

Proyecto Fin de Grado
Grado en Ingeniería de Organización Industrial

Análisis de la cultura emprendedora de los egresados
a la Universidad de Sevilla

Autor: Mercedes Montijano Rodríguez
Tutor: Jesús Antonio Carrillo Castrillo

Dpto. de Organización Industrial y Gestión de
Empresas II
Escuela Técnica Superior de Ingeniería

Sevilla, 2019



Proyecto Fin de Carrera
Ingeniería en Organización Industrial

Análisis de la Cultura Emprendedora de los Egresados de la Universidad de Sevilla

Autor:
Mercedes Montijano Rodríguez

Tutor:
Jesús Antonio Carrillo Castrillo

Dpto. de Organización Industrial II
Escuela Técnica Superior de Ingeniería
Universidad de Sevilla
Sevilla, 2019

Proyecto Fin de Carrera: Cultura emprendedora

Autor: Mercedes Montijano Rodríguez
Tutor: Jesús Antonio Carrillo Castrillo

El tribunal nombrado para juzgar el Proyecto arriba indicado, compuesto por los siguientes miembros:

Presidente:

Vocales:

Secretario:

Acuerdan otorgarle la calificación de:

Sevilla, 2019

El Secretario del Tribunal

A mi familia
A mis maestros

Agradecimientos

Dedico el Trabajo de Fin de Grado a mi familia por brindarme la oportunidad de realizar mis estudios, por su apoyo constante e incondicional. También a mis amigas, por su ayuda y comprensión a lo largo de tantos años. Dar las gracias a mis compañeros del Grado y, en particular, a mis compañeras de vida universitaria, con las que he tenido el placer de compartir días intensos de estudio durante estos cuatro años. También me gustaría nombrar a la Universidad de Sevilla y, especialmente, a la Escuela Técnica Superior de Ingeniería; agradecer a todos los profesores que a lo largo de mi etapa estudiantil me han enseñado que el trabajo duro tiene su recompensa. Por último, pero no por ello menos importante, agradecer la labor de Jesús Antonio Carrillo como Tutor de este Trabajo de Fin de Grado.

*Mercedes Montijano Rodríguez
Sevilla, 2019*

Resumen

Actualmente el emprendimiento se convierte en una fuerte herramienta en la sociedad ya que este tema se tiene muy en cuenta y representa una gran repercusión, asociándolo al concepto de innovación. Por ello, la figura del emprendedor es lo que crea más movilidad social y económica, más allá de la educación que últimamente ha ido disminuyendo su impacto con respecto a este propósito. Por este motivo, el ámbito de la educación debería de orientar sus esfuerzos hacia este nuevo propósito introduciendo cada vez más temas sobre el emprendimiento y enseñando a desarrollar habilidades relacionadas que pertenezcan a los programas de estudios.

Hemos de reconocer que el factor clave para el emprendimiento es la creatividad y que no existe ningún método en particular de aprendizaje que enseñe el emprendimiento. Sin embargo puede reconocerse algunos elementos comunes que son necesarios destacar y utilizar dentro de la formación de los emprendedores como son el liderazgo, el trabajo en equipo, orientación al logro...

Un emprendedor es una persona que, con ayuda de un equipo que lo apoye y una financiación, tiene una idea y la quiere llevar al mercado.

A lo largo de la historia las definiciones de la figura del emprendedor han sido distintas pero todas han llegado a la misma conclusión; esta figura es un pilar fundamental de motor de la economía del país.

La situación sobre el emprendimiento en España es muy crítica ya que el tema de innovar no suele aplicarse aquí como en los demás países y por lo tanto ocupamos uno de los últimos puestos con capacidad emprendedora. Por esto mismo se realizan estudios a la población española para entender cuál es el motivo de lo que ocurre con el emprendimiento en nuestra nación, cuales son las percepciones de los ciudadanos españoles respecto a sus conocimientos y habilidades para emprender y por qué existe porcentaje con miedo al fracaso como gran barrera.

Para realizar este estudio, tenemos en cuenta la variación de las distintas percepciones a lo largo de los años y comparando los valores con otros países. Más adelante, veremos cómo se encuentra la educación emprendedora en el contexto europeo y más concretamente en España.

Con todo ello, en el presente trabajo, se pretende explicar los aspectos más importantes que se necesita para la creación de empresas y de nuevos proyectos, explicar la situación actual en España, comparándola con diferentes países, mencionar a grandes emprendedores explicando los aspectos más importantes que han hecho a los personajes más destacados llegar a donde han llegado, definir un perfil emprendedor, que será lo más próximo posible a las características que tengan en común la mayoría de estos personajes.

El objeto de este trabajo es analizar los valores personales, culturales y los aspectos socioeconómicos que contribuyen en la intención emprendedora de los titulados universitarios en esta escuela centrándonos en un plan de análisis sobre un estudio en el que se trata el tema de la cultura emprendedora para jóvenes.

Abstract

Entrepreneurship now becomes a strong tool in society as this topic is taken into account and represents a great impact, associating it with the concept of innovation. Therefore, the figure of the entrepreneur is what creates more social and economic mobility, beyond the education that has recently diminished its impact with respect to this purpose.

For this reason, the field of education should direct its efforts towards this new purpose by introducing more and more topics on entrepreneurship and teaching to develop related skills that belong to the programs of studies.

We must recognize that the key factor for entrepreneurship is creativity and that there is no particular method of learning that teaches entrepreneurship. However, it is possible to recognize some common elements that need to be highlighted and used in the training of entrepreneurs such as leadership, teamwork, achievement orientation.

An entrepreneur is a person who, with the help of a supporting team and funding, has an idea and wants to bring it to market. Throughout history the definitions of the figure of the entrepreneur have been different but all have reached the same conclusion; this figure is a fundamental motor pillar of the economy of the country. The situation regarding entrepreneurship in Spain is very critical since the issue of innovation is not usually applied here as in other countries and therefore we occupy one of the last positions with entrepreneurial capacity. For this reason studies are carried out to the Spanish population to understand the reason for what happens with entrepreneurship in our nation, what are the perceptions of Spanish citizens regarding their knowledge and skills to undertake and why there exists percentage with fear of failure as a great barrier. To carry out this study, we take into account the variation of different perceptions over the years and comparing values with other countries. Later on, we will see how entrepreneurship education finds itself in the European context and more specifically in Spain.

With all this, in the present work, the aim is to explain the most important aspects that are needed for the creation of companies and new projects, to explain the current situation in Spain, comparing it with different countries, mentioning great entrepreneurs explaining the most important aspects that have made the most outstanding characters get where they have come from, defining an entrepreneurial profile, which will be as close as possible to the features most of these characters have in common.

The purpose of this work is to analyze personal values, and the socioeconomic aspects that contribute to the entrepreneurial intention of university graduates in this school focusing on a Plan of analysis on a study in which the topic of entrepreneurial culture is addressed young people.

Índice

Agradecimientos.....	9
Resumen.....	11
Abstract.....	12
Índice.....	14
Índice de tablas.....	15
Índice de figuras.....	19
Conceptos.....	20
1 Introducción.....	2
1.1 Justificación del trabajo.....	2
1.2 Marco teórico.....	3
2. Cultura emprendedora.....	4
2.1 ¿Qué es emprender?.....	4
2.2 ¿Por qué es importante el emprendimiento?.....	6
2.3 ¿Es posible enseñar emprendimiento?.....	6
3. El emprendimietnos y emprendedores.....	10
3.1 Emprendedores.....	10
3.2 Intención emprendedora y sus antecedentes.....	12
3.3 La iniciativa emprendedora y el estudio de las intenciones.....	17
4. Actividad emprendedora en España.....	20
4.1 Situación de la iniciativa emprendedora en España.....	20
4.2 ¿Cómo está España con respecto a otros países del entorno?.....	23
4.3 Emprendimiento en la juventud.....	28
5. Metodología.....	43
6. Resultados.....	45
6.1 Según sexo.....	46
6.2 Según el tipo de estudio.....	48
6.3 Según áreas de conocimiento.....	55
6.4 Situación mientras obtenía el título.....	56
7. Conclusiones.....	59
8. Bibliografía.....	62

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 4-1. Tipos de universidades

Tabla 4-2. Comparación entre los sistemas de EEUU y Europa

Tabla 4-3. Situación de las actividades de transferencia de conocimiento en las universidades de España

Tabla 5-1. Datos recogidos para la encuesta

Tabla 6-1. Preguntas planteadas en una encuesta a estudiantes de la Universidad de Sevilla

Tabla 6-2. Egresados emprendedores vs. no emprendedores

Tabla 6-3. Valores esperados Chi-cuadrado

Tabla 6-4. Preguntas planteadas a estudiantes de la Universidad de Sevilla

Tabla 6-5. Emprendedores tras realizar un grado

Tabla 6-6. Valores esperados Chi-cuadrado

Tabla 6-7. Preguntas planteadas a estudiantes de la Universidad de Sevilla

Tabla 6-8. Emprendedores tras realizar un postgrado

Tabla 6-9. Valores esperados Chi-cuadrado

Tabla 6-10. Situación laboral en estudiantes de la Universidad de Sevilla

Tabla 6-11. Valores esperados Chi-cuadrado

Tabla 6-12. Preguntas planteadas a estudiantes de la Universidad de Sevilla

Tabla 6-13. Situación laboral en los estudiantes de postgrado

Tabla 6-14. Valores esperados Chi-cuadrado

ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura 3-1. Proceso de reconocimiento de oportunidades en las iniciativas emprendedoras
- Figura 4-1. Emprendedores 0 a 42 meses
- Figura 4-2. Emprendedores por rango de edad
- Figura 4-3. Razones para preferir el empleo o el desempleo
- Figura 4-4. Número de asalariados en una empresa
- Figura 4-5. Tasa de entrada y salida de empresas
- Figura 4-6. Creación de empresas
- Figura 4-7. Emprendedores de 0 a 42 meses
- Figura 4-8. Emprendedores por oportunidad
- Figura 4-9. Actitud hacia riesgos
- Figura 4-10. Miedo al fracaso
- Figura 4-11. Creatividad
- Figura 4-12. Control interno
- Figura 4-13. Jóvenes que no estudian ni trabajan
- Figura 4-14. Imagen emprendedora
- Figura 4-15. Valoración social de los jóvenes
- Figura 4-16. Inversión en I+D
- Figura 4-17. Número de investigadores
- Figura 4-18. Número de inversores en redes
- Figura 4-19. Obstáculos para la iniciativa emprendedora entre hombres y mujeres
- Figura 4-20. Características emprendedoras de los jóvenes estudiantes
- Figura 4-21. Preferencias para invertir dinero ganado en la lotería
- Figura 4-22. Futuro laboral vs. género
- Figura 4-23, 4-24. Marco conceptual de las universidades emprendedoras
- Figura 4-25. Espectro de las actividades emprendedoras en las universidades
- Figura 4-26. Evolución de la creación de spin-off
- Figura 5-1. Ecuaciones Chi-cuadrado
- Figura 5-2. Tasa de empleo en 2014-15
- Figura 6-1. Intenciones de elaborar una empresa en el año 2016
- Figura 6-2. Intenciones de egresados a la Universidad de Sevilla de elaborar una empresa en el año 2016
- Figura 6-3. Intención de crear una empresa tras finalizar el grado 2012-2013
- Figura 6-4. Intención de crear una empresa tras finalizar el grado 2013-2014
- Figura 6-5. Emprendedores tras una intención emprendedora inicial al finalizar un grado 2012-2014
- Figura 6-6. Intención de crear una empresa tras finalizar el postgrado 2012-2013
- Figura 6-7. Intención de crear una empresa tras finalizar el postgrado 2013-2014
- Figura 6-8. Emprendedores tras una intención emprendedora inicial al finalizar un postgrado 2012-2014
- Figura 6-9. Intención de crear una empresa según el área de conocimiento 2012-2014
- Figura 6-10. Situación laboral en el estudio del grado 2012-2014
- Figura 6-11. Situación laboral en el estudio del postgrado 2012-2014

CONCEPTOS

Coach: entrenador, es la persona que se encarga de llevar al cliente o coache a lograr los objetivos planificados.

Outsourcing: es una técnica innovadora de administración, que consiste en la transferencia a terceros de ciertos procesos complementarios que no forman parte del giro principal del negocio, permitiendo a la concentración de los esfuerzos en las actividades esenciales a fin de obtener competitividad y resultados tangibles.

Startup: empresa de nueva creación que presenta unas grandes posibilidades de crecimiento y, en ocasiones, un modelo de negocio escalable.

Empresas spin-off: una empresa u organización nacida como extensión de otra mediante la separación de una división subsidiaria.

Emprendimiento corporativo: es el proceso bajo el cual equipos en una compañía conciben, lanzan y gestionan un nuevo negocio, diferente del negocio tradicional de la empresa madre; de la que apalancando sus activos, capacidades, presencia en el mercado u otros recursos.

1 INTRODUCCIÓN

“Emprender no es ni una ciencia ni un arte. Es una práctica”

Peter Drucker (1909-2005)

1.1 Justificación del trabajo

Mi decisión a la hora de elegir el tema del presente trabajo fue porque la actividad emprendedora desempeña un papel muy importante en la sociedad actual, para obtener un desarrollo económico favorable. Gracias a esta actividad, las oportunidades de empleo aumentan, el nivel de innovación técnica mejora y promueve el crecimiento. Para desarrollar estos aspectos es necesario la creación de nuevas empresas por lo que se necesita aplicar la actividad emprendedora, así como experimentar con nuevas técnicas, una nueva organización de la producción, la creación de nuevos mercados o incluso la introducción de nuevos productos. Esto quiere decir que los emprendedores desempeñan el papel de agentes de cambio.

Según una tesis doctoral realizada por Inmaculada Jaén Figueroa (2012) [1], en la Unión Europea, más de 20 millones son pequeñas y medianas empresas, un 99,8% de ellas, generan un 66,5% del empleo privado y estas están formadas por un 28,7% de micro empresas, un 20,5% de empresas pequeñas y un 17,3% de empresas medianas. Se calcula que se corresponde con 86,8 millones de puestos de trabajo.

Al conocerse la importancia que tiene la actividad emprendedora en el impacto económico y la creación de empresas, las Ciencias Sociales ha impulsado la investigación gracias al interés actual.

El concepto de emprendedor tiene diferentes definiciones y la mayoría de los investigadores han definido emprendimiento respondiendo a las preguntas de qué es el emprendedor y qué emprende.

Sin embargo, para que la actividad emprendedora se desarrolle, necesita que se cumpla el nexo de estos dos factores: la necesidad de oportunidades lucrativas y de individuos emprendedores.

Otros autores determinan el emprendimiento como un examen académico de cómo, por quién y con qué efectos se descubren, evalúan y explotan las oportunidades para conseguir crear bienes y servicios futuros.

Este último concepto fue defendido por los investigadores en el área del emprendimiento. Por lo tanto, definimos emprendedor como el individuo que realiza la acción de emprender, solo o en colaboración con otros.

1.2 Marco teórico

La actividad emprendedora está considerada como un aspecto clave e importante para el desarrollo económico y que además, ofrece gran número de beneficios en nuestra sociedad.

También, es capaz de satisfacer las nuevas demandas de los clientes, crear puestos de trabajo, impulsar la innovación y desarrollar el potencial humano. Sin embargo, en España, el nivel de emprendimiento es muy bajo y sólo un pequeño porcentaje de trabajadores se dedican a la creación de empresas.

Según una tesis doctoral realizada por Inmaculada Jaén Figueroa (2012) [1], en el año 2013, el nivel de Actividad Emprendedora Total (TEA3), se encuentra en el 5,2% por debajo de la media europea (en torno al 8%). Irlanda y Holanda constituyen los niveles más altos de TEA(9,3%), en cambio Francia e Italia constituyen los niveles más bajos (4,6% y 3,4% respectivamente)

Muchos investigadores se plantearon una misma pregunta: ¿Cómo mejorar la inclinación de la gente hacia el desarrollo de nuevas iniciativas empresariales?

La Unión Europea, gracias a la ayuda de políticas de corto plazo, se ha dedicado a eliminar aquellos obstáculos que se han ido encontrando en el crecimiento y desarrollo de las empresas para poder lograr ese objetivo.

Sin embargo, la eliminación de la burocracia y la concesión de subvenciones no han tenido el impacto esperado en la creación de nuevas empresas y ha provocado el surgimiento de un nuevo enfoque con el objetivo de garantizar que más personas decidan convertirse en empresarios y trabajar hasta conseguir ese fin.

A lo largo de la historia se han utilizado diferentes metodologías para estudiar la actividad emprendedora. Muchos empezaron buscando determinadas características personales que estuvieran, seguramente, relacionadas con la actividad emprendedora. Además también fueron ayudados por numerosos trabajos que determinaban la importancia de las diferentes variables sociodemográficas, centrándonos en la edad, el sexo, el nivel de estudios, la experiencia laboral, la religión y la procedencia.

Gracias a dichos estudios, se ha dado lugar a la identificación de relaciones significativas entre algunas características o rasgos socio-demográficas de individuos y la realización de comportamientos emprendedores.

Sin embargo, esto provocó un gran número de críticas tanto de tipo teóricas como metodológicas, que han defendido que para predecir el comportamiento emprendedor, las características generales de la persona no es suficiente.

Se necesita un campo de investigación plural y multidisciplinar para realizar el estudio de la conducta emprendedora. Desde mediados de la década de 1990, los investigadores hicieron hincapié en incluir variables cognitivas junto con aspectos económicos, de gestión y sociológicos a la hora de estudiar la actividad emprendedora.

2 CULTURA EMPRENDEDORA

2.1 ¿Qué es emprender?

Emprender, dependiendo del punto de vista que se tome, tiene diferentes definiciones, pero todas ellas contienen un significado común;

Emprender es coger las riendas de tu propio destino, acometer y comenzar una obra, un negocio o un empeño, especialmente si cierran dificultad o peligro. Es comenzar una nueva actividad, pudiendo ir construyendo una nueva empresa y también creando una nueva línea de negocio o estar relacionado con un reinicio en una empresa o línea de negocio que desea abordar desde un nuevo enfoque.

Según la Real Academia de la lengua Española, “emprender es acometer y comenzar una obra, un negocio o un empeño, especialmente si cierran dificultad o peligro, pero emprender, es mucho más que eso; es lanzarse, hacer que las ideas sucedan, apostar, ilusionarse, tener el fracaso, crecer, avanzar, no quedarse quieto, tener incertidumbre, caerse, levantarse, desear que los días tuvieran 35 horas, saborear los logros y capear dificultades. Por lo que emprender, es una aventura en toda regla con sus luces y sus sombras pero en la que se necesita un orgullo propio para poder luchar por levantar algo de la nada y el miedo por saltar al vacío sin asegurarse resultados que se esperan.”

La función del emprendimiento puede ser tanto enseñada como aprendida y debe ser aplicada con seriedad ya que es un factor clave necesario. Requiere gestionar riesgos para manejarlos de manera que sean provechosos. Todo el mundo puede llegar a ser emprendedor ya que, como bien se menciona anteriormente, el emprendimiento puede ser aprendido y adquirido. No existe ningún gen emprendedor ya que el emprendedor es aquella persona que aprende, observa estudia y encuentra dónde existe una ventaja competitiva y la explota. No tiene por qué funcionar siempre, pero la figura de un buen emprendedor, a pesar de los riesgos y con disciplina, siempre tendrá la gran posibilidad de triunfar.

Según la tesis doctoral de Patricia Esther Alonso [2], el emprendimiento abarca una amplia gama de connotaciones. Puede ser descrito como “un fenómeno multifacético que cruza las fronteras de muchas disciplinas” (Low y MacMillan, 1988). Su labor mueve tanto a personas como instituciones en el alcance de determinadas actividades, generalmente de orden económico. Según Bianchi (2005), la esencia del emprendimiento es “hacer las cosas de una forma distinta”. Se deduce que, las personas eligen por voluntad propia el emprendimiento ya sea para obtener un logro o para fracasar (Baumol, 1968).

2.1.1 Tipos de emprendimiento

El concepto de emprendimiento puede ser utilizado para especificar un conjunto muy amplio de fenómenos que se diferencian por las distintas características particulares que los componen como son el ámbito de acción, los recursos necesarios, las diferentes estrategias aplicadas, los objetivos que se pretenden alcanzar y sobre todo, los medios que se implementan. De esta manera, deducimos que es necesario que el emprendimiento sea clasificado en diferentes tipos para poder acercarnos de la mejor forma a dicho concepto y no caer en deducciones erróneas respecto al tema de estudio en esta investigación.[3]

A continuación se definen las características de cada tipo de emprendimiento:

Emprendimiento social:

Son actividades que se aplican de manera individual o colectiva llevada por una ética social con el objetivo de mejorar las condiciones de vida de la sociedad, centrándose en la mejora de personas y comunidades más desfavorecidas mediante un impacto y cambio social. Este emprendimiento toma un enfoque innovador colaborando con los gobiernos a disminuir la falta de capacidad, recursos y atención a los grupos sociales y al mismo tiempo, observando el comportamiento poco ético que poseen muchas empresas en relación con el medio ambiente o desequilibrio ecológico.

Emprendimiento ambiental:

Este tipo puede aplicarse de forma particular o colectiva. Su objetivo es la protección del medio ambiente y la mejora del desequilibrio ecológico provocado por la humanidad y por la industria. Se caracteriza por no buscar ganancia, sino obtener una mejora de tipo social.

Emprendimiento turístico:

Al considerarse el turismo como una de las actividades más importantes en cuanto a la economía de un país, este tipo de emprendimiento se centra en conseguir el crecimiento turístico y económico nacional, regional o local por medio de la creación de empresas turísticas como el transporte, ocio, alimentación y alojamiento, entre otras.

Emprendimiento académico:

Este tipo se caracteriza por el empuje hacia la mentalidad emprendedora en los estudiantes mediante los niveles académicos iniciales, el conocimiento y uso de las habilidades relacionadas con el ecosistema emprendedor. Se fomenta el espíritu y la vocación emprendedora por medio de la educación gracias a diferentes métodos fomentando el conocimiento que pueda lograr la experiencia empresarial, empleos y crecimiento económico. Se exige que todas las instituciones educativas, ya sean privadas o públicas, impulsen esta formación.

Emprendimiento tecnológico:

Este tipo de emprendimiento está relacionado con la ciencia y la tecnología por ello se centra en la innovación tecnológica. Se intenta impulsar el desarrollo de conocimientos científicos y tecnológicos óptimos, dirigidos a la creación de nuevas empresas promisorias.

Busca producir cambios tecnológicos que consigan la optimización de procesos para la producción de productos y servicios.

Emprendimiento cultural:

En este caso, el emprendimiento cultural es dirigido por artistas, editores y músicos que fomentan alternativas autónomas para posicionarse en los mercados culturales y económicos.

Como podemos observar, existe una amplia gama de tipos de emprendimiento para aplicarla en cada situación específica con diferentes objetivos y metodologías.

2.2 ¿Por qué es importante el emprendimiento?

