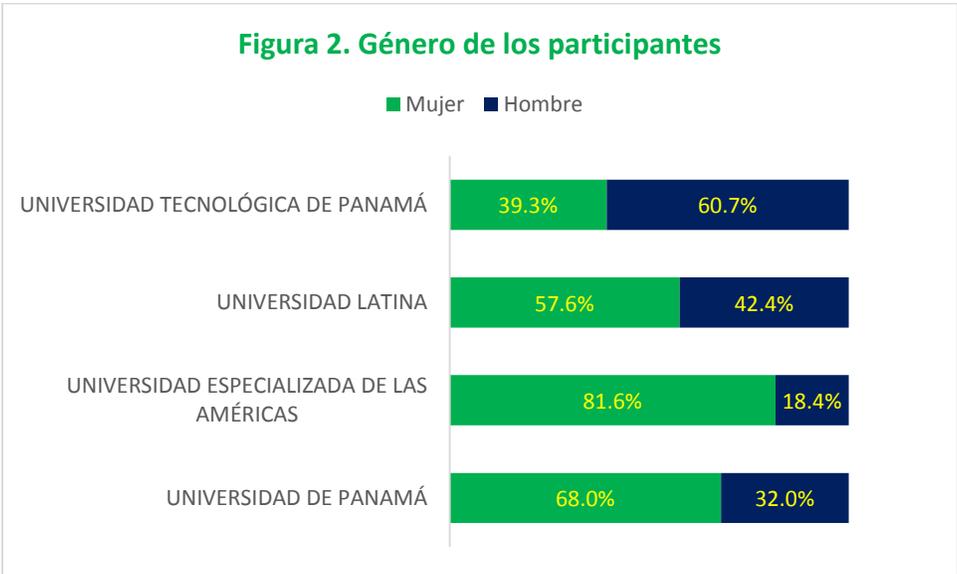
Tabla 1. Información población y muestral

UNIVERSIDADES	POBLACIÓN	% UNI	Muestra	% muestral
Universidad de Panamá (UP)	54,719	58	1,235	38
Universidad Tecnológica de Panamá (UTP)	19,396	21	1,498	46
U. Especializada de las Américas (UDELAS)	10,240	11	351	11
Universidad Latina (UL)	9,500	10	160	5
TOTAL	93855	100	3,273	100

En la encuesta GUESSS se les solicitaba a los estudiantes que señalaran el Centro Regional/Extensión en el que cursaban sus estudios. El 78% estudian en la capital y sólo el 22% en el interior. Aunque muy dispersos en los distintos centros, éstos estudian principalmente en el Centro regional Universitario de la Universidad de Panamá en Coclé.

En próximas ediciones sería recomendable aumentar la participación de los estudiantes que pertenecen a los centros ubicados en el interior para poder realizar análisis y comparativos que permitan el desarrollo de políticas emprendedoras universitarias a nivel de Provincias.

En lo que, respecta a la participación de las mujeres en la encuesta, se observa en la figura 2 que hubo un mayor porcentaje de respuesta de éstas que sus homólogos masculinos; excepto en la UTP, donde la participación de los hombres (81.6%) fue mucho mayor.



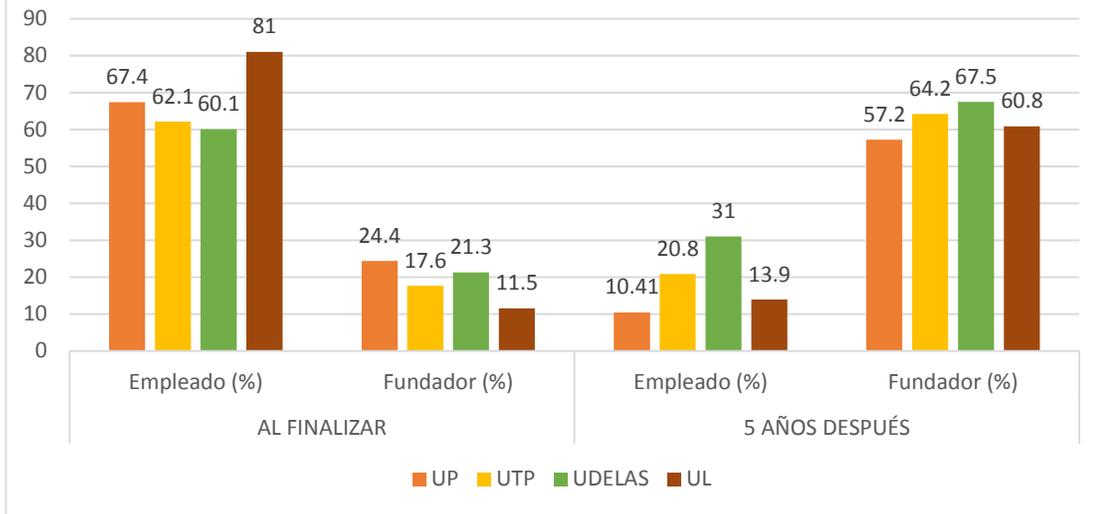
2. INTENCIÓN DE ELECCIÓN DE CARRERA

Una de las cuestiones más importante en el estudio GUESSS es aquella que se centra en la intención de carrera de los estudiantes una vez que finalizan sus estudios. Para ello, se incluyó dos preguntas: ¿qué orientación profesional quieren seguir justo después de terminar sus estudios? Y ¿qué orientación profesional quieren tener a los 5 años de finalizar los estudios?

