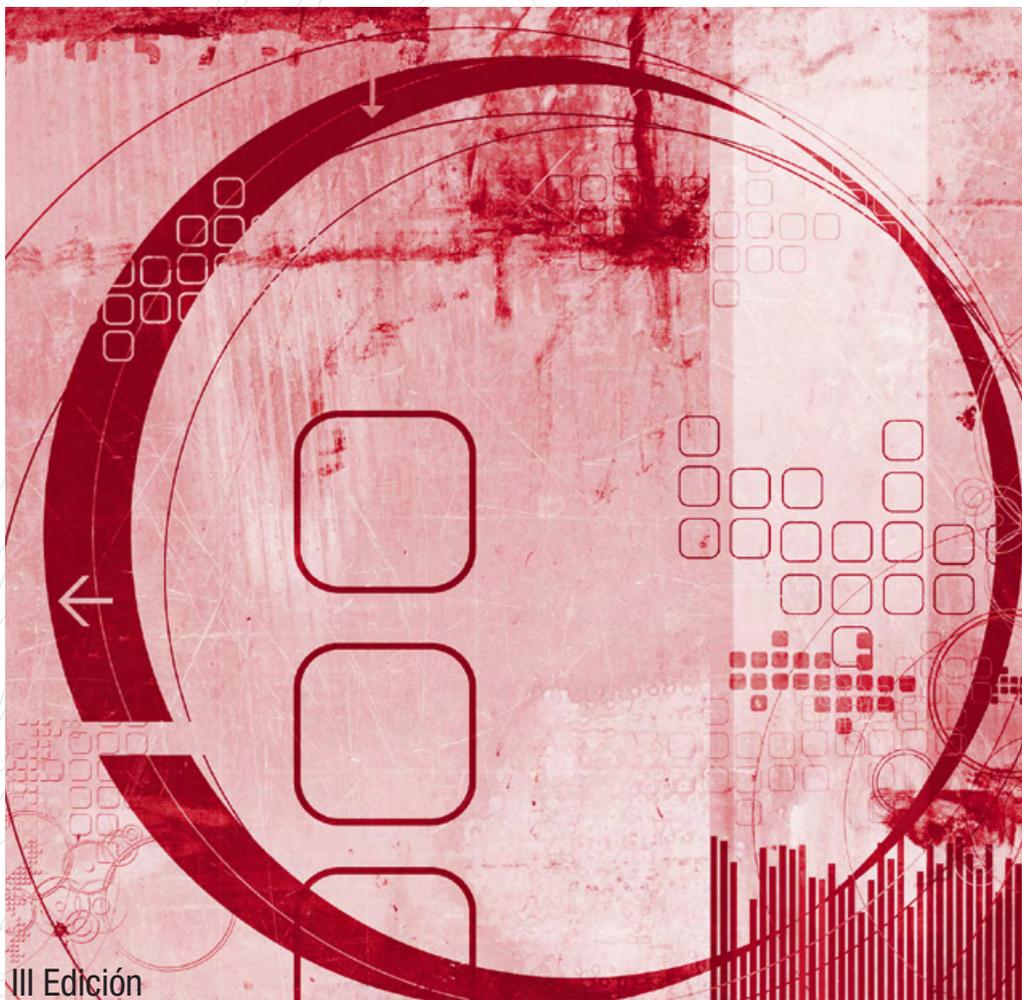


Informe del Estudio

Córdoba diciembre 2013



III Edición

consejo
social

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado
Universitario de Córdoba

Publicación realizada por:

Prof. Dr. Fernando J. Fuentes García
Prof. Francisco J. Saco de Larriva
Prof. Dr. Pablo Rodríguez Gutiérrez





Promueve, edita y financia:
Consejo Social de la Universidad de Córdoba 2013
C/ Alfonso XIII, 13
14071 Córdoba
Telf. +34 957 21 81 27
consejo.social@uco.es www.uco.es/consejosocial

Coordina:
Francisco J. Saco de Larriva
*Coordinador del Eje para la Mejora de la Empleabilidad
y el Desarrollo Profesional del Alumnado y Egresados de la UCO. Consejo Social*

Diseño y Maquetación:
José Manuel Muñoz y Luna Castilla

Fotografías:
David Cabezas

ISBN: 978-84-695-9222-9

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

Presentación	4
Agradecimiento	6
I. Introducción: oportunidad y alcance del trabajo	7
I.1. El contexto: la universidad de córdoba	8
I.2. Introducción: Universidad y emprendimiento	12
I.3. Aproximación a la creación de empresas en España, Andalucía y Córdoba	18
I.4. Teorías sobre el emprendimiento	42
I.5. Objetivos del estudio	51
I.6. Metodología	52
I.7. Descripción de la muestra	55
II. Resultados	59
II.1. Valoración de la actividad emprendedora	60
II.2. Vocación emprendedora	63
II.3. Valoración y atributos del empresariado	88
II.4. Resultados según centro de estudios	93
II.5. Resultados por curso	100
II.6. Motivos para emprender	110
II.7. Perfil de la persona emprendedora potencial	111
II.8. Factores que favorecen la creación de empresas	117
II.9. Sectores potencialmente atractivos	119
II.10. Trabas al emprendimiento	120
II.11. Necesidades formativas	123
III. Resumen de conclusiones	125
Bibliografía seleccionada sobre universidad y emprendimiento	134
Anexos	
Anexo 1. Tablas complementarias de resultados	139
Anexo 2. Cuestionario utilizado	165
El consejo social de la universidad de córdoba	176

Presentación

Anabel Carrillo

Presidenta Consejo Social

Diciembre 2013

En un mundo como el actual, donde la inversión en conocimiento se convierte en un valor que crea una ventaja competitiva y es motor de desarrollo económico y social para los países, no se debe perder de vista los factores que intervienen en la puesta en valor de esos conocimientos. Las nuevas iniciativas emprendedoras se han convertido en un factor de dinamización fundamental en las “economías del conocimiento”. La globalización de los mercados y las revoluciones científico-tecnológicas, junto con el valor creciente de la ciencia y la cultura en actividades productivas innovadoras, son muestras de que el mundo actual funciona de forma muy distinta al pasado.

En este escenario, donde la innovación y el conocimiento son la clave para el crecimiento y desarrollo económico de un territorio, las actitudes emprendedoras de la ciudadanía aparecen como protagonistas principales por su capacidad de generar innovaciones.

Del mismo modo, existe un creciente acuerdo en que en esta nueva sociedad, la educación es una de las variables clave para explicar el proceso de surgimiento y las perspectivas de desarrollo de nuevas empresas.

Prueba de ello es que la Unión Europea, desde el Consejo Europeo de Lisboa (marzo de 2000) lleva instando a los países miembros a incidir sobre el fomento de la cultura emprendedora. Fruto del compromiso de las administraciones públicas, el 12 de abril de 2011, en el Pleno del Consejo Andaluz de Universidades, celebrado en la Universidad de Córdoba, el Consejero de Economía, Innovación y Ciencia presentó el Plan de Fomento de la Cultura Emprendedora en el Sistema Educativo Público de Andalucía – “La pasión por crear, innovar y emprender”-.

Este creciente interés en el estudio de la relación entre el nivel educativo de quienes emprenden, las características de sus negocios y sus perspectivas de éxito, evidencia la importancia cada vez mayor que tienen las egresadas y egresados y el alumnado universitario como “yacimientos de empresarias y empresarios”, especialmente si se quiere impulsar el surgimiento de nuevas empresas basadas en el saber, la ciencia y la tecnología

El Consejo Social, en el marco de sus objetivos estratégicos, abrió en 2007 con el Análisis sobre el Perfil Emprendedor en el alumnado universitario y preuniversitario cordobés una línea de estudios dedicada a explorar las necesarias conexiones entre el espacio universitario y el desarrollo socioeconómico del territorio de su influencia, con objeto de mejorar la capacidad de respuesta a los principales resultados arrojados por las investigaciones. En dicho estudio, los resultados venían a confirmar las escasas intenciones de creación de empresas por parte de un 24,4% de alumnos y un 32% de alumnas, que descartaban completamente la posibilidad de crear una empresa en un futuro profesional. En el estudio que ahora publicamos, este porcentaje ha disminuido en tres puntos porcentuales, lo que supone una buena noticia. Sin embargo hay datos que nos motivan a seguir trabajando en acciones de motivación emprendedora, ya que parece que el alumnado de mayor edad y con experiencia profesional son los más interesados en ser emprendedores, los estudiantes con familiares emprendedores parecen reacios a incorporarse a la empresa familiar o la escasa valoración del empresario o empresaria como profesional. Otro dato a resaltar es que sigue existiendo una brecha de género en intención de crear empresas.

El Informe ejecutivo que tiene en sus manos recoge y analiza los resultados de una encuesta de opinión, sobre un conjunto de aspectos relativos al proceso emprendedor del alumnado universitario con el propósito de identificar los principales elementos que influyen en el mismo y comparar los resultados de las dos ediciones anteriores con el realizado en 2013. Se pretende obtener así un diagnóstico sobre el creciente papel de las Universidades en el estímulo del espíritu emprendedor, la necesidad de estimular el emprendimiento de las universitarias y la creación de empresas de base universitaria.

Quiero resaltar el riguroso trabajo del prof. Fernando Fuentes, siempre atento a la calidad de las enseñanzas universitarias en su relación con el entorno, y al equipo técnico del Consejo.

Y mi dedicación especial para al alumnado de la Universidad de Córdoba que asume con notable esfuerzo las nuevas competencias profesionales exigidas hoy y aspiraran a ser emprendedores del conocimiento.

Agradecimiento

Fernando J. Fuentes García

El informe que aquí presentamos ha sido elaborado con la ayuda y entusiasmo de muchos. De-seamos dejar constancia de nuestro agradecimiento y reconocimiento a:

- La confianza recibida de nuevo del Consejo Social de la Universidad de Córdoba y su vocación por apoyar cuantas actividades estén relacionadas con el emprendimiento en nuestros universitarios.
- El alumnado de la Universidad de Córdoba, protagonista y destinatario del estudio, que se ha prestado a contestar de nuevo con interés un cuestionario prolijo y haciendo posible conseguir una amplia y significativa muestra con la que trabajar.
- En el trabajo de campo ha sido determinante la ayuda y esfuerzo del equipo de orientadores del Consejo Social que ayudaron en la administración de las encuestas y, posteriormente, en la captura de datos capitaneados por el responsable de orientación y profesor de Organización de Empresas D. Francisco Saco de Larriva.
- En la depuración de las encuestas, tratamiento estadístico y elaboración del informe ha colaborado el Dr. Pablo Rodríguez Gutiérrez.
- Finalmente, no podemos olvidar a quiénes en 2006 nos permitieron utilizar un diseño metodológico ya muy depurado de análisis del fenómeno emprendedor, los profesores José María Veciana Vergés (fallecido en 2009) y David Urbano Pulido de la Universidad Autónoma de Barcelona. El modelo de cuestionario que ellos elaboraron permite comparar resultados entre universidades, regiones y países con facilidad.



I Introducción: Oportunidad y Alcance del Trabajo

I.1. EL CONTEXTO: LA UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

En 2007 presentamos el primer estudio sobre el Perfil Emprendedor elaborado a partir de encuestas realizadas en 2006 al alumnado de la Universidad de Córdoba. No éramos conscientes de que se acercaba un punto de inflexión de la economía española y que estaba a próximo a finalizar un largo período de prosperidad económica. En aquel tiempo, aunque la provincia de Córdoba aún registraba unas cifras de paro mayores de la media nacional, apenas tenía 50.000 desempleados y existía la percepción de que cualquier persona con suficiente cualificación y ganas de trabajar podía conseguir un empleo, de hecho, España fue un apetecible destino de inmigrantes que acudían en busca de las oportunidades existentes.

Ahora que nos adentramos en la segunda década del siglo XXI la economía cordobesa se enfrenta a los estragos causados por la pertinaz crisis económica que nos ha acompañado durante los últimos cinco años. Crisis que se manifiesta especialmente en la elevada tasa de desempleo, unas 136.000 personas en los datos de la EPA del INE en el tercer trimestre de 2013, que suponen una tasa de paro en torno al 41% y una tasa de paro juvenil del 74%, siendo ambas unas de las más altas de España y las estadísticas de liquidación de empresas no son menos preocupantes. En una coyuntura tan diferente resulta necesario realizar un nuevo estudio sobre la visión que nuestro alumnado tiene sobre el emprendimiento y si racionalmente en tiempos de crisis perciben que pueden abrirse camino con el autoempleo ante las dificultades existentes en el mercado laboral.

El contexto en el que se realiza el estudio es la Universidad de Córdoba, una institución con estudios centenarios (su Facultad de Veterinaria) pero con la mayor parte de sus titulaciones y centros relativamente jóvenes. Oficialmente la Universidad de Córdoba comienza su andadura independiente en 1973, de cuya fundación se cumplen exactamente 40 años, y puede considerarse una universidad mediana dentro de la articulación del sistema universitario español. (Cifras de la Universidad de Córdoba: Alumnado: 21.000 (incluyendo centros adscritos). Profesorado 1.200 y otro personal 700). Estas características la han dotado del dinamismo necesario para ir adaptándose y entrar en el siglo XXI como una Universidad de alta calidad docente y probada solvencia científica.

CÁTEDRA DE
FLAMENCOLOGÍA
DIRECCIÓN

21

Master

2013

2014

Plan y gestión estratégica de
recursos humanos

REUNIÓN

EXTRA

Master 2014

del Área de

Recursos

Humanos

de la

Universidad

de Sevilla

del

Departamento

de

Investigación

en

Administración

de

Empresas

de

Sevilla

del

Departamento

de

Investigación

en

Administración

de

Empresas

de

Sevilla

del

Departamento

de

Investigación

en

Administración

de

Empresas

de

Sevilla



Los estudios de la UCO van desde las Humanidades y las Ciencias Jurídico-Sociales a las Ciencias de la Salud y las carreras científico-técnicas, tres áreas que se corresponden con su estructuración en tres grandes campus: el jurídico social, integrado en el centro urbano; el de la Salud, al oeste de la capital, y el agroalimentario, científico y técnico de Rabanales, en el área este. Además, la UCO cuenta con la Escuela Politécnica de Belmez situada en esa población a sesenta kilómetros de la capital cordobesa.

Entre los centros más antiguos del campus se encuentran la anteriormente citada Facultad de Veterinaria y la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos y de Montes que dan a la UCO un matiz diferencial agroalimentario (singular en el sistema universitario andaluz). Estos centros se ubican en el campus de Rabanales que constituye la mejor prueba del proceso de modernización que caracteriza a la Universidad. Sus instalaciones dan cabida a la más avanzada infraestructura para la investigación y la docencia, al tiempo que integran toda una serie de servicios complementarios que lo convierten en uno de los complejos docentes más destacados de Andalucía.

El campus de Rabanales constituye la mejor prueba del proceso de modernización que caracteriza a la Universidad. Sus instalaciones dan cabida a la más avanzada infraestructura para la investigación y la docencia, al tiempo que integran toda una serie de servicios complementarios que lo convierten en uno de los complejos docentes más destacados de Andalucía. Rabanales concentra buena parte de la producción científica de la Universidad, situada a la vanguardia de la investigación en la comunidad autónoma andaluza y entre las instituciones investigadoras más relevantes a nivel nacional. Tanto la investigación como la docencia son entendidas en la Universidad de Córdoba como los dos grandes pilares de la institución, siempre con una misma meta: la calidad. A ese objetivo se une el papel protagonista que la UCO está jugando en el desarrollo del Espacio Europeo de Educación Superior. Docencia, Investigación, Calidad y Europa son, por tanto, las máximas que rigen en la actualidad la vida de la Universidad. Todo ello ha hecho posible el reconocimiento del Campus de Excelencia Internacional en Agroalimentación-Andalucía ceiA3. Además, de forma más reciente, a todo el esfuerzo investigador anterior, se añade la apuesta por la investigación biomédica a través de la creación del Instituto Maimónides de Investigación Biomédica de Córdoba en 2008.

En lo que respecta al número de alumnos la Facultad de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales, la Facultad de Ciencias de la Educación y la Escuela Politécnica Superior son los mayores centros. También tienen un número elevado de alumnado la Facultad de Filosofía y Letras, la de Ciencias del Trabajo, la de Ciencias y la Facultad de Veterinaria (superando el millar). Gran demanda tiene también en los últimos años las titulaciones de Ciencias de la Salud.

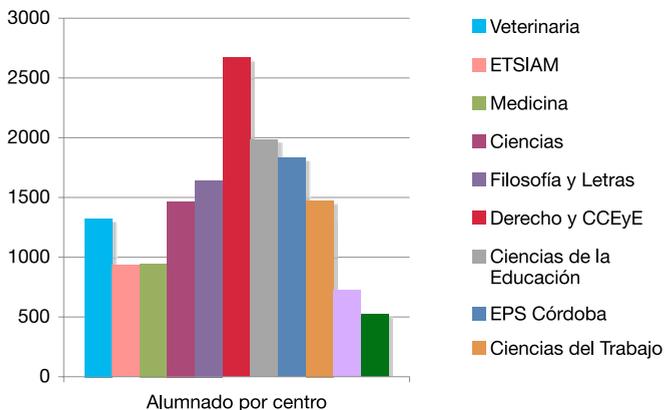


Gráfico 1. Cifras de alumnado de las facultades y escuelas que integran la UCO en 2012/13.

Fuente: Página Web de la Universidad de Córdoba. (www.uco.es)

En el curso 2012/13 el alumnado del Área de Humanidades y Ciencias Jurídicas y Sociales de la UCO fue el colectivo más numeroso (50,09%), seguido de del Área Agroalimentaria Científica y Técnica (40,46%) y el Área de ciencias de la salud (9,46%).

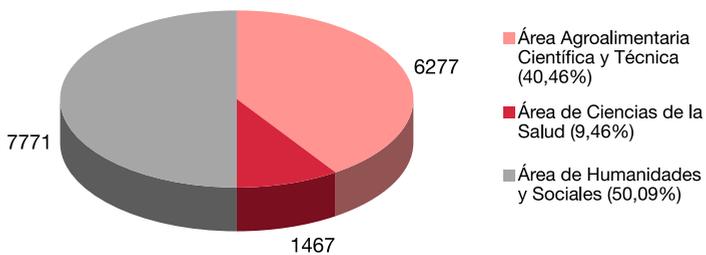


Gráfico 2. Datos de alumnado por Áreas de la UCO en 2012/2013.

Fuente: Página Web de la Universidad de Córdoba. (www.uco.es)

I.2 INTRODUCCIÓN: UNIVERSIDAD Y EMPENDIMIENTO

LA INSERCIÓN DEL ALUMNADO UNIVERSITARIO EN EL MUNDO EMPRESARIAL

Como expresa el Prof. Urbano¹, en la actualidad, existe la creencia generalizada de que el crecimiento económico, la generación de ocupación y el potencial innovador está, cada vez más, vinculado a la capacidad de las sociedades de crear nuevas empresas. En este sentido, una parte sustancial y creciente de la literatura que aborda dicha temática se ha centrado en los elementos que favorecen la puesta en marcha de iniciativas empresariales y, más específicamente, en los factores sociales o del entorno que explican el comportamiento empresarial (Shapiro y Sokol, 1982; Hyde, 1989; Scherer et al., 1989, 1990; Kolvereid, 1996).

Entre los muchos factores identificados, la educación despunta como una variable con alto potencial de influencia en el comportamiento emprendedor, sobre todo entre la población de estudiantes de enseñanza superior.

En efecto, la propia Comisión Europea (2003) señala que la educación y la formación universitaria deberían contribuir a impulsar el espíritu empresarial, fomentando una actitud favorable y una mayor sensibilización hacia la profesión de empresario, lo cual redundaría en un mayor número de empresas. De hecho, la nueva concepción del desarrollo económico, basada en aspectos tales como la globalización, la sostenibilidad, los avances tecnológicos, etc., está poniendo de manifiesto la importancia de la acción innovadora y la receptividad de los recursos humanos hacia el aprendizaje, por lo que la facultad de adaptarse a los cambios y la capacidad de innovar se convierten en elementos fundamentales de todo sistema formativo. Sin embargo, y aunque en principio se admita ampliamente que las instituciones universitarias configuran un instrumento sustancial en la conformación de actitudes positivas hacia la creación de empresas, lo cierto es que su específica contribución en la generación de tales actitudes aún no ha sido analizada de una forma convincente. Es más, la mayoría de los trabajos realizados son fundamentalmente de corte transversal y cuantitativo, apreciándose un claro vacío en estudios

¹ Urbano, D y Toledano, N. (2008): *The systems of university education and their influence on the students' attitudes in the business world: a multiple case study*. Oikos Nº 25, 87 – 103. (UCSH).

que aborden en profundidad el proceso subyacente en las actitudes de los estudiantes hacia la actividad empresarial, así como su posible relación con la formación impartida en el ámbito universitario.

Fruto de lo anterior, la práctica totalidad de las universidades españolas mantienen diversos **programas de orientación** que pretenden ayudar al alumnado y a los jóvenes egresados y egresadas en la inserción en el mercado laboral. La vía de inserción más habitual es a través de un empleo por cuenta ajena, bien en empresas o bien en las administraciones públicas.

Sin embargo, estas salidas profesionales, siendo necesarias, *hoy se revelan insuficientes*. Con mucha frecuencia, el alumnado universitario no encuentra trabajo o se ve forzado a ocupar puestos de inferior cualificación a la alcanzada, obligados a una situación de subempleo, a veces con carácter transitorio, aunque, en zonas de escaso dinamismo empresarial, como ocurre en gran parte de Andalucía y, en particular, en Córdoba, con excesiva frecuencia el subempleo se prolonga de manera indefinida.

La situación de nuestra región se ve agravada por diversos cambios socioeconómicos que afectan a las personas que buscan su primer empleo. Entre otros, son evidentes:

- el modelo de contratación laboral indefinida ha entrado en crisis. El puesto de trabajo de por vida es hoy *rara avis*, la precariedad es, en cambio, lo más habitual;
- se exige a las empresas dinamismo y flexibilidad que también es requerido a los recursos humanos;
- la formación y los conocimientos que se demandan evolucionan con celeridad, quienes no se incorporan rápidamente al mercado de trabajo tienen el riesgo de quedarse sin sitio y necesitar un profundo reciclaje;
- existe un incremento de mano de obra con buena formación en países emergentes que paulatinamente está compitiendo con los más desarrollados;
- auge de la deslocalización industrial y de ciertos servicios;
- cambios importantes en los valores (ejemplo, peor valoración de la formación universitaria que se extiende también al mercado laboral);

Todo lo anterior hace que exista una altísima competencia por conseguir una buena oferta de trabajo (resulta imprescindible no sólo la formación básica, sino que se ha de complementar con idiomas, informática, habilidades sociales e, incluso, buena apariencia física y contactos). Frecuentemente, ni siquiera reuniendo todas las cualidades anteriores es posible conseguir el puesto de trabajo merecido.

Como alternativa a las dificultades en la inserción laboral de los egresados y las egresadas, las universidades han emprendido *nuevas vías de apoyo* a aquellos que ya han acabado sus estudios y que, no conformándose con las ofertas del mercado de trabajo están dispuestos a *construirse su propio empleo*. Es decir a emprender actividades afrontando el riesgo como empresarios y empresarias.

Pensamos sinceramente que existen multitud de jóvenes que tienen tanto la preparación como las cualidades para ser motor de nuevas iniciativas empresariales y que desde la universidad no se puede presenciar de forma impasible que se pierdan estas oportunidades. La universidad no puede ser mera transmisora y creadora de conocimiento, sino que también puede y debe de ser semilla de cambio y de progreso.

Sin embargo, las vocaciones empresariales no son abundantes en la juventud. El Informe *Compromiso Laboral de los Universitarios². Diagnóstico Comparativo 2008/2009 de la Fundación Universidad Empresa*, afirma que solo el 3% del alumnado encuestado tiene un firme propósito de crear una empresa al terminar sus estudios universitarios. Igualmente el *Informe de inserción por cuenta ajena y propia de los titulados universitarios de Canarias³*, realizado por la Universidad de Canarias y la Universidad de la Laguna muestra que menos del 5% de los egresados universitarios deciden crear una empresa en los cinco primeros años de su egreso. *Datos algo más alentadores se extraen del Estudio sobre El Comportamiento Emprendedor de los Alumnos de la Universidad de Sevilla⁴* donde se recoge que un 14,2 % de los emprendedores potenciales de la USE tienen una intención alta de crear una empresa en los próximos años, mientras que un 36,5% tienen una intención baja. Por tanto, no es mucha la proporción de juventud universitaria que quiere ser empresaria.

² Informe realizado por la Fundación Universidad Empresa en 2009. Disponible el Resumen Ejecutivo en: <http://www.fue.es/HTML/IMAGES/50545212/91151064634.pdf>

³ Informe realizado por el Observatorio de Empleo de la Universidad de las Palmas de Gran Canaria y el Observatorio de Empleo de la Universidad de la Laguna en 2008. Disponible el documento integro en: http://www.insercionlaboral.net/Portals/0/docspendval/Informe%20general%20de%20inserci%c3%b3n%20laboral_12022009_141919.pdf

⁴ Guzmán, J y Santos F.J (2010): *Estudio Sobre el Comportamiento Emprendedor de los Alumnos de la Universidad de Sevilla*. Cátedra Bancaja - Universidad de Sevilla. Departamento de Economía Aplicada de la Universidad de Sevilla. Texto Integro disponible en: <http://www.jovenesemprendedoresbancaja.com/archivos/catedras/ficheros/INFORME%20OBSERVATORIO%20BANCAJA%20N%C2%BA%201.pdf>

LA UNIVERSIDAD COMO SEMILLA DE ESPÍRITU EMPRENDEDOR⁵

Si en épocas recientes el origen de la riqueza podía parecer alejado del espíritu de empresa original, hoy, más que nunca, es evidente que el bienestar y la riqueza de un territorio proviene de la capacidad emprendedora de toda la ciudadanía. El progreso supone la capacidad de identificar y explotar oportunidades para crear valor y nuevos puestos de trabajo. La cultura de la innovación, el aprendizaje continuo, la generación y utilización del conocimiento y la creación de empresas son las palabras clave del desarrollo sostenido.

La Universidad, como la mayor y más importante organización creadora, depositaria y difusora de conocimientos que la sociedad dispone, puede hoy jugar una posición estratégica si asume el papel de gestora del cambio, siendo también la mayor proveedora de la cultura emprendedora y de la innovación a sus estudiantes. Efectivamente, ha de conseguir que los graduados y graduadas, además de disponer de un modelo de las respectivas disciplinas, asuman un compromiso hacia una acción responsable, estén preparados y dispuestos a concebir, emprender y liderar nuevos proyectos innovadores tanto en las empresas o instituciones existentes como creando nuevas empresas.