La existencia de personas con carácter emprendedor es necesaria al tener un papel clave que desprenda iniciativa para así conseguir el futuro deseado siendo una persona innovadora, proactiva, trabajadora y entusiasta. Son personas capaces de asumir los riesgos que significan hacer el camino hacia el emprendimiento, que asumen riesgos, que crean riqueza, que propaguen conocimiento, que movilicen la economía y el mercado, que sean competentes de una manera sana y leal y que contribuyan a forjar un ambiente de oportunidades múltiples y libertad. Gracias a estos innovadores existe el emprendimiento por lo tanto también el origen de nuevas ideas, proyectos, empresas y alianzas productivas.

La existencia de las empresas y el crecimiento del Producto Interno Bruto, PIB, se producen gracias a la relación entre la actividad emprendedora y su máxima expresión. Además, las empresas dinámicas son capaces de incrementar su fuerza laboral y de obtener índices sostenibles de rentabilidad. Son responsables de la productividad y riqueza y ayudan a incrementar el poder de las economías regionales y nacionales.

De esta manera se consigue que el emprendimiento consiga una tendencia global en la que los gobiernos, clases políticas, centros de investigación, agentes del sistema financiero, academias, centros de desarrollo tecnológico y asociaciones empresariales, entre otros, promuevan y desarrollen políticas, proyectos, métodos de trabajo para así facilitar el emprendimiento y la actividad emprendedora.

La importancia del emprendimiento cada vez es mayor. Además se asignan mayores recursos y presupuestos en el mundo para facilitar su enseñanza con el objetivo de reducir la pobreza y la desigualdad y para incrementar el desarrollo humano y la realización personal, en lo individual, y desarrollo social y económico, en lo colectivo.

2.3 ¿Es posible enseñar emprendimiento?

En la última década se han discutido diferentes teorías sobre el aprendizaje del emprendimiento. El aprendizaje empresarial se conoce como un proceso de aprendizaje en el espíritu empresarial que incluye tanto el conocimiento implícito como el explícito para resolver problemas complejos y la toma de decisiones empresariales en entornos inciertos (Fayolle, 2013). [4]

El aprendizaje empresarial significa aprender a reconocer y actuar sobre las oportunidades e interactuar socialmente para iniciar, organizar y administrar negocios (Cope, 2005). Otros ven el aprendizaje en el espíritu empresarial como un proceso de coparticipación (Heinonen y Pokkijoki, 2006). Sin embargo, los estudiantes pueden adquirir y experimentar un concepto emergente y transversal de aprendizaje empresarial en el contexto educativo para promover el aprendizaje en un ambiente de aula apropiado en el que el educador aplique métodos de enseñanza que los capaciten para desarrollar una perspectiva empresarial, mentalidad y habilidades (Saravathy , 2008b; Krueger, 2007).

Fayolle (2007) y Gibb (2002) fueron pioneros en identificar y discutir diferentes categorías de aprendizaje empresarial (es decir, objetivos empresariales, resultados, objetivos u objetivos como términos intercambiables).

Los cursos y programas de emprendimiento presentan diferentes objetivos u objetivos, por lo tanto, los educadores generalmente enfrentan desafíos para impartir la asignatura si no tienen una comprensión clara sobre el tipo de aprendizaje que el educador desea ofrecer a los estudiantes.

Según Fayolle (2008), los educadores de emprendimiento deben identificar las condiciones y los factores adecuados para implementar sus programas y mejorar el aprendizaje de los estudiantes.

Una de estas condiciones es identificar qué tipo de proceso de aprendizaje desea implementar el educador a los estudiantes y con qué propósito (Fayolle y Gailly, 2008).

A través de la identificación de varios objetivos de aprendizaje, los educadores pueden tener un conocimiento más profundo de las necesidades educativas, así como una selección más ponderada de criterios evaluativos y técnicas pedagógicas (Alberti, Sciascia, & Poli, 2004).

Los objetivos de aprendizaje más frecuentemente citados por estudios previos (Gibb, 2002; Fayolle, 2013; Fiet, 2001; Kozlinska, 2012; Krueger, 2007; Martiz & Brown, 2013; Mwasalwiba, 2010) son:

Aprendizaje sobre emprendimiento:

Adquirir conocimiento, crear conciencia, conocimiento y comprensión sobre el concepto y la práctica del emprendimiento para poder comprender el espíritu emprendedor. Aprender sobre emprendimiento enfatizando la base teórica en el emprendedor como individuo, así como enfocándose en el contenido emprendedor absorbido por el alumno (Neck & Greene, 2011).

La mejor manera de describir cómo se lleva a cabo el aprendizaje en este enfoque es aprender sobre el espíritu empresarial, lo que significa aprender en cuanto a contenidos, teorías y modelos. Este tipo de aprendizaje enfatiza el papel del empresario en la creación de empresas, así como las características individuales del empresario exitoso.

Este énfasis es problemático porque evita el desarrollo de habilidades empresariales y el pensamiento conocido como habilidades sociales tales como creatividad, innovación, toma de riesgos y resolución de problemas (Gibb, 2002).

El objetivo de educar sobre el espíritu empresarial es que los estudiantes obtengan una comprensión general de la iniciativa empresarial como un fenómeno en lugar de capacitar a los estudiantes para cultivar habilidades de descubrimiento de oportunidades (Mwasalwiba, 2010).

Los educadores de emprendimiento que persiguen este objetivo de aprendizaje probablemente ven el conocimiento como una acumulación de datos, hechos y contenido sobre el emprendimiento y este tipo de conocimiento concuerda con una teoría conductista basada en la adquisición de información, como hechos concretos del emprendimiento y el mercado empresarial (Krueger, 2007).

Gibb (2002) apoyó mis argumentos al afirmar que el conocimiento del empresario como conocimiento del contenido es objetivo, está basado en hechos y, a menudo, es de naturaleza conductista, porque este tipo de conocimiento no produce las habilidades empresariales que los estudiantes necesitan.

Desafortunadamente, aprender sobre emprendimiento se enfoca principalmente en enseñar el comportamiento empresarial, que incluye las características personales y el perfil individual que debe tener un empresario exitoso.

Según O'Connor (2012), podría ser arriesgado usar perfiles ideales de emprendedores exitosos

porque existe la posibilidad de excluir a algunos estudiantes que no cumplan con estos estándares y comportamientos.

Aprendizaje para el emprendimiento:

Adquirir habilidades en el uso de técnicas y en el análisis de situaciones de negocios y en la síntesis de planes de acción para luego desarrollar la autoconfianza personal y la capacidad de puesta en marcha. Para convertirse en un empresario y en la educación continua para emprendedores.

El aprendizaje para el emprendimiento es un concepto desarrollado por Gibb (2002) que significa aprender a inculcar habilidades y comportamientos empresariales en estudiantes para convertirse en empresarios.

En este tipo de aprendizaje, el conocimiento se considera no solo como una acumulación de datos y contenido, sino también como un análisis del conocimiento o contenido teórico (etapas de la creación de negocios) a través del conocimiento experiencial (planes de negocios de escritura). El aprendizaje para el emprendimiento se aleja de los comportamientos y rasgos del empresario en términos de un dominio más cognitivo sobre el emprendimiento (Neck & Greene, 2011).

Hay poca investigación sobre cómo la investigación cognitiva sobre el espíritu empresarial contribuye a explicar mejor cómo los empresarios identifican y aprovechan las oportunidades y cómo las generan.

Algunos investigadores sostienen que para comprender mejor el proceso de emprendimiento, es importante examinar cómo piensan los emprendedores y cómo toman decisiones de negocios (Cope, 2005, Corbett, 2005).

La teoría de la efectividad podría ser útil en esta dirección (Sarasvathy, 2008). Este tipo de aprendizaje se centra en la adquisición de habilidades empresariales mediante el aprendizaje y el pensamiento empresarial (Pittaway y Cope, 2007). Sin embargo, el enfoque de aprendizaje para el emprendimiento supone que el proceso de creación de negocios es lineal y predecible y, como argumentan los investigadores, el emprendimiento no es lineal.

Por lo tanto, para desarrollar habilidades como la innovación, la creatividad y la tolerancia a la frustración en los entornos inciertos que requiere el aprendizaje empresarial, es necesario aplicar nuevas pedagogías que puedan alentar la práctica reflexiva y el aprendizaje a través del espíritu empresarial con el fin de informar nuevas acciones y una mejor capacidad empresarial aprendiendo cerca de experiencias reales (Kolb, 1984; 2001; Schön, 1983; 1987).

Aprender a través de / en el emprendimiento:

Adquirir habilidades y pensamiento empresarial que permitan a los estudiantes actuar y pensar como un empresario, no necesariamente convertirse en uno.

El aprendizaje a través del emprendimiento implica el proceso de aprendizaje individual para descubrir, evaluar y explotar oportunidades.

Este tipo de aprendizaje apoya el proceso de convertirse en un individuo emprendedor y esto significa pensar y actuar como un empresario para alentar la creación de nuevas formas innovadoras de resolver problemas organizativos y sociales.

Promover una mentalidad empresarial o pensamiento empresarial, así como aumentar las habilidades empresariales en los estudiantes universitarios, implica priorizar el aprendizaje en lugar de simplemente transferir el conocimiento sobre o para el espíritu empresarial (Krueger, 2007).

Los estudiosos emergentes sostienen que el aprendizaje a través del emprendimiento debe ser el centro de las prácticas educativas en términos de enseñanza del emprendimiento (Fisher, 2012; Makimurto-Koivumaa & Puhakka, 2013; Neck & Greene, 2011; Sarasvathy, 2008) y así, ver que los empresarios están orientados a la acción y que el aprendizaje se produce a través de la experiencia y el descubrimiento (Pittaway & Cope, 2007).

Específicamente, los empresarios aprenden haciendo, experimentando y resolviendo problemas (Cope, 2005; Gibb, 1996).

Sin embargo, para fomentar el aprendizaje empresarial, las habilidades y el pensamiento en los estudiantes, los modelos de enseñanza y las pedagogías en el emprendimiento deben ser más innovadores que la forma tradicional utilizada actualmente (Fayolle y Gailly, 2008; Kirby, 2004; McMullan y Long, 1987; Neck & Greene, 2011; Solomon, Weaver, & Fernald, 1994).

Algunos investigadores han comenzado a argumentar que la enseñanza del emprendimiento debería enfocarse solo en el uso de métodos de enseñanza innovadores que fomenten el aprendizaje a través del emprendimiento, porque ayudará a los estudiantes a adoptar comportamientos empresariales (Gibb, 1993; O'Connor, 2012), piense empresarialmente y desarrolle un conjunto de habilidades y valores empresariales (Mwasalwiba, 2010; Neck & Greene, 2011).

De acuerdo con esta nueva tendencia en el aprendizaje empresarial a nivel de los estudiantes, la enseñanza del espíritu empresarial se considera un conjunto de herramientas de varios pedagogos para ayudar a los estudiantes a lidiar con la incertidumbre y la complejidad que las pedagogías tradicionales no tienen en cuenta.

3 EL EMPRENDIMIENTO Y LOS EMPRENDEDORES

3.1 Emprendedores

3.1.1 Características fundamentales de los emprendedores

La literatura científica explica la decisión de crear una empresa y convertirse en emprendedor a través de tres categorías de factores. La primera de ellas se centra en las características personales, sus expectativas, percepciones, motivaciones, habilidades y conocimiento. La segunda, se refiere a las características de las organizaciones las cuales han sido desarrolladas anteriormente gracias a la actividad profesional del emprendedor. La tercera está relacionada con los factores ambientales o del entorno, el clima social. A partir de un estudio realizado por Lafuente y Salas (1989), se demuestra que existe una relación entre las expectativas de trabajo y las tendencias emprendedoras, es decir, con la probabilidad de que una persona decida optar por tener una figura emprendedora.[5]

Según el análisis de Sexton y Similor(1986) para el estudio de factores necesarios para que un individuo sea emprendedor , existen tres ejes:

- El eje personal, se refiere a la genética, educación y entorno familiar.
- El eje social, centrado en las circunstancias étnicas, desplazamiento, entorno geográfico e industrial.
- El eje reticular, relacionado con el acceso a recursos.

Por otro lado, Chell, Haworth y Brealey(1991) resumen la actividad emprendedora en tres características distintas; la motivación o intención de crear riqueza y acumulación de capital, la habilidad para reconocer oportunidades para la generación de riqueza y la capacidad para reconocer las oportunidades que deben perseguirse.

Las características personales de los emprendedores pueden clasificarse en cinco grupos:

-Los rasgos de la personalidad, carácter y temperamento

Jeffrey Timmons(1985) resumió los valores básicos y más comunes que caracterizan a la figura del emprendedor y las capacidades de la mentalidad emprendedora: el compromiso total, la voluntad de conseguir y crecer, la iniciativa y responsabilidad personal, la persistencia en la solución de problemas, la consistencia de las propias limitaciones y sentido del humor, la capacidad de buscar consejo y retroalimentación, la confianza en las propias capacidades, la capacidad de tolerar la ambigüedad, la tensión y la incertidumbre, el saber tomar riesgos calculados y saber compartir el riesgo, la poca necesidad de estatus y poder, integridad y fiabilidad, decisión, urgencia y paciencia, la capacidad de superar los fallos y aprender de ellos y la capacidad de crear equipos y hacer héroes.

-El género

Los estudios demuestran que la probabilidad de que una empresa creada por hombres tenga éxito

es mucho mayor que la probabilidad de que sea una mujer. Sin embargo, ha incrementado de manera considerable el emprendimiento entre las mujeres con el paso del tiempo. El crecimiento del número de mujeres emprendedoras se ha producido a un ritmo más elevado en todo el mundo que el de hombres.

Los resultados de un estudio según Scherer, Brodzinski y Wiebe(1990) revelan que no existen diferencias significativas en las aspiraciones de educación y formación entre hombres y mujeres. Sin embargo los hombres tienen una preferencia más elevada para el emprendimiento que las mujeres ya que estas tienen menos expectativas para el desarrollo emprendedor a causa de la inexistencia de experiencias previas de éxito.

-La formación general del emprendedor y específica en la creación de empresas

Según Collins y Moore, los emprendedores se caracterizan por su deseo de independencia y por evitar estar en una posición subordinada, lo que significa que se relaciona con un bajo nivel de educación formal.

Por un lado, los conocimientos adquiridos por la escuela no son suficientes para conseguir un éxito empresarial, pero por otro lado, las características asociadas al emprendedor como el compromiso, la identificación de oportunidades, la determinación por seguirlos y la tolerancia a la ambigüedad no son desarrolladas por la educación formal.

Desafortunadamente, no se han podido determinar, de manera general, las relaciones claras entre el nivel de formación y el éxito empresarial.

-La experiencia previa.

Gracias a experiencias anteriores, los emprendedores tienen la oportunidad de analizar qué les fue bien y cuáles fueron sus fallos para así, no volver a repetirlos o saber cómo resolverlos de una manera más fácil aún. Así, van adquiriendo lo que podría denominarse una tecnología de creación de empresas.

Evidentemente, los emprendedores con experiencia tienen más facilidades para alcanzar el éxito además de ser más eficientes en la creación de su segunda y tercera empresa según Vesper, 1980.

-El entorno familiar.

Aquellas personas que hayan vivido en un ambiente de negocio gracias al modelo de sus padres, propietarios de una empresa, perciben el ser empresario como una posibilidad de elección.

Según Shapero y Sokol, la familia juega un poderoso papel a la hora de establecer el deseo y la credibilidad emprendedora de un individuo.

3.2 Intención emprendedora y sus antecedentes

No hay duda sobre el hecho de que el espíritu empresarial es importante tanto para la economía como para el desarrollo personal (Fauziah et al., 2004). De hecho, la actividad empresarial tiene una larga lista de características que sirven al bien común desde el nivel macro hasta el nivel micro.

El espíritu empresarial proporciona empleo a muchas personas al tiempo que garantiza el crecimiento económico a través de impuestos, ideas e innovaciones y ofrece muchas oportunidades para el desarrollo del conocimiento y las habilidades de los empleados, así como la motivación y las recompensas, no solo a nivel financiero, sino también a nivel individual.

Según Hisrich et al. (2005), el espíritu empresarial es un proceso dinámico de creación de riqueza incremental en el que la riqueza es creada por individuos que asumen los riesgos involucrados en términos de equidad, tiempo y carrera.

El espíritu empresarial es un proceso gradual que está influenciado por factores tanto exógenos como endógenos, como la existencia de un entorno favorable para los negocios, la disponibilidad de las dotaciones de factores requeridas, la capacidad de adquirir los recursos deseados y la capacidad de implementar y administrar el negocio.

Numerosos estudios publicados se han dedicado a la personalidad emprendedora: un empresario se caracteriza comúnmente como un individuo con un conjunto único de instintos, mentalidad, inspiración, o visión que tiene las fortalezas, la voluntad y la capacidad necesarias para conceptualizar ideas y para implementar un plan de negocios y que ve el cambio como una oportunidad para crear valor (Cheng et al., 2009).

Durante un largo período de tiempo, los educadores y los profesionales han estado bajo la ilusión de que los empresarios nacen, no se hacen. Estudios posteriores han afirmado que se puede enseñar el espíritu empresarial (Dickson et al., 2008; Gorman et al., 1997; Henry et al.; Kirky, 2004).

De hecho, muchos estudios han demostrado la interacción entre la educación empresarial y la intención empresarial (Baybashi et al., 2011; Fayolle et al., 2005; Hassan y Wafa, 2012).

También se ha encontrado una relación directa positiva entre la inversión estimulante de una universidad en el espíritu empresarial y la cantidad de estudiantes que se convierten en empresarios (Varela y Jiménez, 2001).

Una gran cantidad de estudios abordan y responden preguntas de investigación más detalladas:

- (1) ¿Qué características del curso son más efectivas que otras (Mueller, 2008)?
- (2) ¿Importa la experiencia previa (Ramayah et al., 2012)?
- (3) ¿Qué beneficios derivados del programa aumentan las actitudes e intenciones empresariales (Souitaris et al., 2007)?
- (4) ¿Cuál es el impacto del perfil del educador en la educación para el emprendimiento (Steiner, 2013)?

Sin embargo, hasta ahora, solo un número muy limitado de estudios ha considerado las características personales de los participantes del programa y los modelos de roles incorporados como una posible influencia en las actitudes e intenciones empresariales.

El objetivo de este estudio es probar empíricamente qué factores estimulan las actitudes empresariales y las intenciones empresariales durante los programas de educación superior utilizando los datos recopilados durante las diferentes escuelas de verano que ofrece el Instituto Europeo de Innovación y Tecnología.

Estas escuelas de verano de cinco semanas de duración tenían como objetivo mejorar la actitud empresarial y la intención empresarial de los estudiantes de maestría y doctorado en el ámbito de la mitigación y adaptación al cambio climático.

En este estudio longitudinal, se investiga si la intención empresarial puede estar influenciada por diferentes tipos de líderes de opinión, modelos a seguir, características del curso, actitudes empresariales, normas subjetivas y control de la conducta percibida.

Al mismo tiempo, se examina exactamente qué afecta la actitud empresarial de los estudiantes para convertirse en empresario en estas escuelas de verano.

El estudio tiene dos puntos de medición al inicio y al final del estudio, incluidos 84 estudiantes. Las pruebas examinan las diferencias en actitudes e intenciones en estos puntos de medición según las variables independientes mencionadas.

Este estudio aborda las siguientes preguntas de investigación:

- (1) ¿La intención empresarial de los estudiantes está influenciada positivamente por la actitud empresarial, las normas subjetivas y la percepción?
- (2) ¿Qué tipo de características del curso afectan la actitud empresarial?
- (3) ¿Los modelos de conducta incorporados en los cursos de emprendimiento impactan la actitud empresarial?
- (4) ¿Los líderes de opinión afectan la actitud empresarial? Si es así, ¿hasta qué punto?

Al considerar estas preguntas, nuestro estudio contribuye a la literatura existente de tres maneras.

Primero, este estudio intenta sintetizar la teoría del comportamiento planificado y el liderazgo de opinión. En segundo lugar, este estudio se suma a investigaciones anteriores sobre educación para el emprendimiento al probar cambios en las intenciones empresariales y las actitudes empresariales causadas por diferentes factores a lo largo del tiempo.

Y la tercera, es uno de los primeros en considerar el papel de los estudiantes como un factor determinante del éxito o el fracaso para estimular las intenciones empresariales y las actitudes empresariales en lugar de factores externos como profesores y entornos.

William Gartner¹, al final de los ochenta, difundió una crítica que se oponía a la idea que algunos académicos tenían de que en el corazón del estudio del emprendimiento, estaba el individuo. Él pensaba que el análisis se debía de centrar en el comportamiento del emprendedor ya que defendía que no era productivo los intentos de distinguir el perfil del emprendedor entre otros.

De esa manera, desde hacía más de dos décadas, la importancia del fenómeno emprendedor, produjo un creciente por la creencia en que era el remedio para los problemas de desempleo, desarrollo económico y el fomento a la innovación a nivel global.

Sin embargo, para Schumpeter, economista austro-americana (1934)[8], y los demás economistas neoclásicos, la definición del emprendimiento se basaba en una variable que dependía de factores económicos, como la disponibilidad de capital, trabajo, insumos, entre otros.

De esa manera, cuando se producía una mejora en el factor económico, la actividad emprendedora surgía de forma espontánea.

La transformación hacia la concepción multidisciplinar de la figura del emprendedor no se gesta hasta finales del siglo XX, cuando se incrementa su importancia gracias a la introducción de las ciencias sociales y conductuales.

Según McClelland, psicólogo estadounidense (1967), a causa del enfoque de rasgos de personalidad y de la necesidad de logro se ha producido la introducción de estudios de locus de control de la toma de riesgos moderados, la necesidad de poder e independencia, el compromiso y la tolerancia a la ambigüedad y además, contando también con estudios de orientación a resultados, incertidumbre, iniciativa, seguridad en sí mismo y agresividad.

Sin embargo, han surgido numerosas críticas en contra de esta corriente de investigación a raíz de la insuficiente objetividad que existe al analizar la personalidad y comportamiento de los emprendedores y por el intento de establecer una relación causal entre sus rasgos y la idea de crear una empresa.

Por este motivo, el enfoque de la investigación del emprendimiento cambió hacia la determinación de aspectos conductuales y cognitivos del emprendedor siendo afectado por el entorno y el proceso del emprendedor.

Algunos académicos como psicólogos o sociólogos, se han centrado en una naturaleza más descriptiva contribuyendo para conseguir una teoría moldeada a raíz de la investigación empírica.

Los factores humanos y ambientales también pertenecen a los puntos de vista económicos y son los que facilitan la explicación del comportamiento del emprendedor en el mercado.

Además, para comparar empíricamente a los emprendedores con otros individuos, se efectúan los primeros intentos. Si nos centramos aún más en la comprensión sobre la psicología del emprendedor, el nivel individual de análisis, actualmente, reproduce una demostración más cognitiva.