Las posibles respuestas contemplaban las siguientes opciones de carrera: ser empleado en una empresa existente (pequeña, mediana o grande, ONG), en el sector público (incluida la Academia), fundar su propia empresa (ser emprendedor) o ser sucesor en una empresa familiar. En este informe nos centramos en las que se refieren a ser “empleado” o “fundador”.

Como se muestra en la figura 3, la mayoría de los estudiantes de las universidades objeto de análisis prefieren ser empleados al finalizar sus estudios; sobre todo, aquellas que pertenecen a la UL. Sin embargo, transcurridos cinco años de haber finalizado los estudios, la intención de elección de carrera de los estudiantes de las cuatro universidades se inclina hacia la de ser fundador. Señalar que son los estudiantes de UDELAS los que más intenciones emprendedoras reflejan.

Figura 3. Comparativa temporal de intención de elección de carrera



3. INDICE DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES

En este capítulo se aborda el análisis de la intención emprendedora de una forma más profunda, ya que en el capítulo anterior se evaluó desde un punto de vista categórico, al clasificar a los estudiantes en varios grupos en función de sus preferencias hacia el trabajo (por cuenta ajena, servicio público, fundador, sucesor y otro), presentando los resultados con base a preguntas en el cuestionario del tipo “si/no”. Si bien este enfoque es común y fiable (Zellweger et al., 2011), no permite capturar a los estudiantes que seriamente piensan en emprender en algún momento de su carrera, aun prefiriendo en el corto plazo otras opciones. Es decir, este tipo de análisis no considera a los estudiantes cuya segunda opción es la de convertirse efectivamente en emprendedores.

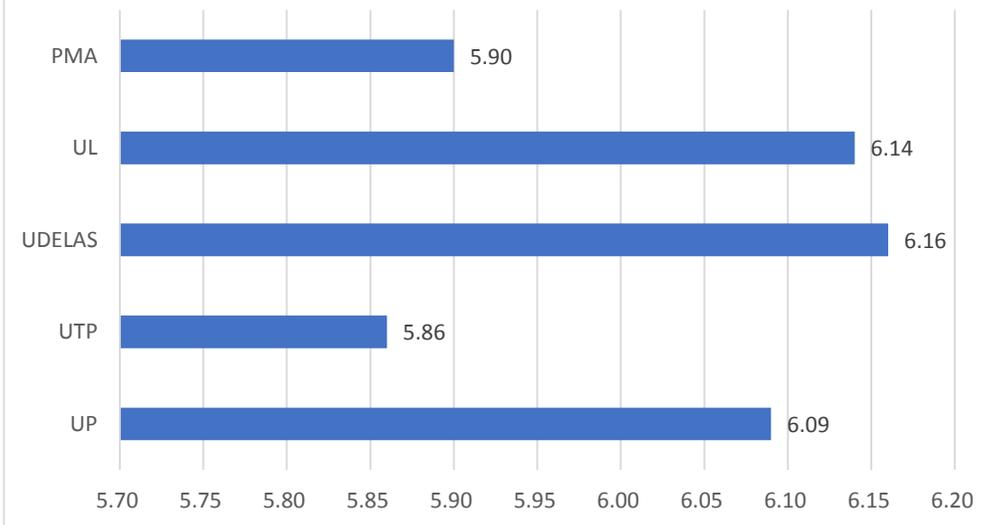
Para completar el análisis de la intención emprendedora se genera una media agregada mediante el cálculo de la media de 6 ítems (Liñan y Chen, 2009) que son evaluados en una escala que va de 1 (muy en desacuerdo) a 7 (muy de acuerdo). Los ítems que componen la escala de intención emprendedora se muestran en la tabla 2.

Tabla 2. Ítems en la escala de intención emprendedora

N° de ítem	Ítem
1	Estoy dispuesto(a) a hacer cualquier cosa para ser emprendedor
2	Mi meta profesional es llegar a ser emprendedor(a)
3	Haré todo lo posible para crear y dirigir mi propia empresa
4	Estoy decidido(a) a crear una empresa en el futuro
5	He pensado muy seriamente en iniciar una empresa
6	Tengo la firme intención de crear una empresa algún día

El valor medio de los ítems anteriores es lo que se conoce como “índice de intención emprendedora” (IIE) y mide la pretensión de los estudiantes de crear su propia empresa en el futuro. En la figura 4 se observa que son los alumnos de la UDELAS (6.16) y la UL (6.14) los más emprendedores en los años venideros seguidos de la UP (6.09). Algo más alejado se encuentran los de la UTP (5.86), que no supera a la media nacional (5.90).