Para ello es necesario que la universidad posibilite y fomente actitudes innovadoras y actitudes emprendedoras. La experiencia de muchos países demuestra que las acciones de soporte a la creación de empresas requiere un cambio cultural (aceptación social del papel del empresariado en la sociedad), así como aumentar las competencias y habilidades del futuro empresariado y directivos y directivas, es decir, su formación.

Así, las políticas emprendidas en esta dirección: ayudas a proyectos tecnológicamente innovadores, promoción de “spin-offs” desde la universidad, etc.; en los últimos años se han visto reforzadas desde las universidades por el establecimiento de programas docentes y líneas de investigación en las universidades más prestigiosas del mundo. Las universidades han tomado la iniciativa y no sólo como respuesta a una demanda del alumnado, o por el convencimiento de su obligación de contribuir a una necesidad social generando nuevos proyectos e iniciativas creadoras de valor, y de empleo, sino por su propio interés.

⁵ Este apartado se ha elaborado a partir del documento “*La universidad como fuente de iniciativas empresariales. La importancia estratégica de promover e impulsar la creación de empresas y el espíritu emprendedor*” que prepararon los miembros de la Sección “Función Empresarial y Creación de Empresas” de la Asociación Científica de Dirección y Economía de la Empresa-ACEDE (2004).

Para contribuir al cambio, las universidades más prestigiosas han tomado iniciativas tales como:

- dotación de elementos de reflexión, estimulando la investigación en este campo;
- reforma de planes de estudio, incorporando disciplinas que doten al alumnado con los conocimientos y actitudes necesarios;
- creación de unidades de promoción para la creación de empresas;
- y, finalmente, en sus nuevos diseños organizativos y estrategias se contempla la función empresarial/emprendedora.

Sin embargo, según ratifica la X Encuesta sobre Vocación Emprendedora en Andalucía realizada por el ESIC (2013) el 60 por ciento de los encuestados cree que en otras comunidades la cultura emprendedora está más arraigada que en Andalucía y la mayoría (60 por ciento) piensa que la universidad andaluza no fomenta el espíritu emprendedor. Según dicha encuesta, de cada cien universitarios, 39 quieren ser empresarios, 30 prefieren trabajar por cuenta ajena. y 15 se decantan por ser funcionarios,

Si se tiene en cuenta la composición del alumnado de la UCO (que hemos presentado en los gráficos 1 y 2 anteriores) se pone de manifiesto que en nuestra universidad efectivamente la mayor parte de sus integrantes no reciben formación empresarial alguna (ej. alumnado de Ciencias de la Educación, de las carreras de Letras, de Ciencias de la Salud, etc.). Resulta importante ofrecer a todo el alumnado la oportunidad de que se acerquen al mundo de las empresas para que alguno o alguna de ellos, con mayor conocimiento, decida libremente si se quiere convertir en emprendedor o emprendedora.

INICIATIVAS DE LA UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA SOBRE EMPRENDIMIENTO

La Universidad de Córdoba y su Consejo Social mantienen diversas iniciativas tendentes a sembrar vocaciones empresariales. A saber:

- **Actividades de Fomento del Emprendimiento del Consejo Social de la UCO.** El Consejo Social impulsa y participa desde hace más de una década en acciones encaminadas a promover el espíritu emprendedor entre el alumnado de la Universidad y ofrece apoyo a los estudiantes que decidan poner en marcha su propia empresa. Entre las actividades realizadas en este ámbito destacan: *Taller para Emprender, Encuentro de Jóvenes Emprendedores y Autoempleo*, la participación en el *Día del Emprendedor Andaluz*, el *Ciclo Iniciador Córdoba*, *Mi Emprendedora*, *Mi Emprendedor* o la participación en iniciativas como el *Startup Weekend*.
- Varias **asignaturas de creación de empresas** incluidas en los planes de estudios de las titulaciones de Relaciones Laborales, Ingenieros Agrónomos y GADE
- **Actividades de fomento de la OTRI**, unidad responsable de la transferencia de resultados de investigación. Concurso de Ideas de Negocio.
- **Gabinete de Creación de Empresas de Fundecor.** Para quienes apuestan por iniciar una actividad empresarial, la UCO, a través de Fundecor, cuenta con un Gabinete de Creación de Empresas destinado a los futuros emprendedores por cuenta propia.

Sin embargo, es notorio que los resultados alcanzados son aún muy modestos y nuestros egresados y egresadas siguen teniendo una elevada aversión a emprender.

Por otra parte, es aún muy escasa la información disponible sobre la juventud emprendedora en Córdoba⁶ y aún más escasa la percepción que tiene la juventud de sus propias posibilidades como agentes creadores de empresas. Por nuestra experiencia como docentes podemos intuir una gran desinformación incluso en aquellas titulaciones más próximas a la gestión empresarial.

⁶ A nivel de Córdoba el presente estudio es el tercero realizado sobre vocación emprendedora en el alumnado universitario. Sin embargo la coyuntura económica es muy distinta por lo que habrá que hacer comparaciones a lo largo del presente estudio. Existen estudios a nivel de la comunidad autónoma andaluza, entre los que podemos citar el realizado por ESIC, del que se han publicado diez ediciones desde 2004 publicados en la revista Andalucía Económica. En este estudio el alumnado universitario cordobés representa aproximadamente un 9% de la muestra regional de 1.352 encuestas (Estudio 2013), equivalente a apenas 121 encuestas, una muestra adecuada para realizar algunas comparaciones entre provincias pero escasa para realizar comparaciones entre nuestro muy diversificado Campus universitario.

I.3

APROXIMACIÓN A LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN ESPAÑA, ANDALUCÍA Y CÓRDOBA

A) LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN ESPAÑA⁷

Este punto, de carácter introductorio, pretende contextualizar el estudio que nos ocupa. Es necesario abordar las características de la persona emprendedora, en general y del tejido empresarial español.

LA INICIATIVA EMPRENDEDORA

La iniciativa emprendedora subyace en todo proceso de desarrollo del territorio y del tejido productivo de una sociedad moderna. Por muy activa que sea la política económica e industrial de un estado, no servirá de nada si no encuentra la respuesta del sector empresarial en la forma de creación de nuevas empresas y puestos de trabajo, crecimiento económico y prosperidad. Por tanto, la iniciativa emprendedora es el motor de la economía de mercado, y, más aún, del cambio social en la medida en que las grandes transformaciones sociales vienen de la mano de personas, no necesariamente empresarios, que han impulsado descubrimientos y proyectos políticos, educativos, culturales, etc. de la más variada índole.

Aunque no es objeto de este punto profundizar en los fundamentos doctrinales de la iniciativa emprendedora (se verá en el siguiente), sí parece conveniente definirla como un conjunto de capacidades relacionadas con la identificación, formalización y explotación de oportunidades de negocio en un entorno socioeconómico y cultural determinado. La iniciativa emprendedora transforma retos en oportunidades, encontrando caminos para afrontar los cambios estructurales de los mercados y la sociedad

⁷ Este punto ha sido elaborado a partir de los datos existentes en la Página Web del Ministerio de Industria Turismo y Comercio y del Observatorio PYME. <http://www.ipyme.org/es-ES>



con imaginación, capacidad para captar y hacer un uso eficiente de los recursos adaptando el tejido empresarial a las nuevas condiciones de la sociedad y del mercado.

Por tanto, aunque no es fácil establecer relaciones entre la iniciativa emprendedora y el crecimiento económico, el informe GEM (Global Entrepreneurship Monitor) - <http://www.gemconsortium.org/> - evalúa, desde hace ya varios lustros, la relación entre ambos indicadores para un amplio número de países y regiones encontrando una correlación directa y positiva entre ellos. Dicho informe concluye que los países que dedican una mayor tasa de su población a poner en marcha iniciativas empresariales son, precisamente, los que obtienen mayores tasas de crecimiento de su PIB.

Esta afirmación genérica admite muchas matizaciones dependiendo de múltiples factores relacionados con el grado de desarrollo del país, su política económica e industrial, su modelo productivo, el ciclo económico, etc., porque en los mercados se producen dinámicas independientes de entradas y salidas de empresas. Así, en épocas de bonanza se agudiza la iniciativa emprendedora, mientras que ésta descende en tiempos de crisis obedeciendo al proceso schumpeteriano de la “destrucción creativa” inherente a todo mercado en evolución. Y, en estas circunstancias, las empresas pequeñas, y de nueva creación, son las más vulnerables.

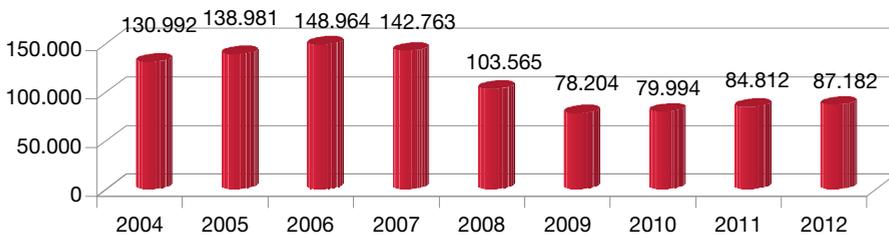


Gráfico 3. Datos de Sociedades Creadas.

Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE, INE, varios años.

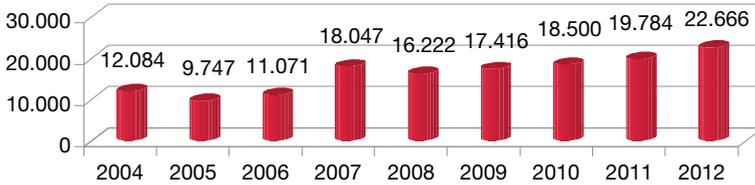


Gráfico 4. Datos de Sociedades Disueltas.

Fuente: elaboración propia a partir de datos del DIRCE, INE, varios años.

No es objeto de este estudio el análisis de la demografía empresarial, pero sí se aportará un breve análisis de la salida y entrada de empresas en el tejido productivo español en los últimos años para contextualizar el resto del trabajo.

	2009	2010	2011	2012	Variación 2011-2012
Andalucía	12.842	12.547	14.006	14.456	3,21%
Aragón	1.879	1.894	1.848	1.998	8,12%
Asturias, principado de	1.168	1.245	1.300	1.287	-1,00%
Balears, illes	2.155	1.976	2.292	2.550	11,26%
Canarias	2.862	2.799	3.191	3.210	0,60%
Cantabria	682	744	727	701	-3,58%
Castilla y león	3.033	3.163	2.982	2.827	-5,20%
Castilla-la mancha	2.762	2.738	2.797	2.874	2,75%
Cataluña	14.918	14.497	15.743	16.293	3,49%
Comunitat valenciana	8.878	9.422	9.804	10.378	5,85%
Extremadura	1.127	1.131	1.145	1.164	1,66%
Galicia	3.879	4.066	4.112	4.173	1,48%
Madrid, comunidad de	16.052	17.350	18.174	18.424	1,38%
murcia, región de	2.356	2.282	2.635	2.772	5,20%
navarra, comunidad foral de	953	963	908	945	4,07%
país vasco	2.993	3.167	3.128	3.026	-3,26%
rioja, la	384	406	383	440	14,88%
total españa	79.069	80.540	85.315	87.675	2,77%

Tabla 1. Datos de Sociedades creadas.

Fuente: DIRCE, INE, varios años.

Así, el primer dato que llama la atención (véase la Tabla) es la lenta recuperación del número de empresas creadas desde el valor mínimo de 2009. Parece que la situación económica y el cambio de modelo productivo que está atravesando nuestra economía han disminuido levemente su incidencia negativa y los valores registrados aun están lejos de mostrar una situación previa al inicio de la crisis. No obstante, este aumento en la actividad emprendedora no ha afectado por igual a todas las comunidades de nuestra geografía. Concretamente en el período 2011-2012 comunidades como Castilla y León, Cantabria y Asturias siguieron experimentando disminuciones, mientras que el resto experimentó subidas que fueron lideradas por las Islas Baleares (+11,26%) y Aragón (+8,12%). La mejora de la confianza en el futuro inmediato de la economía española ha sido, probablemente, el detonante de este incremento.

Por otro lado, las disoluciones de empresas muestran una pauta equivalente, a pesar de que en número y proporción son inferiores, como puede apreciarse en la Tabla. La variación en la destrucción de empresas ha aumentado en el período 2011-2012 debido, fundamentalmente, a la persistencia de la negativa situación, que parece vencer la resistencia de las empresas ya en marcha a desaparecer quedándose sin recursos para sortear los riesgos y avatares de un entorno cambiante.

	2009	2010	2011	2012	Variación 2011-2012
Andalucía	2.778	2.829	2.913	3.302	13,35%
Aragón	687	728	755	884	17,09%
Asturias, principado de	368	368	365	469	28,49%
Baleares, illes	646	710	802	861	7,36%
Canarias	855	843	862	954	10,67%
Cantabria	199	196	240	328	36,67%
Castilla y león	885	1.028	1.058	1.204	13,80%
Castilla-la mancha	393	356	378	584	54,50%
Cataluña	2.367	2.585	2.675	2.912	8,86%
Comunitat valenciana	1.767	1.897	1.946	2.083	7,04%
Extremadura	325	360	336	468	39,29%
Galicia	1.147	1.350	1.478	1.727	16,85%
Madrid, comunidad de	3.596	3.728	4.242	4.849	14,31%
Murcia, región de	178	125	177	213	20,34%
Navarra, comunidad foral de	92	89	130	177	36,15%
País vasco	1.154	1.247	1.488	1.661	11,63%
Rioja, la	85	224	131	177	35,11%
Total españa	17.556	18.700	20.010	22.887	14,38%

Tabla 2. Datos de Sociedades disueltas.

Fuente: DIRCE, INE, varios años.

Sin pretender entrar en análisis que nos apartarían del objetivo principal de este estudio, cabe mencionar que este deterioro ya se arrastra desde tiempo atrás, siendo el primer trimestre de 2013 cuando se produce el pico más elevado en la destrucción de empresas. Por comunidades, las más exitosas en la contención de la pérdida de empresas han sido Islas Baleares y Comunidad Valencia, con valores por debajo del 10%, mientras que las que continúan perdiendo empresas a un ritmo acelerado son Castilla la Mancha, Extremadura, Cantabria, Navarra y La Rioja entre otras.

Por tanto, es de alabar la capacidad de supervivencia de las empresas españolas en un contexto de fuerte deterioro de la situación económica. A pesar de que el número de empresas creadas aumenta moderadamente, aunque aún se encuentra muy por debajo de los valores de 2007 apunta a una moderada recuperación, no puede considerarse consolidada hasta que se vea acompañada de un decidido descenso en el número de sociedades disueltas, signo inequívoco de la recuperación de las cuentas de resultados de las entidades existentes, así como de la confianza de los inversores empresariales mediante la puesta en marcha de nuevas iniciativas emprendedoras que marcarán el fin de una nueva etapa de “destrucción creativa”, y el arranque de un nuevo ciclo de prosperidad económica. Esta dinámica ha dado lugar a una caída de algo más del 8,5% en el número de empresas activas, pasando de 3.442.239 empresas en el 2008 a 3.146.570 empresas en 2013.

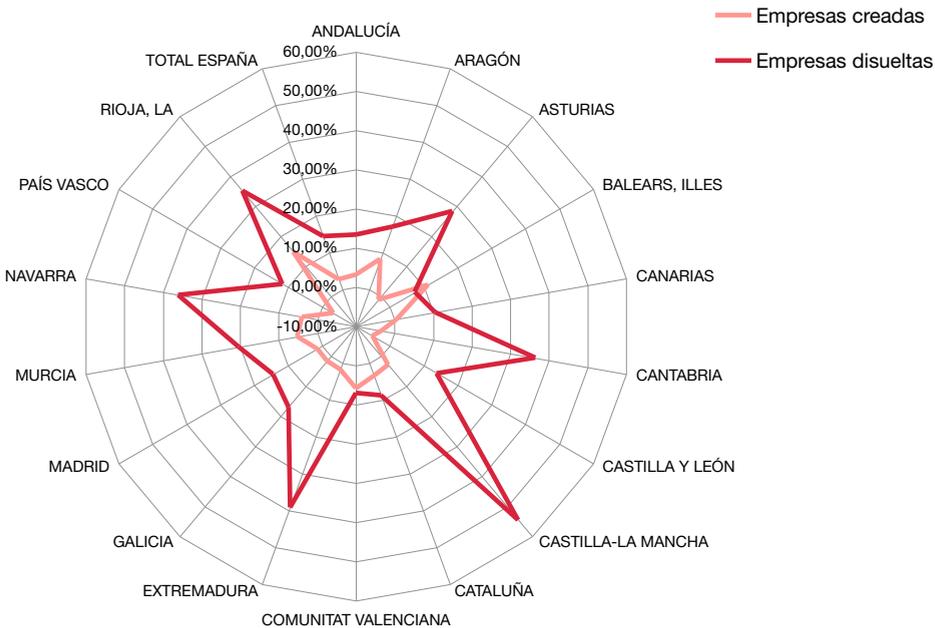


Gráfico 5. Variación interanual 2011-2012 Creación y Disolución de Empresas.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del DIRCE, INE, varios años.

Como conclusión puede señalarse que, hoy por hoy, no hay ninguna comunidad que muestre un perfil de prosperidad en cuanto a actividad emprendedora (con la única excepción de las Islas Baleares) pues la situación económica general no lo permite. No obstante, y a efectos de referencia, una situación deseable tendría una variación negativa en las disoluciones de empresas, y una positiva en la constitución de empresas.

En este punto merece una mención especial la situación de los trabajadores autónomos, que, en número, constituyen la mayoría de las unidades económicas del tejido productivo español, como se verá más adelante. Esta situación es inicialmente lógica si se tiene en cuenta, por un lado, la obligación legal de que sea un autónomo quien ostente la administración de una sociedad mercantil, y por otro, la tendencia a que un buen número de trabajadores que pierden su empleo pasen a la situación de autónomo para desempeñar alguna actividad profesional por cuenta propia sin la necesidad de crear una sociedad mercantil.

Unidades: miles de trabajadores	2008	2009	2010	2011	2012	Variación 2011-2012
Andalucía	504,3	481,2	470,6	467,3	462,6	-1,01%
Aragón	116,4	110,4	107,1	105,1	103,5	-1,52%
Asturias, Principado de	83,2	80,5	78,6	77,6	76	-2,06%
Balears, Illes	88,3	84	81,6	80,5	79,6	-1,12%
Canarias	114,7	108,4	104,9	105	105,4	0,38%
Cantabria	46,1	44,2	43,2	42,6	42	-1,41%
Castilla y León	221,9	213,6	208,5	206,1	203,5	-1,26%
Castilla - La Mancha	162,9	153,3	148,8	146,8	144	-1,91%
Cataluña	589,7	557,9	541,4	533,4	524,2	-1,72%
Comunitat Valenciana	368,4	342,1	329,8	325,2	318,7	-2,00%
Extremadura	81,5	79,8	78,6	78	77	-1,28%
Galicia	236,4	228,8	222,8	218,8	215,8	-1,37%
Madrid, Comunidad de	386,3	367,1	356,8	355,4	351,6	-1,07%
Murcia, Región de	104,2	98	94,4	91,1	89,6	-1,65%
Navarra	50,1	47,8	46,9	46,3	45,5	-1,73%
País Vasco	188,7	183,3	179,4	177,2	174,5	-1,52%
Rioja, La	28,7	27,2	26,4	26	25,7	-1,15%
Total	3377,9	3213,8	3126	3088,8	3045,8	-1,39%

Tabla 3. Datos de Trabajadores autónomos afiliados por CCAA.
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE, varios años.

Por tanto, no es de extrañar que, aunque sea elevado el número de autónomos que cesan en su actividad, también será elevado el número de nuevos afiliados al RETA.

A pesar de todo, los datos reflejados en la Tabla, muestran un descenso sostenido en el número de afiliados en todos los años del periodo comprendido acumulando una reducción del 9,8% del total registrado en 2008. Con todo, este colectivo se manifiesta como un valioso yacimiento de personas emprendedoras que, en determinadas circunstancias, podrían iniciar un proyecto empresarial.

Por tanto, la iniciativa emprendedora en España atraviesa una época de fuerte retracción en la que las empresas ya establecidas están librando una dura lucha por la supervivencia, mientras que los emprendedores potenciales no se atreven a lanzar sus proyectos hasta que se despeje la incertidumbre del escenario económico nacional e internacional. Esta crisis de mercado, y de confianza, se ve agravada por una serie de factores crónicos en la creación y en la gestión de las empresas españolas, entre los que destacan:



- Barreras administrativas
- Falta de un plan de empresa
- Falta de conocimientos y experiencia de gestión empresarial
- Barreras fiscales
- Prácticas de cobros y de pagos ineficientes
- Falta de crédito y acceso a la financiación
- Escasa actividad innovadora y de protección del conocimiento
- El reducido tamaño de las empresas limita su poder negociador, aunque también facilita su supervivencia por su capacidad de adaptarse y dar respuesta más rápida a los cambios del entorno.

Estos fenómenos, por sí mismos, justificarían un análisis que excede el alcance del presente proyecto, por lo que sólo se presenta una enumeración que sirva de refuerzo para entender la importancia de los servicios de apoyo y consolidación de nuevos proyectos empresariales.

LA PERSONA EMPRENDEDORA EN ESPAÑA: PERFIL Y CARACTERÍSTICAS

Al iniciar el análisis de la situación emprendedora existente en España para conviene conocer con detalle las características del empresario potencial, esto es, de la persona emprendedora en España. Para realizar la mejor aproximación resulta conveniente utilizar la referencia del informe GEM (Global Entrepreneurship Monitor), que es un informe anual, iniciado en 1999, que mide la actividad emprendedora a nivel mundial y en la que actualmente participan cuarenta y dos países.

Así, el informe GEM para España en 2012 (www.ie.edu/gem) refleja una posición destacada para España dentro de los países de la UE en cuanto a su Tasa de Actividad Emprendedora, TAE, esto es, el porcentaje de personas involucradas en un proceso emprendedor por cada cien habitantes. Así, este índice se sitúa en España en el 5,7% en 2012, por encima de países como Francia, Alemania o Italia, lo que se debe, entre otros factores, a la intensa labor institucional, y de otros ámbitos, para fomentar la iniciativa emprendedora.

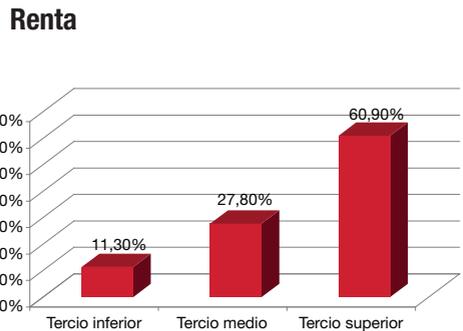
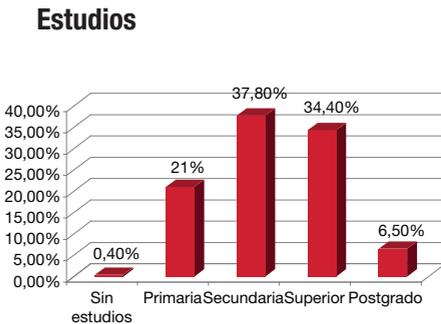
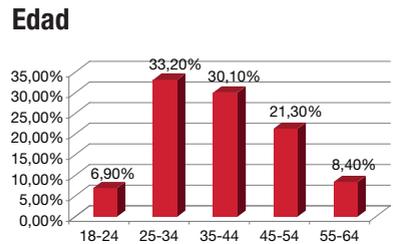
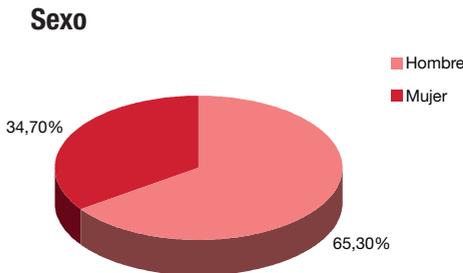
En cuanto a la motivación, es de destacar que de esa TAE del 5,7%, el 4,12% emprende por oportunidad y sólo el 1,46% por necesidad, es decir, por no encontrar otra alternativa laboral (el 0,12% restante lo haría por otros motivos). Esta distribución de porcentajes es habitual en países desarrollados mientras que suele invertirse en países en vías de desarrollo (donde realmente puede constituirse como la única opción de supervivencia de su población).

Dentro de la categoría de los que emprenden por oportunidad, las principales razones serían para alcanzar una mayor independencia, 38% y para obtener mayores ingresos o mantenerlos, 32,5% y 19%, respectivamente.

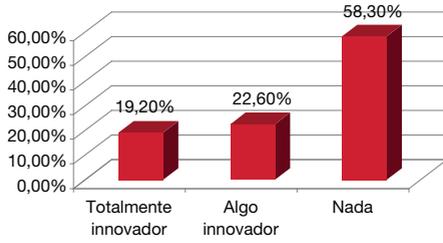
Según el informe GEM de 2012, el número de emprendedores nuevos en ese año fue de 1.751.000, un 2% menos que en 2011, ligera disminución comparada con la de años anteriores, lo que se puede interpretar como una estabilización del indicador, que contrasta con la gran inestabilidad económica que vive el país.

Otro dato que avala la incidencia de la crisis en la actividad emprendedora es que en 2012 se abandonaron 648.235 iniciativas emprendedoras, un 4% menos que en el año anterior, sin embargo esta cifra se sitúa muy lejos de las de años anteriores. Así, prácticamente se duplica hasta las 340.437 iniciativas abandonadas en 2008.

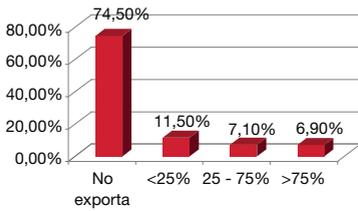
Atendiendo al perfil de los nuevos emprendedores, se obtienen en el Informe los siguientes resultados:



Innovación



Internacionalización



Actividad

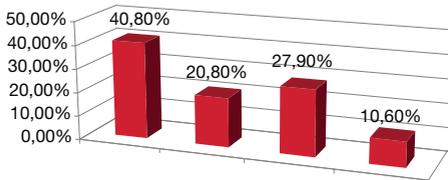


Gráfico 6. Radiografía de la persona emprendedora en España.

Fuente: elaboración propia a partir del Informe Ejecutivo GEM España 2012.

Analizando estos datos se deduce que el perfil del emprendedor tipo en España es el de un varón en torno a los treinta años, con estudios de secundaria y superiores, una renta elevada y sin experiencia previa como emprendedor. En cuanto a su proyecto, está orientado al consumo y no posee un carácter innovador ni contempla una proyección internacional. Asimismo, de promedio, y según el Informe GEM, ha necesitado un capital de 18.000 euros, muy por debajo de los 30.000 euros alcanzados en 2011 (algo más del 50% es aportado por el propio emprendedor). Tras conocer la radiografía de la persona emprendedora en España, proponemos para este estudio una clasificación más amplia, ya que uno de los objetivos consiste en comprobar si existe una especialización de las plataformas de apoyo o no. Así, pues, proponemos los siguientes arquetipos emprendedores en función de su perfil personal y la actividad a la que se dedica:

		PERFIL PERSONAL				
		Genérico		Universitario/ investigador	Economía social y tercer sector	En riesgo de exclusión
		Autoempleo	Equipo emprendedor			
ACTIVIDAD	Servicios	✓	✓	✓	✓	✓
	Comercio	✓	✓	✗	✓	✓
	Base tecnológica	✓	✓	✓	✓	✗
	Industria	✓	✓	✓	✓	✓

Tabla 4. Perfil personal.