Gracias a la aparición de estos diferentes enfoques centrados en el estudio del fenómeno emprendedor, se ha dado mucha importancia al estudio sobre las características personales éste y teniendo en cuenta el sistema de valores del individuo y los mecanismos cognitivos bajo el entorno social. La investigación se ha centrado en factores como el análisis de competencias, motivaciones, conocimientos y conductas sobre la decisión de ser un emprendedor y sobre las causas del desempeño.

¹ **William Gartner:** es un profesor estadounidense de emprendimiento. Es conocido por su investigación sobre la creación de nuevas empresas y el comportamiento empresarial, por la que ha recibido varios premios, incluido el Premio de Disertación Doctoral Heizer y el Premio Internacional FSFNUTEK para la Iniciativa Empresarial e Investigación de Pequeñas Empresas (hoy conocido como el Premio Global de Investigación Empresarial) Gartner fue uno de los eruditos pioneros en la investigación del emprendimiento en la década de 1980, cuando se produjo un cambio de enfoque en el campo desde el estudio de los rasgos individuales del emprendedor hasta el espíritu empresarial como un proceso conductual.

Bird (1988) habla de la intencionalidad como: “un estado de la mente que dirige la atención de la persona (y, por tanto, la experiencia y la acción) hacia un objeto específico (meta) o hacia un camino para lograr algo (medio)”.

Por lo que, en su caso, la decisión de ser emprendedor se considera como un estado de la mente que tiene la capacidad de controlar las acciones de desarrollo e implantación del emprendedor para una nueva empresa (Morian, 2015). [9]

Sin embargo, otros modelos que se basan en el estudio de los rasgos de personalidad del emprendedor, defienden que la relación de los factores personales y sociales concluyen el desarrollo de la intención emprendedora. Este es el motivo por el que aspectos como la historia personal, las habilidades y características personales, son capaces de incitar a los individuos a decidirse por el camino del emprendimiento.

Por otro lado, Ajzen (1991) creía en una relación entre la intención de poseer un comportamiento y el aplicar la práctica efectiva del mismo. Sin embargo, la intención emprendedora es el eje que define la conducta emprendedora. La TAP, desde la perspectiva interaccionista, piensa que esta intención es determinada a partir de la actitud hacia la conducta, la norma subjetiva y el control conductual percibido.

3.2.1 Steve Jobs, principal representante del emprendimiento

Steve Jobs, fue un gran emprendedor nacido en San Francisco en 1955. Además de inventor, en 1976 fundó, junto con su amigo de la adolescencia llamado Steve Wozniak, una empresa que más tarde se convertiría en el imperio tecnológico más innovador, el conocido “Apple Inc”.

Steve Jobs, ya con treinta años, triunfó y obtuvo la Medalla Nacional de Tecnología que fue otorgada por el presidente de aquella época. [10]

Pero antes de todo esto, Steve Jobs tuvo que abandonar sus estudios por motivos económicos además de ser despedido de su propia compañía y más tarde, terminó siendo el empresario y creador de los dispositivos hoy en día tan utilizados: iPod, iPhone u iPad.

Además fue el creador de Pixar y, the Walt Disney Company, el mayor accionista. Fue el ejemplo de la figura emprendedora del siglo 21 y gracias a él, podemos entender parte del mundo en el que vivimos ya que creó los Smartphone que son los dispositivos que actualmente gran parte de la población utilizan.

Así, Steve Jobs terminó siendo un gran ejemplo a seguir para todos los demás emprendedores del mundo nos enseñó varias lecciones para seguir su ejemplo:

Mantente enfocado:

Desde un pequeño taller hasta convertirse en la compañía más valiosa del mundo, Apple Inc. ha recorrido un largo camino. Se debe a la determinación inquebrantable y al enfoque láser de su fundador, Steve Jobs. Tenía claro lo que quería lograr y mantenerse enfocado a lo largo del viaje. Compartiendo sus secretos del éxito, dijo: "Ese ha sido uno de mis pensamientos: enfoque y simplicidad".

Aprende:

Steve Jobs demostró que no necesita títulos universitarios para que su negocio sea exitoso. En su lugar, recomienda un enfoque holístico para el aprendizaje. Sé un aprendiz de por vida y aprende de cualquier fuente que puedas encontrar. En lugar de tratar de aprender todo sobre todo, debe enfocar sus esfuerzos en un tema específico y convertirse en un experto en ese dominio.

Busque asesoramiento de expertos:

Incluso un visionario, como Steve Jobs, busca expertos, expertos y líderes de opinión en busca de inspiración, sabiduría y buenos consejos sobre cómo mejorar.

Los jóvenes empresarios también deben seguir los pasos del fundador de Apple y buscar el asesoramiento de expertos, pero antes de hacer eso, es importante identificar las áreas que necesitan mejoras y luego buscar el asesoramiento de expertos sobre cómo mejorar las cosas.

Consulta el Crystal ball

Lo que le da a Apple una ventaja sobre sus competidores es la capacidad de Steve de ser proactivo y predecir el futuro.

Su clarividencia le permitió predecir cómo será el futuro y cómo la tecnología afectará nuestras vidas. Y esta visión visionaria dio a todos los productos de Apple una clara ventaja sobre sus competidores en lo que respecta a la innovación.

Los jóvenes emprendedores pueden obtener fácilmente una ventaja competitiva sobre sus competidores si son capaces de predecir qué tipo de problemas futuros surgirán y cuáles son exactamente los que su empresa puede resolver de la manera más rentable posible. Ver el futuro también le ayudará a lidiar con los problemas que puedan surgir en su camino. Steve Jobs citó a Wayne Gretzky cuando dijo: "Patino hacia dónde va a estar el disco, no donde ha estado".

Calidad por encima de la cantidad

Aunque la mayoría de las grandes organizaciones y empresas nuevas se centran en los números de ventas (cantidad), Steve Jobs tiene una opinión diferente sobre las cosas.

Insta a los jóvenes empresarios a ir por la calidad en lugar de la cantidad. Sus palabras también reflejan su enfoque cuando dijo: "La calidad es mucho mejor que la cantidad. Un jonrón es mucho mejor que dos dobles".

Preste atención a los detalles, apunte a la perfección y entregue un producto de calidad a sus clientes. Steve Jobs lo resume brillantemente cuando dijo. "El diseño no es solo lo que parece y se siente. El diseño es cómo funciona". Cuando logres lograr esta hazaña, los números de ventas aumentarán automáticamente.

Considere el fracaso como una oportunidad de aprendizaje

Cuando Steve Jobs fue invitado a hablar en la Universidad de Stanford en 2005, compartió su historia: "No lo vi, pero resultó que despedirse de Apple era lo mejor. La pesadez de tener éxito fue reemplazada por la ligereza de ser un principiante otra vez, menos seguro de todo. Me liberó para entrar en uno de los períodos más creativos de mi vida".

En lugar de temer el fracaso, debe considerarlo como una oportunidad de aprendizaje, ya que Steve Jobs hizo toda su vida y dio un ejemplo a seguir para los jóvenes emprendedores.

Identifique los motivos de su falla con la ayuda del software de gestión de proyectos y un buen mentor para solucionar los problemas. Si utiliza el fracaso como una fuente de motivación para mejorar sus debilidades, entonces el éxito le llegará.

Tomar riesgos

Steve Jobs trabajó y logró que Apple fuera un pionero en el mercado de teléfonos inteligentes. Eso es lo que lo hace destacar entre la multitud. Como un empresario en ciernes que desea alcanzar metas ambiciosas, siempre debe estar preparado para asumir riesgos, pero debe calcularse riesgos. “Tómese su tiempo, piense en los pros y los contras, y luego tome una decisión.”

Su tiempo es limitado

Steve Jobs les da a los jóvenes emprendedores aspirantes una fórmula para superar el miedo y la vergüenza del fracaso cuando dijo: elecciones en la vida, ya que casi todo, todas las expectativas externas, todo orgullo, todo miedo de vergüenza o fracaso, simplemente desaparecen ante la muerte, dejando solo lo que es verdaderamente importante ”.

La vida es corta y su tiempo es limitado, así que haga que cuente en lugar de desperdiciarlo pretendiendo ser otra persona. Ese es el mensaje que Steve Jobs le dio al mundo cuando dijo: “Tu tiempo es limitado; No lo desperdicies viviendo la vida de otra persona. No te dejes atrapar por el dogma, que es el resultado del pensamiento de otras personas. No permita que el ruido de otras opiniones ahogue su propia voz interior. Lo más importante, ten el coraje de seguir tu corazón e intuición, de alguna manera ya saben en lo que realmente quieres convertirte. Todo lo demás es secundario.”

Tomar una página del libro de jugadas de Jobs seguramente contribuirá en gran medida a elevar su inicio a nuevas alturas. No se preocupe por los contratiempos iniciales y aprenda de sus errores. Sea proactivo cuando realice estudios de mercado y vea cómo cambiarán las futuras necesidades de los consumidores y qué tipo de productos se necesitarán para satisfacer esas necesidades. Si puede hacer esto con precisión, definitivamente tendrá una ventaja sobre sus competidores.

Tome riesgos calculados para ayudar a su empresa a dar pasos gigantescos hacia el éxito empresarial. Por último, trátelos todos los días, como si fuera el último, porque esto hará que no tengas miedo. Concluiré este artículo con el famoso consejo que Steve Jobs dio a los estudiantes de Stanford sobre su inicio en 2005: "Manténgase estúpido, manténgase con hambre".

3.3 La iniciativa emprendedora y el estudio de las intenciones

Podemos decir que, a nivel organizacional, el concepto de acción emprendedora se define como “las actividades realizadas por una firma que dirigen directamente los procesos de mercado a proporcionar a los consumidores nuevas alternativas por delante de los competidores”. Pues las actividades emprendedoras se inician cuando se identifica, se evalúa y se explota una oportunidad. [11]

También podemos definir la acción emprendedora como un comportamiento de respuesta a decisiones de valor, bajo incertidumbre y riesgo, ante una posible oportunidad económica.

Por una parte, la conceptualización de la acción emprendedora bajo una perspectiva conductual, es defendida como válida y medible, pero por otra parte, también se discute si se pueden estimar las

actividades emprendedoras sin restringir la visión de todo el “ panorama emprendedor”.

Para la teoría de la perspectiva de la acción emprendedora, existen dos formas:

- En el nivel macro, abordan la función el sistema económico; la salud de la economía depende de la búsqueda y aprovechamiento de las oportunidades. También desempeñan un papel importante los factores situacionales tanto para la decisión de una empresa como para moldear las intenciones de los emprendedores para crecer y desarrollas sus empresas
- En el nivel micro o individual, estas teorías se ocupan de cómo los emprendedores en potencia entran en acción. Algunos investigadores buscan alguna explicación para saber las causas por las que algunos individuos son más propensos que otros a perseguir oportunidades de lucro.

Si el individuo es el que ejecuta las acciones para responder y crear el cambio, entonces, el emprendimiento resulta una conducta observable.

Cuando nuevas empresas se manifiestan las características personales del emprendedor, tales como una predisposición a asumir riesgos, una atracción por la independencia o la necesidad de logro, entonces nos referimos al emprendimiento bajo una noción distinta a la que se ha manejado hasta el momento, como la posesión y gestión de un negocio propio, la cual está más centrada en el emprendimiento como un comportamiento, en el sentido de apoderarse de una oportunidad económica.

En este caso, los emprendedores no necesariamente son dueños de algún negocio en particular, ya que también pueden serlo dentro de las organizaciones.

Esta nueva noción del emprendimiento, que comienza en un estado latente o potencial, la denominaremos “Iniciativa Emprendedora”, ya que, aunque refleja la intención de crear una empresa, no tiene que traducirse necesariamente en la formación de una nueva organización.

En base a la investigación, se ha demostrado que existen diferentes causas personales, organizacionales y externas que confluyen para el éxito de las iniciativas emprendedoras.

La visión humana es indispensable para concebir y convertir ideas de negocios en productos y servicios exitosos según algunos autores.

También, por otro lado, se considera que la relevancia del estudio del emprendedor y su situación se encuentra en la búsqueda de las características personales que propician el éxito de la puesta en marcha y la puesta en operación de nuevas iniciativas de negocios, sin importar la definición del emprendedor.

También se argumenta que, desde una perspectiva más general, a fin de obtener una mejor comprensión del proceso emprendedor, se debe estudiar el papel individuo en el desencadenamiento de tal proceso.

Considerando el fenómeno emprendedor desde una perspectiva multidisciplinaria, contextual , orientada a procesos, bajo el supuesto que comienza con la formación de una oportunidad y que la esencia del emprendedor consiste en “un acto sobre la posibilidad de que se ha identificado una oportunidad valiosa que perseguir”, podemos describir al emprendimiento en términos de una interacción entre el emprendedor y la oportunidad, justificando de esta forma el análisis teórico y la validación de las causas y los mecanismos generadores del tal proceso.

Para que exista la posibilidad en un individuo de convertirse en emprendedor, es necesario entrar en una etapa denominada: ”fase de exploración” . Después de esta formación de las intenciones

emprendedoras, viene el descubrimiento de una oportunidad con potencial para que esta pueda ser explotada.

Existe dos situaciones entorno a la formación de una intención, el emprendedor y la oportunidad específica.

He aquí una representación:

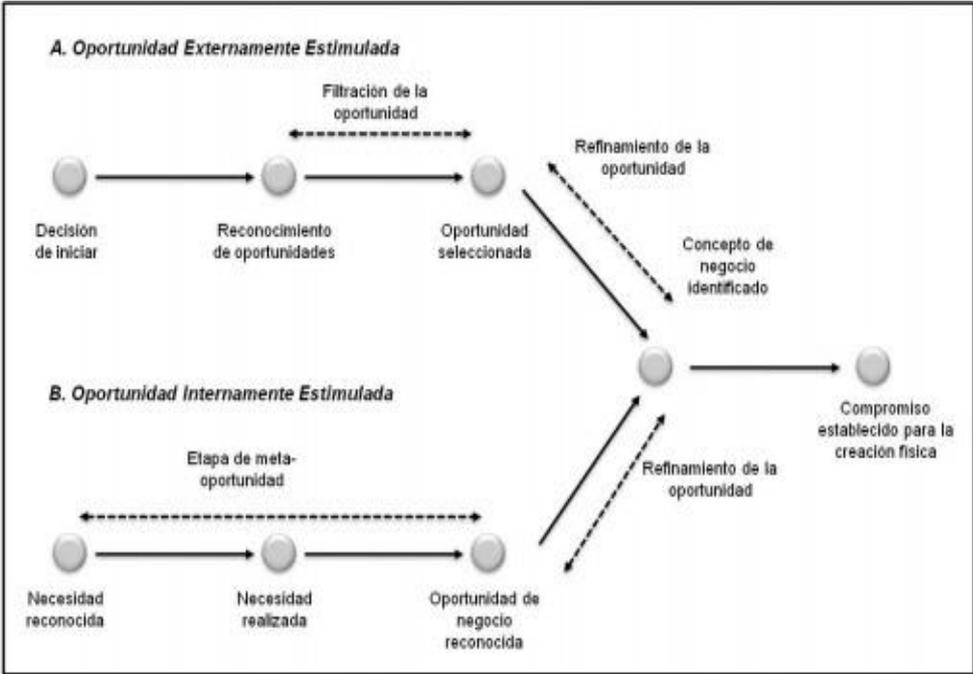


Figura 3-1 Proceso del reconocimiento de oportunidades en las iniciativas emprendedoras (fuente:[11])

4. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ESPAÑA

4.1 Situación de la iniciativa emprendedora en España

Para dar lugar a la iniciativa emprendedora, es necesario que se cumplan dos conceptos; la visión de una nueva oportunidad posible y su firma de explotarla. Dichos conceptos dan lugar a la idea de negocio.

Pero no es suficiente que exista la idea, también estas ideas deben corresponderse con las oportunidades reales.

Para asegurarse de ello, el emprendedor debe plantearse varias preguntas relacionadas con la oportunidad y también responderlas. Son las siguientes:

- ¿Existen evidencias reales de la necesidad que trata de satisfacer?
- ¿Qué tamaño posee el mercado?
- ¿Cómo es la competencia?
- ¿Quiénes van a comprar el producto o servicio?

Tras responder estas preguntas, puede que la idea no sea tan atractiva como lo era inicialmente. Es importante plantear estas ideas ya que, obtener una idea es simplemente una visión que surge del emprendedor que se corresponde con un posible plan de negocio pero que puede que ésta, realmente, no presente una oportunidad empresarial. [12]

En muchos casos, estas visiones o ideas fracasan por no centrarse suficientemente en la identificación y evaluación. Esto ocurre cuando los emprendedores comienzan un negocio que tenían en mente sin ni siquiera estudiar si se corresponde con una oportunidad empresarial real.

Sin embargo, muchas veces, la oportunidad de negocio en vez de tener que ser identificada en el entorno, es creada por el empresario a través de la acción innovadora. Por esta razón, en algunas ocasiones, surge una necesidad que había sido desconocida para los consumidores hasta el momento en el que se introduce un nuevo producto o servicio para el mercado. Un ejemplo claro fue la introducción del teléfono móvil.

Tras realizar un análisis sobre la iniciativa emprendedora en España, se mostraron los siguientes resultados:

La actividad emprendedora en España varía anualmente, aunque se observan mayores tasas en años posteriores al boom económico.

Los jóvenes españoles, de 18 a 34 años, representan el 50% de los emprendedores.

EMPRENDEDORES 0 A 42 MESES
% personas

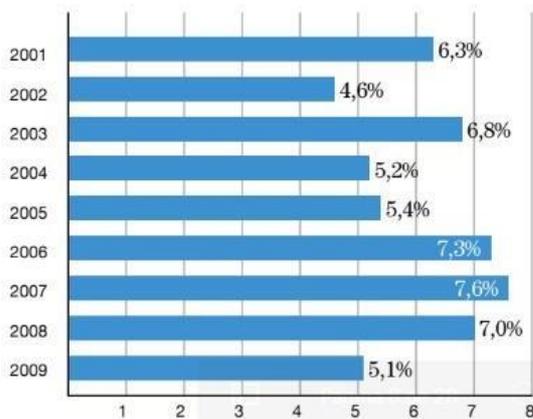


Figura 4-1 Emprendedores 0 a 42 meses

EMPRENDEDORES POR RANGO DE EDAD
% España, 2007

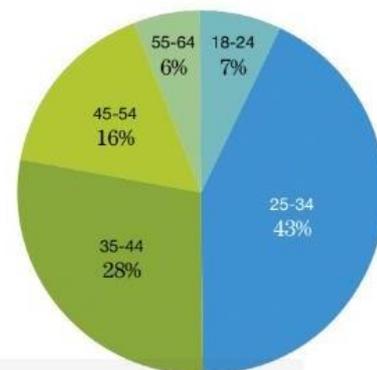


Figura 4-2 Emprendedores por edad (fuente:[12])

Lo que ocurre en España es que además de ser el porcentaje de emprendedores bajo (5,1%), también disminuye con la crisis pero la mitad de los nuevos emprendedores suelen ser jóvenes que rondan entre los 18 y 34 años.

Por otro lado, la preferencia por el empleo vs. Autoempleo es mayoritaria y sólo aumentó en el 2001 de un 34% a ser en el 2009, un 52%. Esto significa que los jóvenes se vuelcan más por tener una estabilidad con ingresos fijos que la independencia y la libertad de horarios.

Las empresas españolas son de una dimensión reducida. Un 53% no tienen ningún empleado, un 42% contratan entre 1 y 9 trabajadores. La crisis no hace variar los porcentajes de empresa; 1,8 millones son autoempleo y solo 185.000 contratan a 10 personas o más.

Actualmente, un 19% de empresas creadas se cierran, pero este porcentaje aumenta a un 29% si no se tienen en cuenta las empresas sin empleados.

Los trabajadores españoles aún se enfrentan a condiciones difíciles en el mercado laboral como consecuencia de la crisis económica. Esto se refleja en la alta tasa de desempleo de más del 25% y más de 4.5 millones de desempleados.

Las dificultades experimentadas por las personas desempleadas para conseguir un trabajo han llevado a muchos a establecer sus propios negocios. Esto es particularmente cierto con los jóvenes que nunca han tenido un trabajo y entre los trabajadores mayores de 50 años.

Sin embargo, hay un lado positivo, ya que el entorno empresarial en España está mucho más desarrollado ahora que hace unos años. Hay más programas de capacitación y apoyo, y hay fondos públicos disponibles para ayudar a los empresarios a definir mejor sus planes de negocios y ser más realistas y competitivos.

En un artículo en el sitio web del Foro de Empresarios de la Organización de Empleadores de Gipuzkoa, el presidente del foro, Xabier de al Maza, explicó que, a veces, el espíritu empresarial se "vende como algo demasiado hermoso", vinculado a resultados positivos e incluso Valores idílicos. Sin embargo, agregó que establecer una empresa es difícil, especialmente en la crisis actual, cuando es tan difícil obtener apoyo financiero externo. En general, la mayoría de las medidas de apoyo público son útiles y efectivas, pero es importante que las autoridades públicas apliquen solo medidas sensatas y de largo plazo que garanticen la competitividad de las nuevas empresas.