Figura 4. Comparativa de la IIE de las universidades

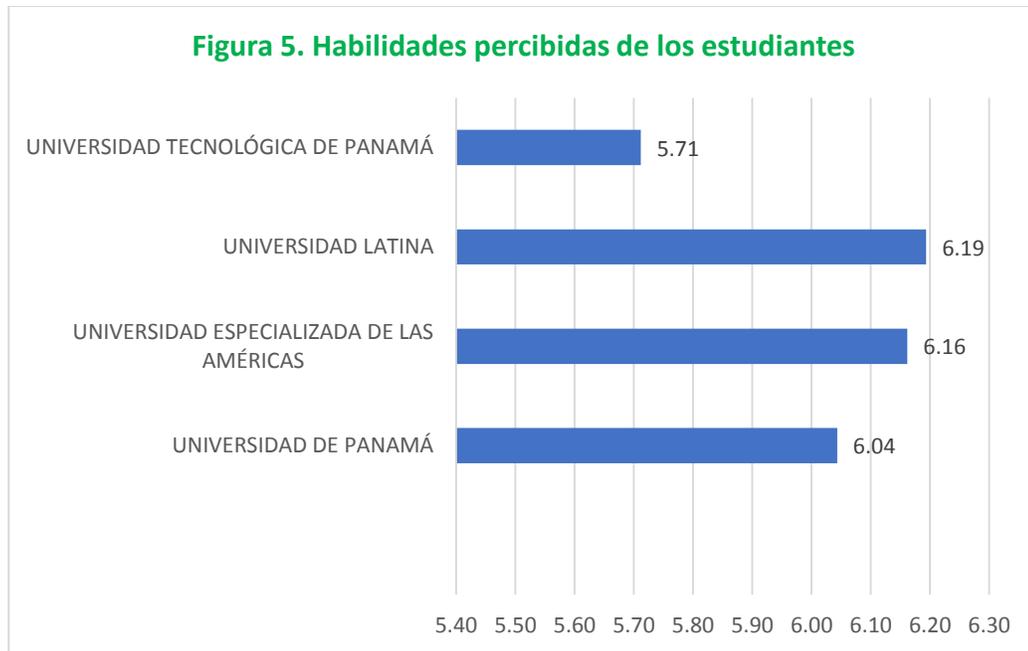


4. IMPULSORES DE LA ELECCIÓN DE LA CARRERA EMPRENDEDORA

En este apartado se analiza, a nivel individual (habilidades personales) y contextual, los principales determinantes de la intención emprendedora. Respecto a éstos últimos, las investigaciones científicas sobre emprendimiento demuestran que los factores del entorno, tales como el contexto universitario, el entorno familiar y el contexto social, influyen en las intenciones emprendedoras de las personas.

4.1. HABILIDADES PERSONALES

La percepción que tiene un individuo sobre las habilidades que tiene para llevar a cabo un determinado comportamiento, influye en su intención de llevarlo a cabo. Sobre una escala Likert-7, se les solicitó a los estudiantes que señalaran el grado de acuerdo o desacuerdo (1: total desacuerdo; 7: total acuerdo) respecto a un conjunto de afirmaciones tales como la “creación de nuevos productos y servicios”, “construcción de una red profesional” y “gestión de la innovación dentro de una empresa”, entre otras. Como se observa en la figura 5, los estudiantes perciben en general que tienen habilidades media-alta para ser emprendedor. Los más optimistas al respecto son aquellos que estudian en la UDELAS (6.16) seguidos de los de la UL (6.19) y de la UP (6.04). Mientras que los que pertenecen a la UTP son algo menos positivos con la percepción de sus habilidades para crear una empresa (5.71).



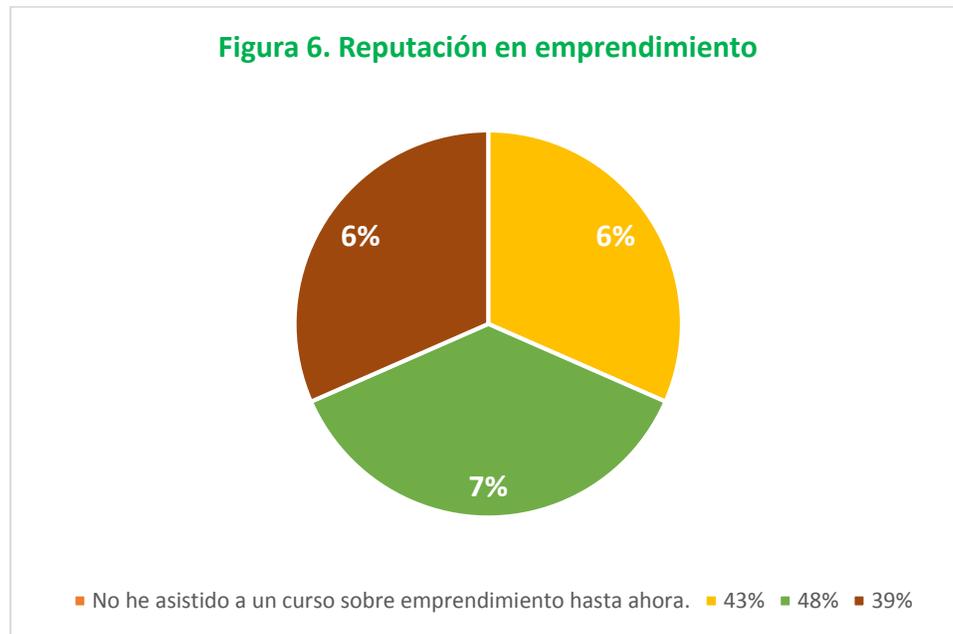
4.2. CONTEXTO DE LAS UNIVERSIDADES

Un factor que puede influir en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios es el rol de la universidad. Específicamente, en este informe se analiza la asistencia a cursos o seminarios sobre la materia y la calidad de los mismos y el clima de la universidad en lo que a emprendimiento se refiere.

