

# **PERSPECTIVAS SOBRE EL EMPRENDIZAJE Y LA CREACIÓN DE EMPRESAS DE ESTUDIANTES DE ADE: RESULTADOS DE UN ESTUDIO CUALITATIVO<sup>1</sup>**

**MARÍA TERESA ESPÍ GUZMÁN**

Dpto.: Sociología I (UPV/EHU)

**FRANCISCO JAVIER VILLALBA MERLO**

Dpto.: Economía Financiera II (UPV/EHU)

## **RESUMEN**

La cultura emprendedora y la creación de empresas constituyen un factor clave en la competitividad y desarrollo socioeconómico de cualquier país. Sin embargo, son numerosos los estudios que evidencian el escaso espíritu emprendedor de nuestros estudiantes universitarios. Por este motivo, un grupo de docentes de la UPV/EHU, pertenecientes a áreas relacionadas con la Administración y Dirección de Empresas, ha asumido el reto de trabajar en la construcción de una intervención formativa innovadora, orientada al desarrollo de la competencia emprendedora y la creación de proyectos empresariales, entre los estudiantes de Administración y Dirección de Empresas.

En una fase inicial de este proyecto, se llevó a cabo un estudio cualitativo, con carácter exploratorio, al objeto de conocer en profundidad la visión y opiniones de los estudiantes acerca de la relación entre la formación en

---

1. Este artículo se ha realizado en el marco de un Proyecto de Innovación Educativa admitido en la convocatoria del Servicio de Asesoramiento Educativo/Hezkuntzarako Languntza Zerbitua de la UPV/EHU para el bienio 2009-2011 y titulado “Proyecto interdisciplinar y cooperativo orientado al desarrollo de la competencia emprendedora de los y las tituladas en Administración y Dirección de Empresas”.

ADE que reciben en la universidad y el emprendizaje; así como para detectar sugerencias que facilitaran un mejor diseño de dicha intervención formativa. Este trabajo recoge el resultado de dicho estudio.

**Palabras clave:** competencia emprendedora, innovación educativa, estudio cualitativo.

## 1. INTRODUCCIÓN

Tal como refleja el Modelo Conceptual en el que se viene sustentando el Proyecto Global Entrepreneurship Monitor en sus diferentes ediciones, y, más específicamente, desde su reciente revisión en 2008, la cultura emprendedora y la creación de empresas –conjuntamente denominadas “emprendimiento”– son un importante factor favorecedor del dinamismo y crecimiento económico (GEM, 2009). Las nuevas iniciativas empresariales, en muchos casos, de pequeño o medio tamaño, son uno de los principales mecanismos generadores de empleo. Junto a ello, el comportamiento emprendedor contribuye a la innovación, a la generación de nuevas ideas, productos o servicios, lo que fomenta la competencia en los mercados en los que se sitúan. La respuesta de éstos se materializa en el desarrollo de nuevas estrategias empresariales, lográndose, de esta forma, una mayor capacidad competitiva para el conjunto de la economía.

Prueba del amplio consenso existente en torno a esta idea es el crecimiento que, en los últimos años, han experimentado el emprendizaje y la creación de empresas como temática de estudio en el ámbito académico; del mismo modo que se ha producido un claro posicionamiento por parte de las Administraciones Públicas e Instituciones orientado a fomentar el espíritu emprendedor y a apoyar la creación de empresas en sus entornos de referencia.

En esta línea de pensamiento, y en el marco de adaptación de las enseñanzas universitarias al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), los centros de la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea encargados del diseño del nuevo Grado en Administración y Dirección de Empresas, atribuyeron a estas enseñanzas un objetivo general finalmente redactado en los siguientes términos: “*proporcionar a la persona titulada los conocimientos, las competencias y las habilidades necesarias para desempeñar una amplia gama de funciones de dirección y administración en empresas y otras instituciones públicas y privadas, así como para iniciar su propio proyecto empresarial*”.

En coherencia con ello, el Perfil de Egreso de la titulación señala que “*la persona graduada en Administración y Dirección de Empresas dispondrá de*

*una formación integral y versátil que le capacite inicialmente, para desempeñar una amplia gama de funciones de gestión en empresas y otras instituciones públicas y privadas o iniciar su propio proyecto empresarial (...)*". De este modo, trabajar en el desarrollo de la competencia emprendedora del alumnado se convierte en un reto al que ha de hacer frente el profesorado de los distintos centros a los que corresponde impartir esta titulación en el ámbito de la UPV/EHU.

Desde una perspectiva más amplia, hemos de considerar que, en el referido proceso general de adaptación de las enseñanzas universitarias al EEES, la adquisición de competencias por parte de los estudiantes sustituye a un enfoque tradicional centrado en la asimilación de contenidos. En buena lógica, este proceso también introduce, en el ámbito académico, la necesidad de llevar a cabo una importante renovación de las tareas de enseñanza-aprendizaje. Así, se insta al cambio del tradicional proceso de enseñanza habitualmente centrado en el profesor y la materia por metodologías prácticas en las que el alumno desempeñe un papel activo, asumiendo la responsabilidad de su trabajo y resultados de aprendizaje.