Atendiendo al perfil personal, podríamos diferenciar por su origen al menos cuatro tipos de perfiles emprendedores:

- El emprendedor de origen universitario, englobando tanto a estudiantes como a personal docente e investigador. Especialmente, cuando se trata de este último colectivo, son poseedores de elevados conocimientos susceptibles de convertirse en productos o servicios con aplicaciones en el mercado
- El emprendedor en riesgo de exclusión, es decir, aquel que emprende por una necesidad acuciante o por ser la única vía posible para su inserción profesional. Este grupo se caracterizaría por su escaso poder adquisitivo y bajo nivel formativo
- El emprendedor con un proyecto basado en la economía social, es un emprendedor colectivo, la unión de varias personas que juntas abordan una iniciativa empresarial diversificando el riesgo de manera colectiva, tipo asociaciones o cooperativas. En este grupo podríamos incluir al tercer sector, es decir a aquellos con proyectos sociales sin ánimo de lucro, el denominado emprendedor social
- El emprendedor genérico, donde se englobaría el resto de perfiles emprendedores. También se empleará esta denominación cuando no se aluda al origen del emprendedor. En este grupo podríamos diferenciar entre el autoempleo, como alternativa personal de acceso al mercado laboral, y el emprendedor, tanto individual como en equipo, que identificaría una necesidad sin cubrir en el mercado y aportaría una solución innovadora

Una vez identificados los perfiles más comunes, faltaría por relacionarlos con las actividades económicas más recurrentes a la hora de emprender. Estas se pueden clasificar en base tecnológica, cuando nos referimos a proyectos donde la innovación tecnológica tiene un peso muy importante, y las tres actividades más tradicionales: comercio, industrial y servicios.

Cruzando estos dos criterios de clasificación puede formarse una matriz con dieciocho arquetipos emprendedores distintos. En ella, se pueden excluir dos posibles arquetipos, el de emprendedor en riesgo de exclusión con proyecto tecnológico, por lo poco probable, y el universitario con una actividad comercial, ya que este último, aunque es factible, no encontrará en el seno de la Universidad apoyo específico, siendo más probable que el proyecto derive hacia plataformas más genéricas, por ejemplo, las Cámaras de Comercio.

Una vez identificados estos dieciocho arquetipos, se emplearán para analizar las distintas plataformas existentes.

LA ACTIVIDAD DE CREACIÓN DE EMPRESAS EN ESPAÑA

Una vez conocido el perfil de la persona emprendedora y los arquetipos de personas emprendedoras más relevantes, es el momento de continuar el análisis abordando la tipología y las características del tejido empresarial español, ya que ambos elementos serán claves para el propósito de este estudio.

Entendiendo que una iniciativa emprendedora es todo aquél negocio o actividad empresarial, incluyendo el autoempleo, que se pone en marcha en cualquier sector y que no sobrepasa los 42 meses de vida, la tasa de actividad emprendedora registrada por GEM en la población española de 18 a 64 años de edad es del 5,7% en el 2012.

El conjunto total del número de iniciativas en fase emprendedora ha sufrido una disminución del 2%.

En conclusión, la actividad emprendedora captada por la encuesta GEM sobre la población de 18-64 años de edad en España ha acusado la crisis de forma notable, tras haber resistido bastante bien la recesión. El índice de actividad emprendedora desciende un 2% en términos interanuales lo que se acumula a las disminuciones de años anteriores hasta alcanzar una disminución del 18,57% en el periodo 2008-2012. Traducido en cifras absolutas ha supuesto la pérdida de unas 30.723 iniciativas en fase emprendedora y un total de 399.386 desde 2008.

Así pues, el tejido empresarial español a enero de 2013 estaba compuesto por 3.146.570 entidades, un 1,66% menos que el año anterior, de acuerdo con los datos del Directorio Central de Empresas (DIRCE) del Instituto Nacional de Estadística. Atendiendo a su forma jurídica se pueden clasificar estas entidades según se refleja en la siguiente tabla:

Forma Jurídica	Número
Personas Físicas	1.619.614
Sociedad de Responsabilidad Limitada	1.125.041
Sociedad Anónima	96.600
Comunidad de Bienes	109.117
Cooperativas	20.990
Asociaciones	166.174
Otras	9.034

Tabla 5. Principales formas jurídicas en España, 2013.
Fuente: DIRCE, INE, 2013.

Como puede apreciarse, la mayor parte de las iniciativas empresariales en España las protagonizan personas físicas, es decir, empresarios individuales en régimen de autónomos, representando algo más de millón y medio, y sociedades limitadas, con algo más de un millón de entidades.

Respecto al tamaño de las entidades, medido por el tamaño de su plantilla, los resultados son los siguientes:

Tamaño	Número de empresas
Sin asalariados	1.764.987
Hasta 9 empleados	1.288.390
De 10 a 49 empleados	122.183
De 50 a 99 empleados	12.700
De 100 a 499 empleados	9.648
De 500 a 999 empleados	935
Más de 1.000 empleados	774

Tabla 6. Número de empleados en las empresas españolas, 2012

Fuente: DIRCE, INE, 2013

La conclusión que se desprende de estos datos es que el tejido empresarial está constituido mayoritariamente por PYMES y MICROPYMES sin asalariados.

Analizando los datos del DIRCE de 2012 en cuanto a la creación de nuevas empresas, es decir, iniciativas emprendedoras nuevas, el resultado es el siguiente:

Por forma jurídica	Número	Por tamaño	Número
Personas Físicas	212.177	Sin asalariados	255.218
Sociedad Responsabilidad Limitada	83.905	Hasta 9 empleados	74.011
Sociedad Anónima	1.126	Más de 10 empleados	3.070
Otras ¹	35.091		
Total	332.299	Total	332.299

¹. Dentro de este concepto cabe mencionar que, según datos del boletín de estadísticas laborales de 2012 del Ministerio de Trabajo e Inmigración, se constituyeron 1005 cooperativas y 1006 sociedades laborales.

Tabla 7. Características de las empresas de nueva creación 2012.

Fuente: DIRCE, INE, 2013

De estos datos se desprende que a enero de 2013 la iniciativa emprendedora más común de las 332.299 nuevas entidades (334.516 el año anterior) fue la de carácter unipersonal, por lo que unido a los datos anteriores relativos a la tipología del tejido empresarial español, da una clara información sobre qué problemas y necesidades tendrán, tanto de gestión, como de los recursos que puede precisar para culminar su puesta en marcha y maduración.

B) LA ACTIVIDAD DE CREACIÓN DE EMPRESAS EN ANDALUCÍA Y CÓRDOBA

Tal como se observa en la siguiente tabla, en Andalucía, a diferencia de la media nacional, en 2012 se ha producido un importante repunte de las iniciativas consolidadas, si bien, lo ha hecho al mismo tiempo que la tasa de cierres de empresas se ha incrementado.

En el caso de Andalucía, el porcentaje de iniciativas empresariales consolidadas ha aumentado en algo más de dos puntos porcentuales respecto a 2011, pasando de una tasa del 6,62% al 8,7% actual. Este valor es uno de los más elevados registrados desde 2003, siendo únicamente superado por el año 2008.

A pesar de este dato positivo, se añade el hecho de que también se ha incrementado en medio punto porcentual la tasa de empresas que cesan su actividad hasta llegar al 2%. Comparando el porcentaje de iniciativas consolidadas de Andalucía con el resto de las comunidades y ciudades autónomas de España se puede ver como Andalucía se sitúa en la media nacional junto a comunidades como Castilla y León o País Vasco.

	Iniciativas consolidadas											Abandonos o cierres										
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012		
Aragón	-	-	-	7,3	7,2	9,0	6,9	9,0	14,38	11,0	-	-	-	0,4	0,2	1,1	0,9	0,5	1,50	0,9		
Cantabria	-	-	-	5,7	6,0	8,8	3,7	9,3	15,08	10,9	-	-	-	0,6	0,8	1,2	0,7	0,6	1,50	1,1		
Galicia	-	-	6,9	6,4	8,3	9,3	6,7	9,1	9,90	10,5	-	-	1,3	2,3	0,7	0,8	0,8	0,7	1,54	1,5		
Extremadura	6,5	7,8	7,7	6,6	6,0	12,7	7,8	11,5	12,94	10,2	1,2	1,4	1,0	0,8	0,5	1,0	1,3	0,6	1,18	1,4		
C. Mancha	-	-	-	6,2	6,6	9,5	6,8	6,5	14,93	9,9	-	-	-	1,3	0,7	1,2	1,8	2,0	1,56	1,8		
Cataluña	7,0	8,8	8,5	5,3	6,6	9,1	7,4	9,4	8,32	9,9	1,0	2,0	1,3	1,1	0,5	0,8	1,2	1,2	1,29	1,9		
Asturias	-	-	-	3,9	7,3	10,2	5,9	6,8	14,73	9,3	-	-	-	1,1	0,9	1,0	0,5	0,9	1,03	0,7		
C. Valenciana	-	7,1	10,5	5,7	5,6	9,5	6,6	6,6	10,62	9,2	-	1,2	1,4	1,1	0,9	1,5	1,6	1,7	2,29	1,9		
Murcia	-	-	-	5,0	6,3	9,9	6,5	6,4	8,22	9,2	-	-	-	2,1	0,4	0,7	1,4	1,6	1,8	2,1		
Andalucía	6,7	7,0	7,4	4,3	6,4	8,8	5,4	7,5	6,62	8,7	2,3	1,4	1,6	0,7	0,7	1,0	2,0	1,6	1,58	2,0		
C. León	-	8,3	8,7	4,9	6,8	10,3	6,9	7,3	8,61	8,7	-	1,4	1,1	0,9	0,9	0,8	1,1	0,9	0,57	0,8		
España	4,8	7,8	7,7	5,5	6,4	9,1	6,4	7,7	8,9	8,7	8,5	1,5	1,4	1,2	1,0	1,3	2,0	1,9	2,2	1,6		
Rioja	-	-	-	4,8	10,6	11,0	6,3	10,3	13,01	8,7	-	-	-	1,2	0,9	0,8	0,6	3,7	1,0	1,0		
P. Vasco	-	6,6	8,8	5,4	4,3	8,8	6,9	6,8	7,33	8,3	-	1,1	1,1	0,9	0,4	0,7	1,1	0,7	0,93	1,0		
Canarias	-	7,0	8,8	5,1	6,1	8,0	5,1	5,7	6,40	7,2	-	1,6	1,2	1,1	0,4	1,2	1,4	1,7	2,13	1,3		
Navarra	-	-	8,8	8,0	7,0	9,7	8,1	8,4	10,51	7,1	-	-	1,6	1,0	0,3	0,9	1,1	0,6	0,81	0,6		
Baleares	-	-	-	2,8	3,9	9,9	9,4	11,7	13,47	6,4	-	-	-	1,1	0,0	1,4	2,2	0,6	1,15	1,8		
Madrid	-	8,1	8,4	5,9	7,1	7,8	5,5	6,7	5,74	5,7	-	0,8	1,3	1,7	0,8	1,0	1,4	1,3	1,27	1,3		
Ceuta	-	-	-	-	4,4	8,0	4,0	5,2	-	5,5	-	-	-	-	0,6	0,9	0,8	1,4	-	1,9		
Melilla	-	-	-	-	4,5	7,4	4,3	6,3	-	4,5	-	-	-	-	0,7	1,5	1,1	1,4	-	1,5		

Tabla 8. Dinámica Emprendedora en España por Comunidades Autónomas (ordenado por consolidado 2012).
Fuentes: Informe GEM 2012.

Tal como se ha expuesto con anterioridad, la primera etapa del proceso emprendedor tiene su origen en la intención de las personas de crear una empresa. Este número de personas que tienen la voluntad firme de iniciar una nueva actividad empresarial en los próximos años, es lo que en el contexto del proyecto GEM se define como “potencial emprendedor”.

Así, después de analizar la tasa de creación de empresas en Andalucía en relación al resto de Comunidades Autónomas españolas y la tasas de cese o consolidación vamos a analizar la etapa previa, la del emprendedor potencial, que se refiere al deseo de crear una empresa y que recoge el porcentaje de respuestas afirmativas a la pregunta de si se espera crear una empresa en los próximos 3 años.

Como se observa en la siguiente tabla el potencial emprendedor de la población andaluza, al igual que en el resto de regiones españolas, ha aumentado respecto a la edición anterior para situarse en el 15,6%. Con esta tasa Andalucía pasa a situarse en el primer puesto dentro del conjunto de los diferentes territorios analizados, seguida de cerca por Canarias y Cataluña. De este modo, ha aumentado considerablemente su potencial en los últimos años, mejorando su posición relativa respecto a las ediciones anteriores.

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Andalucía	6,0	5,9	5,0	5,4	6,5	6,4	4,9	8,3	9,81	15,6
Canarias	-	7,7	7,3	7,9	8,6	9,6	7,3	9,0	11,28	14,9
Cataluña	5,5	5,7	6,8	4,5	7,2	8,4	4,3	7,2	10,42	14,0
Baleares	-	-	-	8,3	5,1	10,6	7,2	3,3	11,85	13,4
Murcia	-	-	-	10,2	6,6	6,9	6,7	7,6	12,41	12,9
Ceuta	-	-	-	-	5,5	7,4	3,1	5,5	-	12,2
España	6,7	5,4	5,9	6,4	6,8	7,7	5,5	6,7	9,7	12,0
Rioja	-	-	-	6,6	8,1	6,2	2,9	4,0	7,24	11,8
Aragón	-	-	-	7,7	3,0	7,7	3,8	4,6	7,03	11,6
C. Valenciana	-	3,9	5,8	4,3	7,6	6,9	5,2	5,6	9,86	11,1
Extremadura	5,0	4,3	3,9	6,2	8,2	8,8	7,3	5,0	8,07	11,1
C. Mancha	-	-	-	9,4	6,1	5,6	4,8	5,9	11,33	10,6
Madrid	-	5,7	8,7	9,5	9,8	9,9	8,8	6,2	10,66	10,3
Navarra	-	-	4,8	6,5	5,2	7,5	3,9	6,1	8,00	9,2
Cantabria	-	-	-	6,1	4,5	8,1	4,1	4,0	8,88	8,9
P. Vasco	-	3,3	4,5	2,1	4,2	7,8	4,5	4,2	8,95	8,5
Galicia	-	-	4,7	9,4	6,3	7,0	3,7	3,7	8,96	8,1
Melilla	-	-	-	-	5,2	7,1	4,7	11,7	-	7,5
Asturias	-	-	-	5,2	7,3	5,9	2,8	3,6	3,61	7,1
C. León	-	4,9	6,1	4,9	5,8	7,3	5,1	2,9	5,44	7,1

Tabla 9. Evolución del Potencial Emprendedor en las Comunidades Autónomas Españolas.

Fuentes: Informe GEM 2012

La comparación internacional de estos valores de emprendedores potenciales se plasma en la siguiente tabla.

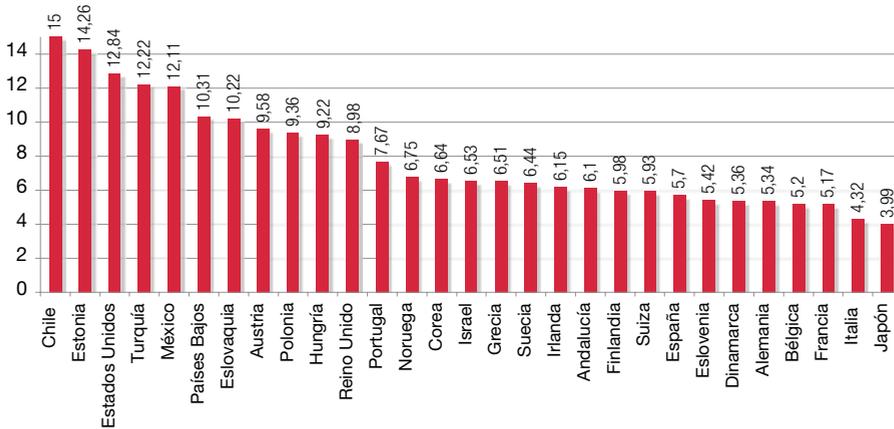


Gráfico 7. Tasa de Actividad Emprendedora de Andalucía en el contexto de los países GEM de la OCDE.

Fuente: Estudio GEM 2012.

LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN CÓRDOBA

Se polemiza sobre si en Córdoba existen o no agentes emprendedores y sus características. Si se quiere realizar afirmaciones con rigor hay que buscar cifras estadísticas de la situación y los datos del INE indican que el número de empresas constituidas en el año 2012 es de 46.601, lo que significa que Córdoba ocupa el lugar número 21, en términos absolutos, en el ranking del número empresas por provincia.

El INE publica unas estadísticas del número de empresas existentes por provincia y se puede poner en relación la información de varios años. En los últimos años el número de empresas existentes en Córdoba ha disminuido a niveles inferiores a los registrados en 2007. Esta tendencia se sigue en la mayoría de las provincias españolas.

A nivel andaluz nuestra provincia ocupa el puesto quinto en el ratio de número de empresas en relación a la población. Ahora bien, si se compara con la media nacional y con la provincia andaluza con mayor número de empresas, nos encontramos muy lejos de la cifra de cabeza.

		2012	2011	2010	2009	2008	2007
	Total Nacional	3.199.617	3.250.576	3.291.263	3.555.830	3.422.239	3.336.657
1	Madrid	499.098	501.669	503.501	511.804	519.307	503.000
2	Barcelona	446.147	453.485	458.918	467.385	477.942	469.432
3	Valencia/València	173.008	177.018	178.755	184.483	189.931	185.965
4	Alicante/Alacant	129.728	131.564	132.814	136.239	142.307	140.145
5	Sevilla	113.049	115.104	116.083	118.057	119.340	115.491
6	Málaga	107.385	109.614	110.291	113.362	116.683	114.547
7	Murcia	88.606	90.856	92.196	95.636	100.075	97.374
8	Balears, Illes	85.372	87.461	89.562	91.826	93.335	91.254
9	Bizkaia	82.787	85.848	87.527	88.130	89.416	84.209
10	Coruña, A	80.408	81.321	82.729	83.748	84.220	82.873
11	Asturias	68.967	69.877	70.362	71.853	73.124	72.276
12	Palmas, Las	68.104	68.788	70.889	72.891	75.236	73.691
13	Pontevedra	66.970	67.728	68.331	69.350	70.408	69.018
14	Zaragoza	63.753	65.218	66.267	66.913	68.150	65.966
15	Santa Cruz de Tenerife	63.211	63.700	65.065	66.490	68.235	66.723
16	Cádiz	59.027	60.184	61.056	62.817	64.505	63.338
17	Girona	57.971	58.052	58.240	58.404	51.467	50.108
18	Granada	56.243	57.636	58.319	60.016	62.269	61.055
19	Gipuzkoa	55.574	58.456	60.580	62.034	63.569	59.546
20	Tarragona	53.253	54.534	55.914	56.915	58.973	56.799
21	Córdoba	46.601	47.465	48.249	48.979	50.057	49.302

Tabla 10. Número de empresas entre 2007 y 2012. Valores absolutos.

Fuente: elaboración propia a partir de estadísticas del INE, 2013

A nivel andaluz en el crecimiento del número de empresas/población nos superan ampliamente Málaga, Almería, Sevilla y Granada. Por otra parte, si tenemos en cuenta que la población de Córdoba tiene un crecimiento muy moderado frente a otras provincias, nuestra evolución es aún menos satisfactoria. Según los datos del DIRCE apreciamos que hay muchas provincias andaluzas en los puestos de cabeza a nivel nacional, pero en estos puestos no está Córdoba. Nuestra provincia se acerca a la media nacional, no así la capital, y queda en séptimo lugar en Andalucía (sólo Jaén queda detrás). En 2006, en plena etapa de crecimiento económico el aumento del número de empresas cordobesas fue de un 12,4% frente a un 23,3% de Málaga, un 20,4% de Almería y un 17,5% en Sevilla. Según los datos de 2012 y 2011 (diminución en 1,8%), la tendencia decreciente iniciada en 2008 continúa sin visos de que el cese de empresas se haya detenido.

Pensamos que intentar mejorar el número de empresas creadas en Córdoba debiera ser una de las prioridades de las Administraciones Públicas. Además, no se nos oculta que aunque no presentamos datos a nivel municipal (lo que haría demasiado larga estas páginas introductorias) es notorio que hay grandes diferencias en la creación de empresas dentro de nuestra propia provincia y es muy posible que la media provincial enmascare notables estancamientos (cuando no reducciones) del número de empresas creadas en determinadas comarcas.

LAS NUEVAS DEMANDAS A LA EMPRESA DEL SIGLO XXI

Es evidente que hoy el mundo avanza con tremenda celeridad y quién es necesaria una permanente adaptación al cambio. El modelo de empresa clásica de la producción masiva del siglo XX que desarrolla un producto, lo fabrica y comercializa con una plantilla tan grande como estable y comprometida, está siendo sustituido por empresas que operan como piezas de una gran y tupida red de relaciones con otras a través de alianzas, subcontrataciones, acuerdos puntuales y vínculos de muy diversa estabilidad. El dinamismo del entorno, su incertidumbre y complejidad exige a las empresas respuestas ágiles y ha supuesto la rotura, acaso definitiva, de modelos organizativos integrados y rígidos.

Tras la ruptura del modelo clásico de empresa, y consecuencia también de que la ciudadanía de hoy está cada vez mejor informada, se ha incrementado el interés por la dimensión social de las actividades empresariales. Los ciudadanos y ciudadanas se preguntan así de qué forma ha sido elaborado ese artículo o servicio que consumen. Se ha producido un cambio en los valores de las personas incrementando su conciencia ecológica y social por lo que exigen a las empresas "algo más" que la mera producción eficiente de bienes y servicios. Por ello, hemos incluido algunas preguntas al final del cuestionario a fin de conocer la opinión del alumnado sobre las empresas y sus obligaciones.

A la forma de responder a las nuevas demandas sociales de los grupos de interés se le ha denominado “acciones de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)” donde se incluyen todas las actuaciones de orden ambiental y social que se encuentran más allá de los intereses económicos y exceden de la visión tradicional de la empresa orientada en exclusiva a la generación de valor para los accionistas. El concepto de Responsabilidad Social Corporativa es complejo y de difícil delimitación. Ha habido organismos de relevancia que han intentado definir el concepto: La Unión Europea en el denominado “Libro Verde”, el Ministerio de Trabajo a través del Foro de Expertos de RSC; UGT, CCOO y CEOE en el Documento Tripartito “La Responsabilidad Social de las Empresas. Dialogo Social”. Igualmente, existen autores que han intentado delimitarlo, como Alberto Andreu Pinillos⁸

Sin embargo, la definición que consideramos más completa y clarificadora de todas las analizadas es la surgida en el año 2005 en el Foro de Expertos de RSC del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. En dicho grupo de trabajo se concluyó que “la RSC de la Empresa implica, además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno, gestión y estrategia de políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales, medioambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones”.

Otros autores, como Aragón Medina y Rocha Sánchez (2005), opinan de la RSC:

- que es un *concepto social aún en construcción*, que parte de la nueva concepción de que las empresas deben responder no sólo ante sus accionistas, sino también ante la sociedad;
- que es un concepto *contradictorio*;
- que afecta al *interior* de la empresa (en cuanto a determinadas prácticas y políticas), pero también al *exterior* (en relación con las consecuencias de la operatoria de la empresa y con su imagen);

En el Libro Verde la Comisión de las Comunidades Europeas (2001) se define a la RSC como la “integración voluntaria, por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”, quedando así delimitados sus rasgos: *dimensión social, voluntariedad, integración permanente y consciente en la gestión y relación con los grupos de interés*, que pensamos debe basarse en la *transparencia*.

⁸ en su artículo “La Responsabilidad Social Corporativa: un concepto por definir”, publicado en la Revista CIRIEC.



I.4 TEORÍAS SOBRE EL EMPRENDIMIENTO

Actualmente existe unanimidad en la importancia de la creación de nuevas empresas por su implicación en el desarrollo de las economías, la generación de nuevos puestos de trabajo y su papel de motor de innovación, bienestar y creación de riqueza. Sin embargo, más controversia existe sobre la figura del agente *emprendedor*, persona protagonista de la creación de empresas.

Tradicionalmente, los estudios científicos han puesto énfasis en la figura de la persona empresaria como determinante de la innovación y progreso del sistema económico (desde los escritos de Schumpeter) y responsables de éxito de las nuevas empresas (Kham, 1986; MacMillan, Siegel y Subba Narasimha, 1985; Sandberg y Hofer, 1986, 1987; Stuart y Abetti, 1987, 1988; entre otros). García Lillo y Marco Lajara (1999) señalan que al emprendedor o *entrepreneur* se le ha estudiado en base a tres dimensiones: su perfil *demográfico*, su perfil *psicológico* y su perfil *sociológico*. Por ello, la figura de la persona empresaria se ha abordado desde diversas ciencias sociales y con enfoques diferenciados.

1.- ENFOQUE PSICOLÓGICO

Atendiendo a una consideración personal del sujeto emprendedor, podemos aceptar que éste es un individuo dotado de la capacidad para crear nuevas oportunidades económicas (nuevos productos, nuevos métodos de producción, nuevos esquemas organizativos y nuevas combinaciones de mercado-producto), por su cuenta, en equipo y fuera de las organizaciones existentes, y de introducir sus ideas en el mercado, haciendo frente a la incertidumbre y otros obstáculos, tomando decisiones sobre localización y utilización de los recursos y de las instituciones (Wennekers y Thurik, 1999). Poseer esta capacidad sería lo que marca la diferencia entre aquellos individuos dispuestos, interesados y que finalmente dan el paso de emprender un nuevo proyecto empresarial, no exento de incertidumbre y riesgo, y quienes optan por desarrollar su carrera profesional vinculados laboralmente a una organización.

La consideración de estas diferencias interindividuales ha llevado a los investigadores al estudio de tres grupos de factores personales: a) los factores sociodemográficos, b) los factores psicológicos y c) los factores situacionales.

A) FACTORES SOCIODEMOGRÁFICOS

Los rasgos sociodemográficos del emprendedor: la edad, el género, la procedencia cultural, la ocupación de los padres, el nivel de educación, la experiencia profesional previa, o la formación en creación de empresas, entre otros muchos, son factores estudiados en numerosas investigaciones, dada su supuesta vinculación con la acción emprendedora.