Antes de analizar cada una de estas dimensiones del contexto universitario, se les solicitó a los participantes que señalaran si habían elegido “principalmente estudiar en su universidad por su alta reputación en emprendimiento”. Como se observa en la figura 6, la UL (40%) es la más valorada al respecto, seguida de UDELAS (32%), la UTP (30%) y la UP (28%). En general, las universidades no son elegidas por su reputación en la formación de emprendedores.

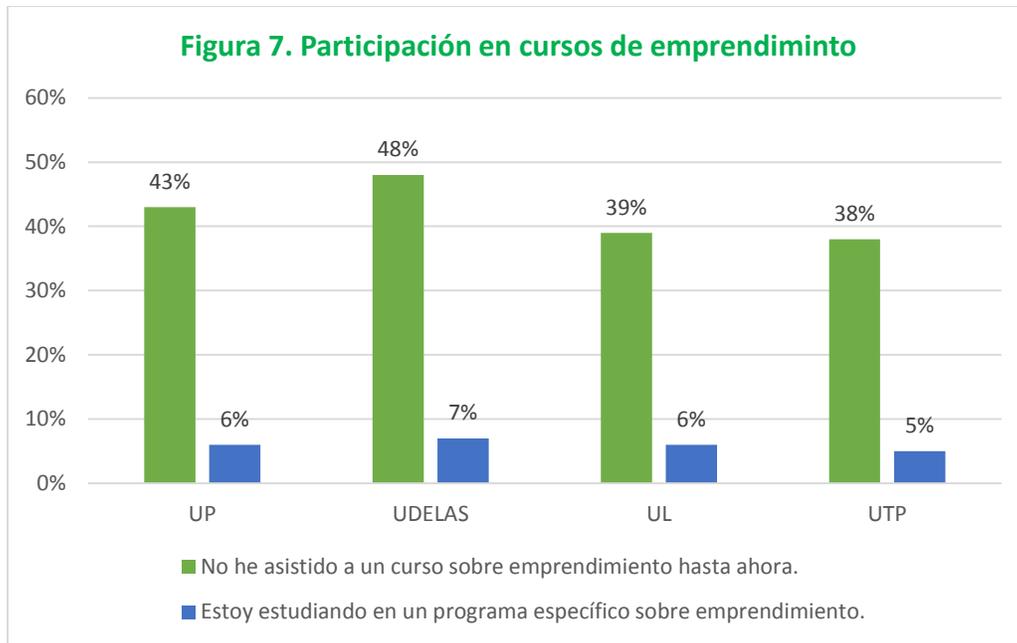
Este resultado nos lleva a pensar que los estudiantes todavía mantienen la idea de estudiar para el ejercicio profesional de sus estudios y no consideran el emprendimiento como una salida profesional. Por ello, su elección no se basa en los programas de emprendimiento de la propia institución de educación superior.

También puede ser que el fomento del emprendimiento en estas universidades no es lo suficientemente atractivo como para destacarse por ello.



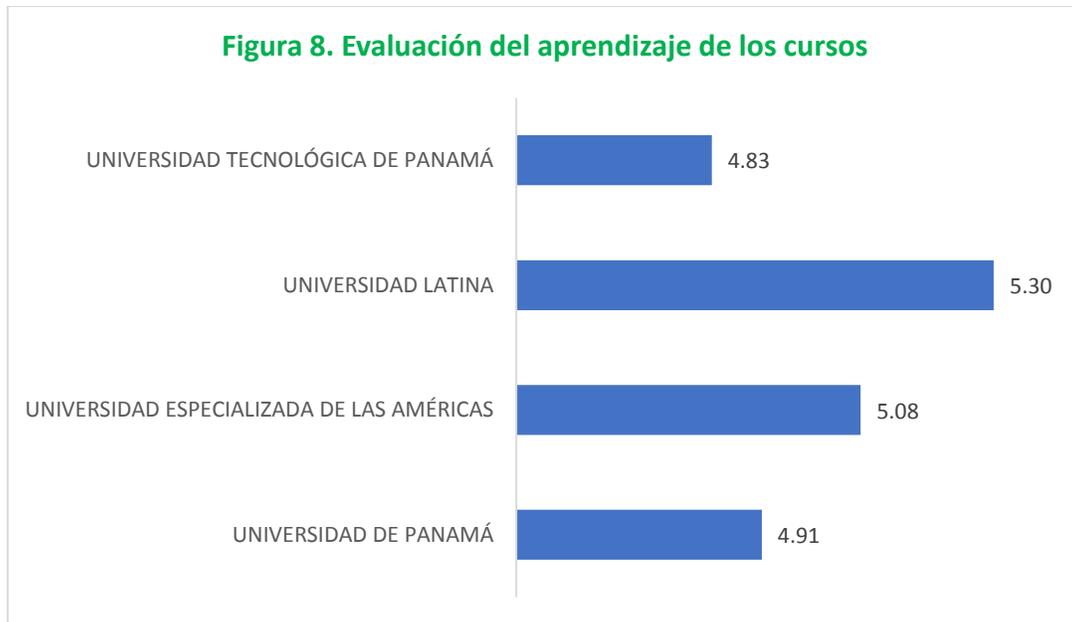
Comenzando con el grado de participación de los encuestados a los cursos de emprendimiento, se observa una baja asistencia a los mismos (ver figura 7). Se puede observar que casi la mitad de los estudiantes de cada una de las universidades no ha asistido alguna vez a un curso sobre emprendimiento. Los que menos han participado son los estudiantes de UDELAS (48%) seguido de los de la UP (43%), la UL (39%) y la UTP (38%).