Así las cosas, un grupo de docentes y estudiantes de la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de Donostia-San Sebastián y de la Unidad Delegada de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, en Donostia-San Sebastián, sensibilizados por la necesidad de potenciar la competencia emprendedora en nuestro alumnado<sup>2</sup> formamos un equipo de trabajo con el objetivo de avanzar en una metodología docente orientada a la consecución de dicho resultado de aprendizaje<sup>3</sup>. La tarea del equipo consistiría en diseñar, poner en práctica y analizar, de forma reflexiva, una intervención formativa innovadora de carácter interdisciplinar y cooperativo que permitiera al alumnado avanzar en el desarrollo de dicha competencia emprendedora. Es decir, una intervención formativa que facilite al alumno "*conceptos y habilidades que les permitan reconocer oportunidades que otros han pasado por alto, y tener la perspicacia, autoestima y conocimiento para actuar donde otros han dudado*" (San Tan y Frank Ng, 2006)

---

2. Un reciente estudio llevado a cabo en este mismo entorno universitario y titulado "Análisis comparativo del perfil emprendedor del alumnado universitario del campus de Guipuzkoa de la UPV/EHU, con formación específica en dirección y organización de empresas" sitúa en un 22% el promedio de estudiantes que considera, como primera opción de actividad profesional/laboral, a corto o medio plazo, crear su propia empresa/trabajar por cuenta propia (Espí *et al.*, 2007).

3. En este Proyecto, el equipo cuenta con la colaboración externa de una profesional perteneciente al Centro de Empresa e Innovación: BIC-Gipuzkoa-Berrilan. Asimismo, cuenta con la alianza clave establecida con GAZE-ikerSARE, Red de Investigación sobre emprendizaje en educación superior; iniciativa financiada por la Diputación Foral de Gipuzkoa.

Esta competencia emprendedora habría de integrar, por un lado, conocimientos teóricos relativos a las distintas áreas propias de la gestión empresarial: dirección estratégica, finanzas, marketing, organización de empresas y recursos humanos, etc. De forma habitual, estos *saberes* o competencias conceptuales se trabajan en los temarios de las diferentes materias que integran el Plan de Estudios de la Titulación. Por otro, el proceso de creación de empresas requiere de la persona (en mayor medida de lo que es requerido en el desempeño de una actividad laboral por cuenta ajena) otra serie de capacidades y habilidades, tanto relativas a cualidades personales (*saber ser*), a las relaciones interpersonales (*saber estar* y *saber relacionarse*) como de carácter metodológico (*saber hacer*).

Un breve repaso a la literatura sobre el tema, pone de manifiesto que la iniciativa, la creatividad, la independencia, la capacidad para aceptar retos o asumir riesgos moderados y responsabilidades son, entre otros, rasgos de personalidad atribuidos al emprendedor. En el ámbito social se señalan las habilidades propias del liderazgo, capacidad para trabajar en equipo y asumir la responsabilidad del trabajo autónomo que ello implica, para comunicarse y establecer relaciones interpersonales, habilidad para la negociación y resolución de conflictos, etc. Finalmente, en el ámbito del saber hacer, se le relaciona con capacidades para buscar y obtener información, para planificar y organizar el trabajo, para tomar decisiones en contextos de incertidumbre y solucionar problemas, etc. (Cano *et al.*, 2003; Ibáñez, 2002; Uriarte, 1999).

La naturaleza de las competencias señaladas apunta hacia la necesidad de emplear algún tipo de metodología docente activa y cooperativa y que, al mismo tiempo, facilite un aprendizaje interdisciplinar y práctico de los conocimientos. Por este motivo, el equipo se ha planteado trabajar en el diseño de una intervención educativa innovadora, sustentada en el aprendizaje basado en problemas o proyectos (Problem/Project Based Learning, PBL), por considerar que se trata de una metodología muy bien ajustada a los objetivos pretendidos (Hernández *et al.*, 2006).

El aprendizaje basado en proyectos permite el aprendizaje del alumno como resultado de su propio esfuerzo centrado en resolver los problemas y tomar las decisiones necesarias para desarrollar el proyecto planteado. Organizado en equipos de trabajo, el alumnado ha de aplicar y reflexionar sobre los contenidos teóricos trabajados en diferentes materias, para poder desarrollar dicho proyecto. De esta forma, además de un aprendizaje práctico, se logra una adquisición integrada de tales contenidos (SIE, 2008).

Más específicamente y a juzgar por los resultados de algunas experiencias previas (San Tan y Frank Ng, 2006; Hanke, 2009), la aplicación de esta modalidad metodológica al diseño de un proyecto de creación de empresas parece ser una buena alternativa para trabajar la competencia emprendedora de los estudiantes.

Paralelamente, y para un mejor diseño de dicha intervención formativa, se creyó conveniente conocer en profundidad la opinión del alumnado que actualmente se encuentra matriculado en los estudios de Administración y Dirección de Empresas y de personas recién tituladas, acerca de la aportación de la formación que actualmente se les imparte de cara al fomento de su competencia emprendedora; así como sus sugerencias de cara a una mejor orientación de dicha práctica docente.

## 2. METODOLOGÍA

Con este objetivo, se optó por emplear una metodología de investigación de tipo cualitativo dado el interés por conocer, no sólo el punto de vista del alumnado respecto al emprendizaje y la creación de empresas, sino la lógica que subyace tras su posicionamiento personal respecto a la posibilidad de crear su propio negocio, la percepción de sus propias capacidades y limitaciones, la relación que establecen entre éstas y la formación académica recibida y, en consecuencia, sus propuestas de mejora respecto a dicha formación. Es decir, la dimensión subjetiva de esta realidad.

Así, en esta primera fase exploratoria de la investigación se utilizó como técnica de recogida de información la dinámica de grupo. Técnica empírica e intensiva (Báez, 2009) que aporta información y contraste, gracias a los diferentes puntos de vista, garantizando un mejor diagnóstico de la realidad y, por tanto, una mayor capacidad para generar nuevos escenarios que favorezcan el emprendizaje (Pindado, 2008).