En el caso de la edad, cabe esperar que quien crea una empresa no sea una persona joven, en busca de su primera ocupación. Una mayor edad facilita la experiencia o el conocimiento de la actividad profesional convenientes para iniciar un negocio con posibilidades de éxito. A excepción del género, la lógica relación entre todas las demás variables mencionadas y la creación de empresas existirá en la medida en que de ellas derivan los recursos, las oportunidades y una percepción de mayor capacidad personal para afrontar el reto; en consecuencia, una mayor viabilidad, real y percibida, para avanzar en un proyecto. Igualmente, la procedencia cultural, o la ocupación de los padres pueden aportar modelos de referencia favorecedores de esta acción.

Respecto al género, es numerosísima la literatura que estudia la relación entre éste y la creación de nuevas empresas. Igualmente, numerosos estudios empíricos ponen de manifiesto una constante relación entre el hecho de ser hombre y el deseo o la intención de crear una empresa (Veciana *et al.*, 2005; Díaz *et al.*, 2007). El Informe Ejecutivo GEM España 2006 se hace eco del menor nivel de incorporaciones de la mujer a la actividad emprendedora. Los datos muestran que un 60% de las iniciativas empresariales son adoptadas por hombres, si bien reflejan también una actividad emprendedora femenina creciente y un posicionamiento de España en primer lugar, dentro del grupo de países GEM pertenecientes a la UE, en cuanto a tasa de actividad emprendedora femenina.

Las razones para esta diferencia entre hombres y mujeres son, de acuerdo con este Informe Ejecutivo GEM, de tipo psicosocial. Concretamente, la explicación estaría en las percepciones subjetivas que la mujer se forma de la actividad empresarial. Cualquier iniciativa empresarial implica normalmente un riesgo más elevado que una actividad laboral por cuenta ajena. Este hecho, unido al papel secundario que, desde el punto de vista económico, la mujer ha tenido en una sociedad patriarcal y la predominancia de su rol en el ámbito familiar, hace que más mujeres que hombres consideren el miedo al fracaso como una barrera para iniciar un negocio.

La integración del potencial emprendedor en redes de contactos profesionales, facilitadoras de recursos e información, es otro factor que facilita la iniciativa empresarial. Y también en este caso, la literatura señala que los hombres suelen estar, por lo general, mejor situados que las mujeres en redes de contactos profesionales.

B) FACTORES PSICOLÓGICOS

Desde el enfoque psicológico, se busca determinar cuáles son los rasgos de carácter que diferencian a los empresarios de los no empresarios y a los empresarios de éxito frente a los menos exitosos. Su origen está en la obra de Mc Clelland (1968), para quien la motivación de logro es la característica principal de este tipo de personas. Junto a ello, la perseverancia, la actitud competitiva, la independencia y la confianza en uno mismo, son rasgos de carácter facilitadores del éxito y, por tanto, de la motivación hacia el emprendizaje.

El “locus de control” es entendido como el grado en que un individuo percibe el éxito y/o fracaso de su conducta como dependiente de sí mismo (“locus de control” interno) o del contexto (“locus de control” externo). Según autores como Shapero (1982) o Brockhaus (1982), un “locus de control” interno es un rasgo propio de los empresarios, especialmente motivados por la independencia de crear su propia empresa. De acuerdo con Cano *et al.* (2003), la capacidad de innovar (Shumpeter, 1965), la propensión a afrontar riesgos moderados y la tolerancia a la incertidumbre (Begley y Boy, 1987) son otros rasgos psicológicos asociados a la figura del empresario. Otros autores como Pleitner (1986) mencionan también la creatividad, iniciativa, flexibilidad, previsión, liderazgo, optimismo o responsabilidad, como rasgos importantes (Toledano, 2006). Incluso la autonomía o escasa necesidad de apoyo serían otros rasgos relevantes (Delgado *et al.*, 2007).

Más recientemente, los estudios acerca de los rasgos de carácter de los emprendedores, han ido dando paso a otros más centrados en el comportamiento, *el saber hacer*. Este estudio del comportamiento del empresario encaja dentro del llamado “enfoque gerencial” (Veciana, 1999). Su objetivo es estudiar el comportamiento manifiesto del empresario, comportamiento que, se supone, no está basado tanto en rasgos innatos de la personalidad, sino en aptitudes o habilidades que pueden ser aprendidas.

En general, la literatura sobre el tema asocia el éxito empresarial con la capacidad para buscar y recoger información, la habilidad para manejar riesgos, la capacidad para establecer relaciones, para tomar decisiones en contextos de incertidumbre, ejercer el liderazgo o aprender de la experiencia, entre otras. Responder positivamente a los cambios, la determinación (Toledano, 2006), las capacidades de organización, comunicación, y negociación, la persuasión o la aptitud para el marketing (Uriarte, 1999; Cano *et al.*, 2003) son otras habilidades que podríamos añadir a la relación anterior.

C) FACTORES SITUACIONALES

Por último, en este apartado, podemos hacer referencia a los *factores situacionales* y su relación con el hecho de crear una empresa. Dentro de ellos, la situación personal de desempleo es uno de los considerados con más frecuencia. El análisis teórico de esta relación podría hacerse desde la *Teoría de la marginación* (Veciana, 1999). Desde este marco, cabe plantear que las personas en una situación de desempleo de larga duración, o con escasas oportunidades para lograr un empleo asalariado son más propensas a convertirse en empresarios. Corresponde este planteamiento al clásico concepto de “empresario por necesidad”, aquel que actúa en respuesta a una necesidad creada por la inexistencia de mejores alternativas de trabajo, definido frente al de “empresario por oportunidad”, entendido, a su vez, como aquel que busca aprovechar oportunidades de negocio detectadas (GEM, 2006).

Sin embargo, aunque los investigadores obstinadamente han insistido en buscar un perfil psicológico del potencial emprendedor o emprendedora no ha sido posible establecer qué perfil presentan aquellas personas que son más susceptibles de crear una empresa que el resto (García Lillo y Marco Lajara 1999, Hernández, 1995; Naffziger, Hornsby y Kuratko, 1994; entre otros). Tampoco parece posible generalizar la existencia de una relación fuerte entre las características de la persona empresaria y su posterior éxito (Brockhaus y Horwitz, 1986; McDougall, Robinson y DeNisi, 1992; entre otros).

En la figura 1 se muestra un modelo de relaciones entre atributos del individuo que influyen en el valor esperado de la oportunidad y, en consecuencia de la probabilidad de que el individuo se lance a explotarla.

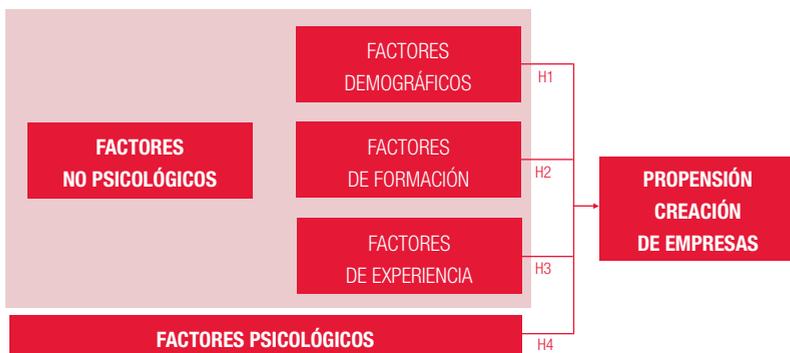


Diagrama 1. Rasgos personales y creación de empresas.

Fuente: Shane (2003) y Hernangómez, Martín, Rodríguez y Savoia (2005)

ENFOQUE SOCIOCULTURAL O INSTITUCIONAL

Carece de lógica el pensar que la existencia de importantes diferencias, entre territorios o regiones, en materia de creación de empresas, obedece a la simple acumulación de casualidades individuales. Comprender el fenómeno de creación de nuevas empresas requiere considerar también el enfoque sociocultural o institucional por ser el que aporta las herramientas para entender el papel de los factores externos o del entorno.

Así, en los últimos años la literatura complementa el análisis del perfil del individuo con la valoración de la importancia de factores de la sociedad o el entorno en la creación de empresas (Hyde, 1989; North, 1993; Aponte, 2002 o Urbano 2003). De entre todas las teorías que tienen cabida bajo este enfoque, destaca la *Teoría Institucional* de North (1990, 2005), teoría que según Veciana (1999) “es la que actualmente proporciona un marco conceptual más consistente y apropiado para el estudio de la influencia de factores del entorno en la función empresarial y la creación de empresas”.

Entiende North (1993) que las instituciones son “las reglas de juego en una sociedad o, más formalmente, son las limitaciones ideadas por el hombre que dan forma a la interacción humana”. Su función principal es reducir la incertidumbre, marcando una estructura o rutina que sirve de guía a la vida diaria. Por ello, la existencia de normas y reglas directivas del comportamiento y las relaciones humanas ha de condicionar la realidad social y económica.

Entre el conjunto de instituciones sociales, cabe incluir las de carácter formal, desde las más generales hasta las más específicas (leyes, reglamentos, procedimientos y políticas gubernamentales, estatutos de organizaciones privadas). Junto a ellas, las instituciones informales también son una guía constante para nuestro comportamiento. Éstas incluyen al conjunto de ideas, creencias, actitudes, valores y códigos de conducta compartidos por un grupo, en suma, la cultura de una determinada sociedad.

En relación al tema que nos ocupa, del marco institucional existente derivarán los incentivos y las sanciones sociales, los apoyos y las dificultades con que habrán de enfrentarse los futuros empresarios. La creación de nuevas empresas ha de entenderse, por tanto, como un resultado del marco institucional existente en un contexto social dado.

Otros autores (Hernangómez, Martín, Rodríguez y Savoia, 2005; Toledano y Urbano, 2006) profundizan en la importancia de la formación y la experiencia como condicionantes en la creación de empresas. En concreto, Hernangómez y otros (2005) ponen de manifiesto:

- que se puede preparar a las personas para ser empresarios o empresarias
- que la mayor y diversa formación se relaciona positivamente con la orientación emprendedora
- que la experiencia profesional cuanto más extensa más fomenta el emprendimiento
- que las prácticas empresariales durante los estudios universitarios pueden acrecentar la experiencia y a la postre el emprendimiento.

Entre los autores españoles que más han aportado al análisis del emprendedor se encuentra indudablemente el profesor Veciana. Este autor plantea los factores principales que condicionan la creación de una empresa distinguiendo los «factores fundamentales» de los «factores precipitantes». Los primeros, los «factores fundamentales», se refieren a los antecedentes y atributos personales de la figura de la persona emprendedora, a la organización incubadora y al entorno, mientras que los «factores precipitantes» aluden a la insatisfacción o el deterioro del rol y la oportunidad o la necesidad de crear una empresa (Veciana, 1988). Además, Veciana relaciona estos factores con las fases de creación de una nueva empresa (gestación, creación, lanzamiento y consolidación). Así pues, la combinación de factores fundamentales y precipitantes producida en una fase determinada del proceso de creación de una empresa puede llevar a la persona emprendedora potencial a tomar la decisión de crear una empresa propia.

LA INTENCIÓN COMO FACTOR EXPLICATIVO

El estudio del espíritu emprendedor no se agota con la consideración de los rasgos o las capacidades personales ni de los elementos del entorno. Por el contrario, cabe admitir que iniciar un proyecto empresarial es el paso subsiguiente a la correspondiente decisión; una decisión que podemos considerar como voluntaria, vinculada a la intención de iniciar el proyecto. Esta lógica es la que nos acerca a una nueva perspectiva teórica de análisis, la del estudio de las intenciones personales.

Para el estudio de las intenciones como factor explicativo de la creación de empresas, autores como Veciana *et al.* (2005), Liñán y Rodríguez-Cohard (2005) o Díaz *et al.* (2007) coinciden al considerar el modelo de Krueger (Krueger y Brazeal, 1994) como el enfoque teórico más adecuado, dado su ajuste a la *Teoría Institucional* (North, 1990).

Krueger y Brazeal trabajan sobre la idea de que el emprendizaje corresponde a una manera de pensar que enfatiza las oportunidades percibidas sobre las amenazas. Este proceso de identifica-

ción de oportunidades es un proceso intencional. Por ello, consideran especialmente adecuados los modelos de estudio de las intenciones. Concretamente se apoyan en dos de ellos: la *Teoría del suceso empresarial* de Shapero y Sokol, (1982) y la *Teoría del comportamiento planificado* de Ajzen (1991).

En el primer caso, Shapero hace depender el potencial emprendedor de un sujeto (y sus posibles intenciones) de su percepción de deseabilidad y viabilidad del proyecto, así como de su predisposición hacia dicha conducta emprendedora. Por su parte, Ajzen entiende que la intención resulta clave en la determinación de cualquier comportamiento planificado como, por ejemplo, la puesta en marcha de un nuevo proyecto empresarial. De esta forma, las creencias personales y consiguientes actitudes, en la medida en que determinan la intención, se constituyen como factores explicativos del comportamiento finalmente desarrollado.

La posibilidad de hacer corresponder los elementos de ambos modelos, permite a Krueger y Brazeal elaborar un modelo del potencial emprendedor, de acuerdo con el cual, la intención emprendedora depende de los siguientes factores:

a) *La deseabilidad percibida*, es decir, lo más o menos atractivo que resulte para la persona el hecho de poner en marcha un negocio. Este grado de atracción y, en consecuencia, *las actitudes personales* al respecto, derivarán de los posibles resultados, más o menos favorables, atribuidos a la acción. Sobre esta creencia de resultados, habrán de influir factores que van desde la propia personalidad del sujeto, hasta el número de ejemplos de empresarios de éxito en un determinado entorno cultural y que hará ver como más o menos verosímil un proyecto de este tipo. Esta deseabilidad depende igualmente de *las normas sociales percibidas*. Los “otros significativos”, las personas o los grupos de referencia del individuo, comparten valores y normas de los que deriva la deseabilidad social (aprobación o desaprobación) de ciertas conductas. De ahí que adquiera relevancia la percepción que tenga el individuo de lo que las personas importantes en su vida piensen acerca, en este caso, de la creación de una nueva empresa y, por tanto, el apoyo o rechazo que cree que puede esperar por su parte.

b) *La viabilidad percibida*, correspondiente al grado en que la persona se siente capaz de llevar a cabo la iniciativa empresarial. Será ésta una sensación derivada de la propia percepción de control, el “control interno” como rasgo psicológico anteriormente relacionado con la figura del empresario. Pero también de la percepción de la propia capacidad, de la posesión de los conocimientos necesarios, o de la existencia de otros recursos tales como información, asesoría, experiencias de familiares o amigos, de recursos financieros, etcétera.

Cuanto mayor sea la percepción de recursos disponibles, más verosímil resultará la opción de crear una empresa.

Por tanto el modelo de Krueger y Brazeal (1994) establece unas relaciones entre las percepciones de *deseabilidad* y *viabilidad*, la *credibilidad* de poder crear empresas, el *potencia*⁹ y un “*suceso disparador*” o “*desencadenante*” que hace que alguien pase de la intención a los hechos (la fundación de una nueva empresa).

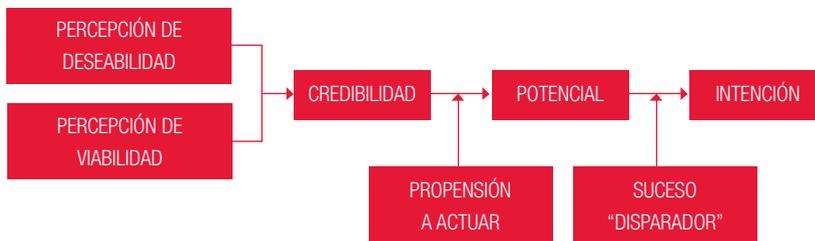


Diagrama 2. Modelo del Potencial emprendedor de Krueger y Brazeal (1994)

Fuente: Krueger y Brazeal (1994)

Por su parte, el trabajo citado de Toledano y Urbano (2006) sobre un estudio de casos apoya también que existe un nexo de unión que se revela entre la viabilidad y deseabilidad de crear empresas, de forma que una percepción positiva de aquella condiciona de forma importante esta última (véase la figura 3). En definitiva, que si a los deseos de crear del alumnado universitario se acompaña la percepción de que es *posible hacerlo*, la creación de empresas se puede materializar. En concreto, estos autores opinan que las universidades pueden fomentar el emprendimiento no sólo con formación académica, sino cultivando en el alumnado los rasgos característicos de la actividad empresarial (motivación de logro, independencia, etc.), apoyando a través de distintas medidas de ayuda a la juventud con inquietudes emprendedoras (orientación, asesoramiento, infraestructuras, etc.) y promoviendo períodos de prácticas en empresas para la generalidad del alumnado universitario.

⁹ Nosotros pensamos que este “potencial” lo puede aportar la formación universitaria y la experiencia que se adquiere con la práctica.

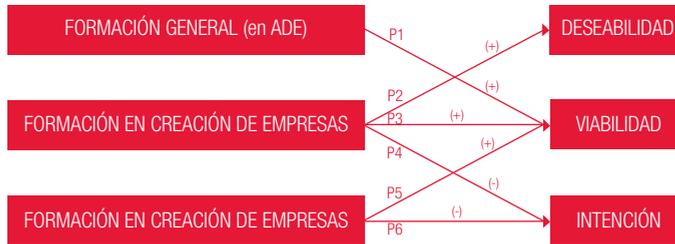


Diagrama 3. Proposiciones (Pn) sobre la relación (positiva o negativa) de la formación general, de la formación en creación de empresas y de la experiencia en la deseabilidad, viabilidad e intención del alumnado universitario de crear la propia empresa.

Fuente: Toledano y Urbano (2006)

Aparte de los trabajos ya reseñados encontramos también en la literatura diversas líneas de investigación sobre el emprendimiento que de alguna manera influirán en el diseño de la presente investigación:

- el análisis de la actitud emprendedora durante la vida académica de la comunidad universitaria con un enfoque longitudinal (estudiado por Sastre Castillo y Espíritu Olmos, 2006 en la Universidad Complutense de Madrid);
- el estudio del marco institucional de creación de empresas (analizado por Urbano, D., Diaz, C. y Veciana, J.M., 2004; González Domínguez, 2004; Aponte, 2002 y muchos otros trabajos);
- la perspectiva de género en la valoración de la actividad emprendedora (Díaz García y Jiménez Moreno, 2004; Hernangómez y otros 2005);
- las experiencias docentes en creación de empresas desde la universidad (entre otros trabajos citaremos a Martín Prius y Martínez Fierro, 2001)
- las investigaciones que a nivel internacional se desarrollan en el marco del proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) coordinado por Babson Collage y London Business School que intenta aportar evidencia empírica de una serie de aspectos relacionados con el fenómeno emprendedor.

I.5. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

El objetivo principal de este estudio ha consistido en *determinar la actitud de la juventud universitaria cordobesa hacia el emprendimiento*, que se concreta en:

- conocer la valoración que tiene la figura de la persona emprendedora en la comunidad objeto del estudio;
- estudiar qué grupos de jóvenes tienen una mayor predisposición a emprender;
- determinar cuáles son, según la percepción de los encuestados sus mayores miedos y obstáculos al emprendimiento;
- conocer las motivaciones que pueden estimular a algunos jóvenes a emprender;
- detectar carencias en su formación empresarial;
- analizar la autovaloración de cualidades emprendedoras que tiene el alumnado universitario cordobés
- comparar los resultados de este estudio con los derivados del Estudios Sobre el Perfil Emprendedor del Alumnado Universitario y Preuniversitario de Córdoba, realizado por el Consejo Social de la UCO en 2007 y 2010

Aparte del objetivo principal de conocer la actitud ante el emprendimiento de nuestra juventud, se considera que los resultados pueden servir para:

- hacer reflexionar a la juventud sobre las posibilidades del emprendimiento (especialmente si el trabajo de campo se acompaña de actividades de fomento de cultura emprendedora);
- realizar comparaciones transversales entre alumnado según los estudios que cursan;
- realizar comparaciones longitudinales, es decir comparar cómo nuestro sistema educativo anima/desalienta al alumnado de los diferentes cursos hacia la creación de empresas;
- comparar los resultados con otras universidades donde se han realizado estudios similares y comprobar si la ciudadanía cordobesa es más o menos emprendedora que en otras las personas de zonas de mayor dinamismo;
- orientar adecuadamente las futuras actuaciones de la Universidad y administraciones públicas para que fomenten la creación de empresas.

I.6. METODOLOGÍA

Se ha realizado una base empírica a partir de un trabajo de campo que recopila información primaria consiguiendo una base de datos amplia, representativa y obtenida a la medida de las necesidades de la investigación.

El estudio se ha iniciado con la adaptación de cuestionario que había sido utilizado en otras universidades. En concreto parte de un modelo del profesor Veciana de la Universidad Autónoma de Barcelona (se incluye como anexo al final de este informe) y que nos puede permitir comparar los resultados que se han obtenido en la Universidad de Córdoba con otras instituciones. Además se han añadido comparaciones con el estudio realizado por el Consejo Social de la Universidad de Córdoba en 2007 sobre el Perfil Emprendedor del Alumnado Universitario.

A continuación, se ha diseñado una muestra que tiene las siguientes características:

- multidisciplinar, abarcando a alumnado de todos los niveles y titulaciones que se imparten en nuestra universidad.
- número de encuestas suficiente para que los resultados sean representativos.
- administración del cuestionario por un agente que se responsabilice de informar a los encuestados de la importancia del estudio y su trascendencia.

Tras el trabajo de campo se han depurado las encuestas, se han grabado en soporte informático analizado con software estadístico adecuado (SPSS y Excel).

En el presente informe se han utilizado estadísticas descriptivas con análisis univariantes (frecuencias y porcentajes) y análisis bivalente (tablas de contingencia y contraste de medias). Se ha utilizado el contraste para dos muestras aplicando el test Chi-cuadrado (χ^2) para medir relaciones de dependencia entre las variables consideradas de interés y comprobar su significación estadística. En la comparación de medias se ha usado el test "t" para comprobar la significatividad de las diferencias grupales.

FICHA TÉCNICA DEL PROCESO METODOLÓGICO	
Proceso metodológico	Encuestas a través de cuestionarios estructurados y autoadministrados
Tipo de preguntas	Cerradas y semiabiertas de tipo múltiples y de respuesta única, y de control o filtro
Tiempo de cumplimentación del cuestionario	15 minutos
Universo población	15.515 personas
Muestra objetivo	1.646 encuestas
Muestra real	1.424 encuestas
Forma de contacto	Se han cumplimentado preferentemente en el aula con ayuda del responsable del estudio y el grupo de orientación Laboral del Consejo Social, así como del profesorado colaborador
Método de muestreo	Muestreo estratificado por centros docentes de alumnado UCO
Precisión mínima	±2,47% en alumnos/as UCO ²
Nivel de confianza	95% en alumnos/as UCO
Fecha de prueba piloto	Realizada el 16 enero de 2006 con alumnado de Ciencias del Trabajo. Total: 50 personas. (primera edición del estudio).
Fecha de trabajo de campo	De marzo a mayo de 2013. Realizado por el equipo de orientación del Consejo Social de la UCO bajo las instrucciones y supervisión del responsable del estudio.
Captura de la información	Se ha realizado por el responsable del estudio y el equipo de orientación del Consejo Social de la UCO
Tratamiento de la información	Informático a través del paquete estadístico SPSS (versión 11.0.1)
Equipo	<p>Investigador Principal del Consejo Social. UCO y Coordinador del Estudio Francisco J. Saco de Larriva <i>Profesor del Área de Organización de Empresas UCO</i></p> <p>Investigadores del Área de Organización Empresas. UCO: Dr. Fernando J. Fuentes García <i>Profesor del Área de Organización de Empresas. UCO</i> Dr. Pablo Rodríguez Gutiérrez <i>Profesor del Área de Organización de Empresas. UCO</i> Dra. Sandra Sanchez Cañizares <i>Profesora del Área de Organización de Empresas. UCO</i> Equipo de orientadores del Consejo Social de la UCO que han ayudado a realizar el trabajo de campo.</p>

². A partir de la fórmula $e = K \left\{ \left[\frac{p \cdot q}{n} \right] \cdot \left[\frac{(N-n)}{(N-1)} \right] \right\}^{1/2}$ donde $p = q = 0,5$ con una significación del 95 % ($K = 1,96$).

Tabla 11. Ficha técnica del proceso metodológico.



I.7. DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

Comenzando por el sexo de los encuestados, la muestra es fiel reflejo del presente de nuestra universidad: es muy superior el número de mujeres, en concreto 831 encuestadas que suponen el 58,4% de la muestra, frente a 574 hombres que son el 40,3%¹⁰. Más adelante será de gran interés contrastar si la opinión y actitud frente al emprendimiento es diferente en hombres y mujeres.

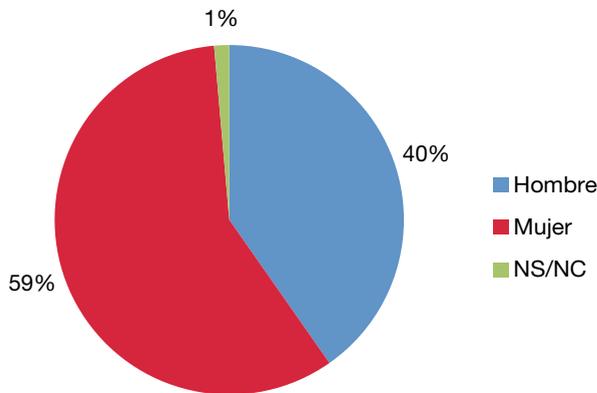


Gráfico 8. Composición de la muestra según género

Por edades, en el cuestionario que nosotros utilizamos (y del que se adjunta copia en un anexo) se respetaron los intervalos de edad del cuestionario de origen (utilizado en la Universidad Autónoma de Barcelona), con ello será posible comparar directamente algunos datos. Como era previsible, el estrato de edad mayor es el de 20-25 años con 877 encuestas, seguido del de menores de 20 años con 423 encuestas. También tenemos un grupo significativo de 81 estudiantes de más edad (26-35 años) e inclusive un pequeño grupo de 22 aún mayores.

¹⁰ Estas proporciones de género son similares a las obtenidas en el estudio del Perfil Emprendedor del Alumnado Universitario realizado por el Consejo Social de la Universidad de Córdoba en 2007 y 2010. A partir de ahora EPE CSUCO 2007 y EPE CSUCO 2010, respectivamente.

