



Una tesis doctoral de la Universidad Politécnica de Cartagena (UPCT) ha detectado los factores socioculturales que repercuten en las preferencias profesionales de los estudiantes y en su decisión de emprender negocios. Proactividad y originalidad son algunas de los rasgos comunes entre quienes se muestran interesados en ser empresarios, tanto en la etapa universitaria como en fases más tempranas de su educación, según las conclusiones de la investigación de Mario Rosique.

---

“La confianza de los estudiantes en sus propias capacidades es una variable clave para que éstos se planteen seriamente una carrera emprendedora”, señala Antonia Madrid, directora de la tesis junto a Domingo García. Por contra, “los estudiantes que muestran una actitud de rechazo a situaciones que implican cierto nivel de riesgo, tenderán a preferir la estabilidad de un trabajo remunerado por cuenta ajena”, añade el nuevo doctor de la Politécnica.

La tesis también arroja evidencias sobre la conexión entre las habilidades personales y la gestión empresarial “a pesar de que tradicionalmente la educación en emprendimiento no le ha dado mucha relevancia al fomento de las habilidades personales”, sostiene Rosique, responsable del programa Yuzz de emprendimiento de la cátedra del Banco Santander en la UPCT.

Los investigadores de la Facultad de Ciencias de la Empresa han comprobado la relación entre la actitud hacia el emprendimiento y la intención de emprender y han hallado, únicamente entre los varones estudiados, que la búsqueda de riqueza motiva a los emprendedores. Frente a ello, las perspectivas de encontrar un trabajo reducen el ánimo hacia el autoempleo.

La tesis ha estudiado también los especiales condicionantes a los que se enfrentan los emprendedores de origen extranjero. “Sufren barreras sociales y financieras que deterioran el rendimiento de la empresa, siendo necesario el diseño de acciones que compensen estos efectos adversos”, asegura Domingo García.

“La falta de información y el desconocimiento de los mecanismos de apoyo local repercuten negativamente en el rendimiento de sus negocios. Además, los migrantes no le dan mucha importancia a las redes sociales y recurren en muy baja medida a fuentes de financiación tradicionales, como las entidades financieras, lo que se traduce en un auto-rationamiento de crédito y, por tanto, emplean sus propios ahorros o recurren a préstamos informales de familiares y amigos”, explica Rosique.