Así, en dos días consecutivos de mediados del mes de octubre de 2010, se llevaron a cabo dos dinámicas de grupo con dos colectivos distintos.

En uno de los casos, los participantes fueron 4 personas recién licenciadas en ADE y que, por tanto, en estos momentos, se encuentran en situación de poder plantearse, de un modo realista, la creación de un negocio frente a otras posibilidades de actividad, como la búsqueda de un empleo o la continuación de su formación académica.

Un segundo grupo estuvo integrado por 4 alumnos que, en estos momentos, se encuentran cursando la licenciatura en ADE. De ellos, esperábamos obtener una valoración de sus estudios y experiencia académica, más que un posicionamiento personal sólido respecto a la opción de creación de empresas. Sin embargo, una de las cuatro personas asistentes a la reunión, de edad notablemente superior al resto, contaba con experiencia emprendedora desarrollada a lo largo de varios años. De esta forma, su participación, no sólo sirvió de contrapunto y matización a muchas de las afirmaciones de sus compañeros de grupo, sino que nos ha permitido disponer, en nuestro estudio, del

testimonio y la experiencia de alguien que ha vivido, en primera persona, la creación de una empresa.

Ambas dinámicas se desarrollaron de forma completamente abierta y flexible, si bien tomando como referencia el guión que se adjunta en el Anexo. A continuación se presentan los principales resultados de las mismas.

### 3. RESULTADOS

#### 3.1. Emprendizaje y creación de empresas: opinión general

Planteada la cuestión del emprendizaje y creación de empresas a los alumnos de empresariales, éstos consideran que el emprendizaje está, socialmente, bien valorado. El emprendedor es visto como alguien valiente, atrevido y que crea puestos de trabajo. Llegan a afirmar que, en ocasiones, puede ser percibido como alguien demasiado atrevido, un loco; aunque, el grupo reconoce que todo depende del tipo de negocio que se plantee iniciar: si se trata de algo modesto o con objetivos reducidos, esta valoración negativa no se da. Por el contrario, los egresados manifiestan una percepción menos favorable. En su opinión, el emprendedor ha sido visto, en otra época, como un *“hijo de papá”* cuyo mérito consistía en disponer de fondos familiares para financiar un proyecto de negocio. Hoy por hoy, esta figura no tiene connotaciones tan negativas; si bien, no llega a alcanzar una alta valoración social. Muchas veces, lo que se oye es *“mira, ése creó una empresa hace tres años y, ahora, la está cerrando”*.

En comparación con otras regiones o países, los alumnos no perciben grandes diferencias en cuanto a valoración social. Por el contrario, sí piensan que, en otros países, la preparación académica está más orientada al emprendizaje o que, incluso, pueden existir más ayudas. En el mismo sentido, los egresados afirman claramente que, en otros países están más acostumbrados a planteamientos de creación de empresas. Junto a estas diferencias señaladas en materia cultural o formativa, la familia también es apuntada como un factor de gran influencia sobre el espíritu emprendedor de una persona. La familia influye a través del tipo de educación que transmite; en este sentido, reconocen que una educación familiar protectora hacia los hijos no favorece, en éstos, el espíritu emprendedor. También, el hecho de que en la familia haya podido haber alguna experiencia empresarial previa o el tipo de trabajo de los padres, influirá en la disposición emprendedora de los hijos.

Ambos grupos coinciden claramente en opinar que, en nuestro entorno, es mucho mayor el número de personas que se acomodan a una nómina, que

optan por la seguridad que ello implica, frente a quienes intentan hacer algo por su cuenta, que se lanzan. El resultado de ello es que, en nuestro entorno social, se considera que, como opción laboral, “lo normal” es el empleo por cuenta ajena. La visión del emprendedor como alguien demasiado atrevido –que anteriormente hemos mencionado– es el correlato lógico de esta “normalidad socialmente definida”.

Esta imagen se ha visto favorecida durante los últimos años por una bonanza económica que facilitaba elevadas oportunidades de empleo: “*todo el mundo salía colocado*”. En el actual contexto de crisis, es necesario, en muchos casos, “*buscarse la vida*”, por lo que la opción de emprender algo por cuenta propia puede ser una oportunidad, aunque también, implica un riesgo muy alto. Sobre esta visión del riesgo, los egresados apuntan que, incluso disponiendo de ayudas, hay casos de empresa que se crean y, una vez terminado el plazo en el que se dispone de ayuda, el negocio no logra sobrevivir. Estos cierres de empresas generan miedo y contribuyen a disuadir a quien pudiera plantearse la opción del emprendizaje.

Al mismo tiempo, también ambos grupos, reconocen que la actual crisis económica puede ser una oportunidad, por ejemplo, para quien pueda tener una idea de negocio, aunque sea pequeña. En ese sentido, especialmente los egresados (alguno de ellos, en concreto), reconocen que, nunca ha habido tantas ayudas públicas para la creación de empresas como las hay ahora. Quizás, el problema esté en que, muchas veces, esas ayudas no son conocidas. Critican que la información sobre estas convocatorias de ayudas, no siempre está muy accesible; si bien, ellos sí tienen conocimiento de las mismas, aunque por vías diferentes a la carrera estudiada.