PREFERENCIA POR EL EMPLEO VS. AUTOEMPLEO

España, % 2001-2009

LA PREFERENCIA POR EL EMPLEO AUMENTA

RAZONES PARA PREFERIR EL EMPLEO^(*)

	Emprendedores ⁽¹⁾	Jóvenes ⁽²⁾
Estabilidad	52%	77%
Ingreso fijo	38%	70%
Seguridad Social	21%	46%
Horario fijo	19%	51%

RAZONES PARA PREFERIR AUTOEMPLEO^(*)

Independencia	74%	67%
Libertad horarios	36%	61%
Mejores ingresos	14%	47%

TAMAÑO DE LAS EMPRESAS

Dimensión de las empresas según el número de empleados

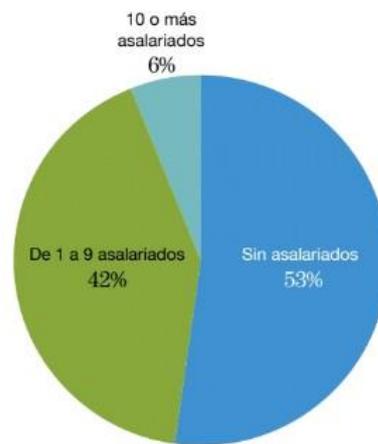


Figura 4-3 razones para preferir el empleo o desempleo **Figura 4-4** N° de asalariados (fuente: [12])

TASA DE ENTRADA Y SALIDA DE EMPRESAS

en España 2000-2009

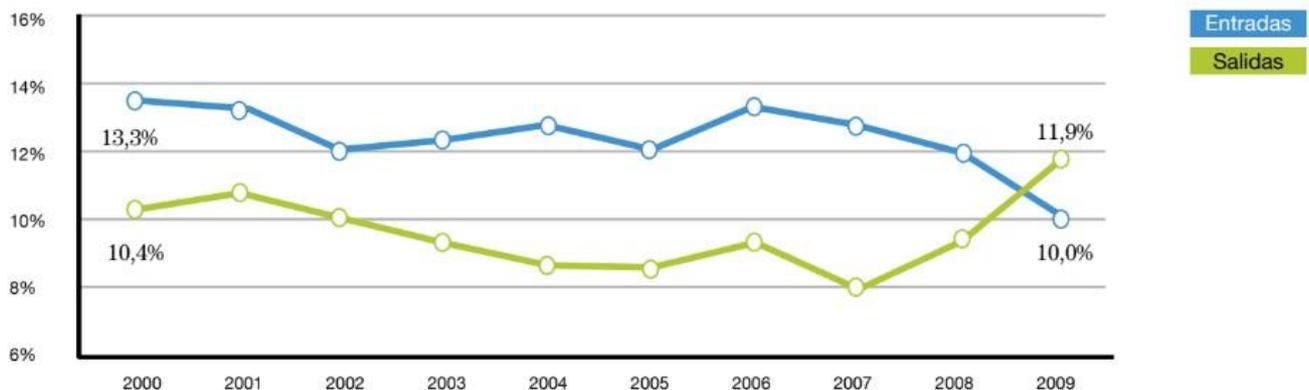
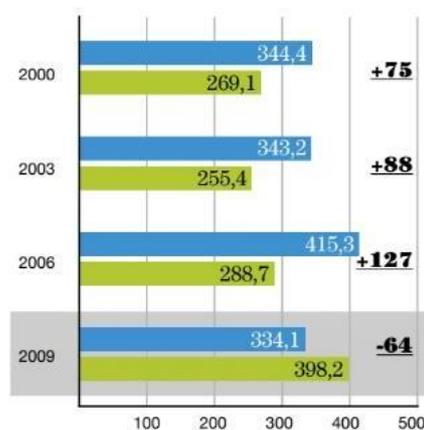


Figura 4-5 Tasa de entrada y salida de empresas (fuente: [12])

CREACIÓN DE EMPRESAS
Entradas y salidas, miles



CREACIÓN DE EMPRESAS SIN AUTOEMPLEO
Entradas y salidas, miles

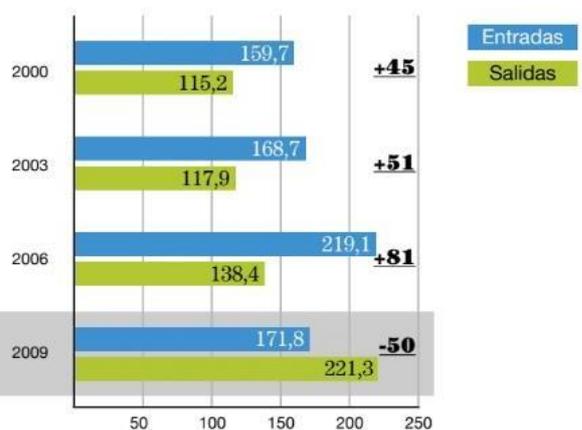


Figura 4-6 Creación de empresas (fuente: [12])

4.2 ¿Cómo está España con respecto a otros países del entorno?

Las grandes empresas son atraídas por el emprendimiento corporativo creando un fondo corporativo de capital de riesgo. Esta actividad sirve para poder invertir en startups, prestando ayudas necesarias en las primeras fases de desarrollo de startups, además de apoyar de manera financiera. [12]

En España está muy poco desarrollada el “dar poder interno a los empleados para innovar”, sin embargo el “crear un fondo corporativo de capital de riesgo” desarrolla una papel muy importante.

Los países de Suecia y Reino Unido ocupan los primeros puestos de emprendimiento corporativo mientras que los países de este de Europa, ocupan los lugares de emprendimiento individual. Esto se produce por la liberalización total de los mercados que se realizan y que además, hacen la actividad emprendedora más fácil.

España se corresponde con el puesto 22 y 26 de los 28 países totales analizados. Para el emprendimiento corporativo, el puesto 22, delante de Italia y para el emprendimiento individual, el 26, por delante de Grecia. En cuanto al emprendimiento corporativo, existe una diferencia enorme entre España y los países líderes en este tipo de emprendimiento ya que se componen de cinco veces más empleados involucrados en actividades emprendedoras que España.

Sin embargo, la cifra es sólo tres veces mayor en los países líderes en cuanto al emprendimiento individual.

Las diferencias son tan grandes debido a los factores que definen la intensidad de la actividad emprendedora. Cuanto mayor sean las oportunidades que ofrezca el mercado, la necesidad de encontrar un puesto de trabajo, la tradición empresarial en un lugar, cuanto más grandes sean las ciudades bien conectadas y más favorables sean las condiciones del entorno, el número de población que se dediquen a la propia empresa, será mayor. La cultura del emprendimiento se compone de todos estos elementos definidos.

La posición en España, aunque haya mejorado con respecto a los restantes países de la Unión Europea, todavía sigue ocupando un lugar bastante bajo en cuanto a la actividad emprendedora. Su posición está muy vinculada a la actual legislación que regula las situaciones de insolvencia de los autónomos.

Cuando hablamos de grandes empresas, es más difícil la aplicación de la actividad emprendedora e innovadora en el sector de los servicios que en el industrial. Sin embargo, el desarrollo de las tecnologías relacionadas con el blockchain, está originando gran número de actividades innovadoras, sobre todo, en grandes bancos.

Otro motivo que explica la posición tan baja de España el insuficiente número de grandes empresas en las que los valores corporativos y la estructura de organización fomenten el emprendimiento de los empleados que lo componen. No es factible producir el impulso del emprendimiento corporativo con estructuras piramidales clásicas y creyendo solo en el departamento interno de I+D para el desarrollo de productos.

Otra característica que determina la actividad emprendedora en España es la gran repulsión al riesgo respecto a los demás países del entorno ya que tomamos hasta tres veces menos riesgo que los emprendedores de Estados Unidos. Esto se debe a la gran preocupación y miedo que le tenemos al fracaso. Aun así, en los jóvenes cada vez va disminuyendo dicho miedo.

Otro factor que determina la posición tan baja en España es, la insuficiente autoconfianza en los españoles para poder iniciar un negocio. Nos consideramos muy poco creativos y consideramos que lo que ocurre es resultado de acciones de otros o incluso de la suerte.

Ser emprendedor no está demasiado bien visto: tiene un 48% de índice de popularidad frente a 73% de estados Unidos o el 62% de Francia. Los jóvenes piensan que la sociedad valora mejor a los profesionales independientes o a los científicos y artistas que a los emprendedores o empresarios. Solo los funcionarios están peor vistos.

España debe desarrollar mucho la actividad emprendedora tanto el tipo individual como el corporativo. Una solución sería, en cuanto al emprendimiento individual, aplicar un nuevo entorno legal y en cuanto al corporativo, una nueva cultura.

Otra razón que explica la situación de España es por los medios de comunicación. En otros países como Estados Unidos o Noruega, los medios de comunicación muestran un mayor interés a la iniciativa emprendedora, mientras que en España se caracteriza por su interés.

Además, el porcentaje más alto de ni-nis en España se encuentra entre el intervalo de edad de los 15 a 19 años. Esta diferencia se recorta entre los 20 y 24 años. En España se prefiere el

empleo al autoempleo y la inversión en I+D y el número de investigadores empleados son bajos en España. [13]

4.2.1 Análisis en comparación internacional

Para estudiar la situación emprendedora en España con respecto a los demás países, nos centramos en un estudio que fue realizado en el año 2009. Este estudio representa el afecto de algunos valores sobre los habitantes de diferentes países para así, compararlos con España.

EMPRENDEDORES: COMPARACIÓN INTERNACIONAL

La tasa de emprendedores de España está en la media, pero se emprende por necesidad.

Solo 4 de cada 10 emprendedores lo hacen por oportunidad, siendo la tasa más baja del entorno.

EMPRENDEDORES 0 A 42 MESES
% 2009

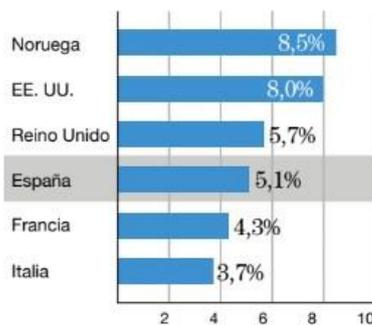


Figura 4-7 Emprendedores de 0 a 42 meses

EMPRENDEDORES POR OPORTUNIDAD
% 2009

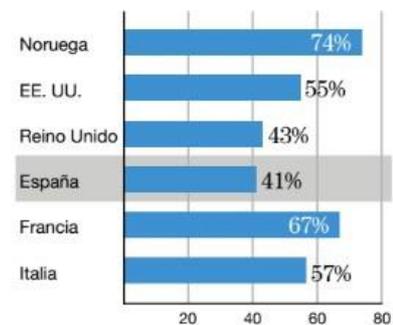


Figura 4-8 Emprendedores por oportunidad

VALORES Y CULTURA

Nos arriesgamos poco, probablemente porque tenemos miedo a fracasar.

ACTITUD HACIA EL RIESGO
"En general soy una persona que toma riesgos"
% totalmente de acuerdo

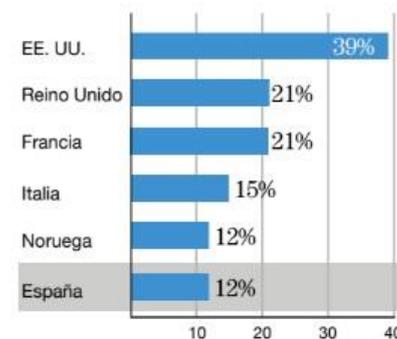


Figura 4-9 Actitud hacia riesgo (fuente: [12])

MIEDO AL FRACASO
% personas

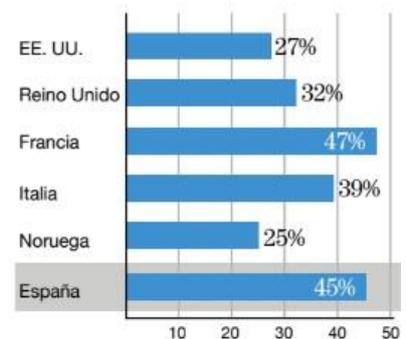


Figura 4-10 Miedo al fracaso

CREATIVIDAD

"Me considero una persona creativa, que tiene nuevas ideas"
% totalmente de acuerdo

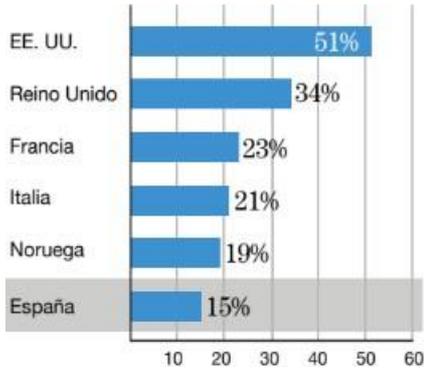


Figura 4-11 Creatividad

CONTROL INTERNO

"Mi vida está determinada por mis propias acciones, no por las acciones de otras personas o mi suerte"
% totalmente de acuerdo

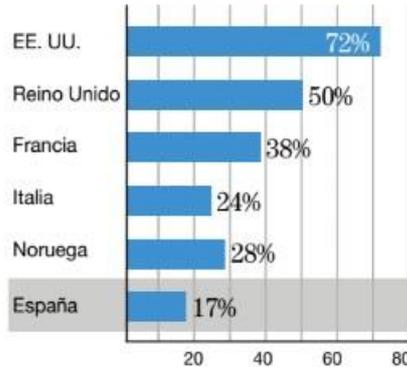
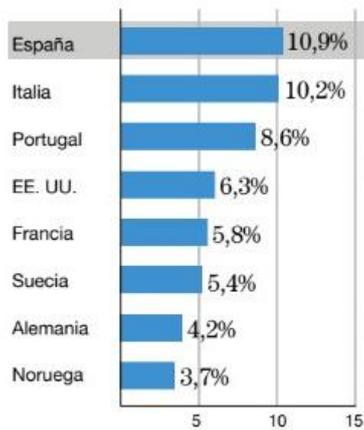


Figura 4-12 Control interno (fuente: [12])

JÓVENES QUE NI ESTUDIAN NI TRABAJAN

15 A 19 AÑOS

% misma edad



20 A 24 AÑOS

% misma edad

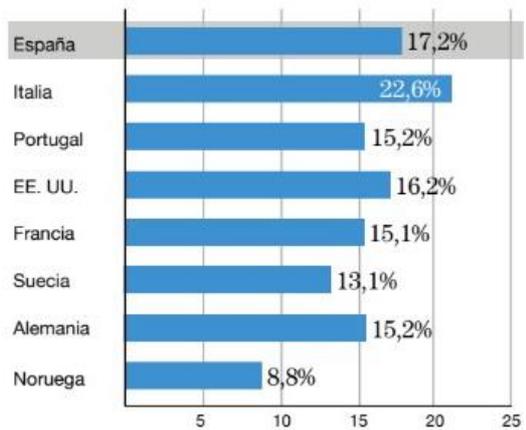


Figura 4-13 Jóvenes que ni estudian ni trabajan (fuente: [12])

LA IMAGEN DEL EMPRENDEDOR EN LA SOCIEDAD

IMAGEN EMPRENDEDOR

% imagen favorable

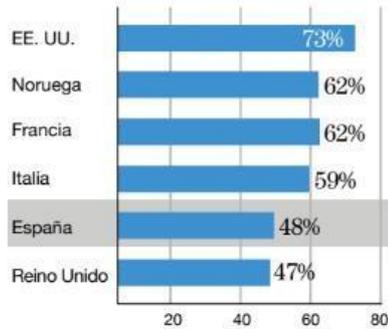


Figura 4-14 Imagen emprendedora

VALORACIÓN SOCIAL DE LOS JÓVENES

"¿Cómo crees que la sociedad valora a:?"
% favorable, 2009

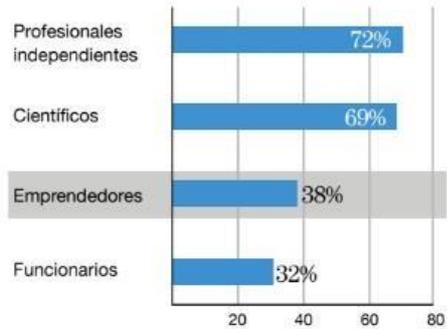


Figura 4-15 Valoración social (fuente: [12])

INNOVACIÓN E INVESTIGACIÓN

España está a la cola en inversión en I+D y número de investigadores: países como Suecia o Estados Unidos invierten hasta 3 y 2 veces más.

Los grandes investigadores tienen tendencia a emigrar a los países donde se invierte más y donde son mejor considerados.

INVERSIÓN EN I+D

% sobre PIB, 2008

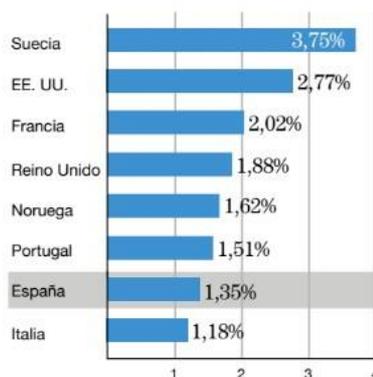


Figura 4-16 Inversión en I+D (fuente: [12])

NÚMERO DE INVESTIGADORES

Por cada 1.000 empleos, 2006

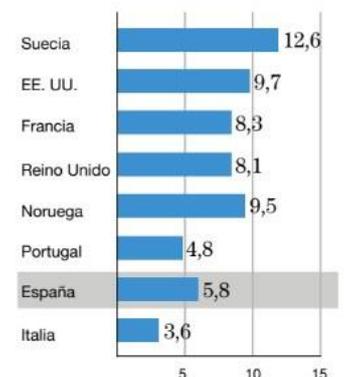


Figura 4-17 N° de investigadores

FINANCIACIÓN DE 'START-UPS'

Las redes de *business angels* están creciendo en España y la actividad actual compara bien con los niveles europeos. ■■■■■

'BUSINESS ANGELS'

Nº de inversores en redes

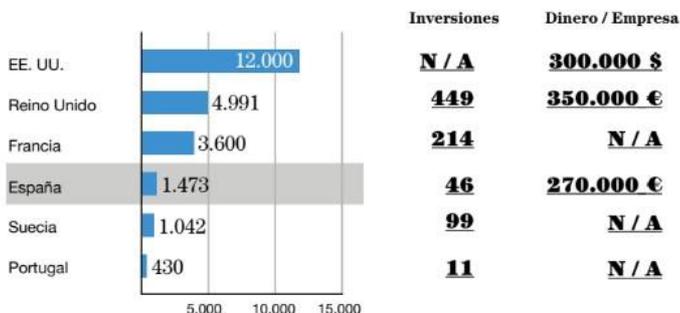


Figura 4-18 N° de inversores en redes (fuente: [12])

4.3 Emprendimiento en la juventud

España se encuentra en un momento crítico en el que el emprendimiento es imprescindible pero existe una gravísima y muy preocupante tasa de paro. Es el momento de fomentar el espíritu emprendedor en España mejorando la percepción de la sociedad respecto al emprendedor/empresario. Para ello, es importante establecer un entorno adecuado en el que la formación desempeñe el papel más importante. A pesar del desarrollo de varias estrategias, parece que se ha prestado menos atención a las infraestructuras necesarias para implementarlas de manera efectiva. Por ejemplo, la nueva Ley de educación define nuevos objetivos de aprendizaje relacionados con el espíritu empresarial e introduce nuevos métodos de aprendizaje.

Sin embargo, se ha brindado muy poco apoyo a los maestros para que se puedan lograr estos objetivos.

No hay suficiente capacitación sobre el espíritu empresarial para los docentes como parte de su desarrollo profesional continuo y se ha desarrollado poco material didáctico nuevo para facilitar la educación para el emprendimiento.

El acceso a las finanzas sigue siendo uno de los mayores desafíos para los jóvenes. Tras la consolidación en el sector bancario después de la crisis económica, este desafío ha crecido desde que ahora hay menos prestamistas en los mercados financieros tradicionales.

Si bien están surgiendo lentamente varios mecanismos de préstamos prometedores, como las comunidades autofinanciadas y los préstamos entre pares, las microfinanzas son extremadamente limitadas debido a las regulaciones bancarias.

Esto deja a los jóvenes con pocas opciones de financiamiento externo al iniciar un negocio.

Para conseguir iniciar un camino emprendedor y su éxito a partir de las ideas innovadoras y proyectos empresariales, es tan importante la formación como la financiación.

También es importante la implicación de las autoridades competentes, locales, autonómicas y estatales.

Debemos conseguir una nueva actitud para conseguir impulsar una nueva cultura del empresarial y del autoempleo que se correspondan con las necesidades de la sociedad actual.

El papel que representa la juventud en España es clave ya que puede considerarse una oportunidad en tiempos de crisis y una necesidad para nuestro país.

Algunos autores describen en trece artículos diversos aspectos relacionados con el tema, “comenzando por abordar el emprendimiento desde un punto de vista histórico y más tarde, se analiza el perfil del joven emprendedor, las motivaciones que llevan a la juventud a emprender, un análisis de los nuevos nichos del mercado y yacimientos de empleo, un repaso a las principales ayudas financieras y oportunidades al alcance de la juventud española, el vital papel de la formación y las diferentes iniciativas de fomento del emprendimiento, que permiten aproximarse de forma teórica a las cifras que desvelan la situación actual del emprendimiento juvenil en España, así como comprobar la implicación de los diferentes agentes en el fomento de la cultura y la actividad emprendedora”.

En la etapa de la juventud, la intención de realizar modificaciones muestra una menor resistencia en las personas. En dicha etapa, los factores como los ideales, sueños e impulsos de cambio, son características del emprendimiento que explica la relación tan estrecha que hay entre el emprendimiento y la juventud.

La nueva valoración que se le da al espíritu emprendedor en España se basa en la visión de nuevas oportunidades por parte de los jóvenes y adolescentes, en la intención de aprovechar los recursos y las oportunidades.

En situaciones de crisis y las altas tasas de desempleo, el papel que representa el emprendimiento o la creación de empresas es clave para los jóvenes para la hora de tener que plantearse gran número de opciones para la salida profesional frente a la opción de trabajo dependiente en los últimos años.

La importancia de la actividad emprendedora en el desarrollo socioeconómico de un país o región ha alcanzado un amplio consenso entre los estudiosos del tema.

El emprendimiento, aunque no sea una acción novedosa, ha cobrado gran importancia en esta última década en determinados contextos como el de la economía española.

En la agenda política y social, ha surgido la necesidad de promover el emprendimiento empresarial a causa de la insuficiente capacidad económica para la creación de empleos con estabilidad y del nivel tan alto de desempleo, sobre todo en los jóvenes.

Existen dos realidades en este contexto con un mismo fin, el de emprender. La primera realidad es la que incita a iniciar una actividad que surge gracias a las expectativas del mercado y la segunda realidad es que lleva al emprendimiento como una manera de autoempleo, desde el pesimismo ante las oportunidades de empleo. [14]

CULTURA EMPRENDEDORA EN LOS JÓVENES ESPAÑOLES

Con la colaboración de la red social Tuenti, ESADE ha realizado una encuesta en marzo de 2011 a más de 7.000 jóvenes. De la muestra, el 56% eran hombres, el 44% mujeres, con la siguiente distribución por edades: 12 a 17 años un 43%, 18 a 23 años un 52%, y 24 a 31 años un 5%.

OBSTÁCULOS A LA INICIATIVA EMPRENDEDORA

“¿Por qué crees que los jóvenes no se animan más a desarrollar nuevos proyectos emprendedores?”

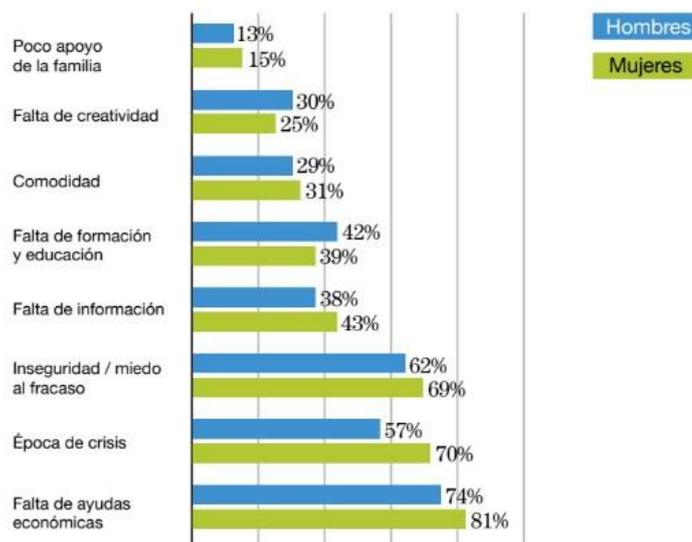


Figura 4-19 Obstáculos para la iniciativa emprendedora entre hombres y mujeres

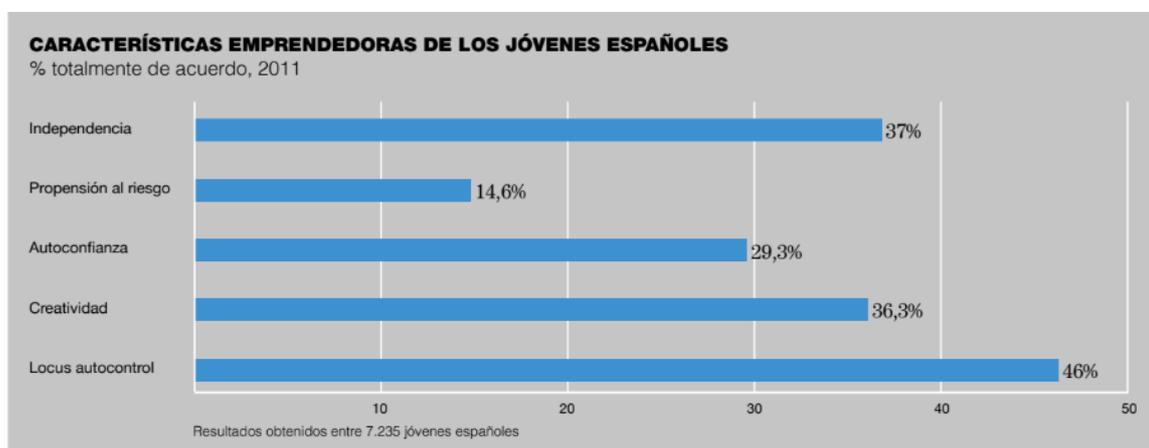


Figura 4-20 Características emprendedoras de los jóvenes estudiantes (fuente: [12])

Observamos que existen numerosos obstáculos que impiden un espíritu emprendedor entre los jóvenes para el desarrollo de nuevos proyectos o para la creación de nuevas empresas.