También se observa que cuando se realizó la encuesta (septiembre de 2016), pocos estudiantes se encontraban cursando un programa específico de emprendimiento.



Para evaluar la calidad de los cursos se les solicitó a los participantes que sobre una escala Likert-7 (1: muy en desacuerdo; 7: muy de acuerdo) señalaran el grado de acuerdo o desacuerdo sobre las habilidades adquiridas en los mismos.

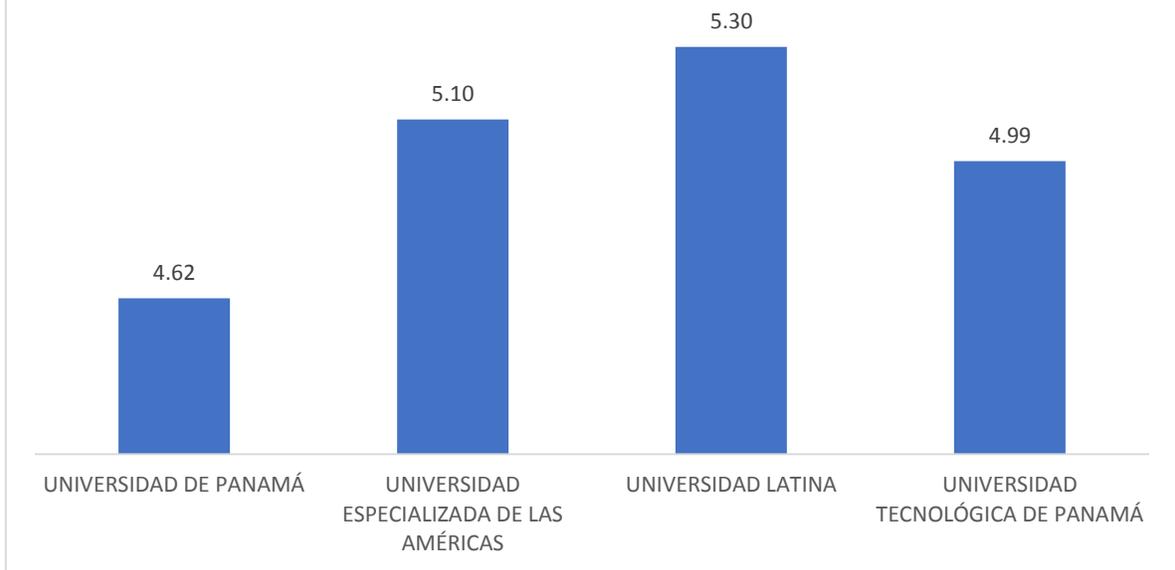
En la figura 8 se observa que la opinión de los estudiantes sobre las habilidades adquiridas es ligeramente superior a 4 (Liñan y Chen, 2009), lo que supone que los estudiantes no consideran que hayan adquirido de forma notable las habilidades necesarias para emprender.



Por último, se evaluó la percepción de los estudiantes sobre el clima emprendedor de las universidades y que afectan a las intenciones emprendedoras de las personas vinculadas a ellas (Krueger y Brazael, 1994). Según se desprende de la figura 9, los estudiantes tienen una percepción escasamente elevada de la influencia de la universidad en la creación de empresas. No obstante, la universidad que mejor es percibida para iniciar negocios es la UL (5.30) y la peor es la UP (4.62).

En definitiva, se puede entender que las universidades objeto de análisis no están incidiendo en la actitud emprendedora de sus estudiantes ni en la formación de éstos para la creación de sus negocios. Los programas de emprendimiento son todavía escasos y poco desarrollados, según la percepción de los estudiantes.

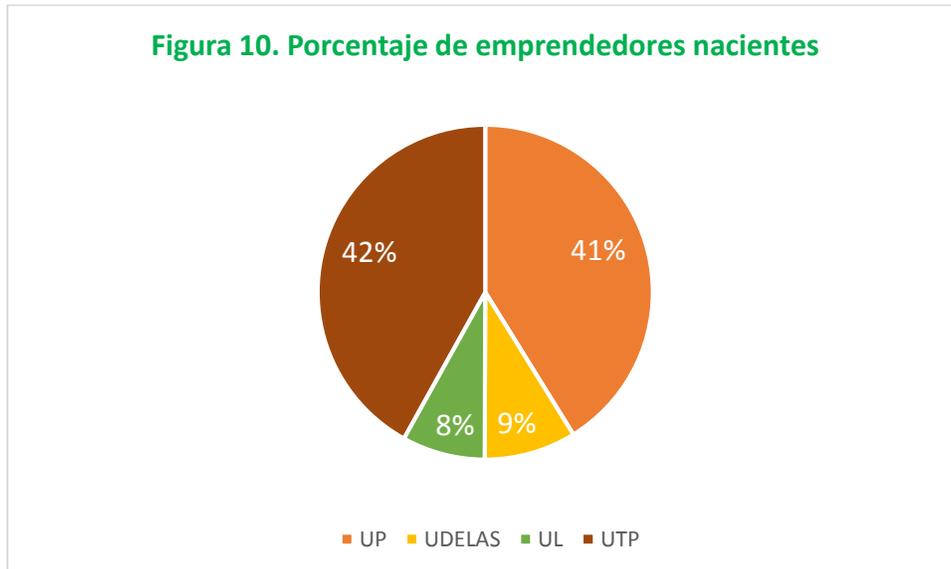
Figura 9. Evaluación del clima emprendedor