Aún con todo, especialmente los egresados reconocen que, para personas en su situación de recién titulados, es bastante difícil crear una empresa. La dificultad para disponer de la financiación necesaria o no disponer de ninguna idea de negocio son algunas de las razones apuntadas. Y, en general, tanto alumnos como egresados, hacen referencia al riesgo que implica una iniciativa empresarial; riesgo que, en muchos casos hace que a las personas les pueda el miedo a fallar, impidiéndoles lanzarse a la aventura. En todo caso, uno de los egresados siente que la dificultad es mayor si el planteamiento de empresa se hace de modo individual. De poderse formar un grupo de amigos que, además de complementar los conocimientos y capacidades, aportara compañía y apoyo, la decisión sería más fácil.

El único alumno con experiencia en creación de empresas apunta la idea de que los fracasos también pueden resultar valiosos, ya que, de ellos, pueden extraerse experiencias y, por tanto, forman parte del proceso de aprendizaje (siquiera para no repetir los mismo errores en un futuro).

### 3.2. Emprendizaje y creación de empresas: posicionamiento personal

Respecto a la opción personal de crear una empresa, los egresados lo consideran como algo deseable. Expresiones tales como: “*yo, personalmente, no veo mal el intentar algo. Me apetece más que resignarme, desde el principio, a ser un empleado*”, “*yo crearía mi empresa. De hecho, tengo una idea de negocio, aunque me da miedo a que alguien me copie enseguida y no logre sacarla adelante*”, reflejan esa consideración positiva. Aunque, al mismo tiempo, perciben inconvenientes y limitaciones que les frenan a la hora de dar realmente ese paso. Uno de ellos se decanta por la colaboración con alguien que ya se haya lanzado, por ayudarle con nuevas ideas, avanzar con él, etc. Lo cual, si no puede considerarse, en un sentido estricto, como creación de empresa, se aproxima más a una situación de implicación personal y asunción de riesgos en un negocio que a un planteamiento exclusivamente de dependencia laboral en una gran organización.

Entre el grupo de alumnos, la mayoría preferiría un empleo por cuenta ajena. Consideran que, el momento actual no es el más adecuado para intentar crear una empresa. Un empleo es algo más seguro. Frente al resto, el alumno con experiencia empresarial recuerda que, en situaciones de crisis, no abundan las oportunidades de empleo. Es entonces cuando hay que lanzarse a la aventura del autoempleo, ya que “*si hay una oportunidad de negocio y tú no lo haces, lo hará otro*”.

Para la mayoría del grupo de alumnos, el miedo al fracaso es la principal razón para no plantearse la opción del emprendizaje. Cuando hablan de fracaso, lo hacen refiriéndose al fracaso económico pero, sobre todo, al fracaso personal que te puede llegar a marcar impidiéndote volver a intentarlo. También reconocen que sienten miedo frente a la incertidumbre de si serían capaces de llevar a delante, mantener, ellas solas, un negocio. De nuevo, el alumno con experiencia empresarial mantiene una opinión diferente, valorando positivamente los fracasos, ya que, “*de los fracasos se puede aprender mucho*”. Y, en todo caso, el miedo depende de lo clara, lo estudiada que puede tenerse una idea. Y, a medida que se acumula experiencia de creación de empresas, el miedo siempre será menor.

Una segunda razón para no decidirse a crear una empresa se relaciona con la viabilidad percibida para un posible proyecto empresarial y es común a los egresados y los alumnos de empresariales. Todos ellos aluden a la falta de ideas de negocio: “*no sabría de qué montar una empresa*”. Opinan que “*ya está todo inventado. Únicamente, cabe la posibilidad de hacer las mismas cosas, aunque de forma novedosa*”. Y quien ha pensado en una idea de negocio, tiene miedo de que, en poco tiempo, otros le puedan copiar y falle su iniciativa.

Otro argumento común a ambos grupos es la percepción de una escasa capacidad. Los actuales alumnos echan en falta experiencia laboral, por lo



que hablan de la posibilidad de montar una empresa, más adelante, tras haber trabajado como empleados y adquirido experiencia. También mencionan la posibilidad de emprender en grupo. De esta forma, la sensación de compañía podría ser un factor que animara a la aventura. Solos no se sienten capaces. Esta idea de actuación en grupo es sostenida también por los egresados, y desde casi el comienzo de la reunión. Especialmente, uno de ellos, considera que lo que le frena respecto a la posible creación de una empresa es no poder contar con un grupo de personas dispuestas a implicarse, a trabajar y que aporten ganas. Valora, además, el que el grupo puede compensar sus propias carencias: una formación parcial, especializada en gestión de empresas, pero insuficiente como para desarrollar una idea de negocio. Un grupo multidisciplinar, formado por personas de otras carreras permitiría cubrir esta carencia.

Otros inconvenientes que se mencionan en la conversación son la dedicación, la necesidad de invertir muchas horas de trabajo y la responsabilidad que se asume en un trabajo por cuenta propia.

En el ámbito de las ventajas, los componentes de ambos grupos coinciden en señalar que lo más atrayente de una empresa propia es poder trabajar en algo que realmente te gusta, te motiva. Es algo tuyo, tienes libertad, lo lideras tú. No tener a nadie por encima, asumir la propia organización del trabajo, aunque sea a costa de asumir toda la responsabilidad. En estas condiciones, creen que existe un incentivo para mejorar en el propio trabajo, mientras que, *“en un empleo, da más igual cómo salgan las cosas”*.