PREFERENCIAS PARA INVERTIR EL DINERO GANADO EN LA LOTERÍA⁽¹⁾
% personas

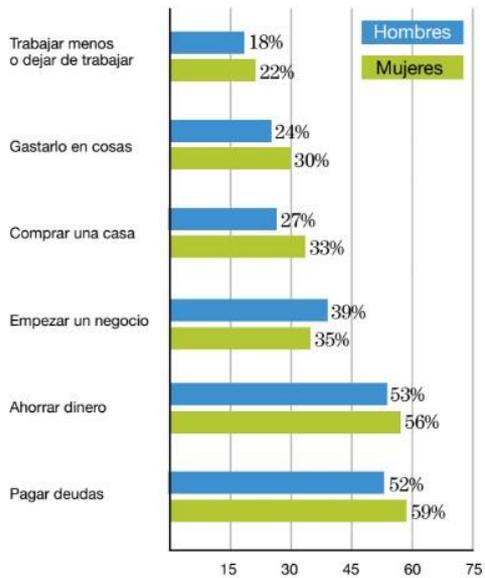


Figura 4-21 Preferencias para invertir el dinero ganado en la lotería (fuente: [12])

FUTURO LABORAL VS. GÉNERO
“¿Cómo te imaginas tu futuro laboral?”
% personas



Figura 4-22 Futuro laboral vs. género

4.3.1 El fenómeno emprendedor en la universidad

Se ha demostrado que existe una evidencia empírica que afirma que la existencia de organismos públicos como las universidades, afectan sobre la acción innovadora de un territorio.

Las universidades emprendedoras desempeñan un papel importante como productor de conocimiento y como institución de difusión.

En la literatura, varios estudios contribuyeron con hallazgos relevantes. La mayoría de estos estudios revelan una tendencia a utilizar estudios de caso para explicar este fenómeno justificado por la naturaleza embrionaria del campo temático y por la falta de un marco teórico sólido para entenderlo.

Sin embargo, ningún estudio empírico ha resaltado las interrelaciones entre los factores ambientales e internos que condicionaron el desarrollo de las universidades emprendedoras con las misiones de enseñanza, investigación y emprendimiento que deben alcanzar.

Lo que se pretende es contribuir a una mejor comprensión de estas interrelaciones, identificando los factores más críticos que condicionaron estas misiones y, para este fin, ofrece un modelo de propuesta para medir este fenómeno empíricamente a la luz de la economía institucional y la visión basada en recursos.

Por lo tanto, gracias a dichas universidades y otros organismos públicos, se fomenta y enseña sobre el emprendimiento ya que es necesario para el desarrollo de nuevos productos y servicios y también, para la creación de nuevas industrias.

Las universidades además de implementar la comercialización del conocimiento y la investigación, también se afirma que dichas universidades desempeñan un papel muy importante relacionado con la generación y la dispersión del conocimiento basado en el sector empresarial. Por lo tanto, muchas universidades se reflejan como las principales fuentes de desarrollo tecnológico capaces de fomentar la actividad económica.

Existen algunos factores que sustentan la noción de una universidad emprendedora.

Se han identificado modelos teóricos de universidades emprendedoras y, en cada una, hay elementos asociados con factores formales e informales, siguiendo la idea de North (1990 y 2005) que sugieren tres factores formales: estructura de gobierno, estructura organizativa y apoyo; y dos factores informales: recompensas y cultura.

Por ejemplo, Clark (1998) sugirió el primer modelo que examinará cinco universidades europeas. Él identificó que, para que una universidad se vuelva emprendedora, tiene que seguir cinco caminos durante su transformación institucional. El primer trimestre se relaciona con factores formales (un núcleo de dirección reforzado, una periferia de desarrollo ampliada y una base de financiamiento diversificada) y dos factores informales (una cultura empresarial integrada y un corazón académico estimulado).

El modelo de Sporn (2001) concluyó que hay seis factores formales; misiones y objetivos, la estructura, la gestión, la gobernanza y el liderazgo, un factor informal; cultura organizacional, y un moderador; el entorno que influye en la adaptación de la educación superior y la estructura de la universidad.

El modelo propuesto por Etzkowitz (2004) estaba integrado por un conjunto de cinco proposiciones interrelacionadas derivadas de su análisis del desarrollo académico empresarial en los Estados Unidos, Europa y América Latina.

Esta es una guía para la renovación institucional que incluye los siguientes factores formales: capitalización del conocimiento, interdependencia con la industria y el gobierno, otras esferas institucionales, formas de organización híbridas y renovación en el tiempo.

Kirby (2006) propuso siete acciones estratégicas destinadas a promover una cultura empresarial en las universidades. Los factores que se han identificado como formales son acciones estratégicas relacionadas con la organización, respaldo, incorporación, implementación y comunicación. Los factores identificados como informales están relacionados con la promoción, el reconocimiento, la recompensa y el respaldo.

Shattock (2008) propuso que el emprendimiento, a través de la generación de actividades nuevas e innovadoras, haga una contribución distintiva a la sociedad del conocimiento.

Los factores identificados como formales son: una base de ingresos diversificada y competitividad institucional que obligaría a las casas a buscar nuevas ideas y nuevos programas.

Además, han surgido muchos estudios empíricos sobre universidades emprendedoras. Las principales consideraciones están relacionadas con los objetivos, los marcos teóricos, la metodología y los hallazgos más importantes sobre la universidad empresarial.

Los objetivos de estos estudios se centraron en explicar las actividades empresariales, la visión empresarial, el proceso de transformación, las estrategias, los cambios estructurales y las alianzas con otras instituciones. Los marcos teóricos utilizados fueron el enfoque de emprendimiento académico; El enfoque del capitalismo académico y el modelo teórico propuesto por Clark en 1998.

La metodología utilizada fue el enfoque de estudio de caso que revela la naturaleza embrionaria del tema y la falta de un marco teórico sólido para entenderlo.

Las principales contribuciones fueron los factores críticos durante el proceso de adaptación y la percepción de la comunidad universitaria.

En España, los factores informales se han centrado en la intención empresarial de los estudiantes universitarios

Observamos que existen diferentes tipos de universidades:

"Universidad académica"	<ul style="list-style-type: none"> • Orígenes en la edad media, se caracterizaba por desempeñar fundamentalmente la función de enseñanza. • Orientada hacia la formación de sacerdotes, empleados públicos, abogados, etc. y carecía de una orientación hacia el desarrollo de actividades de investigación. Más importante la difusión del conocimiento que la generación. • En la enseñanza superior surgieron dos tipos de funciones: una para desarrollar el potencial de los estudiantes, y la otra para transferir conocimiento y habilidades a los individuos, que fueran útiles para la sociedad. • La iglesia es el actor fundamental.
"Universidad clásica"	<ul style="list-style-type: none"> • Se gesta en la denominada "primera revolución académica", en la cuál a la función de enseñanza vino a sumarse la creación de conocimientos, dando origen a la especie. • Surge básicamente en Alemania, con el modelo de la universidad de Humboldt y expandiéndose a otros países europeos e incluso a Estados Unidos de Norteamérica. • El tránsito hacia este tipo de universidad estuvo acompañado de cambios en las relaciones universidad-entorno, particularmente en la definición de los actores clave para entablar dichas relaciones. • La alta dependencia hacia los gobiernos hacen que esté sea el actor clave debido a la dependencia de la investigación universitaria hacia los fondos estatales. • Se adoptó la organización por departamentos en función de la variedad de disciplinas impartidas por la institución. De igual forma, las actividades de investigación se desarrollaron bajo este esquema. • Su actividad científica se puede definir como básica o pura, sus objetivos serían la educación y el conocimiento para el propio bien del individuo.
"Universidad técnica"	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollada posteriormente en Europa (colegio técnico, instituto tecnológico o politécnico), transferido a Estados Unidos y Japón. • Mantiene las funciones de enseñanza e investigación adoptada por la universidad clásica, se diferencia de ésta, por la orientación que le impone a las actividades de investigación. • Muestra un carácter instrumental o utilitarista. • Es concebida como un espacio donde se crea y difunde conocimiento útil, que contribuye al desarrollo económico nacional, al tiempo que prepara al individuo con habilidades que la sociedad requiere.
"Universidad emprendedora "	<ul style="list-style-type: none"> • Es caracterizada en términos generales por la adopción de una tercera función, adicional a las actividades de enseñanza e investigación, representada por la contribución directa al crecimiento económico. Este cambio ha sido denominado la "segunda revolución académica" con implicaciones incluso más profundas. • Utiliza el conocimiento como un potencial al servicio de su entorno, más que como un bien económico objeto de intercambio. En consecuencia, necesita disponer de una misión y estrategia de actuación determinadas para actuar en dicho contexto de acuerdo con tres objetivos básicos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Atender mediante respuestas innovadoras, las nuevas demandas de formación. ○ Incrementar la actividad de I + D en interacción con el entorno socioeconómico. ○ Participar activamente en el desarrollo de la sociedad.

Tabla 4-1 Tipos de universidades (fuente: [15])

4.3.1.1 La universidad emprendedora y el emprendimiento económico

La universidad emprendedora pretende lograr una respuesta a varias demandas pertenecientes a gobiernos, industrias y a la sociedad en general. Lo ideal sería, que varias universidades del mundo adquirieran las capacidades que les permitan obtener mayor flexibilidad y así, desarrollar un mecanismo de transformación que les condujeran hacia el camino más innovador, proactivo e incluso emprendedor.

Además de la gran importancia de la investigación científica, también poseen un papel muy importante para la universidad emprendedora la tecnología y la innovación.

Por esta razón, la universidad debería de implementar diferentes técnicas de gestión, posturas estratégicas y competitivas.

Algunos factores, tanto de carácter formal como informal, son los que han incidido en el surgimiento de la Universidad Emprendedora:

De carácter formal:

- Reglas, estructura y gobierno de la universidad.
- Reglas y políticas gubernamentales
- Estructura de emprendimiento académico
- Leyes de propiedad intelectual
- Programas de educación para el emprendimiento
- Relaciones entre la universidad y la industria

De carácter informal:

- Actitudes de los académicos hacia el emprendimiento
- Métodos de enseñanza del emprendimiento
- Modelos y sistemas de recompensa académica
- Cultura emprendedora

La universidad emprendedora podría definirse como: “una sobreviviente de entornos competitivos con una estrategia común orientada a ser la mejor en todas sus intentando ser más productiva y creativa al establecer vínculos entre la educación y la investigación”

Conseguir el cambio hacia el modelo de la universidad emprendedora se considera un proceso bastante complejo y debe de ser ayudado por un conjunto de factores críticos.

A partir de un estudio empírico realizado en ocho universidades diferentes, se logró crear un modelo teórico para analizar e identificar dichos factores críticos que son necesarios para el desarrollo del emprendimiento en la universidad y que, además, incluyen procesos de adaptación, cambios organizacionales, estrategias adoptadas, tipos de actividades emprendedoras y características de sus académicos.

He aquí el marco conceptual de las universidades emprendedoras: [15]

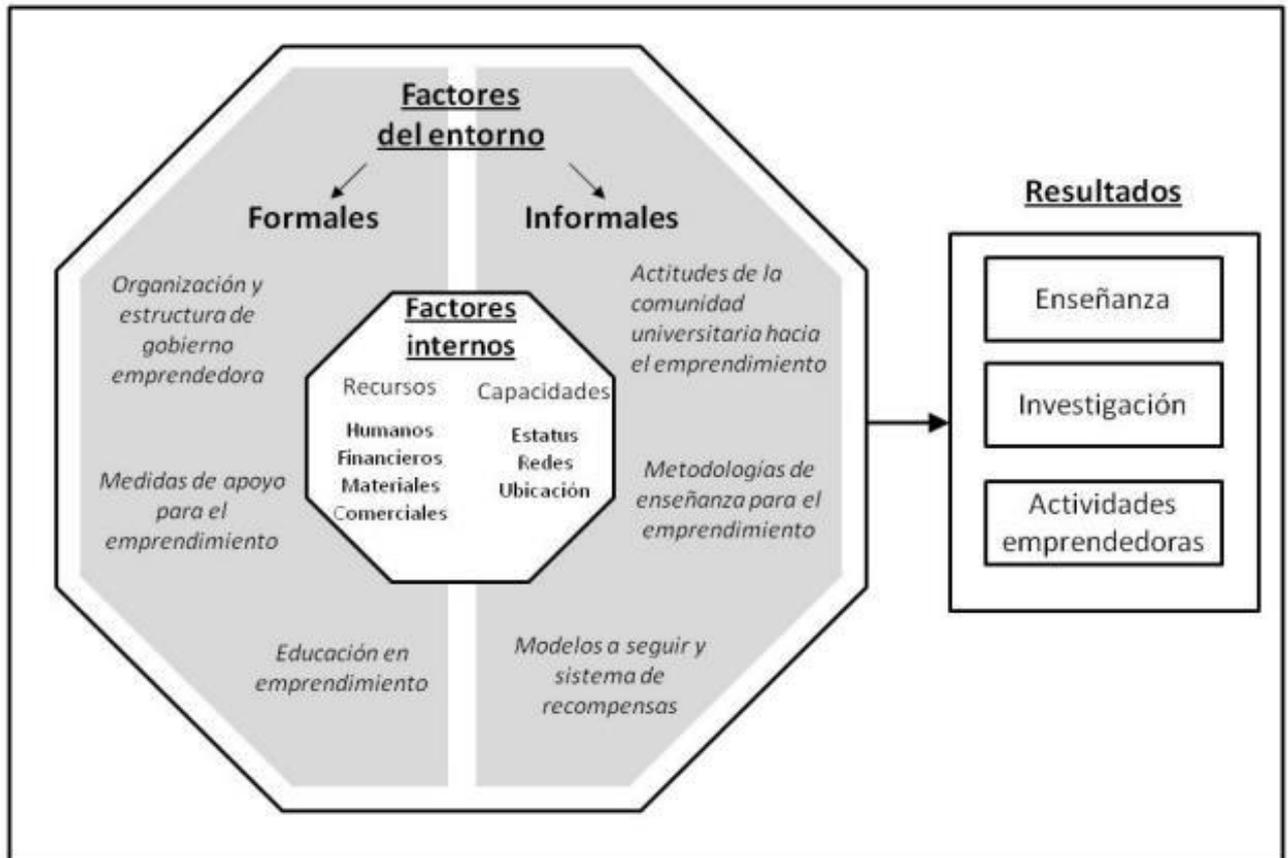


Figura 4-23 Marco conceptual de las universidades emprendedoras (fuente: [15])

En el emprendimiento académico, al integrar una serie de actividades comerciales relevantes, existe la necesidad de colaboración por parte de científicos, académicos y organizaciones como la colaboración universidad- industria, los fondos de capital de riesgo y las empresas creadas por académicos.

Otra buena definición empleada para el emprendimiento académico es: “creación o aprovechamiento de una oportunidad en un contexto universitario, a pesar de los recursos disponibles” que permite que un espectro de procesos puedan ser incluidos como comportamientos emprendedores.

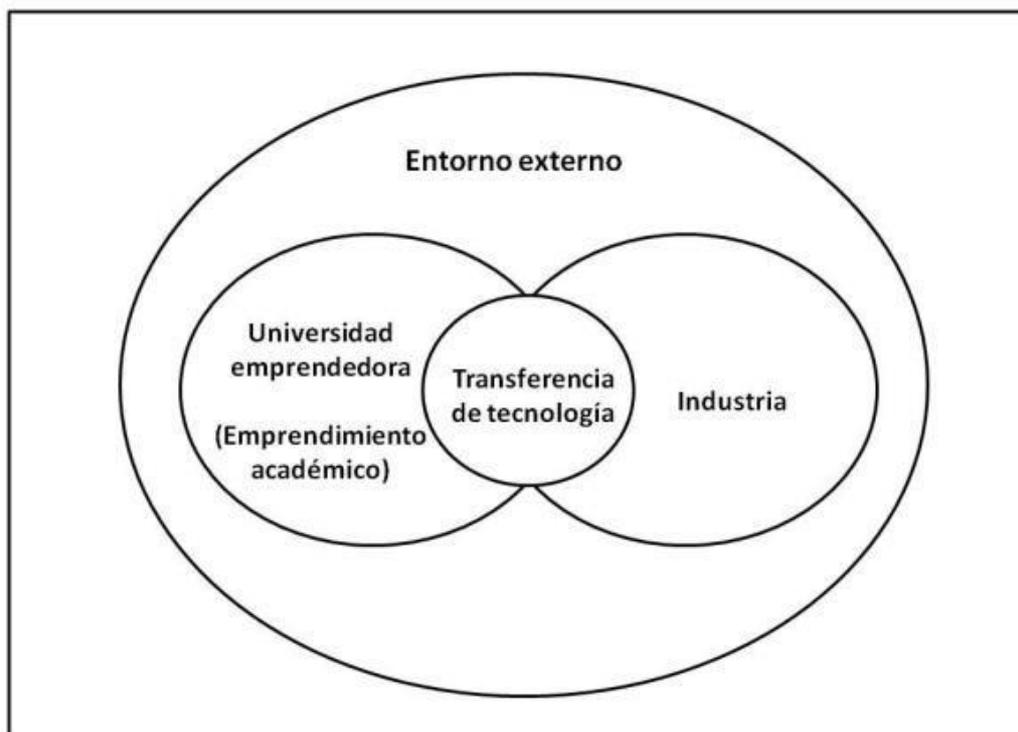


Figura 4-24 Marco conceptual de las universidades emprendedoras (fuente: [15])

4.3.2 Actividades emprendedoras en la universidad

Las actividades recomendadas para aplicar en una universidad para ayudar al fomento del emprendimiento son las siguientes:

Ayudar a los estudiantes a ayudarse a sí mismos

Navegar por las actividades de innovación y emprendimiento puede ser abrumador, especialmente en una gran universidad.

Según dijo Shrader. "Es un desafío para los estudiantes identificar y priorizar el recurso o la actividad correcta en función de sus principales intereses e intereses".

Según Shrader, también fue difícil para una universidad mantenerse al día con todos los nuevos recursos y actividades que surgen en una universidad.

Shrader afirmó que la comunicación boca a boca de estudiante a estudiante es infinitamente más poderosa que las recomendaciones de profesor a estudiante ".

Según Velásquez, tales proyectos dirigidos por estudiantes, como el desarrollo de una guía práctica de ecosistemas o un sitio de redes sociales, son una buena capacitación para su viaje de innovación y emprendimiento. "El espíritu empresarial tiene que ver con la resolución de problemas", dijo. "Cuando están trabajando en su empresa en el mundo real, no serán soluciones alimentadas con cuchara. Necesitan desarrollar el suyo propio. Cuanto antes practiquen resolver problemas de forma innovadora, mejor ".

Fomentar la colaboración a nivel universitario

“Los estudiantes buscan orientación en la universidad”, dijo Shrader. “Si no sabemos qué hay disponible, ¿cómo podemos estar de servicio?”

La iniciativa de programación también ayuda a los profesores a identificar las lagunas de recursos en el ecosistema. “Una vez que comenzamos a ver el panorama general, pensamos en otras formas de apoyar mejor a los estudiantes”, dijo Shrader.

Velásquez anima a los jugadores clave en un ecosistema universitario a colaborar temprano y con frecuencia. “Los silos departamentales son perjudiciales para un ecosistema saludable”, dijo. “Trabajen juntos no solo para desarrollar la programación y los recursos, sino para dar un paso atrás como grupo para evaluar qué funciona y qué debe mejorar. Y no te olvides de escuchar los comentarios de los estudiantes. Su aporte es crítico en el proceso de mejora continua”.

Cultivar emprendedores accidentales

“Es tan gratificante estructurar oportunidades que permiten a las personas experimentar el emprendimiento que de otra manera no hubieran pensado en ello”, dijo Shrader.

Ayudar a los estudiantes a adaptar su hoja de ruta

Dado que muchos estudiantes se están convirtiendo rápidamente en innovadores y empresarios gracias al aumento de las actividades de emprendimiento en la universidad, es importante que los profesores trabajen en estrecha colaboración con los estudiantes, así como con otros actores clave en el ecosistema, para garantizar que tengan acceso a los recursos y oportunidades adecuados.

“No existe una fórmula secreta para desarrollar una hoja de ruta ideal para la innovación y el espíritu empresarial”, dijo Velásquez. “Los profesores son el mejor recurso para ayudar a los estudiantes innovadores a identificar y maximizar las actividades empresariales disponibles, asegurando que tengan una ventaja sólida en su viaje”.

El número de actividades emprendedoras llevada a cabo en el interior de las universidades han aumentado y se han ido clasificando según su función en varios tipos: [15]

- 1) Proyectos de investigación científica de gran alcance, que cuentan con financiación externa.
- 2) Generación de ingresos adicionales a partir de actividades de consultoría, conferencias, cursos de formación o regalías, entre otros.
- 3) Contratos de investigación con organizaciones y empresas.
- 4) Explotación de patentes o propiedad industrial.
- 5) Comercialización en relación a la formación o participación de la universidad en el capital de empresas creadas a partir de investigación.

También existen otros tipos de actividades emprendedoras como son los proyectos científicos a gran escala, desarrollo de proyectos de investigación específicos, consultoría, investigación contratada, patentes y licencias, enseñanza externa, empresas spin-off, ventas.

Además se afirma que las actividades y estrategias aplicadas en las universidades son condicionadas por la cultura de las universidades, por las políticas gubernamentales, el liderazgo individual de los campus, la calidad de la universidad, así por el dinamismo y recursos de la economía local. Todo esto se argumenta ya que se ha comprobado que la variedad de actividades que se llevan a cabo por universidades entra en juego con su contribución a la economía y la política.