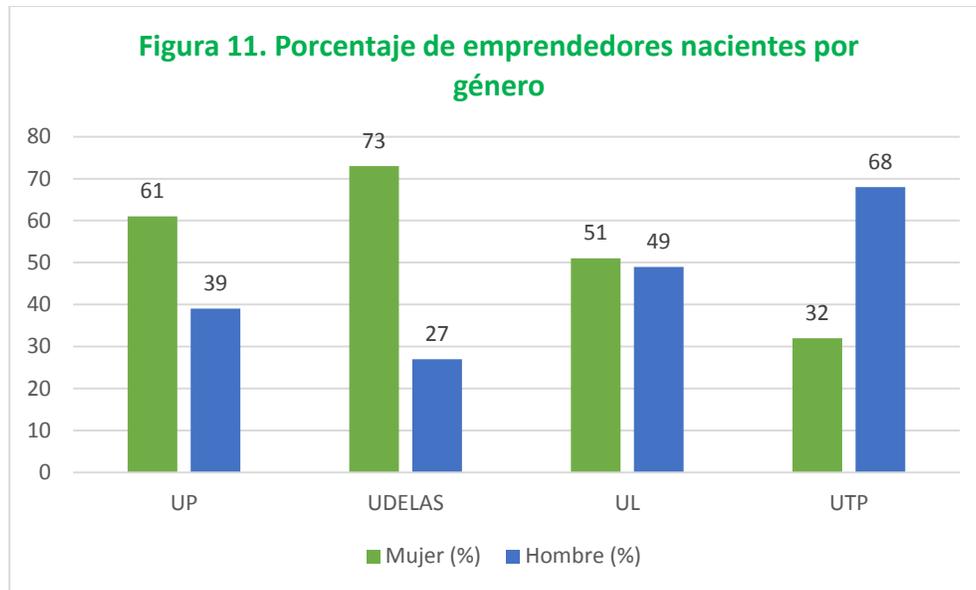
5. EMPRENDEDORES NACIENTES

El Proyecto GUESSS no sólo está interesado en analizar las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios, sino también en entender a los que ya están en proceso de crear su propio negocio.

De la totalidad de estudiantes encuestados, 935 se encuentran en la fase de puesta en marcha de su proyecto empresarial. Como se observa en la figura 10, la mayor parte de esos se encuentran en la UTP (42%) y UP (41%). Sin embargo, muy pocos estudiantes están tratando de iniciar su propio negocio en la UDELAS (9%) y UL (8%).

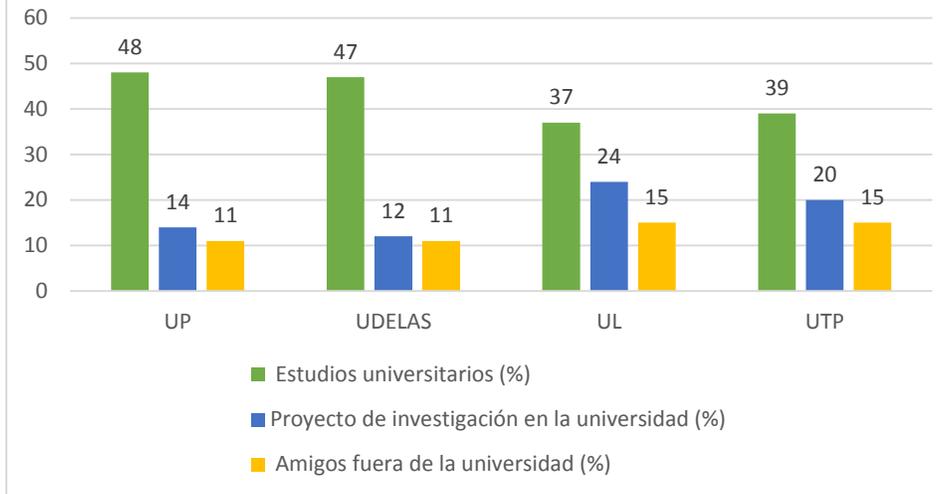


Del total de emprendedores nacientes, existe una proporción alta de mujeres (ver figura 10), aunque ésta es menos en la UTP (32%) quizás porque el número de estudiantes de esa universidad que participó fue mayoritariamente hombres.