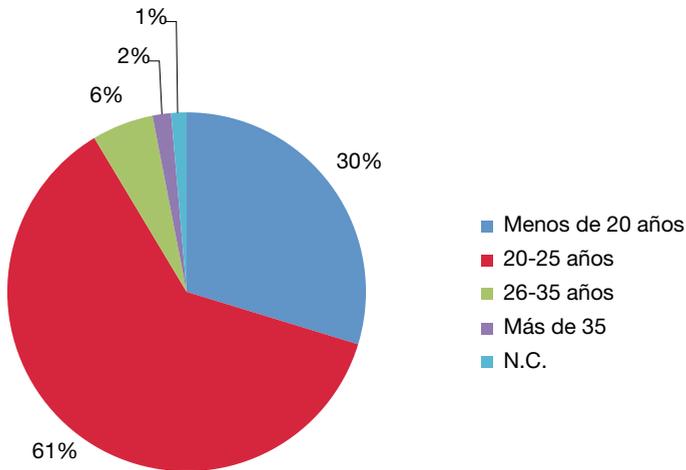


Gráfico 9. Composición de la muestra por edad

En cuanto al reparto de la muestra por centro de estudios, se partió de un objetivo que era encuestar, al menos, 1.646 estudiantes, mínimo tamaño muestral que nos podía permitir un error estadístico menor al 2,5% y que suponía conseguir la opinión en torno al 10,61% del total de matriculados en la UCO durante el curso 2012/2013. Posteriormente, la muestra se repartió con un objetivo de encuestación mínimo por centro que permitiera alcanzar esa cifra. La meta fue prácticamente alcanzada pues se consiguió un total de 1.424 encuestas válidas, lo que supuso una opinión del 9,18% del alumnado matriculado.

Reflejo de la importancia numérica de los diferentes Centros Universitarios (Facultades/Escuelas), son reseñables la Facultad de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales con cerca de 300 encuestas y la Facultad de Ciencias de la Educación, la Facultad de Ciencias y la Facultad de Filosofía y Letras con más de 150 respectivamente. Por detrás, las Facultades de Medicina, Ciencias del Trabajo, la Escuela Politécnica Superior de Córdoba y la Facultad de Veterinaria cuentan todas con más de 100 encuestas, y la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos y Montes casi alcanza esta cifra. También forma parte del estudio, aunque con un número de encuestas más reducido la Escuela Universitaria de Enfermería (52 encuestas) y la Facultad Politécnica de Belmez (38 encuestas)

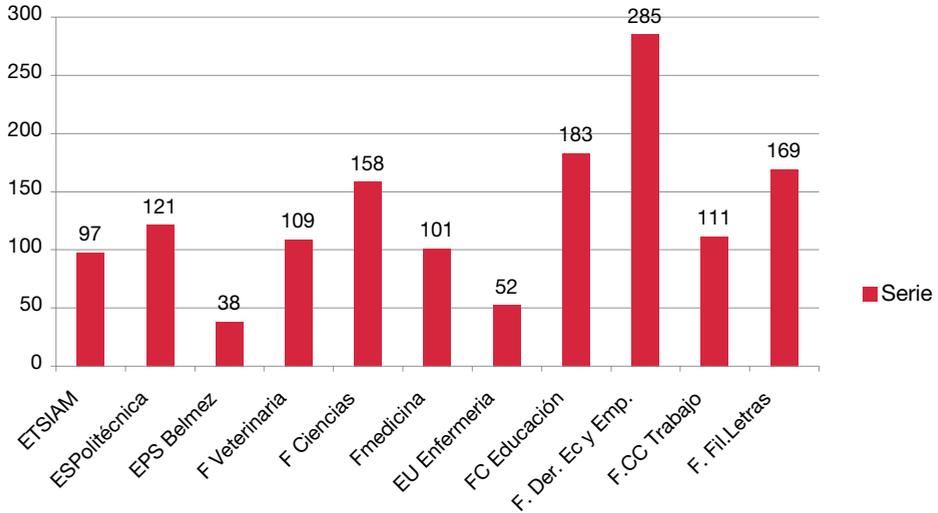


Gráfico 10. Composición de la muestra por centro de estudios.

En cuanto al curso universitario que el alumnado encuestado está realizando, destacan especialmente los primeros cursos de los títulos universitarios, con 405 en primer curso, 346 en segundo y 252 en tercero, habiéndose agrupado un menor número en cuarto curso y una mayor representación en quinto. En el apartado sexto recogemos solamente el alumnado de último curso de la Licenciatura en Medicina. De todas formas la muestra refleja una buena representación de todos los niveles según el número total de la población de esa franja.

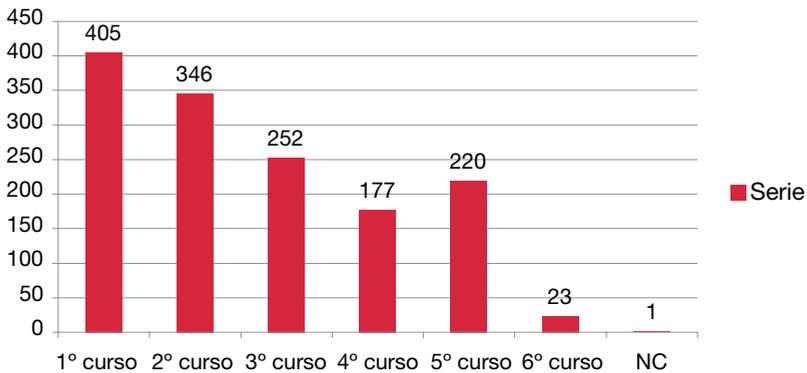


Gráfico 11. Composición de la muestra por curso

ORIENTACION METODOLÓGICA:
Técnicas Individualizadas

	ORIENTADA A LA ENSEÑANZA	ORIENTADA AL APRENDIZAJE
OBJETIVOS	Desarrollar conocimientos, habilidades y aptitudes	Solucionar problemas y cambio personal
PAPEL DEL PROFESOR	Transmite conocimientos	Facilita el aprendizaje
PAPEL DE PARTICIPANTES	Actúa como receptor pasivo	Actúa como adulto en práctica sus propios aprendizajes
CONCEPTO	Asignaturas, disciplinas	Situaciones, problemas interdisciplinarios, activa de nuevos conocimientos

ORIENTACION METODOLÓGICA:
Técnicas Individualizadas

	ORIENTADA A LA ENSEÑANZA	ORIENTADA AL APRENDIZAJE
OBJETIVOS	Rígido según programa previo. Se utilizan conocimientos	Variable según participante. Se utilizan conocimientos seleccionados y aplicados
PAPEL DEL PROFESOR	Por el nivel de conocimientos que es necesario para el participante	Por el nivel de conocimientos que es necesario para el participante
PAPEL DE PARTICIPANTES	Exterior: conocimientos, etc.	Interior: conocimientos, etc.
CONCEPTO	Exterior: conocimientos, etc.	Interior: conocimientos, etc.

ORIENTACION METODOLÓGICA:
Técnicas Semiestructuradas

CONDICIONES
Romper parcialmente el aislamiento
Ampliar el abanico de posibilidades
Favorecer la calidad del clima de aprendizaje
Aprendizaje en el uso de las técnicas
Flexibilidad para seguir los propios intereses

Primer contacto entre los representantes del departamento y los representantes del personal profesional de las personas que van a ser contratadas.

Módulo VI R

ORIENTACION METODOLÓGICA:
Técnicas Individualizadas

Identificar las necesidades del personal
Determinar los objetivos en función de las necesidades
Analizar los comportamientos

II Resultados



II. RESULTADOS

II.1.

VALORACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

DESEABILIDAD DE CREAR EMPRESAS

Entre las cuestiones incluidas en el cuestionario de emprendimiento¹¹ se preguntó al público encuestado si consideraban deseable crear/fundar una empresa propia. El resultado es positivo ya que aproximadamente 7 de cada 10 personas encuestadas lo consideraban deseable. Este dato es sensiblemente superior al arrojado en el anterior estudio EPE CSUCO 2010.

Estas cifras de la realidad universitaria cordobesa parece estar próxima a la que ha obtenido el profesor Urbano (2006) en una muestra en Cataluña¹², que encuentra que el 80,6% de la población catalana considera deseable fundar empresas y que, entre la juventud universitaria, la actitud es también positiva con valores que oscilan bastante en función de la titulación que cursa, entre un 59,1% de estudiantes de carreras no relacionadas con la empresa y un 89,6% de los estudios empresariales. Tanto los valores de Cataluña como los obtenidos aquí son superiores al deseo de personas de naciones tan emprendedoras como Estados Unidos¹³.

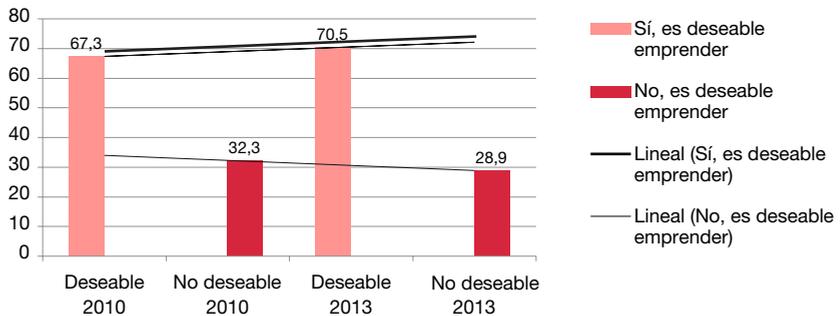


Gráfico 12. Deseabilidad de crear una empresa en el alumnado cordobés en porcentaje de la muestra (datos numéricos en anexo Tabla A 1)

¹¹ En anexo se incluye el modelo de cuestionario utilizado.

¹² En concreto vamos a utilizar con profusión el trabajo Urbano, D. (2006) *La creación de empresas en Catalunya. Organismos de apoyo y actitudes hacia la actividad emprendedora*, Ed. Generalitat de Catalunya-CIDEM, Barcelona, 230 pp.

¹³ En la bibliografía final se citan algunos trabajos de este país.

FACTIBILIDAD DE CREAR UNA EMPRESA

El mundo actual es notoriamente más dinámico y competitivo que el de hace unas décadas, lo que supone por una parte amenazas, a menudo globales, a la par que nuevas oportunidades que tienen su origen en las nuevas tecnologías de la información, nuevas demandas y actitudes de consumo, etc. A ello hay que sumar la coyuntura económica en la que nos encontramos. El cuestionario planteaba una pregunta sobre la mayor o menor dificultad de la creación de empresas en el momento presente, aquí las repuestas no están tan definidas. Mientras que en el estudio EPE CSUCO 2007 era similar el número de los que pensaban que era más fácil que los que lo veían más difícil que antaño (46% veía más fácil crear una empresa), en el EPE CSUCO 2010 solo un 27,9% del alumnado considera más fácil crear hoy una empresa, o dicho de otra manera, el 71,9% considera más difícil crear empresa. Esta tendencia sobre la dificultad de creación de empresas es similar, habiendo aumentado el porcentaje de encuestados que lo consideran más difícil hasta un 85,3%

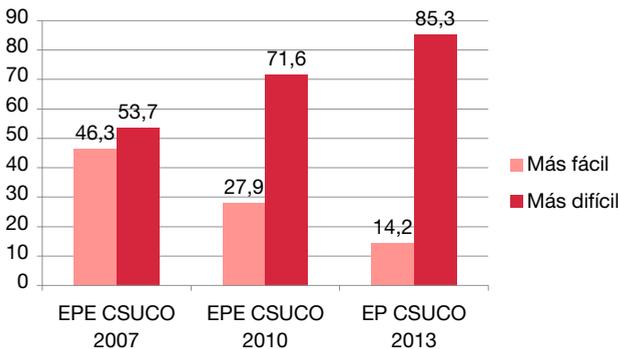


Gráfico 13. Resulta ¿más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad que en el pasado? En porcentaje de la muestra (datos numéricos en anexo Tabla A 2)

En la tabla A3 del Anexo se muestran los resultados del test de contraste estadístico¹⁴ de los cruces de las variables “deseabilidad de crear empresas” y determinadas características de los encuestados (como sexo, edad, experiencia profesional, profesión del padre, existencia de empresarios en la familia y la facultad o centro de estudios). Para un nivel de significación del 99% sólo se encuentra relación entre la deseabilidad manifestada y el centro de estudios. En cambio

¹⁴ Se utiliza un test estadístico (Chi cuadrado) para determinar si las frecuencias de dos muestras diferentes (por ejemplo de hombres y mujeres) ante una variable son iguales o se comportan de forma diferente.

la percepción de si resulta o no deseable crear empresas no parece tener relación con el resto de variables (al menos para el citado nivel de significación). A diferencia de los resultados alcanzados en la edición anterior del estudio (2010), se diluyen las diferencias entre sexos, la experiencia profesional y la pertenencia a una familia de empresarios.

Igualmente en la tabla A4 se muestran los resultados estadísticos del test para la variable “mayor o menor dificultad de emprender en la actualidad” y las mismas citadas características del público encuestado. En este caso, podemos concluir que solo se encuentra influencia en el Centro de Estudios en la creencia de mayor/menor dificultad y en el sexo (en este caso para un nivel de confianza menor, el 95%).

II.2. VOCACIÓN EMPRENDEDORA

INTENCIÓN FUNDAMENTADA DE CREAR UNA EMPRESA

En el siguiente gráfico se muestran las respuestas de la intención del alumnado de fundar o no una empresa, que creemos que es una de las preguntas clave de esta investigación. Se trata de lo que los autores denominan “Emprendedores Potenciales”. Se hace una comparativa de los datos del EPE CSUCO 2007 y EPE CSUCO 2010 con el que nos ocupa. Además, se muestran datos separados del alumnado de la universidad que se han desagregado en dos categorías:

- ProCE (que incluye los centros universitarios con mayor cultura empresarial a priori, que calificaremos *pro creación de empresas*, incluye: Derecho/Empresariales, Ciencias del Trabajo y las Ingenierías)
- NoproCE (el resto, es decir *no pro creación de empresas*¹⁵).

En cuanto a las repuestas extremas, observamos que hay un número elevado de alumnado de nuestra universidad que manifiestan tajantemente que no iniciarán una empresa (un 27,1%), porcentaje que resulta ligeramente inferior al de los estudios de pasados (29,2% y 30,9%). Además, es muy escaso el número de las personas firmemente decididas a crear empresas (sólo un 4,6% de alumnado universitario –bajando un punto porcentual respecto a los estudios anteriores-). Sumando las repuestas “Sí firme intención” y “Sí seriamente” confirmamos que la juventud universitaria ha aumentado sensiblemente ante la disposición a crear empresas (20,2%) frente al 19,3% y 19,6% que mostró su propósito en el EPE CSUCO de 2007 y 2010, respectivamente.

También es significativo el muy reducido grupo de quienes tienen intención de integrarse en empresas familiares (sólo el 3,7% de la juventud universitaria), pese a que, como se verá en apartados posteriores, son muchos los encuestados que tienen empresariado en la familia.

Son muy elevadas las respuestas intermedias (“sí vagamente...”) que pensamos evidencian que hacerse persona emprendedora es una segunda o tercera opción si no se encuentra un empleo por cuenta ajena o se superan unas oposiciones.

¹⁵ De nuevo hacemos esta distinción siguiendo la metodología del profesor Veciana.

En la segmentación realizada en el alumnado universitario, encontramos grandes diferencias entre grupos ProCE llegan al 25% de intención de creación de empresas frente al 17,1% de los NoproCE. Si nos fijamos en el dato de quienes nunca se querrían aventurar en la creación, la diferencia es aún mayor (los ProCE un 18,4% y los NoproCE un 32,4%). Parece evidente que el alumnado con mayor vocación emprendedora se orienta a las titulaciones ProCE, pero más adelante deberemos realizar un análisis longitudinal en estas titulaciones a fin de comprobar si su vocación emprendedora se refuerza durante su estancia en la universidad o, por el contrario, se amortigua.

En el EPE CSUCO 2007, los resultados sobre intención fundada de crear una empresa eran de un 21% y de un 13,9% respectivamente. En cuanto a los que nunca se querrían aventurar a crear una empresa, en 2007, un 22,3% pertenecían a centros ProCE y un 36,8% pertenecían a centros NoproCE. En el EPE CSUCO 2010, los resultados sobre intención fundada de crear una empresa eran de un 21,2% y de un 17% respectivamente. En cuanto a los que nunca se querrían aventurar a crear una empresa, en 2007, un 23% pertenecían a centros ProCE y un 39,9% pertenecían a centros NoproCE.

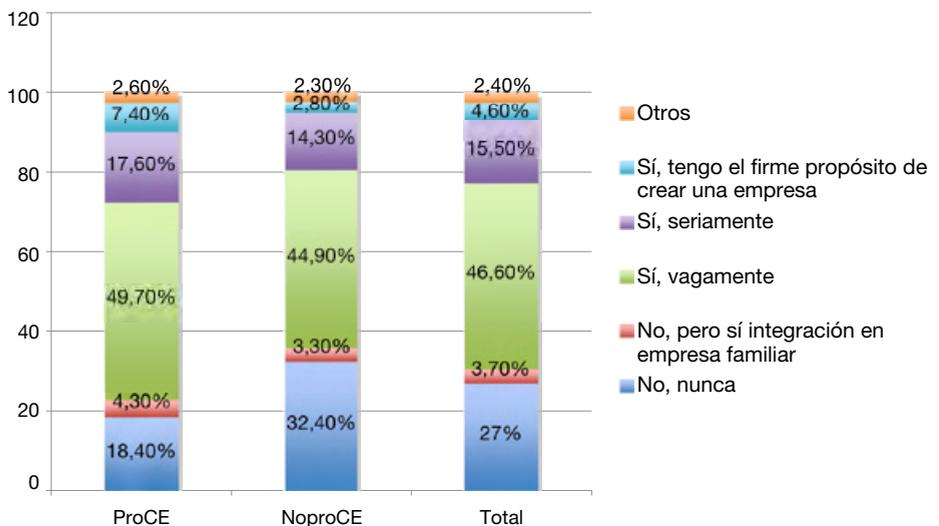


Gráfico 14. Intención fundamentada de crear una empresa según datos del EPE 2013 (datos numéricos en la tabla A4)

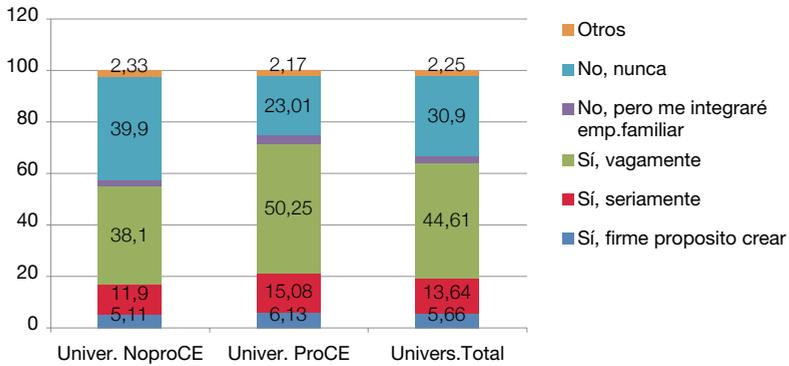


Gráfico 15. Intención fundamentada de crear una empresa según datos del EPE 2010

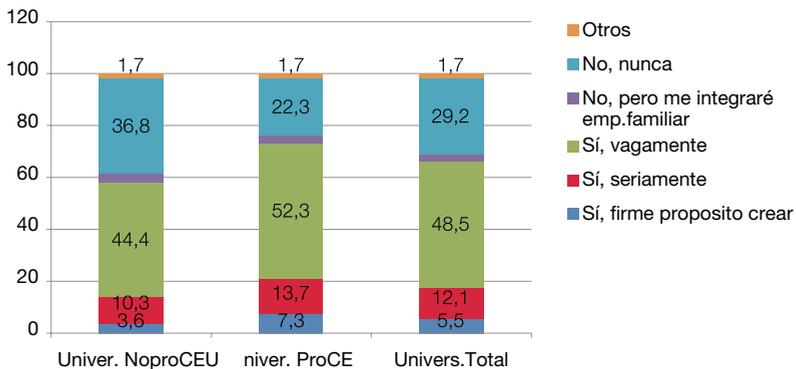


Gráfico 16. Intención fundamentada de crear una empresa según datos del EPE 2007.

Aunque los datos del gráfico anterior muestran una escasa predisposición a crear empresas en el alumnado universitario cordobés a la vista de la siguiente representación parecen indicar que no hay grandes diferencias con otras muestras de jóvenes de su edad que se comentan a lo largo de este estudio.

PREVISIÓN DE TIEMPO EN QUE SE CREARÁ EMPRESA

Como pregunta complementaria a la intención de crear empresa se pedía al público encuestado información acerca de cuándo se aventurarían a hacerlo. Es muy poco el que se atreve a afirmar que en uno o dos años (4,5%). En cambio, son más numerosas las personas que pretenden hacerlo al terminar sus estudios (En torno al 11%, recuperándose la cifra arrojada por el EPE CSUCO 2007, que disminuyó en la edición 2010) y también las que prevén hacerlo entre tres y cinco años (el 9,4%).

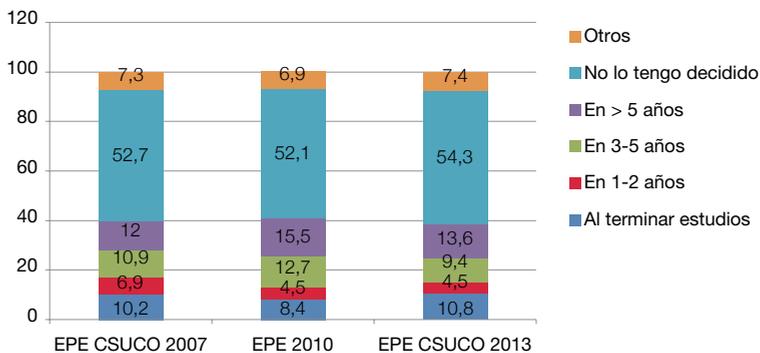


Gráfico 17. Previsión del tiempo vista para crear la empresa (datos numéricos en anexo Tabla A 6)

VOCACIÓN EMPRENDEDORA SEGÚN GENERO

En los gráficos 31, 32 y 33 se separan las respuestas según el género de la muestra encuestado. Podemos extraer las siguientes conclusiones:

- En cuanto a la deseabilidad de crear empresas, las diferencias son reducidas entre hombres y mujeres.

Sin embargo, las mujeres parecen menos inclinadas a crear una empresa (el 30,1% de ellas manifiestan que nunca crearán una empresa frente al 27,3% de los hombres). Además, un 10% de

ellos creen firme o seriamente que iniciarán una empresa frente a un 10,4% de las mujeres¹⁶. Estos valores son sensiblemente inferiores a los registrados en el EPE CSUCO 2007 donde los porcentajes eran del 24,1% y del 13,6%, y en el EPE CSUCO 2010, 24,7% y 15,5% respectivamente.

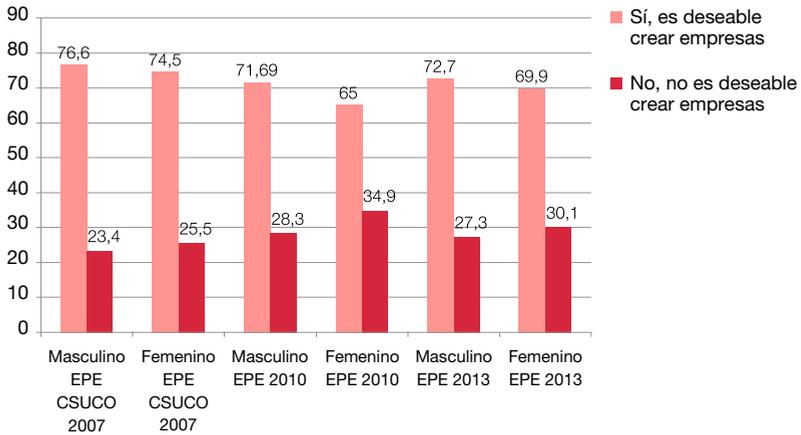


Gráfico 18. Género * Deseabilidad de crear una empresa (datos numéricos en anexo Tabla A 7). Comparativo EPE CSUCO 2007 y 2010 con estudio 2013.

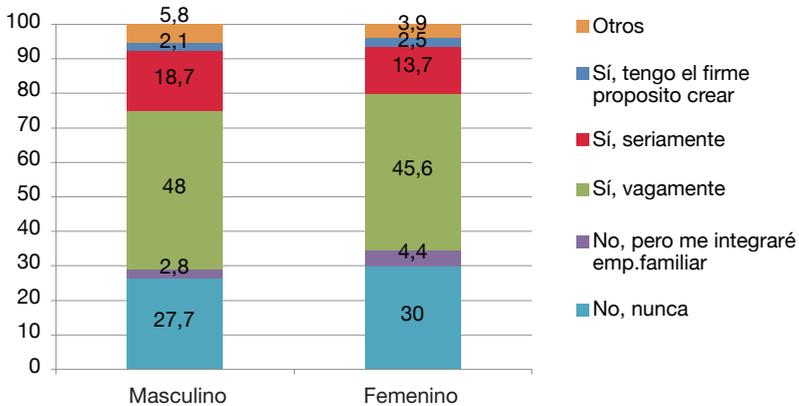


Gráfico 19. Género * Intención fundamentada de crear una empresa (datos numéricos en anexo Tabla A 8)

¹⁶ En el estudio ya citado de Urbano (2006) también se observan conclusiones similares, las mujeres catalanas se muestran con menor intención a crear empresas que los catalanes.

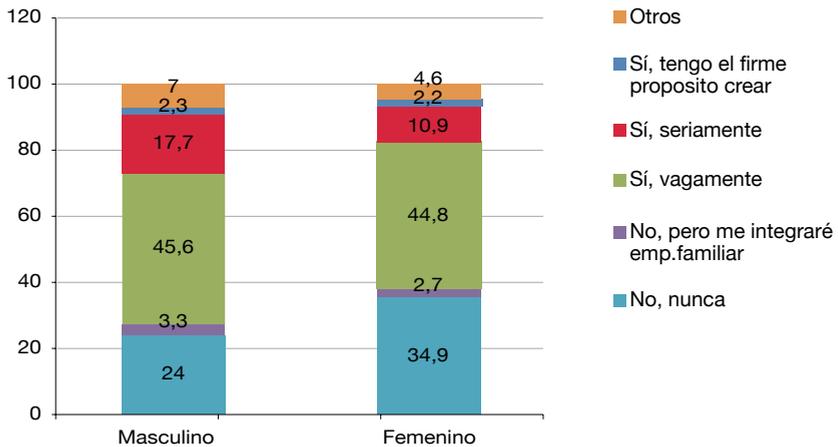


Gráfico 20. Género * Intención fundamentada de crear una empresa EPE CSUCO 2010

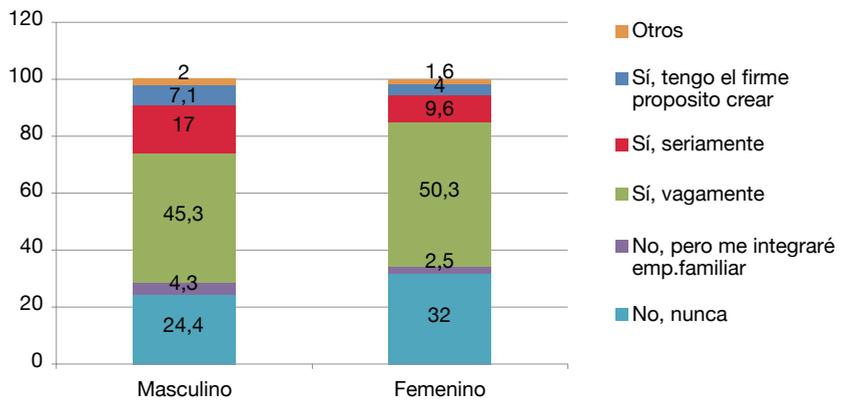


Gráfico 21. Género * Intención fundamentada de crear una empresa en el EPE CSUCO 2007.