Las actividades emprendedoras seleccionadas por una universidad se clasifican en actividades “suaves” o “duras” dependiendo del potencial que tienen que contribuir de forma directa o indirecta al desarrollo económico y a la tercera misión de la universidad.

He aquí el espectro de las actividades emprendedoras en las universidades:

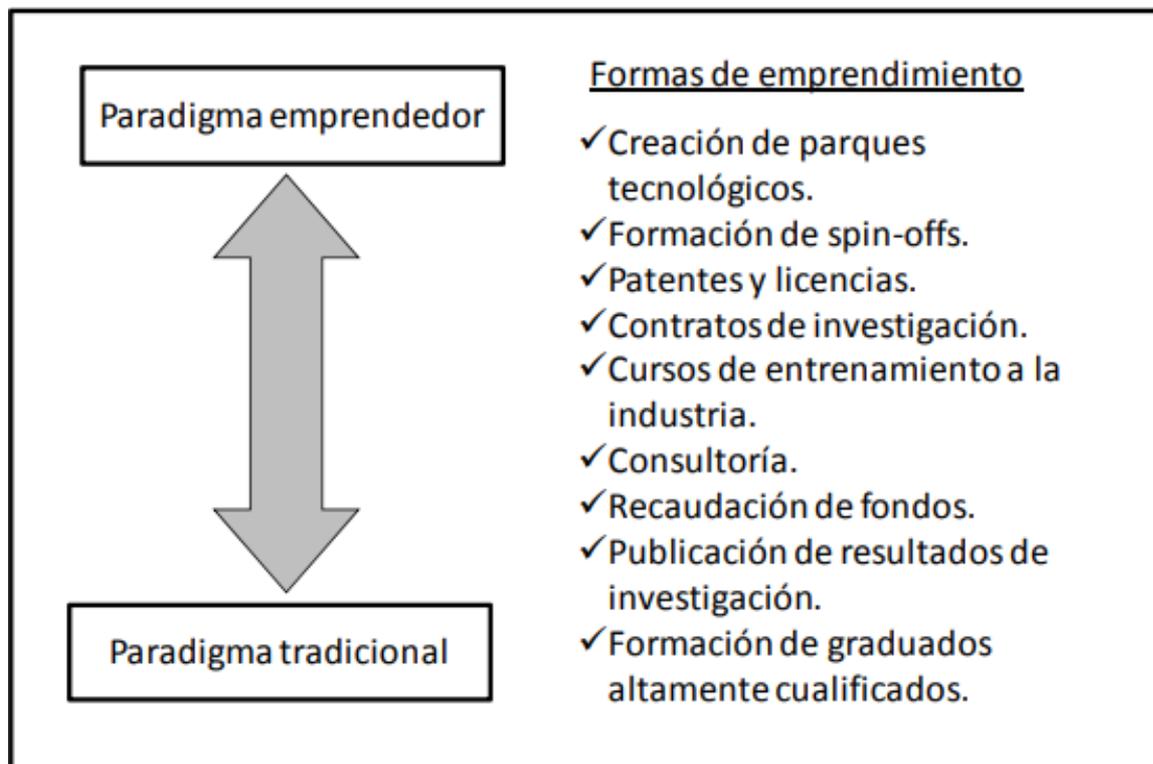


Figura 4-25 Espectro de las universidades emprendedoras en las universidades (fuente: [15])

4.3.3 Emprendimiento académico en Europa y España

Estados Unidos es el líder mundial en la creación de spin-offs y en utilización de instrumentos de transferencia tecnológica, aunque cada vez más, las universidades europeas intentan poner especial atención a asociaciones las cuales están directas con la comunidad empresarial, centrándose en la creación de nuevas iniciativas empresariales, concesión de licencias y un incremento en la estimulación de investigación aplicada.

Para intentar convertir a Europa como la economía basada en el conocimiento más dinámica y más competitiva mundialmente, se empezó a poner en marcha programas de apoyo para la creación de nuevas empresas, a través del estudio de modelos de éxito y su difusión y transferencia a todos los países miembros.

Está comprobado que las universidades europeas, son menos eficientes que las universidades norteamericanas ya que en los primeros casos de spin-offs académicas dados en Europa, el desarrollo, nivel de implementación, relevancia e impacto en la economía y otros aspectos han sido diversos y relativamente bajos en comparación con Estados Unidos. Esto es así a causa de las diferencias que existen en las instituciones que determinan los sistemas de investigación en ambas regiones, el estatus de los investigadores, el papel de la competencia, la movilidad y la organización en la financiación de la investigación

He aquí una descripción más detallada de estas diferencias: [15]

Categoría	Sistema Estados Unidos	Sistema Europa continental
Estatus de los académicos	<ul style="list-style-type: none"> • Los académicos son empleados de la universidad. • La compensación se determina de una forma descentralizada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los académicos son funcionarios públicos o empleados del estado. • La compensación no suele reflejar las diferencias en la productividad debido al sistema centralizado.
Competencia y movilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Existe una intensa competencia por obtener a los investigadores más talentosos lo cual significa financiación pública adicional a las universidades. • Existe una alta movilidad de investigadores, incluso de corto plazo entre ambientes académicos y no académicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe menor movilidad y competencia lo que puede inhibir la colaboración a través de límites institucionales que impiden la transferencia de tecnología.
Financiación y asignación de recursos para I+D	<ul style="list-style-type: none"> • Tiene múltiples niveles y es descentralizado (federal, estatal, local, etc.) y de diversos tipos de agencias en términos de gobierno (público, privado, fundaciones) y horizontes de tiempo (corto y largo plazo). • La asignación de recurso para I+D está basada en un proceso bajo evidencia. • Permite la concentración de fondos que favorecen la financiación a largo plazo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las fuentes de financiación están asignadas en pocos niveles y existe solo una baja variedad de fondos con una débil participación de fuentes privadas. • La asignación de recursos es el resultado de compromisos políticos y en base a reclamaciones concurrentes. • Resulta usualmente en la distribución equitativa de fondos que atrae el financiamiento a corto plazo y limitado.

Tabla 4-2 Comparación entre los sistemas de EEUU y Europa (fuente: [15])

Estas diferencias dadas nos permiten ver que no existe el éxito en cuanto al emprendimiento académico en el sistema europeo, sin embargo existen algunos casos de spin-offs que lo han sido, especialmente en el Reino Unido y en Alemania, en sistemas universitarios centralizados. Por lo que esto permite que la figura de emprendedor académico se encuentre presente en Europa continental a pesar de las supuestas barreras institucionales. En general, las actividades de emprendimiento académico y transferencia de conocimientos usualmente se dan a partir de las interacciones con las empresas en actividades de I+D; por otra parte, la actividad de licencias de los resultados de investigación muestra una tendencia de crecimiento en cuanto a número de tecnologías licenciadas.

Además existen diferencias sobre la creación de empresas entre los académicos generados desde las instituciones universitarias españolas y el de otros países, siendo de relevancia los casos de Estados Unidos y Canadá,

He aquí una breve representación sobre la situación actual de las actividades de transferencia de conocimiento en las universidades españolas: [15]

<i>Indicador de transferencia de conocimiento</i>	2007	2008	2009	2010
Captación de recursos en I+D+i con empresas y entidades (Millones €)	617	705	638	632
No. de solicitudes de patente prioritaria nacional	434	526	604	615
No. de solicitudes de extensión internacional (PCT)	192	165	310	352
No. de licencias de resultados de I+D	190	171	182	209
Retorno por licencias (Millones €)	1.94	2.4	2.61	2.36
No. de spin-off creadas	120	100	118	131

Tabla 4-3 Situación de las actividades de transferencia de conocimiento en las universidades de España (fuente: [15])

En general, en España, a causa de la negatividad representada por la figura del empresario y de la carencia de espíritu emprendedor entre la población ya que no es capaz de asumir los riesgos inherentes a la creación de una empresa, no existe un alto nivel en las actividades emprendedoras.

Por esta misma razón, las universidades españolas están interesadas cada vez más, en implantar programas que enseñen a crear empresas y que están desarrollando infraestructuras de apoyo a éstas.

Tras una encuesta realizada, en el siguiente diagrama se representa una evolución de la creación de spin-off en España;

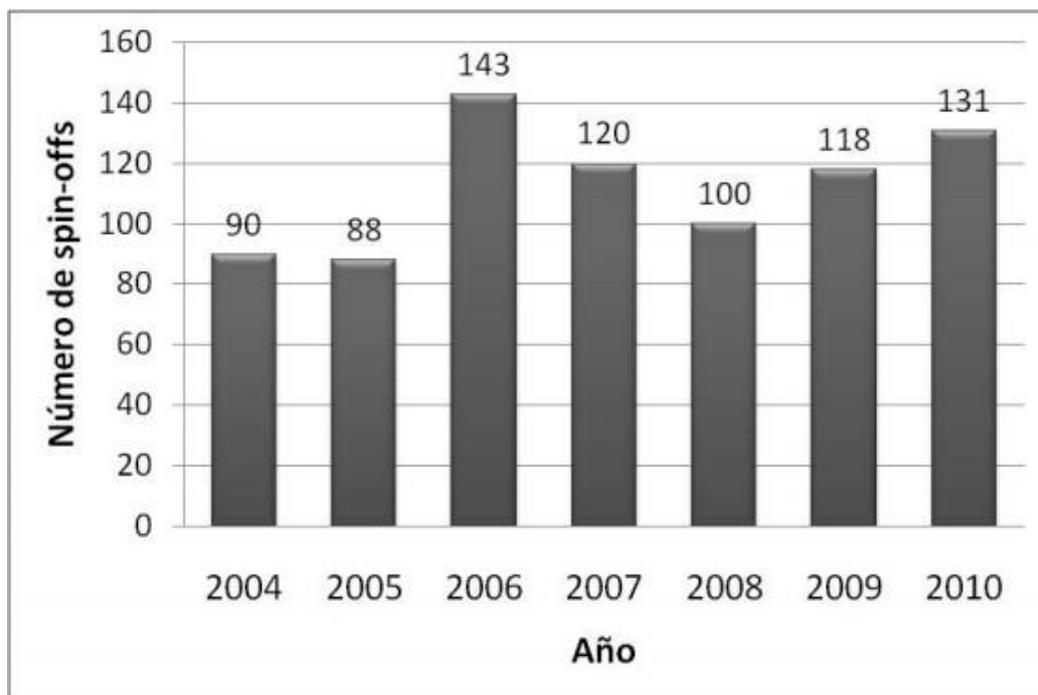


Figura 4-26 Evolución de la creación de spin-off (fuente: [15])

Las spin-offs suelen ser empresas con cierta fragilidad ya que existen barreras que limitan el desarrollo de las spin-offs universitarias y que, por tanto, impiden una participación más activa en el desarrollo económico. Estas barreras son la disponibilidad de recursos financieros y la falta de habilidades de gestión empresarial de los emprendedores.

Un aspecto muy importante que sirve para obtener un impacto directo en la capacidad de las empresas para financiar su actividad es el acceso al capital. Por eso, al mismo tiempo, es un problema para muchos fundadores de las spin-offs españolas.

Otras barreras que amenazan la supervivencia de las spin-offs son la inexperiencia laboral, los problemas de gestión y la falta de información sobre el mercado y sobre posibles colaboradores.

5 Metodología

La definición de la inserción de los egresados requiere un diagnóstico amplio y se ha realizado una investigación de ámbito práctico a través de un análisis el cual ayuda a explicar la inserción laboral de los egresados y que permite la obtención de observaciones concretas. Los datos obtenidos han sido resultado de una encuesta propia realizada a los egresados de la Universidad de Sevilla y a la información que ha sido obtenida a partir de bases de datos generadas en el cruce de datos proporcionados por la Universidad de Sevilla, el Servicio Andaluz de Empleo y el Instituto Nacional de la Seguridad Social.

Se ha realizado un cruce de datos de estas organizaciones con el objetivo de extraer información de carácter agregado a un año del egreso. Se ha trabajado en una base de más de 9.000 registros sobre la que se realizaron múltiples cruces entre los diferentes indicadores para así, entender mejor la situación (género, titulación, área de conocimiento). El trabajo ha sido continuo, realizando revisiones periódicas para comprobar la coherencia de dichos datos y para corregir o evitar posibles errores.

Las encuestas a los egresados de la Universidad de Sevilla se debe a la insuficiencia de datos oficiales y a ciertas debilidades técnicas que marcan cualquier registro de este tipo, justifican la realización de encuesta a los egresados.

En el proceso de encuestación, se intentó contactar con los alumnos mediante llamadas telefónicas, correo electrónico y mediante vías de acercamiento y difusión como Facebook, Twitter y LinkedIn. Se estableció por persona un máximo de cuatro llamadas telefónicas y seis envíos por correo electrónico.

Estos fueron los contenidos y datos de la encuesta realizada: [16]

Bloques	Contenido
Datos personales	DNI, lugar de residencia
Datos académicos	Combinación de trabajo y estudios, grado de satisfacción con los estudios.
Emprendimiento	Valoración de emprendimiento como salida profesional
Inserción laboral	Situación laboral actual, satisfacción con la situación laboral y otros aspectos relacionados con el mismo, motivo de la inactividad y desempleo.

Tabla 5-1 Datos recogidos para la encuesta (fuente: [16])

Una vez finalizado el proceso de la encuesta, se consiguieron obtener 4.155 encuestas correctamente cumplimentadas lo que significa que se obtuvo un 44,32% de tasa de respuesta.

De esta manera se han obtenido los resultados en el estado de la inserción laboral de los egresados de la Universidad de Sevilla por másteres, grados, sexo y áreas de conocimiento. Con esta información conseguida, se ha elaborado diferentes Excel que recogen el análisis de los distintos ítems en diferentes períodos de tiempo.

En este trabajo, comenzaremos haciendo un análisis de la intención emprendedora sobre estudiantes de la Universidad de Sevilla y los compararemos con una universidad internacional para saber si varían mucho las opiniones de dichos estudiantes. Los datos recogidos son del año 2016, ya que es el último estudio que se realizó para estos estudiantes, lo cual se acerca más a los datos que se recogerían hoy en día.

Proseguiremos realizando, la encuesta explicada anteriormente, en la que se recogerán datos personales, académicos y cuestiones relacionadas con el emprendimiento a diferentes sexos. Haremos una comparación entre el sexo femenino y el masculino sobre la intención emprendedora y la actividad emprendedora para tener conocimiento de en cuál de ellos, es más aplicada. Esta comparación se realizará entre los años 2009, 2010, 2011, 2012, 2013 y 2014 para así comprobar cuándo existe o si existe mejoría.

Por un lado, nos basaremos una vez más, en los datos recogidos por la encuesta realizada a estudiantes, tanto de grado, como de postgrado. Buscaremos cual es el resultado de la intención emprendedora en cada uno de ellos y quienes, finalmente, han cumplido con su idea emprendedora creando una nueva empresa propia. Nos basaremos en los años 2012, 2013 y 2014. Nuestro objetivo en este análisis será averiguar si el emprendimiento se aplica más en estudiantes que han finalizado un grado o en caso contrario, si se aplica más en estudiantes que hayan terminado los estudios del postgrado.

Por otro lado, estudiaremos a través de la misma encuesta, qué área de conocimiento está más interesado en el tema del emprendimiento en los años 2012, 2013 y 2014. Por lo tanto, concluiremos qué sector está dispuesto a optar por un camino hacia la figura emprendedora y qué sector es el menos interesado para ello.

Por último, nos centraremos en la situación laboral de diversos alumnos de la Universidad de Sevilla entre los años 2012, 2013 y 2014. Buscaremos saber qué porcentaje de alumnos están dispuestos a trabajar, ya sea de becario, prácticas o contrato indefinido, mientras estudian. Compararemos los porcentajes que existen en el estudio de un grado y los del estudio de un postgrado.

Para realizar este análisis, averiguaremos los porcentajes de cada caso y se representará gráficamente para poder observar con claridad las diferencias que existen entre dichos casos. También realizaremos una regla de tres para saber con exactitud, que porcentaje de los que contaban con una intención emprendedora, terminaron creando su empresa.

Para comparar los años analizados, utilizaremos el método de la Chi-cuadrado para comprobar qué nivel de relación tienen sus resultados. Utilizaremos un nivel de significancia de un 0,05, lo que significa que hay una probabilidad del 0,95 de que la hipótesis nula sea verdadera. Lo haremos gracias a las siguientes fórmulas y observando la tabla de valores de Chi-cuadrado crítico:

$$\chi_{calc}^2 = \sum \frac{(f_0 - f_e)^2}{f_e}$$

f_0 : Frecuencia del valor observado.

f_e : Frecuencia del valor esperado.

$$v = (Cantidad\ de\ filas - 1)(Cantidad\ de\ columnas - 1)$$

Figura 5-1 Ecuaciones de Chi-cuadrado

6 Resultados

Comenzaremos analizando el índice de intención emprendedora existente en los estudiantes de la Universidad de Sevilla en comparación con otras universidades en escala internacional. Se valorará a partir de una escala que comienza desde el número 1 (totalmente desacuerdo) al 7 (muy de acuerdo) utilizados para dilucidar la inquietud emprendedora que tienen los estudiantes y si presentan una fuerte intención para abrir una empresa en el futuro. Estos datos fueron recogidos de una encuesta que se realizó en el año 2016 a estudiantes realizando, tanto el grado, como el postgrado en la Universidad de Sevilla.

Se representan en la siguiente tabla y figura:

	US	Internacional
Estoy dispuesto(a) a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor	3,74	3,9
Mi meta profesional es llegar a ser emprendedor(a)	4,21	4,1
Haré todo lo posible para crear y dirigir mi propia empresa.	4,23	4,2
Estoy decidido(a) a crear una empresa en el futuro.	4,24	4,2
He pensado muy seriamente en iniciar una empresa	4,09	4,2
Tengo la firme intención de crear una empresa algún día.	4,2	4,3

Figura 6-1 Intenciones de elaborar una empresa en el año 2016 (fuente: [16])



Figura 6-2 Intenciones de egresados a la Universidad de Sevilla de elaborar una empresa en el año 2016 (fuente: [16])

6.1 Según sexo

Una de las preguntas planteadas en la encuesta fue sobre el emprendimiento tras la finalización de los estudios según el sexo para así, comprobar cuál de estos la desarrolla más frecuentemente. Analizamos los resultados desde el año 2009 al 2014 para poder comprobar qué cambio o progreso se ha obtenido, si ha habido una mejora o, en caso contrario, si el emprendimiento ha disminuido con los años.

Los resultados en los diferentes años dados fueron los siguientes: [17]

4. ¿Se planteó en alguna ocasión crear una empresa al finalizar sus estudios?																
	2006-2007		2007-2008		2008-2009		2009-2010		2010-2011		2011-2012		2012-2013		2013-2014	
	Valor absoluto	Peso relativo														
Sí*	658	39,76%	537	45,35%	616	48,62%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sí, la ha creado	-	-	-	-	-	-	25	2,28%	35	3,55%	316	7,34%	282	6,07%	128	4,95%
Sí, estoy en proceso de crearla	-	-	-	-	-	-	31	2,83%	42	4,26%	223	5,18%	232	5,00%	120	4,64%
Sí, pero no la he creado	-	-	-	-	-	-	518	47,26%	402	40,73%	1443	33,52%	1581	34,04%	861	33,29%
No, ya la había creado antes de finalizar**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	34	0,73%	34	1,31%
No	796	48,10%	641	54,14%	633	49,96%	514	46,90%	504	51,06%	2306	53,57%	2507	53,98%	1435	55,49%
Ns/Nc	201	12,15%	6	0,51%	18	1,42%	8	0,73%	4	0,41%	17	0,39%	8	0,17%	8	0,31%
Total	1655	100,00%	1184	100,00%	1267	100,00%	1096	100,00%	987	100,00%	4305	100,00%	4644	100,00%	2586	100,00%

	Sexo															
	2006-2007		2007-2008		2008-2009		2009-2010		2010-2011		2011-2012		2012-2013		2013-2014	
	Hombre	Mujer														
Sí*	45,54%	36,12%	53,56%	38,95%	54,83%	44,03%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sí, la ha creado	-	-	-	-	-	-	4,05%	0,96%	4,69%	2,60%	10,25%	4,95%	7,81%	4,65%	7,02%	3,17%
Sí, estoy en proceso de crearla	-	-	-	-	-	-	4,48%	1,59%	5,80%	2,97%	6,33%	4,23%	6,18%	4,03%	6,02%	3,46%
Sí, pero no la he creado	-	-	-	-	-	-	52,03%	43,70%	44,64%	37,48%	36,35%	31,19%	38,16%	30,69%	34,50%	32,25%
No, ya la había creado antes de finalizar**	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,10%	0,43%	1,92%	0,79%
No	42,72%	51,48%	46,05%	60,45%	44,61%	53,91%	39,23%	52,63%	44,42%	56,59%	46,65%	59,25%	46,64%	59,97%	50,29%	59,97%
Ns/Nc	11,74%	12,40%	0,39%	0,60%	0,56%	2,06%	0,21%	1,12%	0,45%	0,37%	0,41%	0,38%	0,10%	0,23%	0,25%	0,36%
Total	100,00%															

Tabla 6-1 Preguntas planteadas en una encuesta a estudiantes de la Universidad de Sevilla (fuente: [17])

Finalmente, una representación gráfica sobre el porcentaje que consiguió crear una empresa se resume a partir de año 2009 y podemos observar que los hombres tienden a emprender más:

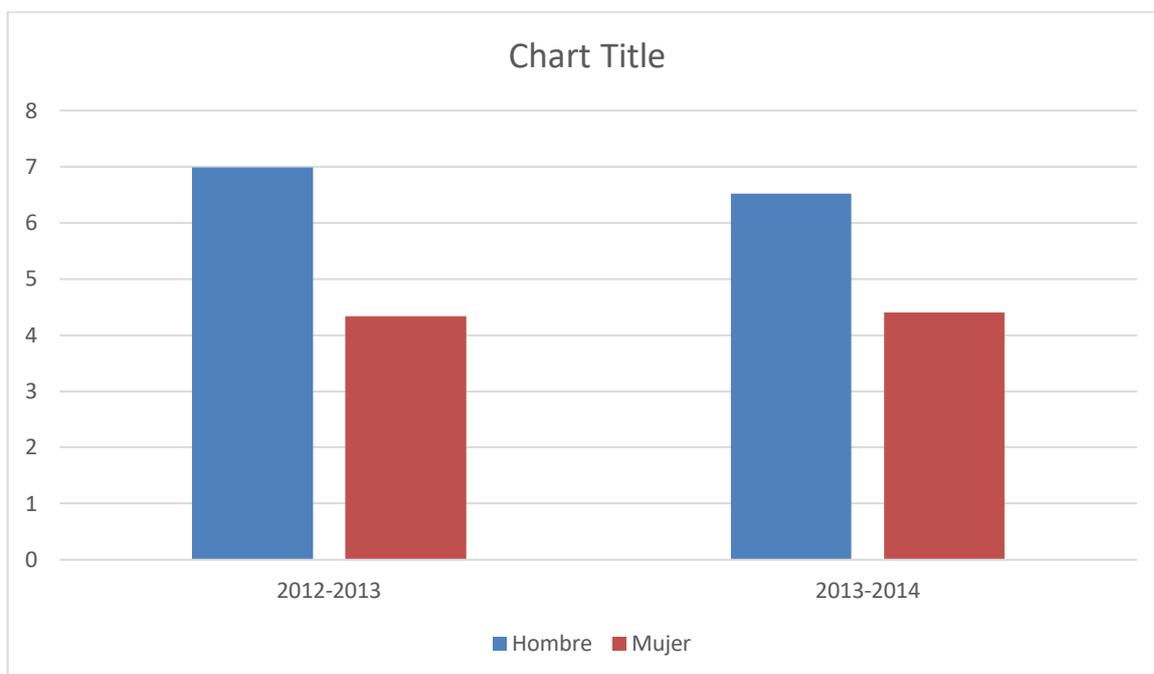


Figura 6-1 Emprendedores según el sexo desde el año 2012 al 2014 (fuente: elaboración propia)

Para realizar dicha comparación entre un año y otro, utilizamos el método de la Chi-cuadrado y comprobamos si se observa gran diferencia:

	Emprende	No emprende	Total
2012-2013	514	4130	4644
2013-2014	248	2338	2586
Total	762	6441	14433

Tabla 6-2 Egresados emprendedores vs. no emprendedores (fuente: elaboración propia)

El siguiente paso será multiplicar el total de la columna del “Sí”(762) por el total de la fila del año 2012-2013(4644) y dividirlo entre la cantidad total final (14433). Se hará lo mismo con las demás filas y columnas y obtendremos estos resultados:

245,18	2072,47
136,52	1154,05

Tabla 6-3 Valores esperados Chi- cuadrado (fuente: elaboración propia)

Ahora utilizaremos la siguiente fórmula para las cuatro celdas de la tabla:

$$\chi^2_{calc} = \sum \frac{(f_0 - f_e)^2}{f_e}$$

f_0 : Frecuencia del valor observado.

f_e : Frecuencia del valor esperado.