Para tener información sobre la fuente desde donde se origina la idea de negocio de los estudiantes que están tratando de poner en marcha sus empresas, se les preguntó que señalaran las que más se correspondían con su emprendimiento. En la figura 11 se observa que las ideas de negocios generadas están relacionadas, principalmente, con sus áreas de estudio en las cuatro universidades analizadas. Se destaca la escasa vinculación de la investigación a la generación de actividades empresariales, cuando ésta es una fuente importante de emprendimientos innovadores con alto potencial de crecimiento.

Figura 12. Origen de la idea de los emprendimientos

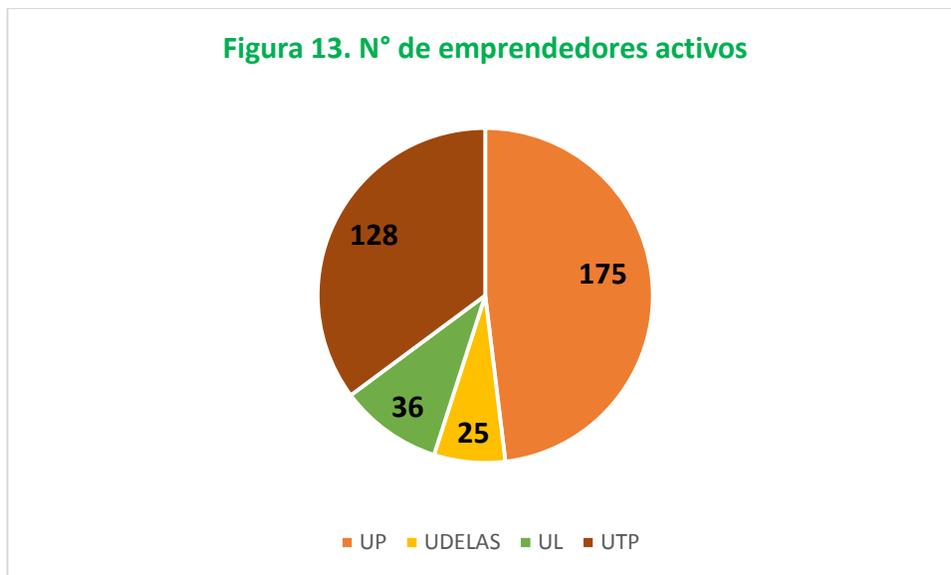


6. EMPRENDEDORES ACTIVOS

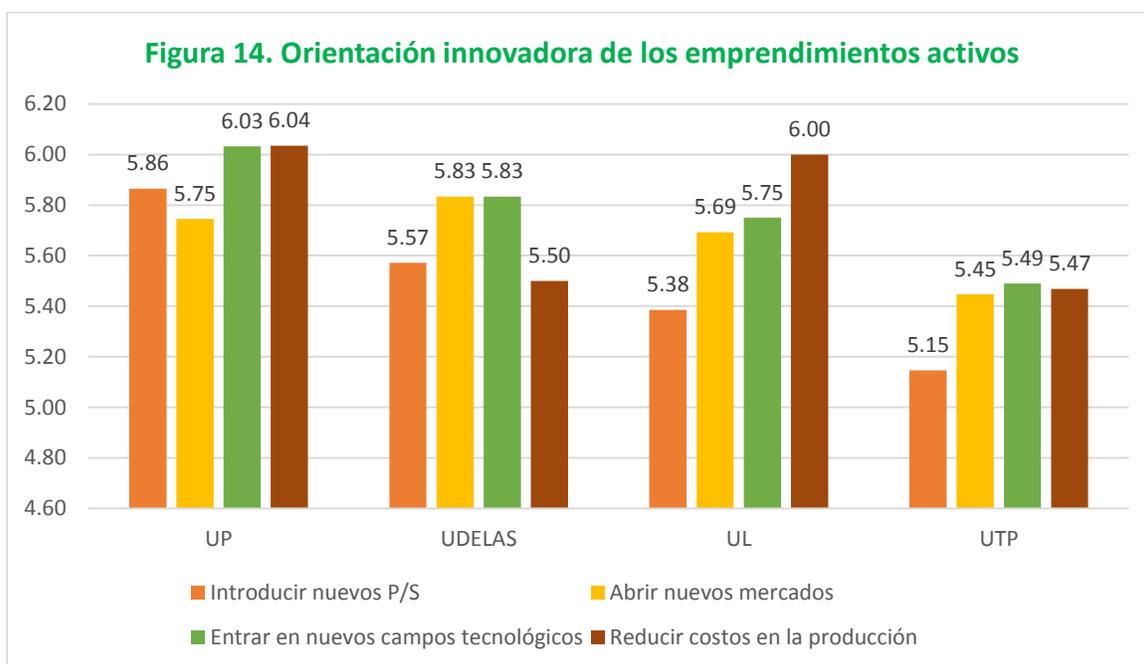
En este apartado se resume las características de los estudiantes que ya se encuentran ejecutando su propio negocio y son ya, por tanto, trabajadores por cuenta ajena. A estos estudiantes se les llaman emprendedores activos.

De la totalidad de encuestados, 367 estudiantes ya han completado la creación de la empresa y actualmente están dirigiendo su propio negocio.

Como se aprecia en la figura 12, la mayor parte de los emprendedores activos se encuentran en la UP (175) seguida de la UTP (128). Muy pocos de los estudiantes de la UL y UDELAS han iniciado ya sus negocios (36 y 25, respectivamente).