VOCACIÓN EMPRENDEDORA SEGÚN EDAD

También se muestran tres gráficos (agrupados en gráfico 22) con las respuestas agrupadas por edad. Se observa que los de mayor edad son los más interesados en crear empresas, al contrario que en las pasadas ediciones, situándose además como el grupo de edad con mayor porcentaje de intención firme de crear una empresa (9,1%).

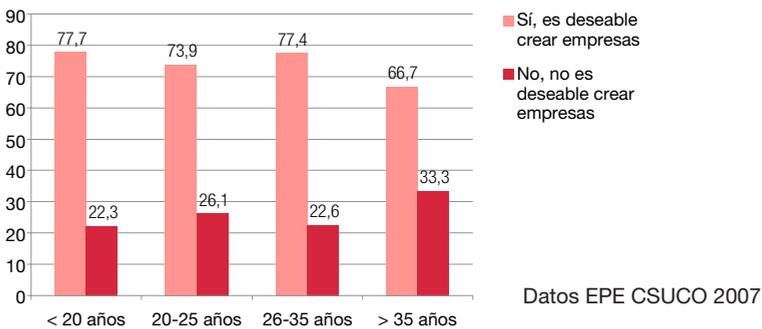
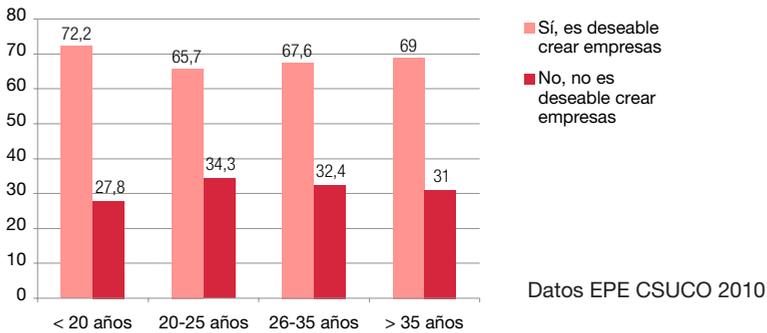
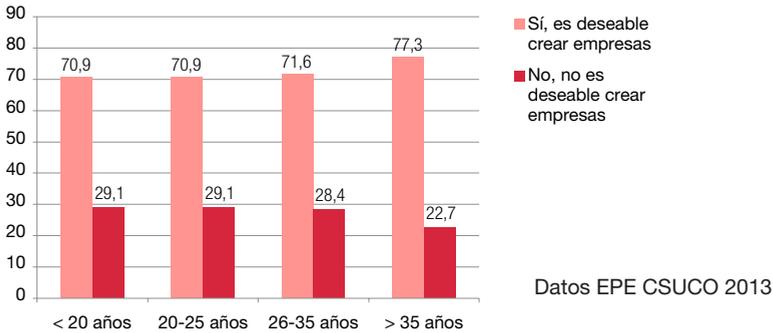


Gráfico 22. Grupo edad * Deseabilidad de crear una empresa
(datos numéricos en anexo Tabla A 9)

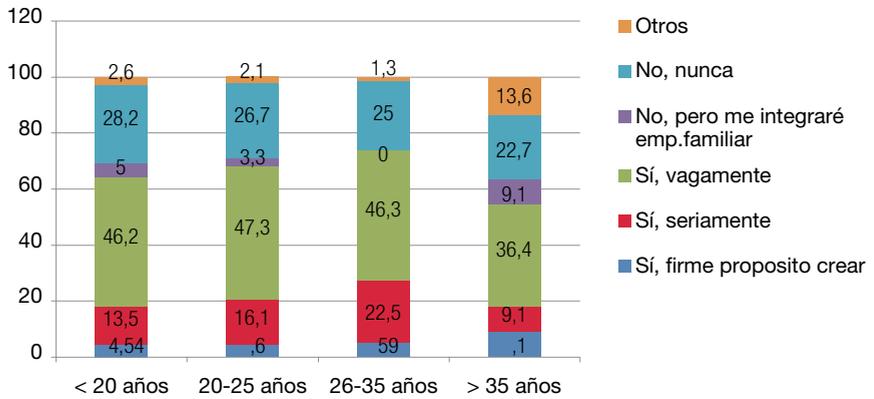


Gráfico 23. Grupo edad * Intención fundamentada de crear una empresa (datos numéricos en anexo Tabla A 10)

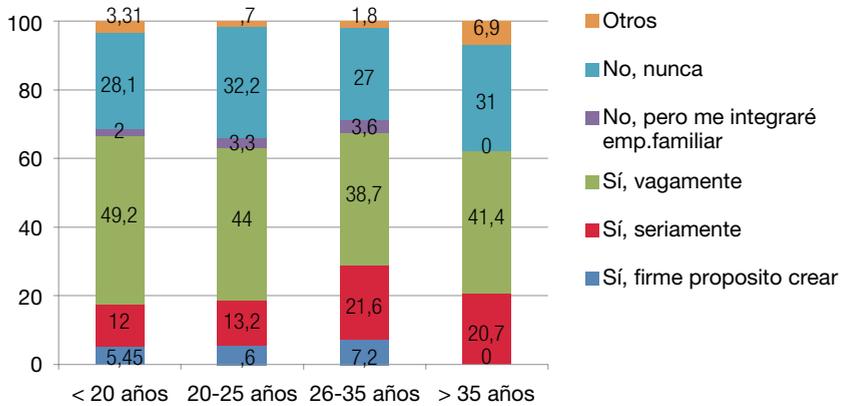


Gráfico 24. Grupo edad * Intención fundamentada de crear una empresa. Datos EPE CSUCO 2010

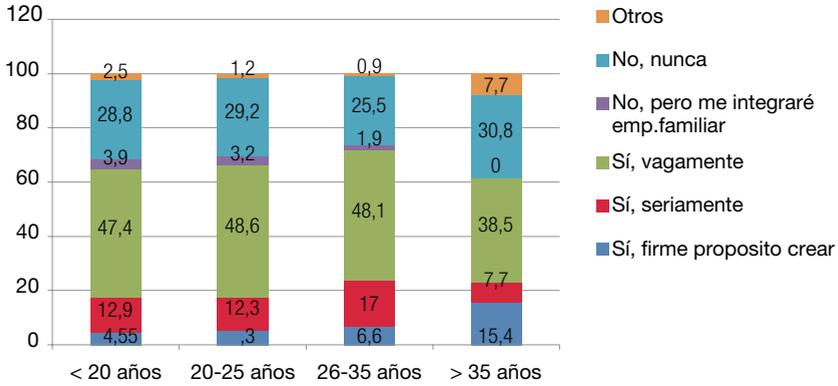


Gráfico 25. Grupo edad * Intención fundamentada de crear una empresa. Datos EPE CSUCO 2007.

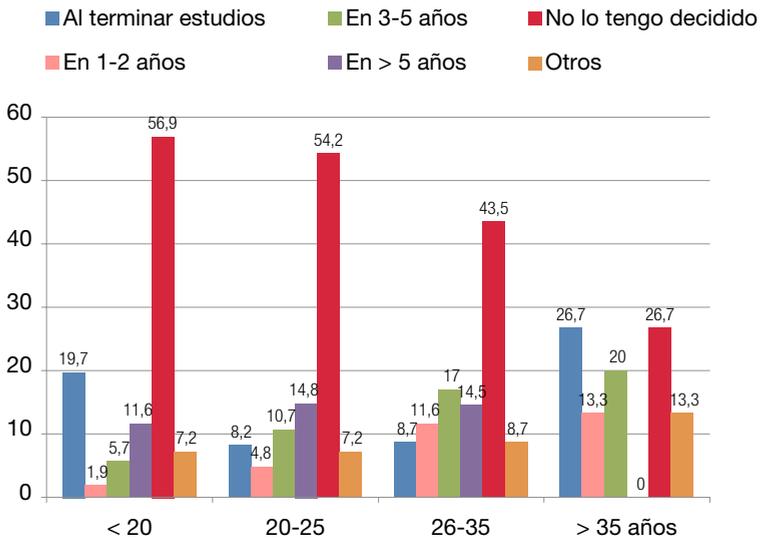


Gráfico 26. Grupo edad * Previsión del tiempo vista para crear la empresa. Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 11)

Informe del Estudio

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

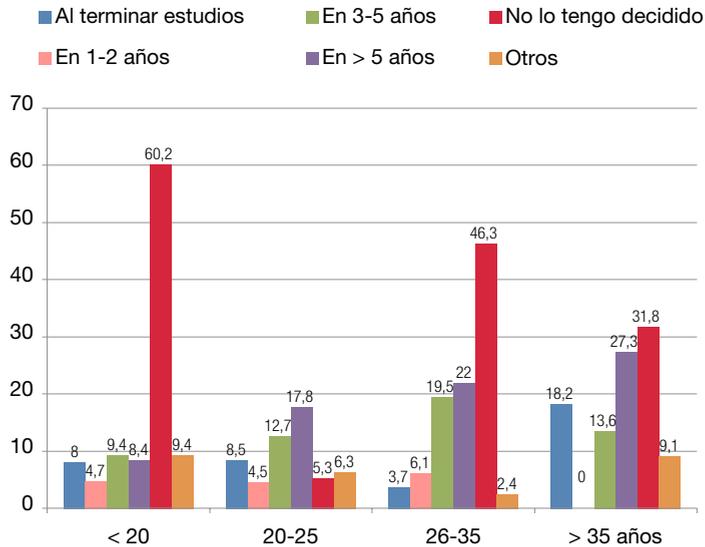


Gráfico 27. Grupo edad * Previsión del tiempo vista para crear la empresa. Porcentajes muestrales (datos del EPE CSUCO 2010)

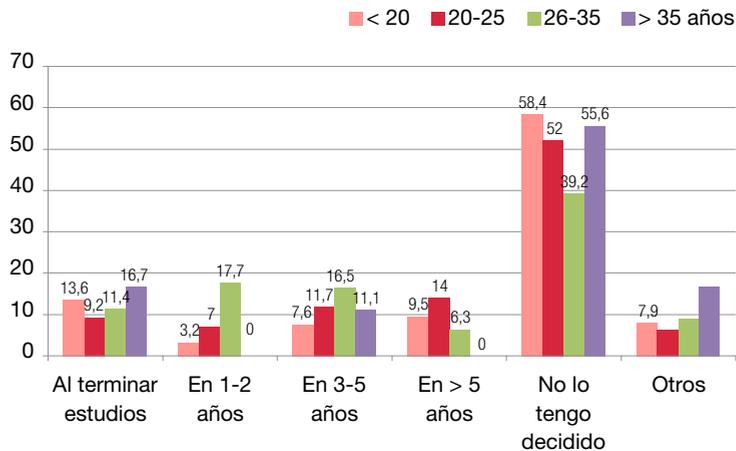


Gráfico 28. Grupo edad * Previsión del tiempo vista para crear la empresa. Porcentajes muestrales (datos del EPE CSUCO 2007)

VOCACIÓN EMPRENDEDORA Y EXISTENCIA O NO DE EMPRESARIADO EN LA FAMILIA

Otro cruce de variables de gran interés es el análisis de la actitud emprendedora en relación con la presencia de personas empresarias entre los parientes próximos (padre, madre, hermano, abuelos, etc.). Entre el público encuestado, es notorio comprobar que algo más de la mitad, el 50,04% posee algún familiar emprendedor (en concreto 685 de ellos, que pensamos que serán en gran medida PYMES y también trabajadores autónomos - 760 y 711 en el EPE CSUCO 2007 y 2010 respectivamente-).

Encontramos que quienes tienen familiares con empresas consideran en mayor medida la deseabilidad de crear empresas (75,7%, frente al 65,9% de quien no tienen parentesco -73,1% frente al 63,1% en el EPE CSUCO 2010 y 79,6% frente al 69,3% en el EPE CSUCO 2007 -).

Sin embargo, pese al alto número de personas encuestadas con familiares con empresas, sólo 52 (apenas el 3,7% -EPE CSUCO 2010 un 2,9% y EPE CSUCO 2007 un 4%-) tienen intención de integrarse en la empresa familiar. No obstante, se aprecia una clara mayor predisposición, a lo largo del tiempo, a emprender nuevas actividades del alumnado que tiene raíces empresariales (véanse gráficos 39, 40 y 41)

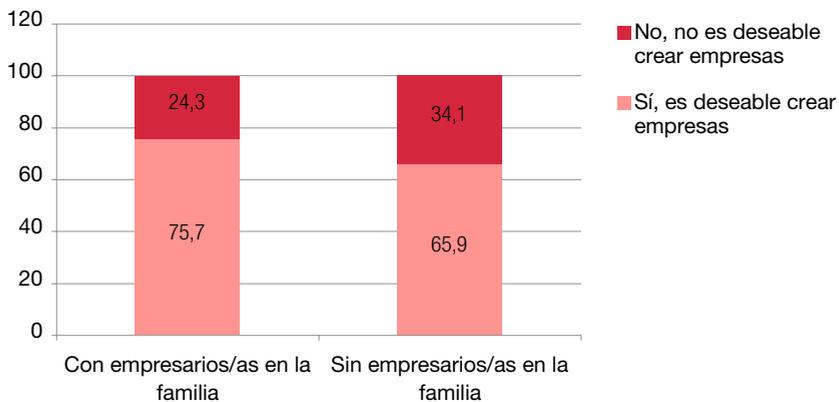


Gráfico 29. Empesariado en la familia * Deseabilidad de crear una empresa. Porcentajes muestrales. (Datos numéricos en anexo Tabla A 12)

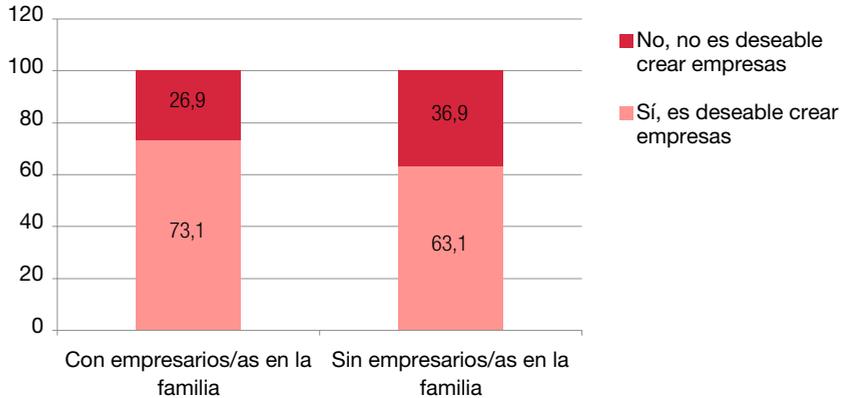


Gráfico 30. Empresariado en la familia * Deseabilidad de crear una empresa. Porcentajes muestrales. (Datos EPE CSUCO 2010)

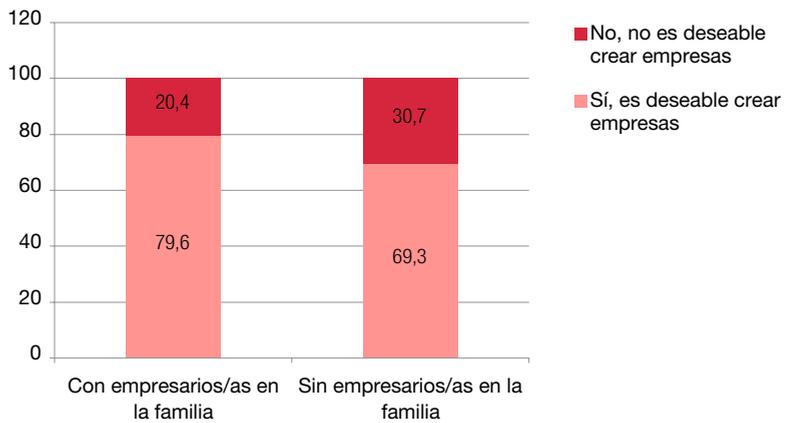


Gráfico 31. Empresariado en la familia * Deseabilidad de crear una empresa. Porcentajes muestrales. (Datos EPE CSUCO 2007)

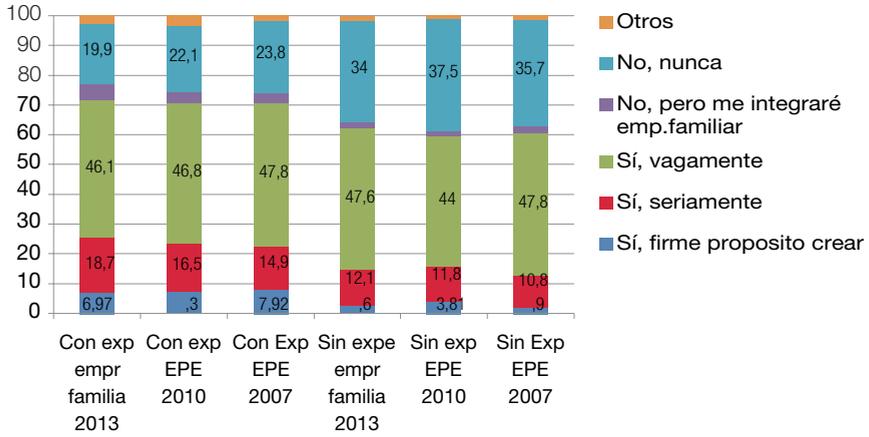


Gráfico 32. Experiencias Empresariales en la familia * Intención fundamentada de crear una empresa. Porcentajes muestrales. (datos numéricos en anexo Tabla A 13)

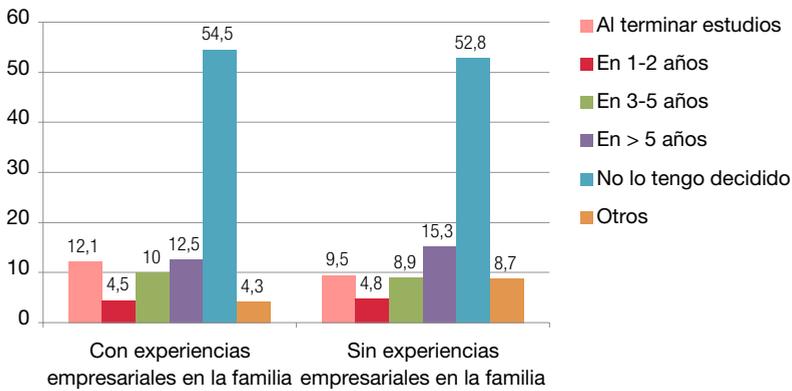


Gráfico 33. Experiencias empresariales en la familia * Previsión del tiempo vista para crear la empresa Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 14) (EPE 2013)

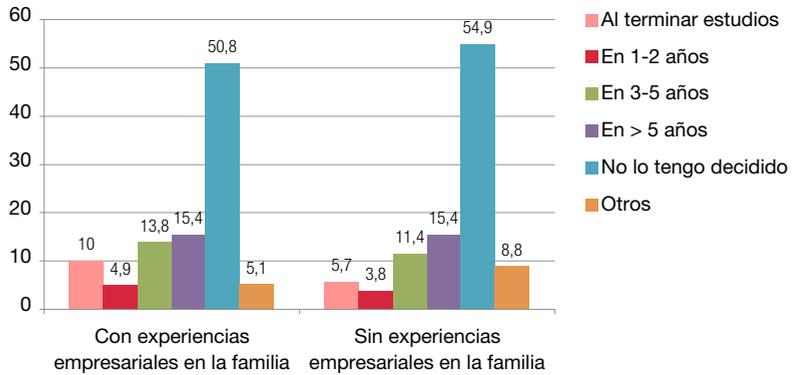


Gráfico 34. Experiencias empresariales en la familia

* Previsión del tiempo vista para crear la empresa.

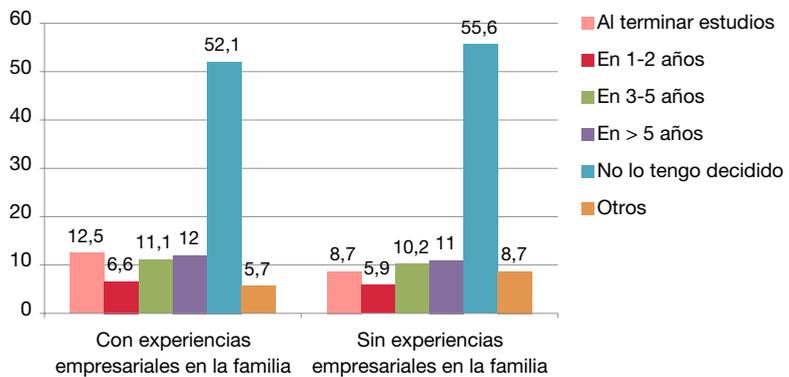


Gráfico 35. Experiencias empresariales en la familia * Previsión del tiempo vista para crear la empresa
Porcentajes muestrales (datos EPE CSUCO 2007)

PROFESIÓN DE LOS PADRES Y VOCACIÓN EMPRENDEDORA

A continuación, se acompañan también varios gráficos que relacionan la profesión de los padres y la respuesta a las preguntas de actitud hacia el emprendimiento. La circunstancia de que un elevado número de madres no trabajen hacen menos relevante las conclusiones sobre esta variable. Destacamos:

- Los hijos de directivos de empresa siguen siendo los que consideran más deseable crear empresas (80%), a cierta distancia se encuentran los hijos de empresario (con un 74,9%). Los hijos de funcionarios y de obreros tienen una apreciación de menor deseabilidad de fundar empresas.
- También son los hijos de directivos de empresa los que consideran más fácil crear empresas (26,7% lo considera fácil). Los que lo ven más difícil son los hijos de obreros, empleados administrativos y de empleados públicos. Por otra parte resulta significativo el aumento generalizado del porcentaje de estudiantes que ven más difícil llevar a cabo la labor emprendedora.
- Entre los hijos de empresarios, crece hasta un 10,4% los que tienen intención de integrarse en la empresa familiar, aunque desciende a un 27,5% aquellos que si que quieren aventurarse por su cuenta en crear una nueva empresa.
- Los hijos de directivos de empresa también tienen una elevada intención de crear empresas, ya que están decididos en un 24,5%, lo que supone un descenso frente a años anteriores.
- Es también evidente que a la vista de los datos son mucho menos emprendedores los hijos de obreros, empleados administrativos y funcionarios.
- Los hijos/as de madre empresaria o directiva se encuentran entre los que consideran más deseable crear empresas. También son los que declaran con mayor decisión que serán emprendedores en el futuro.