También coinciden ambos grupos en considerar que la posibilidad de ganar dinero, aunque fuese mucho, no supone una razón para plantearse la creación de una empresa. Efectivamente, la posibilidad de ganar mucho dinero resulta muy atractiva, pero, al mismo tiempo visualizan la posibilidad de perderlo; por lo que ambas se compensan. En el momento inicial, la creación de una empresa no se plantea pensando en el dinero que se puede llegar a ganar. Es muy difícil empezar ganando mucho dinero. En todo caso, sería posible a largo plazo. Y, hasta entonces, el primer reto es mantenerse. Desde una perspectiva de corto plazo, el dinero es mucho más relevante como inconveniente –dado lo complicado de lograr la necesaria financiación necesaria– que como ventaja. A corto plazo, la razón que les movería a emprender es *“ganarse las castañas”*.

Vuelven a coincidir los actuales alumnos con los egresados en ver a la familia como un referente importante en materia emprendedora. Bien porque haya habido experiencias empresariales anteriores (tanto si han culminado en éxito o en fracaso), ya que, de todas ellas, se puede aprender; bien porque creen que sus familias les apoyarían en caso de plantearles un proyecto empresarial. Siempre que el proyecto estuviera bien planteado, fuese lo suficientemente claro y concreto, piensan que sus familias confiarían en ellos y les animarían.

El grupo de egresados opina que, por el contrario, sus amigos adoptarían una actitud mucho más crítica; sobre todo los no universitarios, probablemente, se lo tomarían a broma. En el caso de los amigos universitarios, las expresiones, por lo menos de apoyo moral, serían mayores. Aunque, en general, también entre ellos hay muchas personas muy poco comprometidas.

Vinculado a la cuestión del compromiso de los universitarios, surge el tema de la elección de la carrera. En el grupo hay unanimidad en pensar que los estudios de ADE se eligen, en una mayoría de casos, por falta de vocación hacia otra formación en concreto. No parece que entrañen una gran dificultad y tienen muchas salidas; pero, sin pretender o tener interés hacia alguna en concreto. Y, entre ellas, *“la opción o intención de emprender, no la piensa nadie, con 18 años”*.

### **3.3. Formación en conocimientos y competencias, relacionadas con el emprendizaje y la creación de empresas, en los estudios de ADE**

Profundizando en el tema de la capacitación percibida, el grupo de egresados distingue entre la capacitación necesaria para la creación formal de un negocio y para la posterior gestión del mismo.

En lo relativo a la realización de trámites legales y demás pasos a dar en el inicio de un negocio, consideran que les son relativamente conocidas las ayudas existentes, así como las instituciones de apoyo a la creación de empresas, la convocatoria de concursos de ideas, etc. Llegan a nombrar alguna de ellas: *Entreprenari*, *Langai*, el premio *Manuel Laborde*, etc. Sin embargo, asumen que su conocimiento está relacionado con su interés por el tema. La mayoría de sus compañeros no conoce la existencia de ayudas. Y aunque, en un principio, se afirma que esta ignorancia puede frenarles en su interés hacia el emprendizaje, más adelante se cuestiona si el desconocimiento es la causa de la falta de interés o la relación es a la inversa.

Respecto a la gestión empresarial, sólo uno de los egresados se considera suficientemente capacitado. El resto cree que les falta capacidad para realizar todo lo que implica la gestión de una empresa. Reconocen que han estudiado todo lo necesario para saber administrar una empresa, que han aprendido todo lo que “se supone” que deben de saber, pero sólo en un plano teórico; les falta capacidad para poner en práctica lo aprendido.

En su opinión, este resultado obedece a una circunstancia también señalada por los actuales alumnos. Muchas de las asignaturas estudiadas son de contenido teórico o, en todo caso, su estudio se plantea desde un enfoque exclusivamente teórico. Son menos numerosas las que poseen un carácter más práctico y, en ocasiones, éstas últimas son optativas; por lo que no todos los alumnos las cursan.

Los actuales alumnos apuntan además que muy pocas de las asignaturas estudiadas tiene relación con la creación de una empresa. Par un emprendedor, del total de asignaturas que se pueden estudiar a lo largo de la carrera, pueden resultar útiles un 10%. Con cualquier otra salida laboral, la proporción de utilidad de lo estudiado puede ser la misma. Y, como uno no sabe cual va a ser su salida laboral, reconocen que *“hay que estudiar todo porque no sabes qué es lo que te va a hacer falta”*. Otras materias, como la Contabilidad o la Dirección Comercial son, en un principio, de mayor utilidad para un posible emprendedor. Pero, en clase, se trabajan desde un enfoque muy poco práctico. *“Se aprende poco a “hacer cosas””*.

El grupo de egresados reconoce que una segunda causa de su insuficiente capacitación práctica estaría en que estudian para aprobar los exámenes. Y, para ello, es necesario saber la teoría y saber responder a lo que se cuestiona en un examen. Además, una vez hecho el examen, se olvida lo estudiado. Esta manera de trabajar responde a que no se llegan a plantear (o los docentes no les ayudamos a ver) la utilidad o aplicación que pueden tener las asignaturas: *“si se viera o buscara esa utilidad, quizás por tener una idea de negocio desde el principio, se aprendería mucho más”*.

En todo caso, terminan afirmando que los conocimientos de gestión no son imprescindibles para montar un negocio. La prueba es que hay personas que crean empresas sin haber estudiado empresariales. Lo imprescindible es tener una idea de negocio; los conocimientos de gestión se pueden ir adquiriendo o buscando la colaboración de quien los tenga. Por ello, piensan que, de cara a la creación de una empresa, los titulados en Empresariales están en peor situación que otros titulados universitarios.