Figura 6-2 Fórmulas para calcular valor de Chi- cuadrado (fuente: elaboración propia)

Obtenemos como resultado Chi-cuadrado: 3.643,09

Calculamos el grado de libertad multiplicando el número de columnas menos uno por el número de filas menos uno; $v = (2-1) \times (2-1) = 1$.

Finalmente, para buscar el resultado en la tabla crítica, utilizamos un nivel de significación de un 0,05, y $p = 1 - \text{nivel de significación}$, por lo que tendremos una probabilidad de 0,95.

El resultado final será:

3.643,09 > 3,841

Este resultado supone una gran diferencia entre dichas proporciones.

6.2 Según el nivel de titulación

Analizamos según una encuesta por separado a estudiantes recién salidos del estudio de un grado para obtener conocimiento sobre cuántos tenían el planteamiento de crear una empresa y, de éstos, quiénes lo consiguieron. Nos centramos en el año 2012-2013 y 2013-2014, ya que son los más cercanos al año actual: [17]

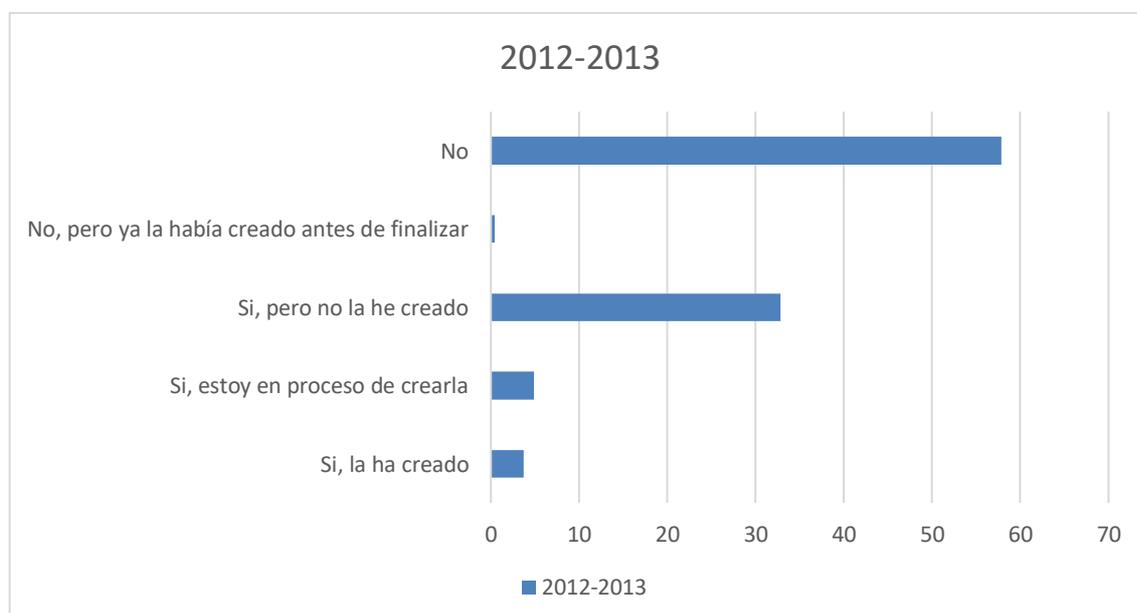


Figura 6-3 Intención de crear una empresa tras finalizar el grado 2012-2013 (fuente: elaboración

propia)

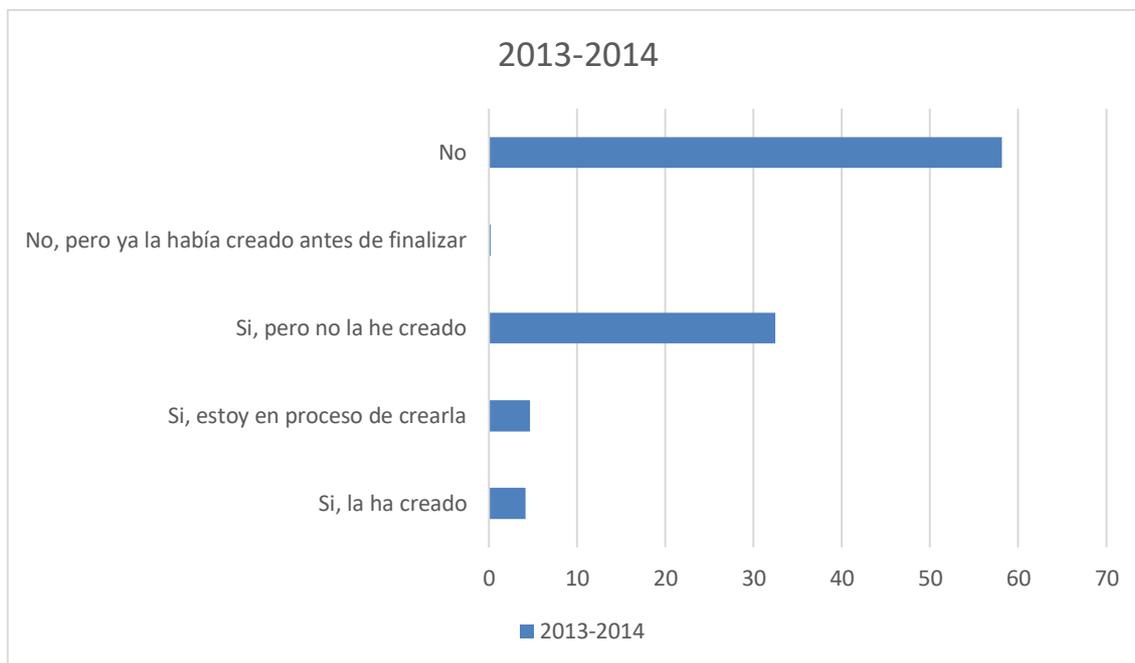


Figura 6-4 Intención de crear una empresa tras finalizar el grado 2013-2014 (fuente: elaboración propia)

Realizamos un análisis sobre los valores absolutos para comprobar si la diferencia supone un gran valor:

	2012-2013		2013-2014	
	Valor absoluto	Peso relativo	Valor absoluto	Peso relativo
Sí, la ha creado	26	3,71%	44	4,12%
Sí, estoy en proceso de crearla	34	4,86%	50	4,68%
Sí, pero no la he creado	230	32,86%	347	32,49%
No, ya la había creado antes de finalizar*	3	0,43%	2	0,19%
No	405	57,86%	621	58,15%
Ns/Nc	2	0,29%	4	0,37%
Total	700	100,00%	1068	100,00%

Tabla 6-4 Preguntas planteadas en una encuesta a estudiantes de la Universidad de Sevilla (fuente: [17])

Para realizar dicha comparación entre un año y otro, utilizamos el método de la Chi-cuadrado y comprobamos si se observa gran diferencia:

Años	Sí	No	Total
2012-2013	290	410	700
2013-2014	441	627	1068
Total	731	1037	3536

Tabla 6-5 Emprendedores tras realizar un grado (fuente: elaboración propia)

El siguiente paso será multiplicar el total de la columna del “Sí”(731) por el total de la fila del año 2012-2013(700) y dividirlo entre la cantidad total final (3536). Se hará lo mismo con las demás filas y columnas y obtendremos estos resultados:

144,71	205,28
220,78	313,21

Tabla 6-6 Valores esperados Chi-cuadrado (fuente: elaboración propia)

Ahora utilizaremos la siguiente fórmula explicada anteriormente para las cuatro celdas de la tabla. Obtenemos como resultado Chi-cuadrado: 884,06

Calculamos el grado de libertad multiplicando el número de columnas menos uno por el número de filas menos uno; $v = (2-1) \times (2-1) = 1$.

Finalmente, para buscar el resultado en la tabla crítica, utilizamos un nivel de significación de un 0,05, y $p=1$ -nivel de significación, por lo que tendremos una probabilidad de 0,95.

El resultado final será:

$$884,06 > 3,841$$

Este resultado supone una diferencia entre dichas proporciones a pesar de no ser tan grande como ocurre en el caso anterior visto.

Este siguiente gráfico ha sido resultado de la media de la media de los porcentajes de cada año que tenían la intención de emprender, restándole la media de la media de los porcentajes de emprendedores, quienes terminan creando una empresa o quienes están en proceso de crearla en cada año. De esta manera podemos obtener un resultado medio que se obtiene entre el año 2012 hasta el 2014:

Intención emprendedora

$$(2012-2013): 3,71 + 4,86 + 32,86 = 41,43$$

$$(2013-2014): 4,12 + 4,68 + 32,49 = 41,29$$

Media porcentaje intención emprendedora

$$\frac{41,43 + 41,29}{2} = 41,36$$

Emprendedores:

$$(2012-2013): 3,72 + 4,86 = 8,58$$

$$(2013-2014): 4,12 + 4,68 = 8,8$$

Media porcentaje emprendedores

$$\frac{8,58+8,8}{2} = 8,69$$

El resultado de la media del porcentaje que pertenece a la intención emprendedora se corresponde con el 100% de la gráfica. Tendremos que resolver el porcentaje medio de emprendedores resolviendo una regla de tres:

$$\begin{array}{l} 41,36—100\% \\ 8,69—X \end{array} \quad X=21,01\% \text{ Este resultado se corresponde con los emprendedores finales.}$$

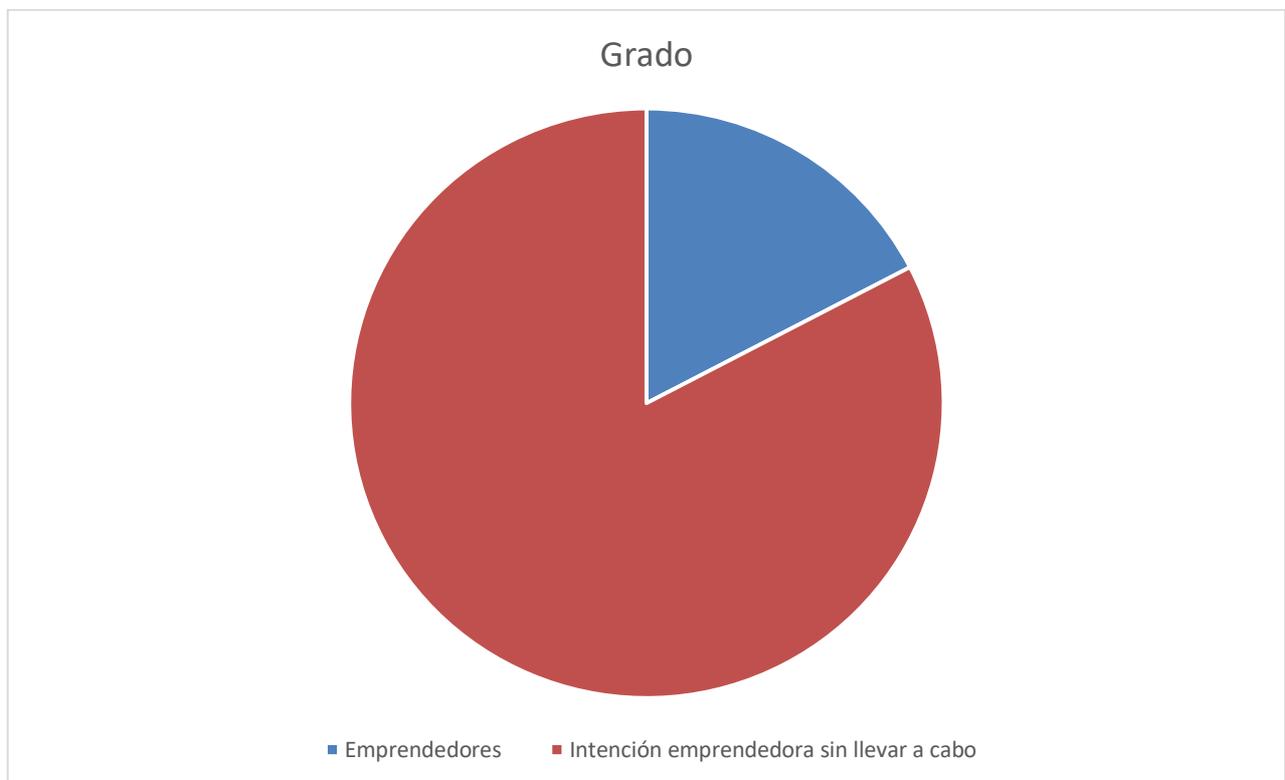


Figura 6-5 Emprendedores tras una intención emprendedora inicial al finalizar un grado 2012-2014 (fuente: elaboración propia)

Volvemos formular la misma encuesta a estudiantes que finalizan el postgrado o máster centrándonos en los mismos años, 2012-2013 y 2013-2014:

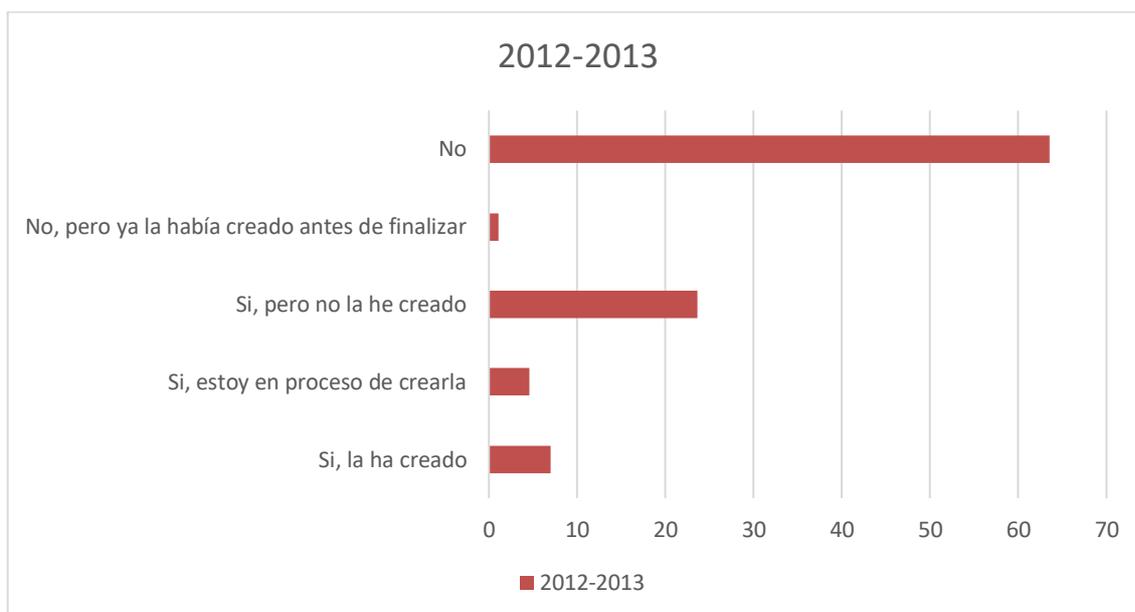


Figura 6-6 Intención de crear una empresa tras finalizar el postgrado 2012-2013 (fuente: elaboración propia)

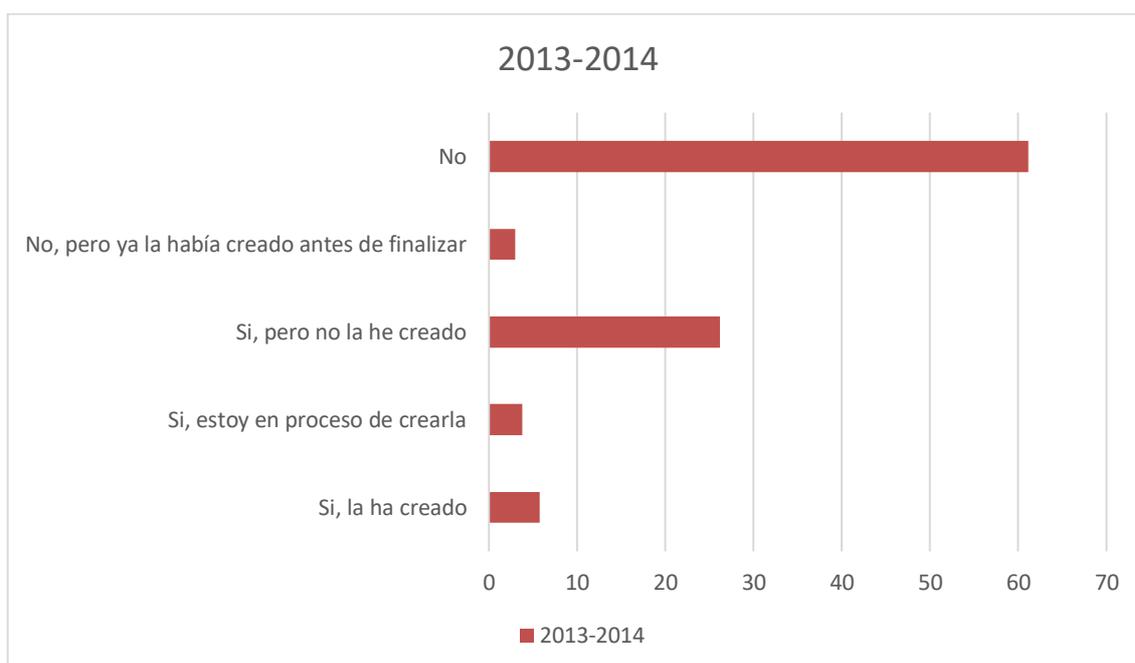


Figura 6-7 Intención de crear una empresa tras finalizar el postgrado 2013-2014 (fuente: elaboración propia)

Realizamos análisis de la misma forma que en el caso anterior y en los mismos años:

	2011-2012		2012-2013		2013-2014	
	Valor absoluto	Peso relativo	Valor absoluto	Peso relativo	Valor absoluto	Peso relativo
Sí, la ha creado	95	9,51%	46	7,01%	33	5,72%
Sí, estoy en proceso de crearla	59	5,91%	30	4,57%	22	3,81%
Sí, pero no la he creado	202	20,22%	155	23,63%	151	26,17%
No, ya la había creado antes de finalizar*	-	-	7	1,07%	17	2,95%
No	635	63,56%	417	63,57%	353	61,18%
Ns/Nc	8	0,80%	1	0,15%	1	0,17%
Total	999	100,00%	656	100,00%	577	100,00%

Tabla 6-7 Preguntas planteadas en una encuesta a estudiantes de la Universidad de Sevilla (fuente: [17])

Años	Sí	No	Total
2012-2013	231	425	656
2013-2014	206	371	577
Total	437	796	2466

Tabla 6-8 Emprendedores tras realizar un postgrado (fuente: elaboración propia)

116,24	211,75
102,25	186,24

Tabla 6-9 Valores esperados Chi-cuadrado (fuente: elaboración propia)

Obtenemos un valor de Chi-cuadrado= 505,07
El grado de libertad es 1.

505 > 3,841

Vuelve a existir diferencia entre estos resultados, aunque no muy significativos.

En el caso del postgrado, podemos comprobar que el número de estudiantes con una intención emprendedora disminuye de un año para otro.

Resolvemos de la misma forma que en el gráfico del grado:

Intención emprendedora

(2012-2013): $7,07+4,57+23,63=35,21$

(2013-2014): $5,72+3,81+26,17=35,7$

Media porcentaje intención emprendedora

$$\frac{35,21+35,7}{2} = 35,45$$

Emprendedores:

(2012-2013): $7,01+4,57=11,58$

(2013-2014): $5,72+3,81=9,53$

Media porcentaje emprendedores

$$\frac{11,58+9,53}{2} = 10,55$$

El resultado de la media del porcentaje que pertenece a la intención emprendedora se corresponde con el 100% de la gráfica. Tendremos que resolver el porcentaje medio de emprendedores resolviendo una regla de tres:

35,45—100%

10,55—X X=29,75% Este resultado se corresponde con los emprendedores finales.