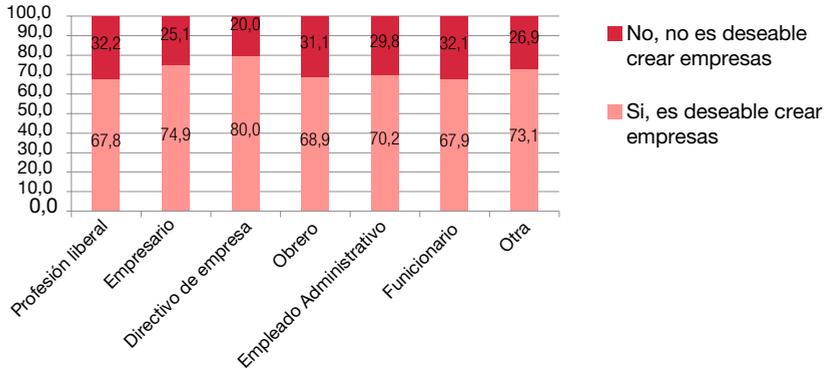


Gráfico 36. Profesión del padre * Deseabilidad de crear una empresa
Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 15) (datos EPE CSUCO 2013)

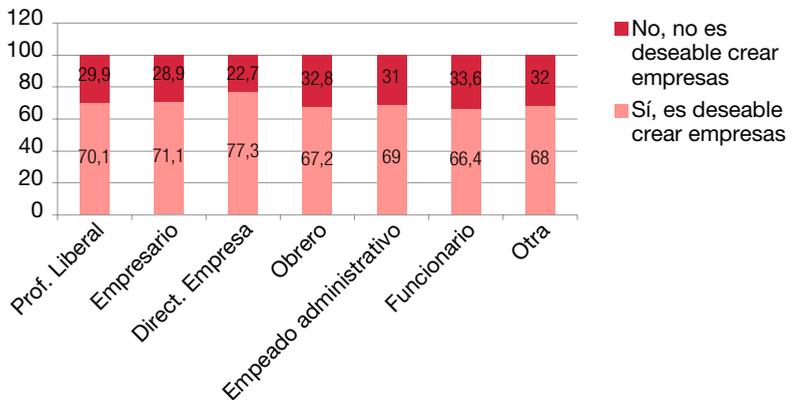


Gráfico 37. Profesión del padre * Deseabilidad de crear una empresa
Porcentajes muestrales (datos EPE CSUCO 2010)

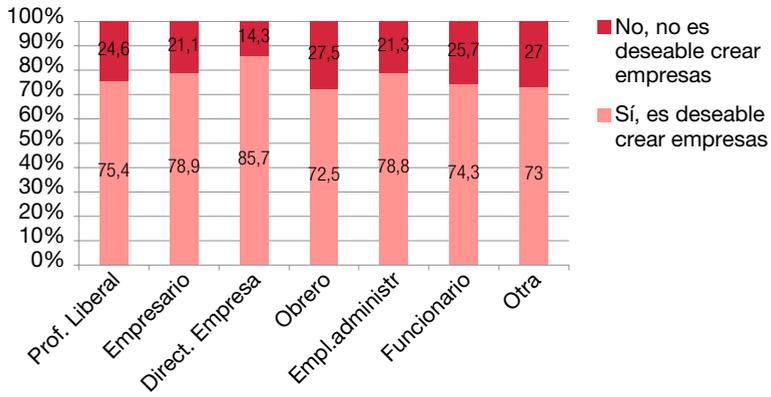


Gráfico 38. Profesión del padre * Deseabilidad de crear una empresa
Porcentajes muestrales (datos EPE CSUCO 2007)

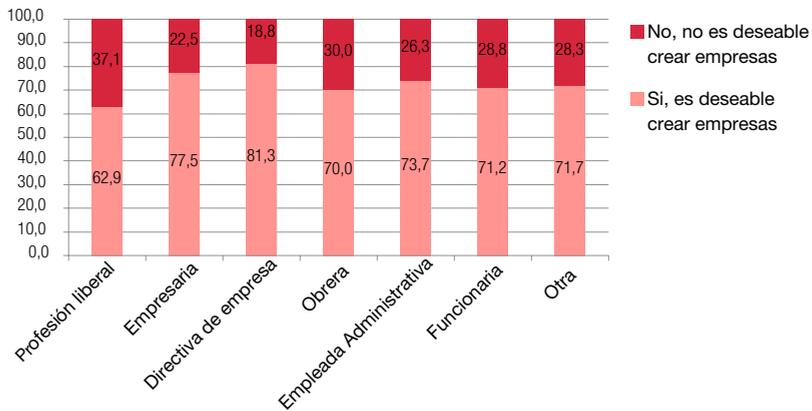


Gráfico 39. Profesión de la madre * Deseabilidad de crear una empresa
Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 16) (datos EPE CSUCO 2013)

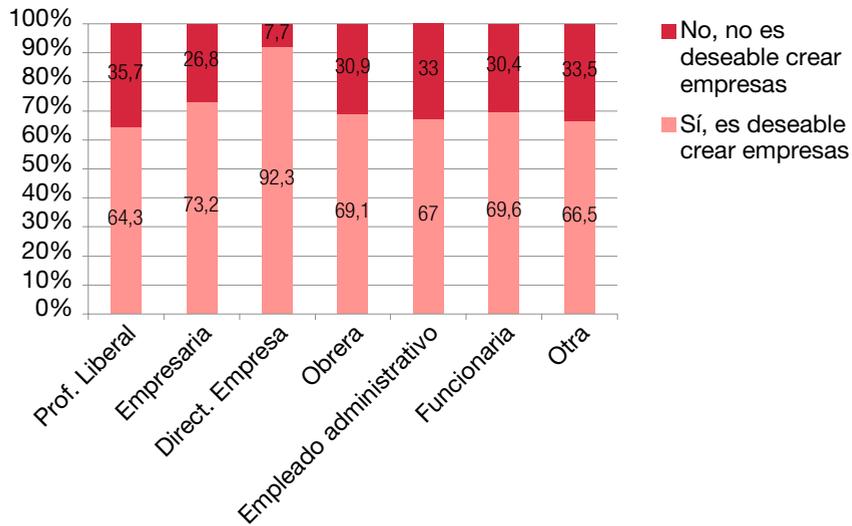


Gráfico 40. Profesión de la madre * Deseabilidad de crear una empresa
Porcentajes muestrales (datos EPE CSUCO2010)

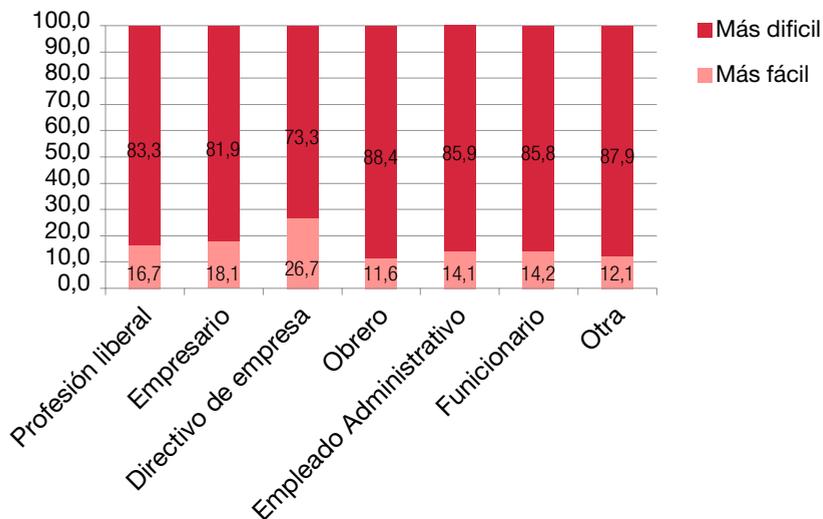


Gráfico 41. Profesión del padre * Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad
Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 17) (datos EPE CSUCO 2013)

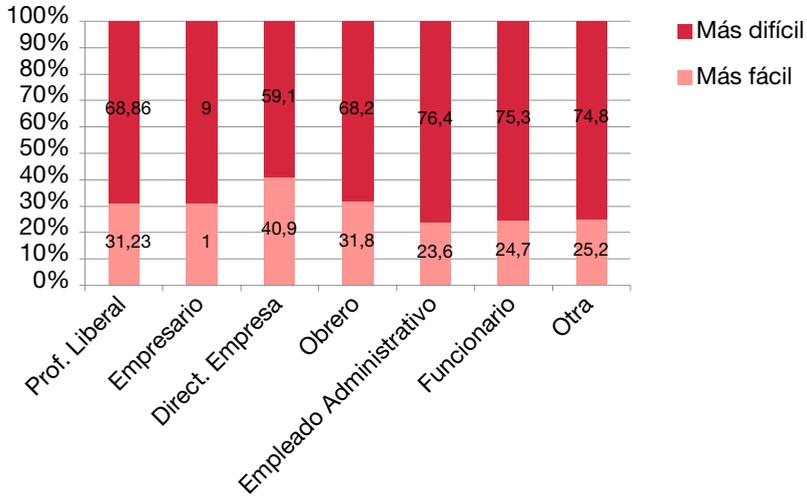


Gráfico 42. Profesión del padre * Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad. Porcentajes muestrales (datos EPE CSUCO 2010)

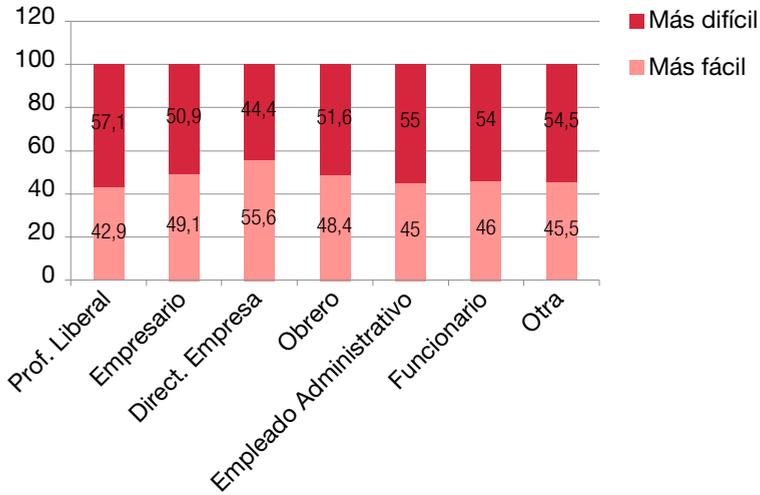


Gráfico 43. Profesión del padre * Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad. Porcentajes muestrales (datos EPE CSUCO 2007)

Informe del Estudio

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

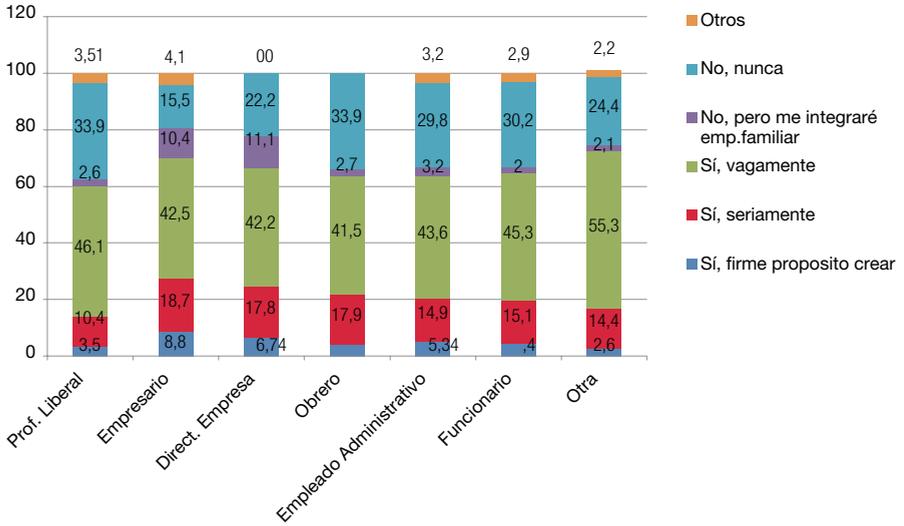


Gráfico 44. Profesión del padre * Intención fundamentada de crear una empresa. Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 18) (datos EPE CSUCO 2013)

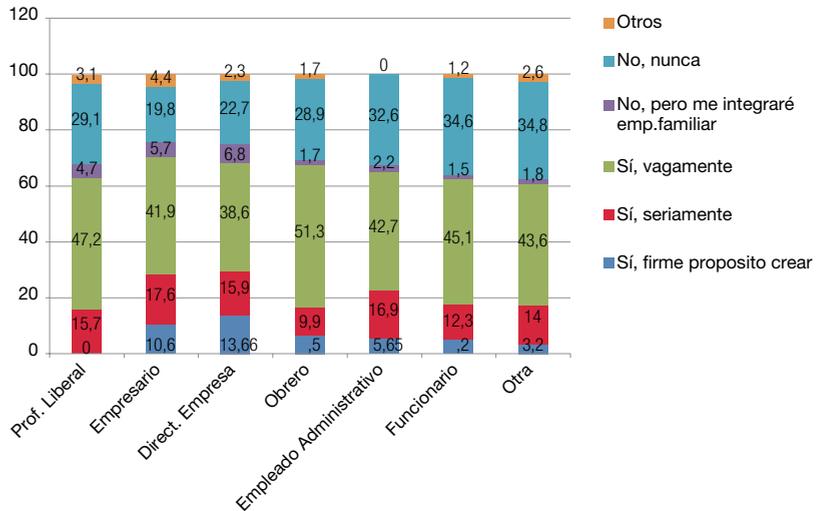


Gráfico 45. Profesión del padre * Intención fundamentada de crear una empresa. Porcentajes muestrales (datos EPE CSUCO 2010)

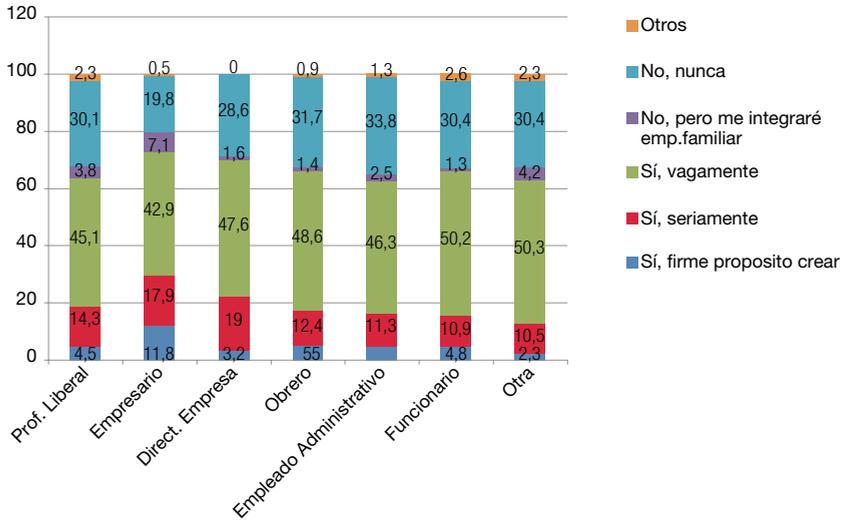


Gráfico 46. Profesión del padre * Intención fundamentada de crear una empresa. (datos EPE CSUCO 2007)

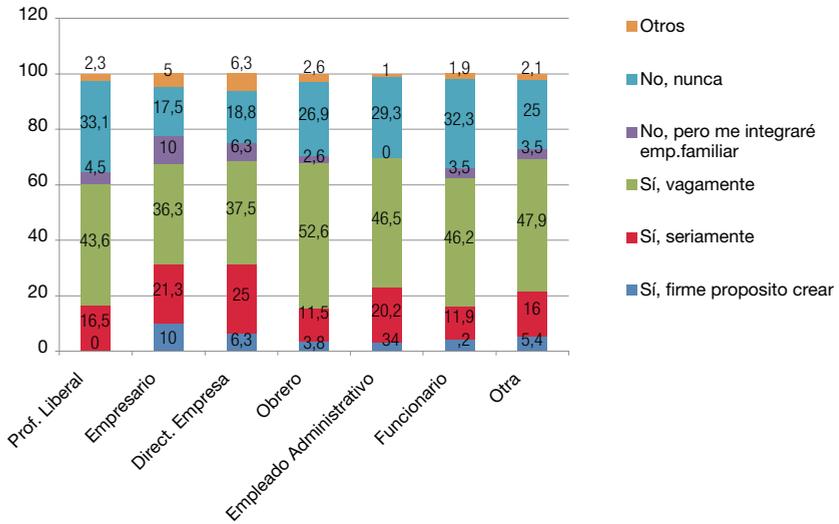


Gráfico 47. Profesión de la madre * Intención fundamentada de crear empresa. Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 19) (datos EPE CSUCO 2013)

Informe del Estudio

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

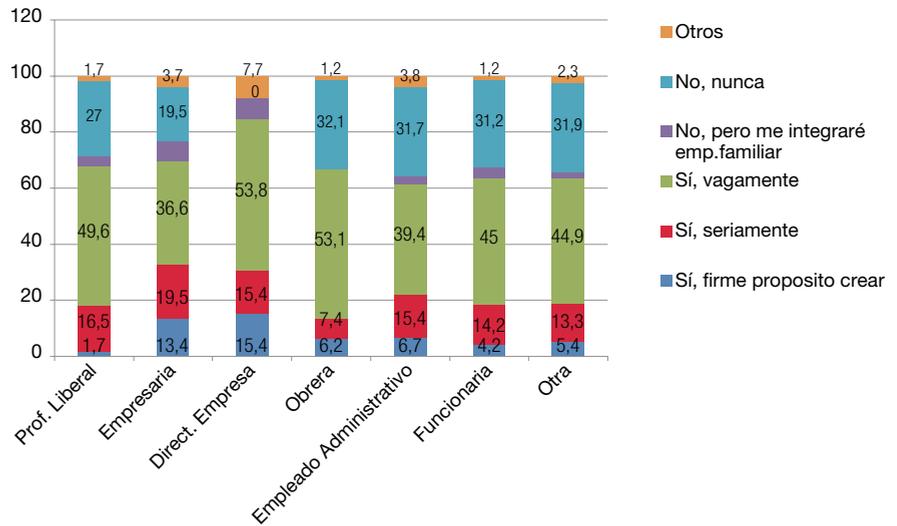


Gráfico 48. Profesión de la madre * Intención fundamentada de crear empresa. Porcentajes muestrales (datos EPE CSUCO 2010)

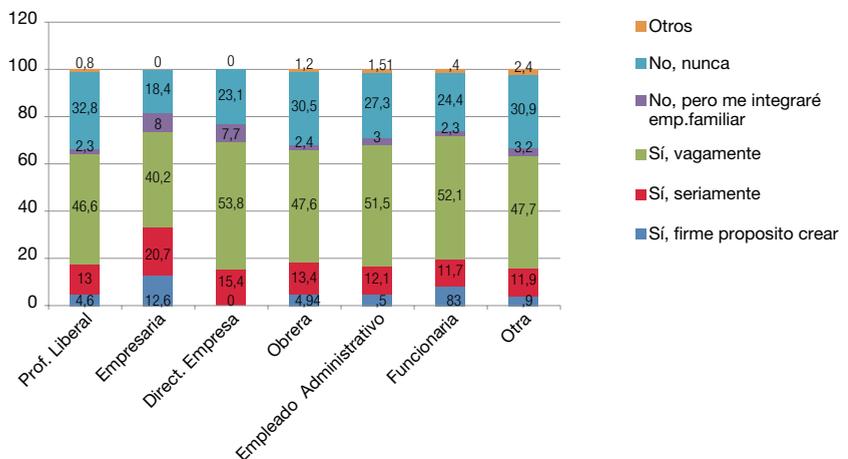


Gráfico 49. Profesión de la madre * Intención fundamentada de crear empresa. (datos EPE CSUCO 2007)

VOCACIÓN EMPRENDEDORA Y EXPERIENCIA PROFESIONAL

En resumen, según apreciamos en el gráfico 50, quienes poseen experiencia profesional consideran más deseable crear empresas (73,6% frente a 70,1% del grupo que no ha trabajado antes). Si bien, con respecto a anteriores estudios las diferencias entre ambos grupos se han atenuado. En cuanto a la pregunta sobre si consideran más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad, vemos que se agravan las diferencias en relación a los estudios de 2007 y 2010. En concreto, la diferencia entre los que consideraban más fácil crear una empresa en 2007 y los que consideran más fácil crear una empresa en 2013 se ha reducido treinta y dos puntos porcentuales. (De un 48% en 2007 a un 16% en 2013).

Además, también quienes han trabajado manifiestan en mayor medida que iniciarán una empresa (16%) que quienes no poseen la experiencia laboral (13,5%). (EPE CSUCO 2007: 23% y 14,8% y EPE CSUCO 2010: 28,7% y 27,4% respectivamente).

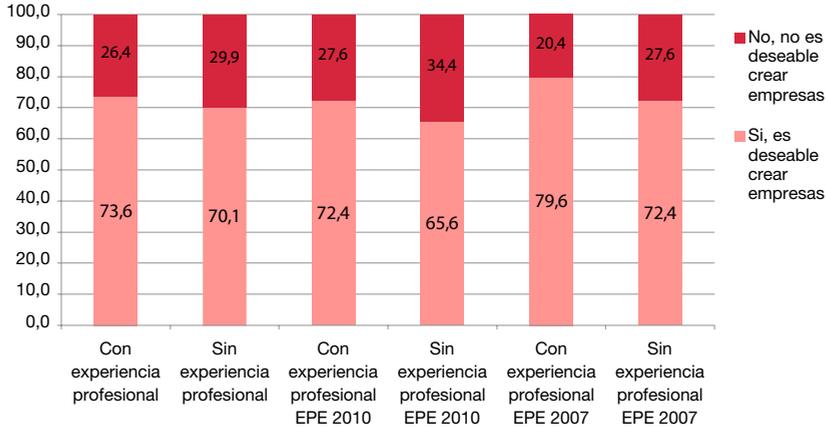


Gráfico 50. Experiencia Profesional * Deseabilidad de crear una empresa
Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 21)

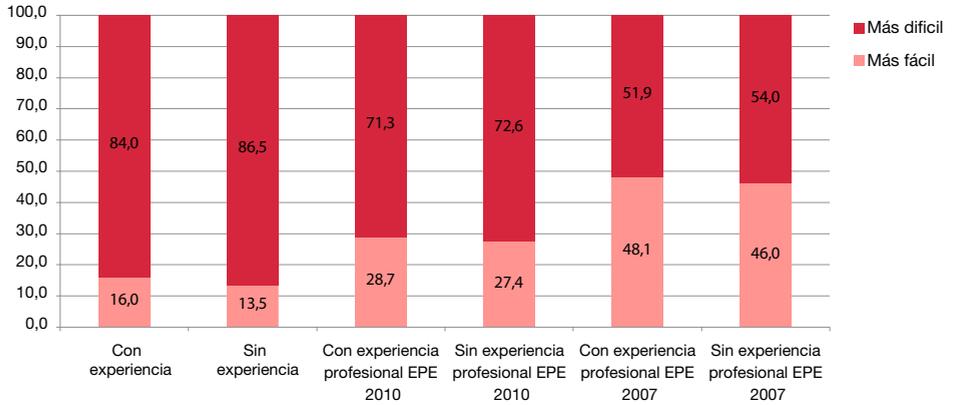


Gráfico 51. Experiencia Profesional * ¿Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad?
Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 22)

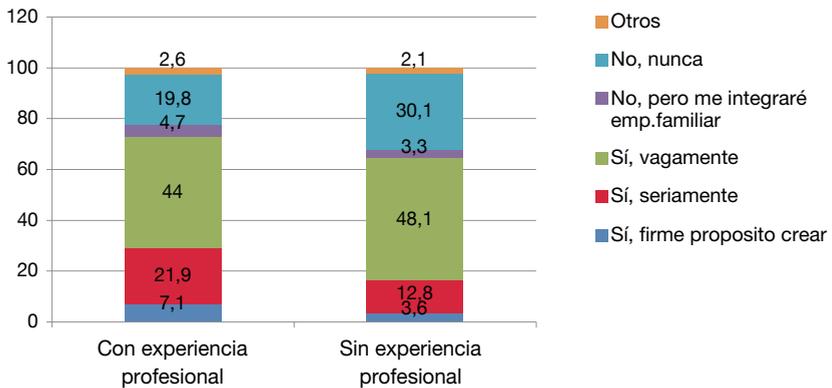


Gráfico 52. Experiencia Profesional * Intención fundamentada de crear una empresa
Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 23) (datos EPE CSUCO 2013)

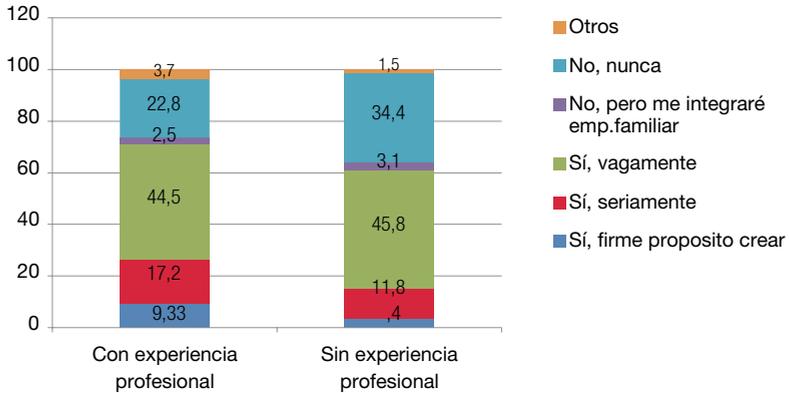


Gráfico 53 Experiencia Profesional * Intención fundamentada de crear una empresa
Porcentajes muestrales (datos EPE CSUCO 2010)

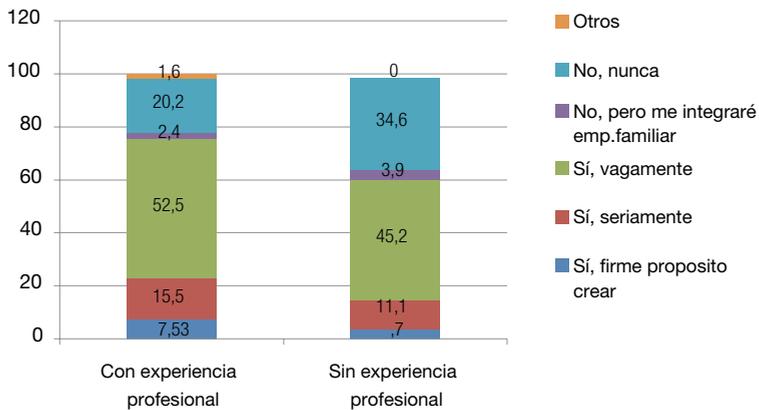


Gráfico 54. Experiencia Profesional * Intención fundamentada de crear una empresa
Porcentajes muestrales (datos EPE CSUCO 2007)

En la tabla A 24 del anexo se muestran los resultados de los test de contrastes estadísticos del cruce de la variable “declaración de intención de emprender” con las características de las personas encuestadas procedentes de las tablas de contingencia anteriores. Los test concluyen contundentemente que para un nivel de significación del 95% se encuentra que la intención de emprender guarda relación con el género de la persona encuestada, edad, experiencia profesional, profesión del padre y la madre y la facultad o centro de estudios¹⁷. Un dato significativo es que a diferencia de estudios anteriores es que la existencia de empresarios en la familia ya no presenta relación estadística con la intención de crear empresas.

II.3.

VALORACIÓN Y ATRIBUTOS DEL EMPRESARIADO

Una vez analizada la vocación emprendedora de nuestro alumnado, pasamos a analizar su valoración y visión de cómo es el empresariado.

En el cuestionario se enumeraban una serie de profesiones y se pedía una evaluación de las mismas con una escala de 1 a 7 puntos. Las tres profesiones mejor valoradas en la muestra (gráfico 57) fueron químico (6,35), publicitario (5,84) y sociólogo (5,25). A continuación se encuentran periodista (5,09), físico (4,82) y psicólogo (4,75). Como profesiones peor valoradas se encuentran abogado (3,52) e ingeniero (3,64), ambas por debajo de 4. En relación con años anteriores la profesión de empresario deja de aparecer en los primeros puestos (en la de encuesta 2010 aparecía en quinto lugar) ocupando el lugar 9 de 14, perdiendo de este modo prestigio entre nuestros jóvenes.

En el gráfico 58 se ha representado la valoración de la profesión del empresario de forma separada al resto de profesiones. Los estudiantes de carreras proCE (recordemos que son Derecho/Administración de Empresas, Ingenierías, Ciencias del Trabajo y Turismo) valoran la figura del empresario con una nota de 3,91, nota algo inferior a la registrada entre los alumnos noProCE (4,06), aunque la diferencia es apenas perceptible. Si se comparan los datos con años anteriores, se observa cómo la percepción del alumnado universitario respecto a la figura del empresario ha empeorado en cierta medida en ambos grupos.

Nota: Al referirnos a las profesiones hemos utilizado la referencia del masculino singular integrador de los ambos géneros. (Ejemplo: el término “ingeniero” hace referencia a la acepción en masculino y femenino).

¹⁷ Más adelante, en el apartado de Centros de Estudios se muestran también de forma separada los resultados por género y centro de estudios.

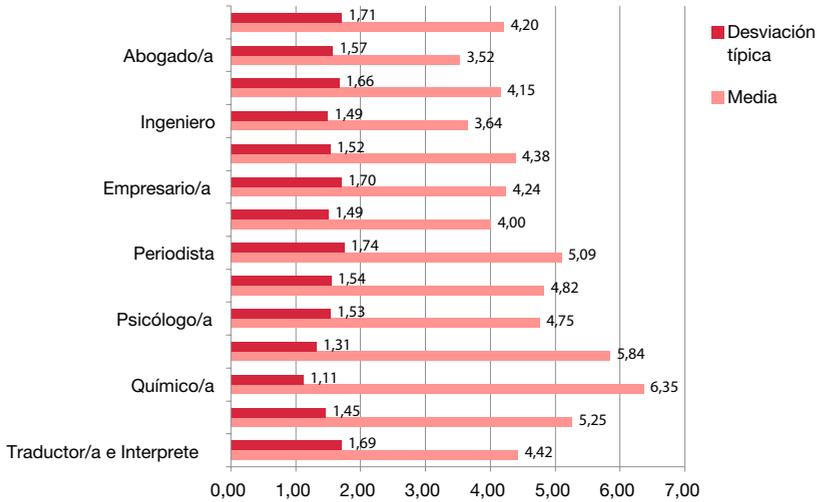


Gráfico 55. Valoración de diversas profesiones (Escala 1-7) muestra completa.