Cuando a ambos grupos se les cuestiona por los rasgos de personalidad que atribuyen a un emprendedor, señalan que éste ha de ser una persona activa, inquieta, que le dé muchas vueltas a las cosas, con iniciativa, muy dinámica, con capacidad de liderar, extrovertida, sociable, optimista, lanzada, segura de sí misma, mentalmente muy fuerte (que no se venga abajo al primer contrat tiempo), que los comentarios de los demás no le afecten demasiado, luchadora y con visión de largo plazo.

Sobre esta base, el grupo de egresados, en un principio, se muestra tajante al afirmar que *“el emprendedor, claramente, nace”*. Apoyándose en su experiencia de estudio durante la carrera, consideran que hay rasgos de carácter y capacidades –hablar o defender las propias ideas en público, por ejemplo– que, por mucho que se enseñen, no se aprenden si no están de forma innata en la persona. Ahora bien, reflexionando sobre sus propias experiencias vitales, fuera del ámbito académico, van admitiendo que, en el transcurso de la vida, también es posible ir desarrollando algunas de estas competencias.

El grupo formado por los actuales alumnos, ahonda más claramente en esta idea del desarrollo y formación de capacidades personales: un emprendedor nace y se hace. Todo lo que va viviendo, sus circunstancias y experiencias influyen en el desarrollo de su carácter. Y, en última instancia, la formación en conocimientos y técnicas de empresa siempre es necesaria.

En este grupo, el alumno con experiencia emprendedora –y una experiencia de estudios universitarios muy dilatada en el tiempo– observa que la organización docente ha evolucionado de modo muy positivo hacia el desarrollo de competencias emprendedoras: menos pasividad entre el alumnado, grupos de clase más pequeños, trabajo en grupos, etc. Todos los demás, al carecer de esa perspectiva, limitan sus valoraciones a la única experiencia académica que han conocido. Y, en torno a ella, las opiniones resultan críticas.

Así, plantean una comparación con la forma de trabajo en clase a la que tienen acceso los alumnos Erasmus, durante su estancia en universidades extranjeras. Mientras en sus actuales estudios, el trabajo del alumno en clase se limita a escuchar y, posteriormente, memorizar para el examen, en las universidades extranjeras se trabaja de forma más participativa, se realizan presentaciones en clase y debates. Y ello permite a los alumnos desarrollar una mayor seguridad en sí mismos, a expresarse con soltura, a hablar con desconocidos y a defender o vender las propias ideas; capacidades éstas que pueden resultar muy útiles, por ejemplo, a la hora de presentar una idea de negocio y solicitar financiación para la misma.

En ese mismo sentido, el grupo de egresados echa en falta más dinámicas de grupo y presentaciones en clase y ello, desde los primeros cursos de carrera. Mientras se trate de un recurso utilizado sólo en los últimos años de carrera su efecto sobre el posible desarrollo de capacidades personales es muy escaso (no olvidar que, para este grupo, la personalidad y competencias emprendedoras tienen un fuerte carácter innato). Así mismo, reconocen que no ha de ser fácil trabajar en el desarrollo de rasgos de carácter emprendedor mediante metodologías de trabajo en el aula, ya que, tratándose de rasgos personales, su corrección y orientación pueden ser interpretadas como crítica personal.

Otra cuestión apuntada por los egresados está relacionada con su idea de que, en el fondo, un emprendedor ha de ser un “*buscavidas*”. Y la metodología de aprendizaje universitaria no les enseña a buscarse la vida. Los docentes les proporcionamos todo el material que necesitan y, en ningún momento durante la carrera, se ven en la necesidad de buscarse la vida para aprobar (buscar información, hacer trabajos, etc.). Tampoco les preparamos para tener esa inquietud cuando acaben la carrera. Sus años de estudio transcurren, sobre todo durante los últimos tiempos de bonanza económica, en la confianza de encontrar un empleo y cuando, al llegar a quinto curso, se ven en la necesidad de buscarse la vida, no se sienten preparados para ello.

### 3.4. Propuestas de mejora docente

En sintonía con las reflexiones críticas sobre la formación recibida, las propuestas de mejora docente, de cara a desarrollar competencias emprendedoras se concretan en:

Una metodología de aprendizaje más participativa, más dinámicas de grupo en el aula, presentaciones y debates en clase, etc. que faciliten el desarrollo de una personalidad emprendedora. Y ello, desde los primeros cursos de la carrera.

Prácticas en empresas. Para el grupo de egresados, deberían de estar relacionadas con la especialidad cursada por el alumno y plantearse de forma obligatoria, bajo la tutela de un docente. Incluso verían positivo el que, en función del resultado, las prácticas se pudieran suspender y, por tanto, tener que repetir.

Ambos grupos opinan que estas prácticas no sólo deberían de realizarse en entidades financieras de gran dimensión. Esta modalidad permite adquirir experiencia a quienes estén interesados en trabajar en el sector financiero, pero resultan poco útiles de cara al emprendizaje. Para este objetivo, las prácticas en pequeñas empresas permitirían hacerse mejor una idea del gran abanico de actividades de negocio y de oportunidades que pueden existir en los mercados.

La organización de charlas y seminarios a los que se invitara a personas con quien compartir experiencias de creación de empresas. Experiencias tanto de éxito como de fracaso, ya que de todo se aprende.