Para analizar la orientación innovadora de las empresas creadas, se les pregunta a los estudiantes que, sobre una escala Likert-7 (1: no es importante en absoluto, 7: muy importante), señalen la importancia que para ellos tienen los ítems que se muestran en la figura 13. Se puede observar que los emprendedores activos de las distintas universidades valoran de forma distinta (aunque con una escasa dispersión) la importancia de determinadas acciones vinculadas a la orientación innovadora. No obstante, el incorporar desarrollos tecnológicos es valorado positivamente por la mayor parte de los estudiantes. Sería muy positivo poder identificar a estos estudiantes que tienen ya creadas sus empresas para apoyarlos en el crecimiento dinámico de sus negocios con el fin de que tengan impacto en el crecimiento económico y desarrollo social del País.



7. CONCLUSIONES

En definitiva, los resultados indican el papel fundamental que desempeñan las universidades en las intenciones emprendedoras y en las fases del proceso emprendedor de sus estudiantes. Estudios recientes enfatizan la relación positiva entre el desarrollo y la competitividad de los países y la creación de empresas de alto potencial de crecimiento (*World Economic Forum & GEM, 2015*).

Los ecosistemas emprendedores de los que se nutren estas empresas de alto potencial de crecimiento pasan por la participación activa de las universidades. Las universidades no sólo deben formar a profesionales de alto nivel e investigar, sino que debe motivar, capacitar y mentorizar a personas para que generen proyectos innovadores tanto para crear sus propios negocios como para las empresas en las que trabajen (intra-emprendimiento).

Para lograr lo anterior sería aconsejable que las universidades fortalezcan una mayor oferta, en cantidad y calidad, de sus actividades y programas de emprendimiento. En esta línea, sería positivo dotar a los docentes de los nuevos conocimientos y herramientas en docencia, en general, y en emprendimiento, en particular.

Por último, sería positivo que las instituciones gubernamentales apoyaran con políticas y programas el papel de las universidades en lo que a emprendimiento se refiere tanto a nivel general, como en proyectos más enfocados en las mujeres universitarias.

En el futuro, sería bueno seguir contando con el apoyo los responsables académicos de las universidades que han participado en esta edición para poder hacer estudios transversales, y la de poder aumentar el alcance nacional del proyecto GUESSS con la suma de otras instituciones de educación superior del País

REFERENCIAS

- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(1), 665-683.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50(2), 179-211.
- Bae, T.J.; Qian, S.; Miao, C. y Fiet, J.O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217-254.
- Bergmann, H.; Hundt, C. y Sternberg, R. (2016). What makes student entrepreneurs?-On the relevance (and irrelevance) of the university and regional context for student start-ups. *Small Business Economics*, 47(1), 53-76.
- Brockhaus, R. (1980). Risk taking Propensity of Entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23(3), 509-520.
- Davidsson, P. (2009). The Field of Entrepreneurship Research: Some Significant Developments. En: D. Bögenhold et al. (eds.), *Contemporary Entrepreneurship*, 17.28.
- Kirchhoff, B.A., Linton, J.D., Walsh, S.T., 2013. Neo-Marshallian equilibrium versus Schumpeterian creative destruction: its impact on business research and economic policy. *Journal of Small Business Management*, 51, 159-166.
- Krueger, N.F., Reilly, M.D., Carsrud, A.L., 2000. Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.
- Krueger, N.F. y Brazeal, D.V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91-105.
- Laspita, S.; Breugst, N.; Heblich, S. y Patzelt, H. (2012). Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 27(1), 414-435.
- Liñán, F.; Rodríguez Cohard, J.C. y Rueda Cantuche, J.M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intentions levels: A role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 195-218.

- Liñán, F. y Chen, Y.W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intention. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- Martin, B.C.; McNally, J.J. y Kay, M.J. (2013). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *Journal of Business Venturing*, 28(2), 211-224.
- McClelland, D. (1961). *The achieving society*. D. Van Nostrand, Princeton, New Jersey.
- Sieger, P.; Fueglistaller, U. y Zellweger, T. (2014). Students Entrepreneurship Across the Globe: A Look at Intentions and Activities. St. Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St. Gallen.
- Sieger, P.; Fueglistaller, U. y Zellweger, T. (2011). Entrepreneurship Intentions and Activities of Students Across the World. International report of the GUESS Project 2011. St. Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St. Gallen.
- Suomalainen, S., Stenholm, P., Kovalainen, A., Heinonen, J. y Pukkinen, T. (2016). Global Entrepreneurship Monitor. Finnish 2015 Report. Series A Research Reports A 1/2016 University of Turku. <https://tem.fi/documents/1410877/2132284/GEM+2015/272cebde-1b2c-4fef-949e-f3609f0fbfa3>.
- Welter, F. (2011). Contextualizing Entrepreneurship-Conceptual Challenges and Ways Forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 165-184.
- World Economic Forum & GEM (2015). Leveraging Entrepreneurial Ambition and Innovation. A Global Perspective on Entrepreneurship, Competitiveness and Development. January.
- Zhao, H., Seibert, S.E. and Hills, G.E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265-1272.

Zellweger, T.; Sieger, P.y Halter, F. (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.