La siguiente figura representa, de todos los graduados en máster que inicialmente se plantearon emprender, qué porcentaje consiguió llevar a cabo su idea desde el año 2012 hasta el 2014:

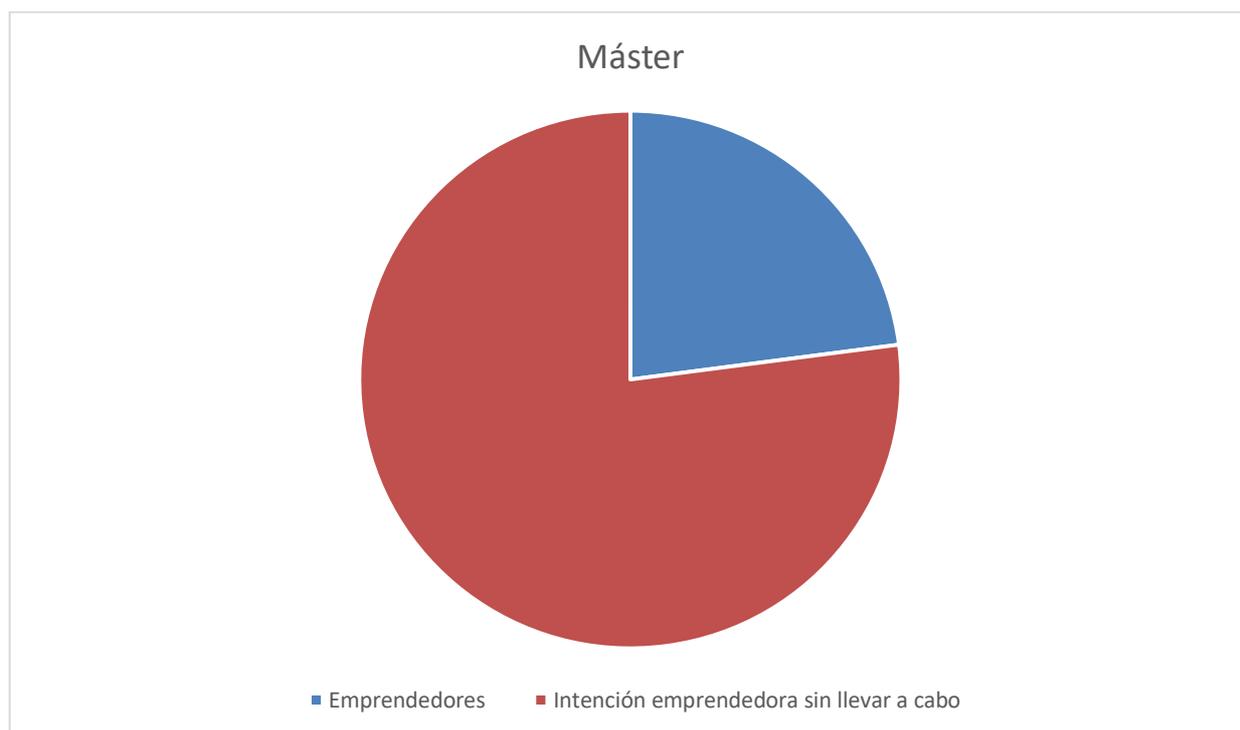


Figura 6-8 Emprendedores tras una intención emprendedora inicial al finalizar un postgrado 2012-2014 (fuente: elaboración propia)

6.3 Según áreas de conocimiento

Analizamos la encuesta para diferentes áreas de conocimiento y preguntamos a estudiantes que han realizado un grado en Artes y Humanidades, Ciencias, ciencias en la salud, ciencias sociales y jurídicas e ingeniería y arquitectura. El objetivo de este estudio, es saber en qué sector se desarrolla más emprendimiento.

Obtenemos los siguientes resultados: [17]

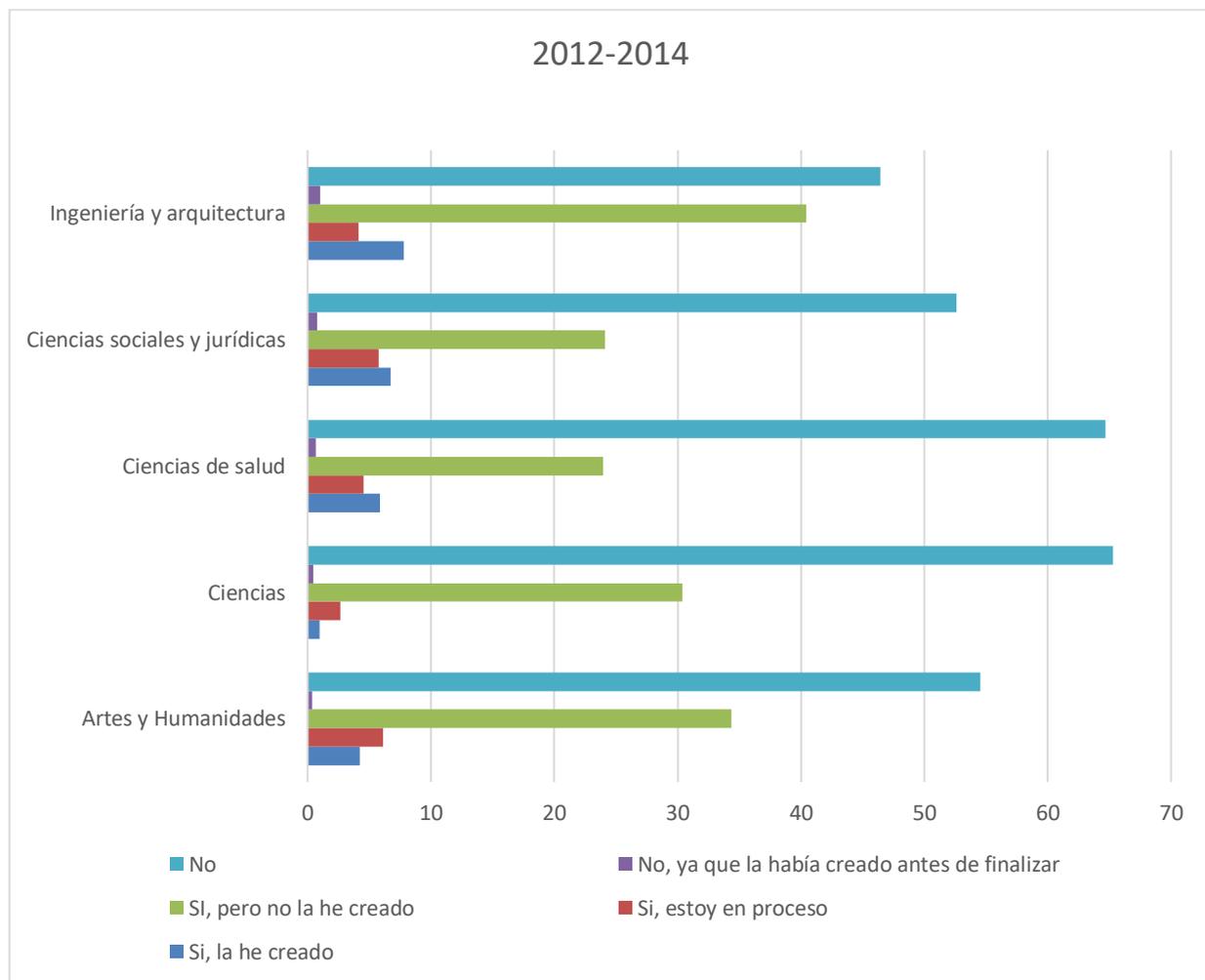


Figura 6-9 Intención de crear una empresa según área de conocimiento 2012-2014 (fuente: elaboración propia)

Aunque sigue habiendo poco emprendimiento en cada una de las áreas, podemos observar que donde más se emprende es en estudios de ingeniería y arquitectura, mientras que en el área de las ciencias existe muy poca motivación emprendedora.

6.4 Situación mientras obtenía el título

Realizamos, de la misma forma, una encuesta a estudiantes de la Universidad de Sevilla para los años 2012-2013 y 2013-2014, para tener conocimiento sobre la situación laboral de dichos estudiantes mientras permanecen en la universidad y saber qué porcentaje de ellos combinaban sus estudios con su trabajo refiriéndonos con trabajo a un puesto como becario, con contrato indefinido o prácticas.

Estos fueron los resultados que obtuvimos según los estudiantes de grados: [17]

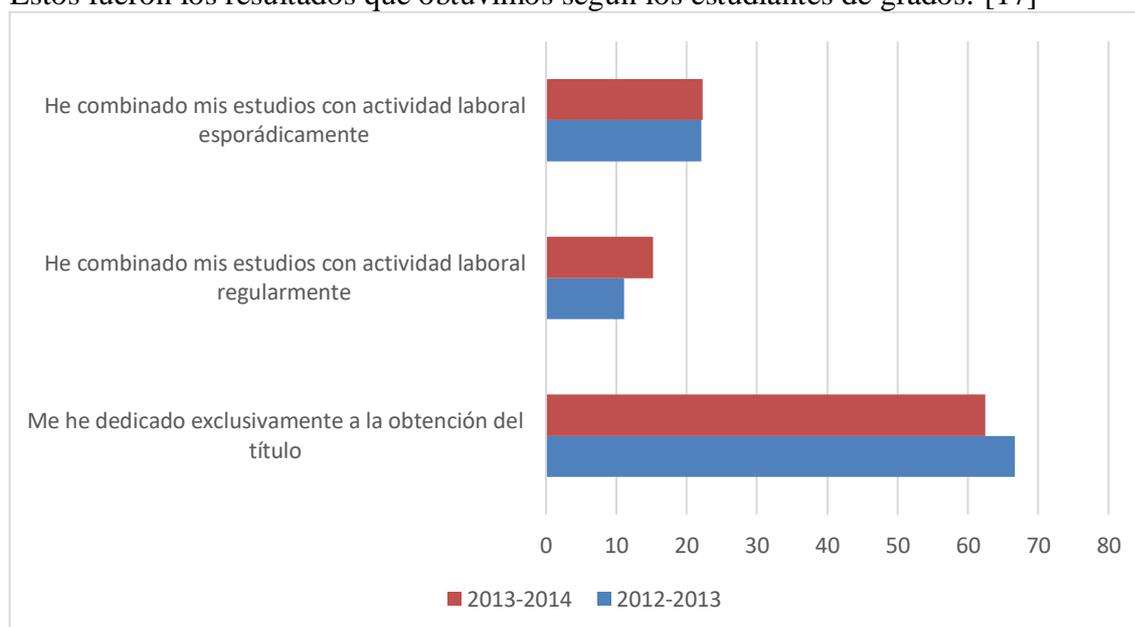


Figura 6-10 Situación laboral en el estudio del grado 2012-2014 (fuente: elaboración propia)

Realizamos análisis para comparar los años 2012-2013 y 2013-2014:

	2012-2013		2013-2014	
	Valor absoluto	Peso relativo	Valor absoluto	Peso relativo
He realizado prácticas durante mis estudios*	-	-	-	-
Ha combinado sus estudios con alguna actividad laboral esporádica**	1134	24,42%	604	23,36%
Ha combinado sus estudios con alguna actividad laboral regular	1130	24,33%	640	24,75%
Se ha dedicado exclusivamente a la obtención del título.	2380	51,25%	1338	51,74%
Ns/Nc	-	-	4	0,15%
Total	4644	100,00%	2586	100,00%

Tabla 6-10 Preguntas planteadas en una encuesta a estudiantes de la Universidad de Sevilla (fuente: [17])

Años	Situación laboral	Obtención exclusivo del título	Total
2012-2013	2264	2380	4644
2013-2014	1244	1342	2586

Total	3508	3722	14460
--------------	------	------	-------

Tabla 6-10 Situación laboral en estudiantes de un grado (fuente: Elaboración propia)

1126,63	1195,36
627,36	665,63

Tabla 6-11 Valores esperados Chi-cuadrado (fuente: elaboración propia)

El Chi-cuadrado tiene un valor de 3.615,61
El grado de libertad tiene un valor de 1.

3.615,61 > 3,841

La diferencia es muy grande entre estas proporciones.

He aquí los resultados para estudiantes de máster o postgrado:

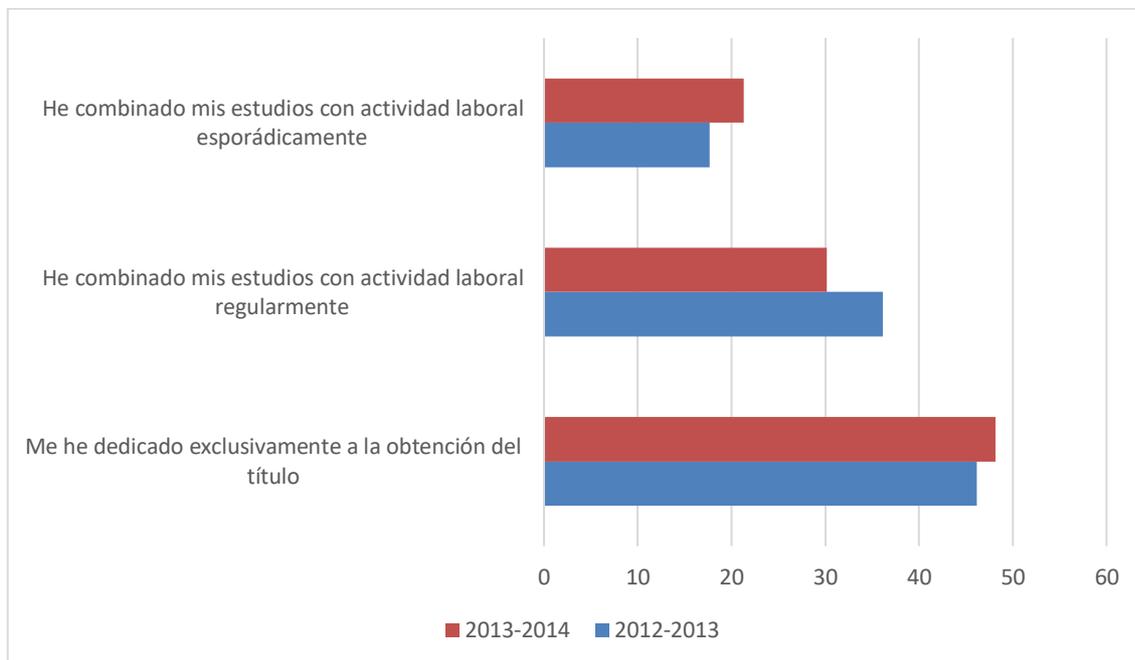


Figura 6-11 Situación laboral en el estudio del postgrado 2012-2014 (fuente: elaboración propia)

Volvemos a realizar el mismo análisis:

	2011-2012		2012-2013		2013-2014	
	Valor absoluto	Peso relativo	Valor absoluto	Peso relativo	Valor absoluto	Peso relativo
Me he dedicado exclusivamente a la obtención del título	412	41,24%	303	46,19%	278	48,18%
He combinado mis estudios con actividad laboral regularmente	425	42,54%	237	36,13%	174	30,16%
He combinado mis estudios con actividad laboral esporádicamente	159	15,92%	116	17,68%	123	21,32%
Ns/Nc	3	0,30%	0	0,00%	2	0,35%
Total	999	100,00%	656	100,00%	577	100,00%

Tabla 6-12 Preguntas planteadas en una encuesta a estudiantes de la Universidad de Sevilla (fuente: [17])

Años	Situación laboral	Obtención exclusivo del título	Total
2012-2013	353	303	656
2013-2014	297	280	577
Total	650	583	2466

Tabla 6-13 Situación laboral en estudiantes de un postgrado (fuente: elaboración propia)

172,91	155,08
152,08	136,41

Tabla 6-14 Valores esperados Chi-cuadrado (fuente: elaboración propia)

Calculando mediante las fórmulas explicadas anteriormente obtenemos un valor de Chi-cuadrado=617,88

El grado de libertad es 1.

Obtenemos:

$$617,88 > 3,841$$

La diferencia es grande, pero no es tan significativa como en el caso de la situación laboral en el grado.

7 CONCLUSIONES

Como conclusión, tras el estudio de la cultura emprendedora, se ha demostrado que el emprendimiento en España, aunque haya mejorado estos últimos años, sigue siendo lo suficientemente pobre. Este problema es un reflejo de la poca creatividad e innovación que existe entre los españoles ya que le tenemos miedo al riesgo y, por lo tanto, al fracaso.

Por este motivo, nuestro país se encuentra en el puesto que representa la actividad emprendedora tan bajo, el 26 de los 28 países analizados.

Sin embargo, ocurre lo mismo en el emprendimiento corporativo, ya que España se vuelve a encontrar en un puesto bajo, el 22 y además, la diferencia con respecto a los países más emprendedores, es enorme.

Se podría remarcar que, la figura del emprendedor, no está lo suficiente valorada en España y por esta razón, representa sólo un 48% de popularidad mientras que Estados Unidos contiene un 73%.

Además del número tan pequeño de empresas españolas que existen con respecto a otros países, estas poseen una dimensión muy reducida; más de la mitad (53%) no tienen ningún empleado y en un 42% se contratan entre 1 y 9 trabajadores.

La mayoría de las grandes empresas pertenecen al sector de servicios por lo que, es más complicado desarrollar la innovación en dicho sector que en el industrial.

Actualmente, numerosas universidades europeas prestan algunas de sus asignaturas para la enseñanza del emprendimiento y para así fomentar la creación de nuevos productos, servicios o incluso empresas. Sin embargo, aunque haya aumentado la enseñanza emprendedora en las universidades europeas, Estados Unidos sigue siendo el líder.

Tras el análisis realizado a partir un cruce de datos proporcionados por la Universidad de Sevilla, el Servicio Andaluz de Empleo y el Instituto Nacional, también se ha procedido a la realización de encuestas a numerosos egresados de la Universidad de Sevilla con los que se contactó a partir de diversos medios; Facebook, Twitter, llamadas telefónicas,.. Se recolectó datos personales, académicos y relacionados con la situación emprendedora de cada egresado.

Basándonos en el análisis según el sexo, podemos llegar a la conclusión de que el sexo masculino tiende más a optar por un camino emprendedor, ya que los porcentajes, tanto en la intención emprendedora como en la de crear una empresa, tienen un mayor valor que los porcentajes del sexo femenino. En mi opinión, el poco emprendimiento existente entre las mujeres, no quiere decir que las mujeres piensen que la figura emprendedora sea mala idea, sino que, para que puedan conseguir ese papel emprendedor, necesitan oportunidades específicas para así, producir el desarrollo del sentimiento de competencia y fuertes expectativas de éxito para poder conseguir sus propios objetivos y metas.

Según Carolina Arce (2014) esto ocurre a causa de la existencia de diversas barreras que se oponen al emprendimiento femenino ya que la mayoría de las mujeres siguen concentrándose en aquellos sectores con menos crecimiento, innovación y potenciales beneficios económicos.

El poco emprendimiento que existe entre las mujeres, no significa que piensen que no es buena opción la de alcanzar la figura emprendedora, si no, que aunque las mujeres aspiren a serlo, necesitan oportunidades específicas para desarrollar un sentimiento de competencia y expectativas para que sea posible el origen de una nueva empresa.

Gracias al método Chi-cuadrado utilizado podemos comprobar si existe gran diferencia significativa entre las porciones. En el primer caso, la diferencia de emprendedores entre el año 2012-2013 y 2013-2014 es grande ya que nos ha salido un valor de Chi-cuadrado de 3.643,09 comparándolo con un valor de 3,841. Además, según la gráfica representada, el emprendimiento disminuye de un año para otro.

En el segundo caso, estudiamos el emprendimiento que existe al terminar un grado y un postgrado. En el caso del grado, la diferencia de emprendimiento que existe entre el año 2012-2013 y 2013-2014 no es muy significativa ya que hemos obtenido un valor de Chi-cuadrado de 884,06. Sin embargo, en el caso del postgrado la diferencia es menor, por lo que la cantidad de emprendedores entre un año y otro no varía tanto ya que juega con un valor de Chi-cuadrado de 505. Por otro lado, centrándonos en el análisis según el tipo de estudio que se haya realizado, comprobamos que existen un mayor número de emprendedores al finalizar un postgrado (29,75%), que un grado (21,01%), a pesar de producirse un mayor número de intenciones emprendedoras tras la finalización del grado. Esto quiere decir que los graduados en un máster tienen mayor compromiso en cuanto a la creación de una empresa.

En el estudio realizado sobre las áreas de conocimiento, hemos encontrado cuál es el sector más involucrado en el emprendimiento basándonos en el emprendimiento de los años 2012, 2013 y 2014 según las diversas áreas de conocimiento, comprobamos que donde se aplica mayormente es en el sector de la ingeniería y arquitectura con un 25,18% con respecto a las demás. En el área donde menos se desarrolla la actividad emprendedora es en la de ciencias, con un 8,1%.

Para finalizar, también podemos concluir que la mayoría de estudiantes, ya sea de grado o postgrado, se centran exclusivamente en la obtención del título. Sin embargo un mayor porcentaje de los estudiantes en un postgrado, lo combinan con alguna actividad laboral regularmente o esporádicamente. Comprobamos que la mayor parte de los estudiantes de un grado, deciden ampliar sus estudios completándolos con un máster o postgrado.

Mediante el Método Chi-cuadrado, hemos comprobado que la diferencia entre el año 2012-2013 y 2013-2014 en la situación laboral de los estudiantes durante un grado es mayor (3.615,61) que la que existe en los estudiantes de un postgrado (617,88).

8 BIBLIOGRAFÍA

- [1] Inmaculada Jaén Figueroa (2012). *Estudios de los valores y la intención emprendedora de los titulados universitarios en España*, 1 y 2: 15-21
- [2] Patricia Esther Alonso Galicia(2012). *La configuración de la intención emprendedora entre académicos responsables de proyectos de investigación en España. Un enfoque de género*, 4: 19.
- [3] Victor Daniel García(2015). *Emprendimiento empresarial juvenil como respuesta a la crisis de empleo*. Tesis para título de maestro en administración:41-46.
- [4] Catalina Gutiérrez Molina y Alejandro Jaramillo Ángel (2015). *¿Es posible enseñar el emprendimiento?*, Trabajo presentado como requisito parcial para optar al título de Magister en Administración, 8,9 y 10: 13- 15.
- [5] Núria Vallmitjana I Palau. *La actividad emprendedora de los graduados*. Tesis doctoral, 49-54.
- [6] ESADE(2010). *Libro blanco de la iniciativa emprendedora en España*, Fundación príncipe de Girona, 13
- [7] (<http://profesionalesaqui.com/los-6-tipos-emprendimiento/>), 13 y 14
- [8] Patricia Esther Alonso Galicia(2012). *La configuración de la intención emprendedora entre académicos responsables de proyectos de investigación en España. Un enfoque de género*, 14 y 15: 28-31
- [9] Inmaculada Jaén Figueroa(2012). *Estudios de los valores y la intención emprendedora de los titulados universitarios en España*, 15 y 16: 22 y 23
- [10] (<http://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/4569790/02/13/Las-seis-lecciones-de-Steve-Jobs-como-gran-emprendedor.html>), 16 y 17
- [11] Patricia Esther Alonso Galicia(2012). *La configuración de la intención emprendedora entre académicos responsables de proyectos de investigación en España. Un enfoque de género*, 17, 18 y 19: 37-41
- [12] ESADE(2010). *Libro blanco de la iniciativa emprendedora en España*, Fundación príncipe de Girona, 20, 21, 22 y 23
- [13] Rogelio Velasco(2018). *Diario de Sevilla, Emprendimiento en España y en el mundo*, 23 y 24
- [14] ESADE(2010). *Libro blanco de la iniciativa emprendedora en España*, Fundación príncipe de Girona, 25-30
- [15] Patricia Esther Alonso Galicia(2012). *La configuración de la intención emprendedora entre académicos responsables de proyectos de investigación en España. Un enfoque de género*, 30- 38: 99-111
- [16] Informe del Laboratorio ocupacional de la universidad de Sevilla 2017. *Informe*

anual(2017), 5-12

[17] *Resultados de la encuesta de egresados de la universidad de Sevilla*(2006-2014), titulaciones, 39 y 40