Estas charlas permitirían además al alumno hacerse una idea realista acerca del tejido empresarial existente y de las verdaderas oportunidades de negocio: pequeños comercios, servicios, etc. En este sentido, estudiar en clase las grandes estrategias de las grandes empresas –como Inditex, por ejemplo– puede resultar desmesurado para un alumno que se planteara la creación de una empresa: “*nadie va a comenzar creando un Zara*”; además, son referencias que transmiten implícitamente la idea de que uno va a terminar siendo empleado en una de esas organizaciones.

Una asignatura específica sobre creación de empresas, cuyo contenido y metodología docente permitieran trabajar los rasgos de carácter emprendedor y, al mismo tiempo, familiarizar al alumno en la búsqueda de información –por ejemplo, para hacer un plan de viabilidad– en las relaciones con la administración, en el conocimiento de las instituciones de apoyo a la creación de empresas, en el tipo de ayudas que facilitan, etc. Concretamente, el grupo de actuales alumnos considera que, si dispusiera de más información sobre estos temas, su interés por el emprendizaje sería mayor.

Una asignatura consistente en el desarrollo práctico de una idea o proyecto empresarial. Los alumnos conocen de su existencia en los planes de

estudios de algunas universidades extranjeras. Una asignatura de este tipo permitiría la creación de grupos de trabajo que desarrollaran una idea de negocio con el fin de presentarla al concurso Manuel Laborde organizado por Bic Berrilan. Podría tener carácter de asignatura optativa, aunque, en este caso, si implicara mucho esfuerzo para el alumno, *“habría que “vender” muy bien la asignatura”*. Otra posibilidad sería trabajar el proyecto empresarial en el contexto de los Proyectos de Fin de Grado.

En esta misma línea y también tomando como referencia la experiencia de otras universidades, se apunta la posibilidad de organizar, en último curso de carrera, un concurso de proyectos empresariales. La idea ganadora podría recibir un premio, en forma de ayuda económica que sirviera de apoyo inicial al proyecto.

Por último, los alumnos y egresados con experiencia en JUNE coinciden en que el fomento de una Junior empresa redundaría en una mayor capacitación del alumnado en todos los temas relacionados con el emprendizaje.

#### 4. CONCLUSIONES

Como resultado del trabajo realizado y, en relación con los objetivos planteados al inicio del mismo, destacamos las siguientes conclusiones:

1. No todos los participantes en las dinámicas llevadas a cabo consideran que la figura del emprendedor alcanza en nuestro entorno, o por lo menos ha alcanzado en el pasado, una alta valoración social. Mayor consenso se produce en torno a la idea de que, en relación a otros países (sin especificar cuáles), poseemos una menor mentalidad emprendedora, disponemos de menos ayudas o realizamos una formación menos orientada hacia la creación de empresas.
2. Perciben que la actual coyuntura de crisis económica supone una amenaza para la creación de empresas, dado el elevado riesgo que han de asumir estas iniciativas. Pero, al mismo tiempo puede ser una buena oportunidad de ocupación laboral, especialmente si se tienen en cuenta los numerosos programas de apoyo y ayudas facilitadas por diferentes instituciones y organismos.
3. Con carácter general, creen que, para cualquier recién titulado, es muy difícil crear una empresa. Encontrar una buena idea de negocio y obtener la financiación necesaria son las principales dificultades señaladas.

4. Los egresados, recién titulados en ADE, muestran una relativa disposición hacia el emprendizaje; disposición que, hasta cierto punto, se relaciona con la gran dificultad que perciben de cara a lograr, en estos momentos, un empleo.

Para la mayoría del grupo de alumnos, sería preferible una salida laboral a través del empleo. Expresan un alto temor al fracaso, tanto económico como personal, en cualquier iniciativa empresarial que pudieran poner en marcha.

5. Tanto los titulados como los estudiantes coinciden en ver muy poco factible, en estos momentos, la iniciación de un negocio por cuenta propia. Prácticamente todos ellos afirman carecer de una idea de negocio y la totalidad reconoce no sentirse suficientemente capaz de asumir la gestión de una empresa.

En ese sentido, apuntan como “soluciones” la posibilidad de emprender en grupo o la posibilidad de postponer la iniciativa a un momento posterior en el que, tras haber trabajado por cuenta ajena, pudieran contar con mayor experiencia.

6. Sintiendo ellos una excepción, perciben que la mayoría de los estudiantes o licenciados en ADE desconoce los programas e instituciones de ayuda a la creación de empresas que existen en nuestro entorno.
7. El hecho de no sentirse suficientemente capacitados para gestionar una empresa es, en su opinión, en gran medida, consecuencia de la formación que han recibido. En este sentido, las mayores críticas vertidas se relaciona con:
  - Una escasa presencia en el Plan de Estudios de materias de utilidad para la creación de empresas.
  - La metodología de aprendizaje de una mayoría de asignaturas son completamente teóricos. Prácticamente no se trabaja la capacidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos.
  - El método de evaluación utilizado potencia un aprendizaje memorístico y orientado al saber en el momento concreto de responder al examen.

8. Si bien para el grupo de egresados, en buena medida, el emprendedor “nace”, también admiten –al igual que lo afirma el grupo de alumnos– que la formación y la experiencia pueden facilitar, en la persona, el desarrollo de un carácter y unas capacidades emprendedoras.

Sobre esta base, ambos grupos coinciden en señalar el escaso uso que se hace, durante la carrera, de metodologías de estudio que contribuyan al desarrollo de la personalidad propia de un emprendedor: metodologías activas que potencien la participación y el debate en el aula, la autonomía del estudiante, la seguridad en sí mismo, etc. Y los pocos casos en los que se trabaja de esta forma corresponden a asignaturas situadas en los últimos años de carrera.

9. Como consecuencia de todo lo anterior, se plantean propuestas de mejora de la actual formación impartida, relacionadas con:

Una metodología docente más activa, participativa y más autónoma para el alumnado.

Asignaturas específicas cuyo contenido dé cabida a temas relacionados con la creación de empresas y que faciliten el aprendizaje práctico de dichos conocimientos.

Un concurso de proyectos empresariales o la potenciación de una Junior empresa redundarían en la adquisición de competencias emprendedoras de carácter práctico.

Metodologías de aprendizaje no formal: prácticas en empresas, charlas, etc. facilitadoras de un conocimiento realista del tejido empresarial de nuestro entorno y, por tanto, de las oportunidades de negocio existentes.

## 5. BIBLIOGRAFÍA

- BAEZ, J. (2009).- *Investigación Cualitativa*. 2ª edición, Esic, Madrid.
- CANO, C. J.; GARCÍA, J. y GEA, A. B. (2003).- *Actitudes emprendedoras y creación de empresas en los estudiantes universitarios*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Almería, Almería.
- ESPÍ, M. T.; ARANA, G.; HERAS, I. y DÍAZ DE JUNGUITU, A. (2007).- “Perfil emprendedor del alumnado universitario del campus de Gipuzkoa”, *Enpresen Zuzendaritza eta Administrazio Aldizkaria/Revista de Dirección y Administración de Empresas*, nº 14, pp. 83-110.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. *Informe Ejecutivo GEM España, 2009*. [En línea] <[http://www.ie.edu/GEM/WF\\_informes.aspx](http://www.ie.edu/GEM/WF_informes.aspx)>. (Consulta el 30 de noviembre de 2010).
- HANKE, R. (2009).- “Problem-based learning entrepreneurship education: a preliminary exploration”. *Conference Paper in United States Association for Small Business and Entrepreneurship* [En línea] <<http://usasbe.org/knowledge/proceedings/proceedingsDocs/2009/PaperID110.pdf>>. (Consulta el 13 de diciembre de 2010).



- HERNÁNDEZ, A. CATALÁN, C. y LACUESTA, R. (2006).- “Aplicación del aprendizaje basado en problemas para el desarrollo de competencias demandadas a los titulados universitarios”. *XII Jornadas de Enseñanza Universitaria de la Informática*, Teruel.
- IBÁÑEZ, M. A. (2002).- *Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios. Medición y propuestas de actuación*, Ediciones Mensajero, Bilbao.
- PINDADO, J. (2008).- “¿Son los universitarios emprendedores? (Caso real)”. En MARTINEZ, P. (2008): *Cualitativa-mente. Los secretos de la investigación cualitativa*, Esic, Madrid.
- SAN TAN, S. y FRANK NG, C.H. (2006).- “A problem-based learning approach to entrepreneurship education”, *Education + Training*, vol. 48, n° 6, pp. 416-428.
- SERVICIO DE INNOVACIÓN EDUCATIVA DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID (2008).- *Aprendizaje basado en problemas*. Universidad Politécnica de Madrid, Madrid.
- URIARTE, J. de D. (1999).- *Características psicológicas diferenciales de los jóvenes emprendedores*, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, Bilbao.

## ANEXO

Guión utilizado por los moderadores como referencia en las dinámicas de grupo sobre “La competencia emprendedora de los titulados en Administración y Dirección de Empresas”.

### 0. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO, OBJETIVOS DE LA DINAMICA, ACLARACIÓN DE CONCEPTOS (EMPRENDIZAJE Y CREACIÓN DE EMPRESAS) (5 minutos)

#### 1. EMPRENDIZAJE Y CREACIÓN DE EMPRESAS (25 minutos)

##### *OPINION GENERAL (10 minutos)*

- Valoración social del emprendizaje/empresario
- Ayudas institucionales (conocimiento de las mismas) ¿Moda?
- Importancia económica y social de la creación de empresas
- En la actual coyuntura económica ¿oportunidad o necesidad?
- Diferencias culturales (otras CCAA, países....)

**CASO PARTICULAR DE LOS MIEMBROS DEL GRUPO (15 minutos)**

- Intención: ¿deseable y viable?
- Motivos por los que no serlo
- Ventajas e inconvenientes de hacerlo o de serlo
  - Apoyo o experiencia familiar o de amigos
  - Valoración de las recompensas: libertad, beneficios, etc.
  - Valoración de los inconvenientes: limitaciones y riesgos
  - Detección de oportunidades de negocio ¿qué hacer?
  - Capacidad percibida: conocimientos y habilidades

**2. FORMACIÓN EN CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS RELACIONADAS CON EL EMPRENDIZAJE Y LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN LOS ESTUDIOS DE A.D.E. (20 minutos)**

- ¿El empresario nace o se hace?
- Rasgos de personalidad: Independencia, autonomía, creatividad, etc.
- Saber hacer (capacidad de: organización, negociación, búsqueda de información,...)
- Conocimientos teóricos (planes de empresa, análisis de viabilidad, estudios de mercado, fuentes de financiación,...)
- Conocimiento de Instituciones de fomento a la creación de empresas
- Conocimiento de ayudas a la creación de empresas
- Relaciones y contactos: con instituciones, con el sistema empresarial

**3. PROPUESTAS DE MEJORA PARA DESARROLLAR LA COMPETENCIA EMPRENDEDORA DE LOS TITULADOS EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (15 minutos)**