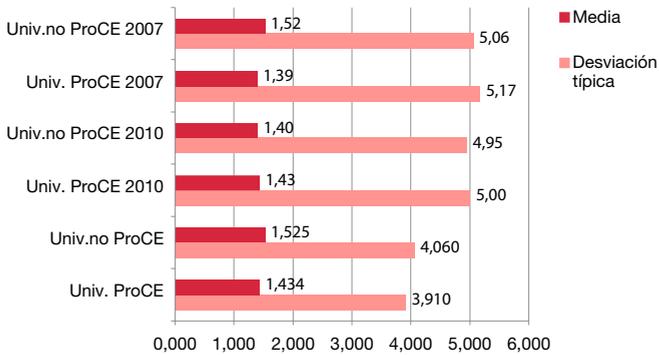


Gráfico 56. Valoración de la figura del empresariado según estudios del alumnado encuestado (alumnado cordobés)

Por otra parte, si se relaciona la valoración que de la profesión de empresario o empresaria realiza el alumnado con su opinión acerca de si resulta deseable crear empresas encontramos una ligera correlación positiva. Así, quienes valoran más la figura son los que consideran más deseable crear empresas (gráfico 59).

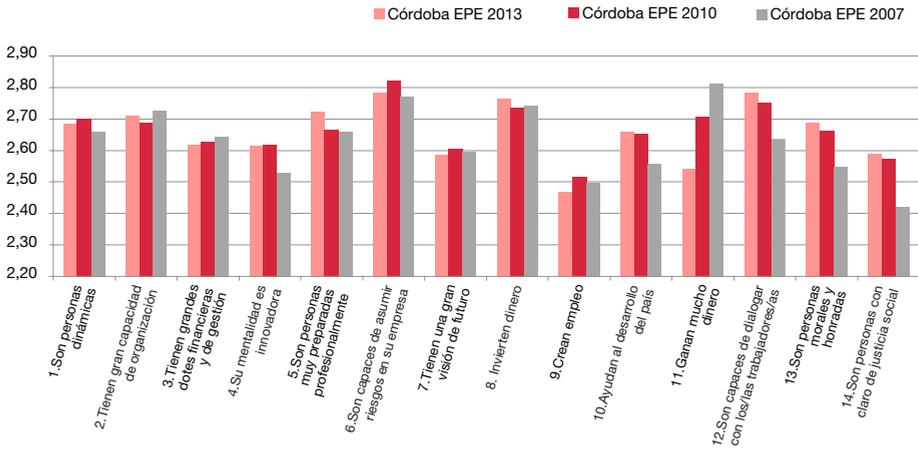


Gráfico 57. Valoración Profesión * Deseabilidad de crear una empresa. Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 25)

En el gráfico siguiente se detallan de forma ordenada varios atributos del empresariado que se propusieron a los encuestados. La escala de los atributos tiene 4 posiciones, lo que amortigua las diferencias (4= total acuerdo y 1 total desacuerdo). Destacamos:

- El alumnado cordobés muestra los mayores valores de acuerdo en que el empresariado *tiene grandes dotes financieras y de gestión, está muy preparada profesionalmente, es dialogante con sus empleados, es honrada y moral y tiene sentido de justicia social.*
- Por el contrario, nuestro público encuestado manifiesta un menor acuerdo en los atributos de que *ganan mucho dinero, crean empleo, y que tienen visión de futuro.*
- En el mismo gráfico se compara con respuestas de un estudio de Urbano (2006) sobre la figura del empresariado en la sociedad catalana (debemos resaltar que este estudio no es exclusivo de alumnado universitario sino de la sociedad en general). Podemos observar, con muy pocas excepciones, que los valores más “positivos” aplicados al empresariado tienen mejor valoración en la sociedad catalana (como por ejemplo *dinamismo, ayuda al desarrollo del país, creación de empleo, mentalidad innovadora...*) esto parece indicarnos que el empresariado es peor visto por nuestra juventud que en la sociedad catalana, aunque las distancias disminuyen.

- También en el mismo gráfico se muestran unos resultados sobre la visión del empresario en España en 1985. En este caso se valoraba al empresariado peor que en nuestra muestra de la juventud cordobesa. No obstante, el hecho de que los datos de esa fuente sean muy antiguos nos parece que no es oportuno hacer comparaciones de dos momentos históricos tan distanciados.

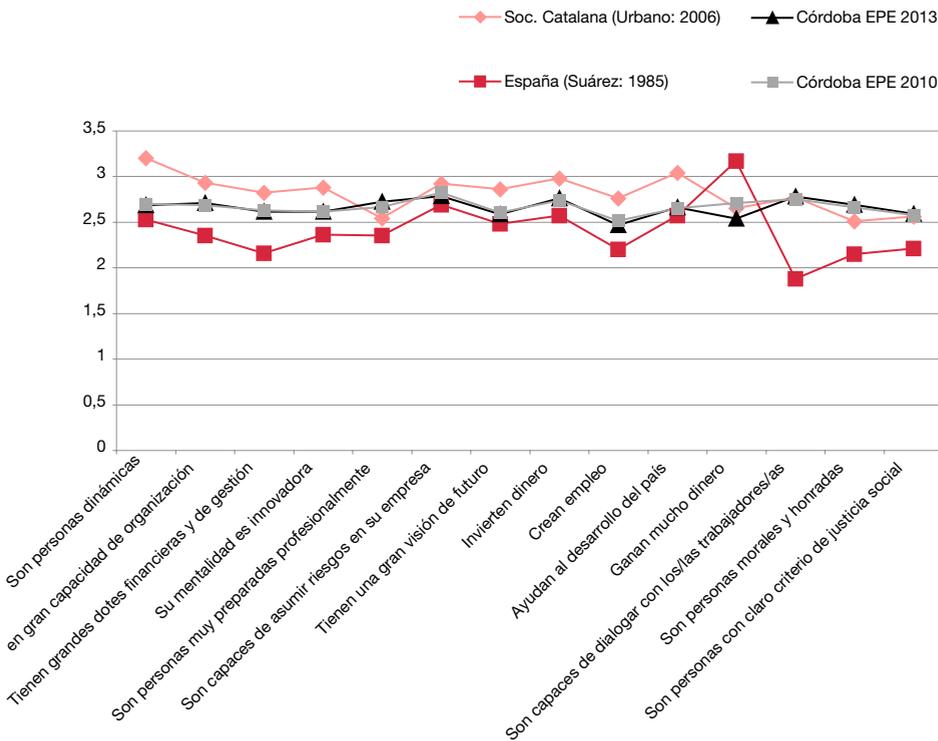


Gráfico 58. Promedio de valoración de atributos del empresariado según la muestra de alumnado cordobés – incluyendo el EPE 2010-, la valoración de la sociedad catalana (Urbano: 2006) y de la valoración en España (Suárez: 1985). Valoración de 1 a 4 (donde 1 es el mínimo y 4 el máximo).

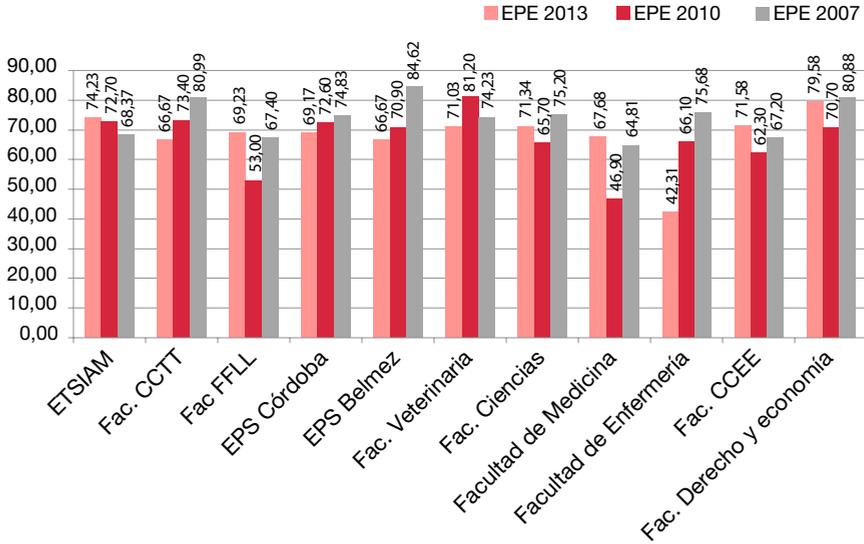


Gráfico 59. Promedio de valoración de atributos del empresariado según la muestra de alumnado cordobés en 2010 y la muestra de 2007. Valoración de 1 a 4 (donde 1 es el mínimo y 4 el máximo). (datos numéricos en anexo Tabla A 26)

También, en la tabla A26 del anexo se acompañan los resultados del test de contraste estadístico del cruce de las variable “valoración de la figura del empresariado” con las características del público encuestado. Encontramos que es diferente la valoración que hacen hombres y mujeres y aquellos que tienen experiencia previa. En tal tabla también se constata que es muy diferente la valoración que se hace del empresariado en los diferentes centros de estudio de nuestra universidad (para un nivel de significación del 95%). En cambio, la profesión del padre o de la madre y la experiencia profesional no aumentan o disminuyen la valoración que se hace de la figura del empresariado. Por otra parte, con respecto a estudios anteriores, desaparece las diferencias de la actitud sobre el empresario en relación a la edad.

II.4. RESULTADOS SEGÚN CENTRO DE ESTUDIOS

Se ha comprobado en epígrafes previos cómo el alumnado de distintas carreras universitarias presentan distintas percepciones respecto a la figura del empresariado o diferente predisposición a emprender. Aunque estos resultados son relativamente lógicos, se va a realizar seguidamente un estudio más detallado de los resultados por centro universitario.

Según se aprecia en el gráfico 60, en cuanto a la pregunta de si se considera deseable crear empresas, el alumnado de Derecho y CC.Económicas/Empresariales es el único que se acerca al 80% de las respuestas afirmativas. A continuación y con valores superiores al 70%, se encuentra el alumnado de las titulaciones impartidas en Escuela de Ingenieros Agrónomos y Montes (ETSIAM), Veterinaria, Ciencias y Ciencias de la Educación. En la cola de niveles de deseabilidad se encuentran las Facultades de Enfermería, Ciencias del Trabajo y EPS de Belmez (en la primera de ellas no se llega ni siquiera al 45% del alumnado que afirma que es deseable crear empresas). Comparando estos resultados con la evolución histórica, se observa cómo, por un lado los mayores incrementos en el deseo de crear una empresa se registran entre los alumnos de la Escuela de Ingenieros Agrónomos y de Montes (8,57%), así como entre aquellos pertenecientes a la Facultad de Ciencias de la Educación (6,52%). Por otro lado, los mayores descensos se registran en la Facultad de Enfermería (-44,10%), la EPS de Belmez (-21,22%) y en Ciencias del Trabajo (-17,69%). Es necesario resaltar que con respecto a la encuesta de 2010 se recuperan los valores previos de deseabilidad emprendedora del alumnado de Derecho y CC. Económicas y Empresariales registrados en 2007 (alrededor del 80%).

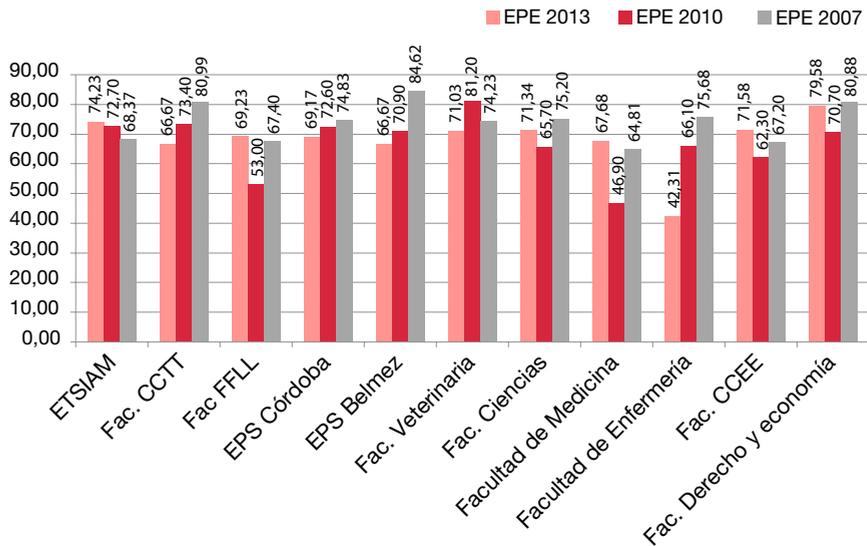


Gráfico 60. Centro de estudios * Deseabilidad de crear una empresa (% de encuestados que afirman que es deseable crear empresas)

Por otro lado, se analiza en el gráfico 61 el porcentaje de alumnado que considera más fácil crear empresas en la actualidad. Los resultados de los distintos grupos varía bastante. Las facultades más optimistas son Ciencias del Trabajo, Derecho y CC. Económicas y Empresariales, pero las cifras apenas alcanzan el 20%. En el lado contrario, los estudiantes de Ciencias de la Educación, Enfermería y Minería y Obras Públicas son los que en mayor proporción opinan que es más complicado actualmente iniciar un negocio propio. Una vez más la comparación respecto a los estudios previos muestra una drástica disminución en las proporciones de respuesta optimista en todos los centros (el porcentaje de alumnado que considera más fácil crear empresas hoy día llega a reducirse a menos de un tercio en algunos centros).

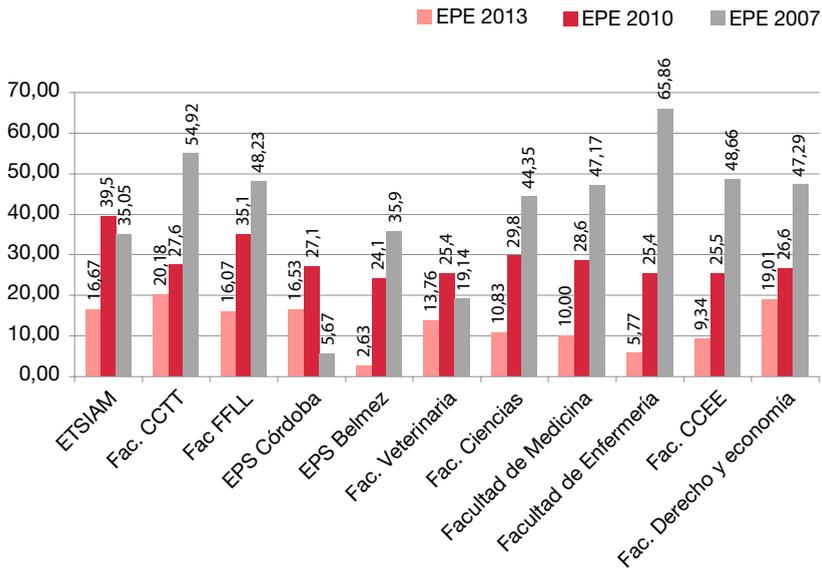


Gráfico 61. Centro * Más fácil crear una empresa en la actualidad

El gráfico 62 añade los porcentajes del alumnado que declara que nunca espera crear una empresa. Destacan los elevados porcentajes de estudiantes de Facultades que, a priori, esperan encontrar trabajo en instituciones sanitarias o docentes (en concreto, Enfermería, Medicina y Filosofía y Letras). En cambio, es reducido el porcentaje de alumnado de Veterinaria, Derecho y/o ADE, Ciencias del Trabajo, y los estudios de la Escuela Politécnica Superior, que descarta por completo a priori convertirse en emprendedor. No obstante, vuelve a percibirse de nuevo un empeoramiento en los resultados, incrementándose la proporción de estudiantes que niegan su deseo de crear empresas en el futuro en la mayoría de titulaciones (la única excepción es Ciencias del Trabajo).

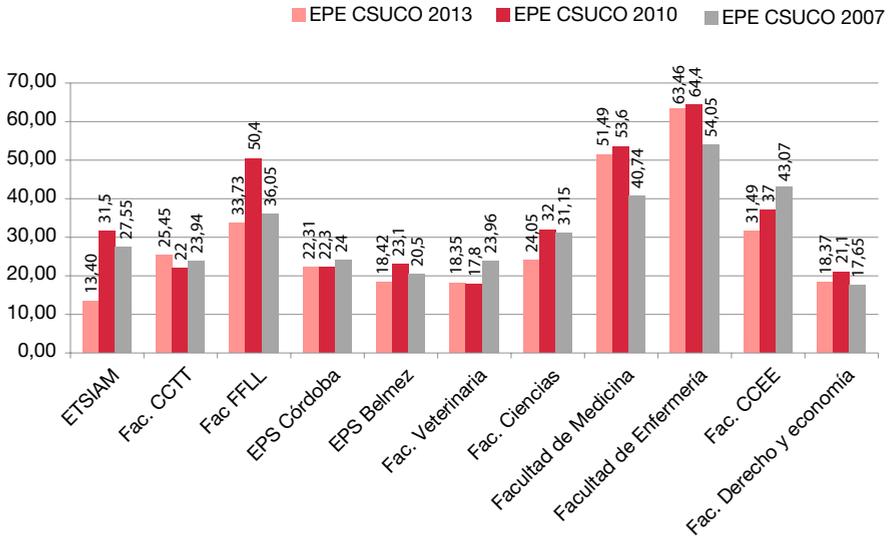


Gráfico 62. Alumnado que declara que "nunca creará una empresa" (% por centro de estudios)

En las distintas titulaciones la proporción de varones y mujeres no sigue una distribución homogénea (por ejemplo, mayor proporción de mujeres llamativa en Ciencias de la Educación, Enfermería, Ciencias del Trabajo o Medicina y, en cambio superioridad de alumnos varones en todas las ingenierías como ha venido siendo habitual). Por ello, se podría pensar que la información que se ha recopilado por centro de estudios puede presentar una cierta diferenciación en función de la preponderancia de uno u otro sexo en su alumnado. Los siguientes gráficos analizan la separación por género de determinadas variables.

Así, en el gráfico 63 se muestra la diferencia por grandes grupos de titulaciones (ProCE, NoproCE) y se aprecia que existe diferencia entre hombres y mujeres en ambos grupos. Sin embargo, la diferencia en las titulaciones ProCE es escasamente significativa (9,43% frente a 8,69%). Sin embargo, es en las universitarias de carreras NoproCE donde se percibe una situación más pesimista (un 22,76% declara que nunca creará una empresa frente al 8,95% de varones). La situación con respecto a estudios anteriores pone de manifiesto que existe una reducción en la brecha de género en las titulaciones ProCE (en este estudio el porcentaje de mujeres en estas carreras que declaraban no tener intención de crear nunca una empresa era de 8,69% frente al 9,43% de varones) lo que supone que por primera vez los hombres declaran en mayor medida aversión a crear una empresa. Con respecto a los centros NoproCE las diferencias se mantienen

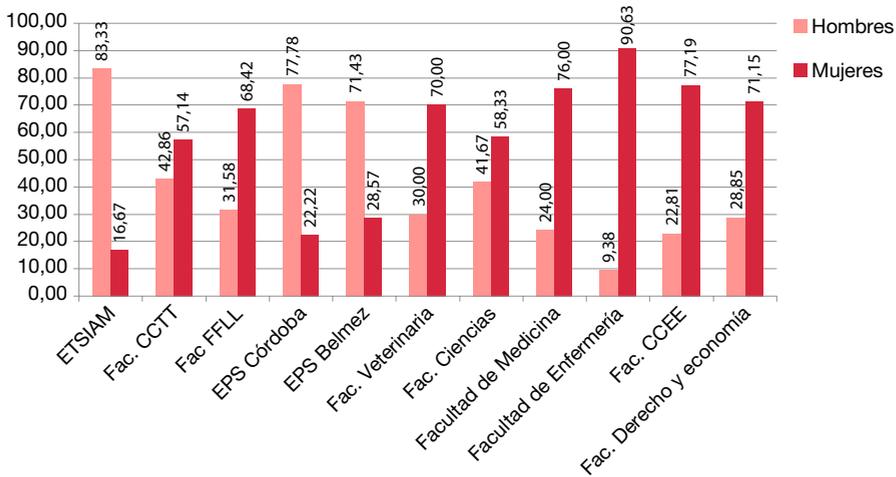


Gráfico 63. Porcentaje de público encuestado que declaran que “nunca crearán una empresa” según grupo de titulaciones y sexo.

(en dicho informe la proporción de mujeres alcanzaba el 24,4% frente al 21,7% de varones que nunca crearían un negocio propio). Es de destacar el acusado descenso en todos los casos del rechazo a la idea de crear una empresa.

Sin embargo, es en las universitarias de carreras NoproCE donde se percibe una situación más pesimista (un 22,76% declara que nunca creará una empresa frente al 8,95% de varones). La situación respecto a estudios anteriores indica una reducción en la brecha de género en las titulaciones ProCE (en este estudio el porcentaje de mujeres en estas carreras que declaraban no tener intención de crear nunca una empresa era de 8,69% frente al 9,43% de varones) y un mantenimiento en las diferencias en el caso de centros NoproCE.

Seguidamente se ha realizado una segmentación a nivel de facultad y sexo (gráfico 64). Aunque debemos tener en cuenta que los resultados a medida que se va fragmentando más la muestra van perdiendo precisión nos muestran algunas excepciones a las anteriores afirmaciones de que las mujeres siempre declaran una menor disposición a emprender. En concreto, en dos de los centros ProCE, Ciencias del Trabajo y Derecho y CC. Económicas y Empresariales, las mujeres parecen menos emprendedoras que sus compañeros. Por otro lado, en el conjunto de las ingenierías, son ellos los más propensos a emprender.

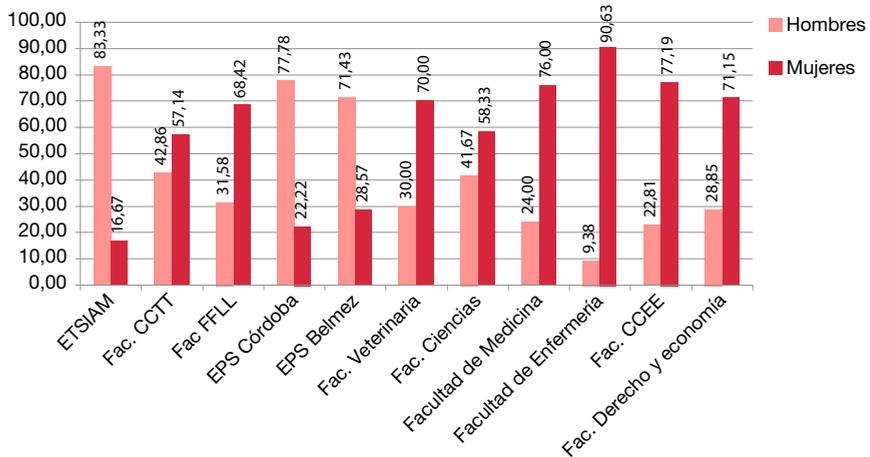


Gráfico 64. Porcentaje de personas encuestadas que declaran que "nunca crearán una empresa" según centro de estudios y sexo.

Sin embargo, efectuando la comparación respecto a los resultados obtenidos en los estudios CSUCO 2007 y 2010 (tabla 12), se observa que las tendencias han variado desde entonces. De este modo, si antes era en los tres de los centros NoproCE donde los varones manifestaban menos actitud emprendedora: Ciencias de la Educación, Medicina y Veterinaria; ahora los varones menos emprendedores se localizan en las ingenierías.

	Varones	Mujeres	Sexo menos emprendedor CSUCO 2013	Sexo menos emprendedor CSUCO 2010	Sexo menos emprendedor CSUCO 2007
Enfermería	9,38	90,63	Mujeres	Mujeres	Mujeres
Fil_Letras	31,58	68,42	Mujeres	Mujeres	Mujeres
Medicina	24,00	76,00	Mujeres	Mujeres	Varones
ETSIAM	83,33	16,67	Varones	Mujeres	Mujeres
CC. Educación	22,81	77,19	Mujeres	Mujeres	Varones
Min_OP	71,43	28,57	Varones	Varones	Mujeres
Politécnica	77,78	22,22	Varones	Varones	Mujeres
Ciencias	41,67	58,33	Mujeres	Mujeres	Mujeres
Derecho y ADE	28,85	71,15	Mujeres	Mujeres	Mujeres
CC. Trabajo	42,86	57,14	Mujeres	Mujeres	Mujeres
Veterinaria	30,00	70,00	Mujeres	Mujeres	Varones

Tabla 12. Porcentaje de personas encuestadas que declaran que "nunca crearán una empresa" según centro de estudios y sexo.

Finalmente, la tabla 13 recoge los resultados de la respuesta a la cuestión sobre la intención de crear empresas según el centro universitario del alumnado, en este caso, sin distinción de género.

Intención fundamentada de crear una empresa								
CENTRO		No, nunca	No, pero sí integración en empresa familiar	Sí, vagamente	Sí, seriamente	Sí, tengo el firme propósito de crear una empresa	Otros	Total
ETSIAM	Recuento	13	4	51	21	6	2	97
	% dentro de centro	13,40%	4,12%	52,58%	21,65%	6,19%	2,06%	100,00%
Fac. CCTT	Recuento	28	4	50	14	7	7	110
	% dentro de centro	25,45%	3,64%	45,45%	12,73%	6,36%	6,36%	100,00%
Fac FLL	Recuento	57	3	88	12	5	4	169
	% dentro de centro	33,73%	1,78%	52,07%	7,10%	2,96%	2,37%	100,00%
EPS Córdoba	Recuento	27	2	61	20	9	2	121
	% dentro de centro	22,31%	1,65%	50,41%	16,53%	7,44%	1,65%	100,00%
EPS Belmez	Recuento	7	2	18	6	4	1	38
	% dentro de centro	18,42%	5,26%	47,37%	15,79%	10,53%	2,63%	100,00%
Facultad Veterinaria	Recuento	20	3	57	25	3	1	109
	% dentro de centro	18,35%	2,75%	52,29%	22,94%	2,75%	0,92%	100,00%
Facultad de Ciencias	Recuento	38	8	71	33	4	4	158
	% dentro de centro	24,05%	5,06%	44,94%	20,89%	2,53%	2,53%	100,00%
Facultad de Medicina	Recuento	52	2	39	7	1	0	101
	% dentro de centro	51,49%	1,98%	38,61%	6,93%	0,99%	0,00%	100,00%
Facultad de Enfermería	Recuento	33	3	11	4	1	0	52
	% dentro de centro	63,46%	5,77%	21,15%	7,69%	1,92%	0,00%	100,00%
Facultad de CCEE	Recuento	57	6	79	31	4	4	181
	% dentro de centro	31,49%	3,31%	43,65%	17,13%	2,21%	2,21%	100,00%
Facultad Derecho y economía	Recuento	52	15	138	48	21	9	283
	% dentro de centro	18,37%	5,30%	48,76%	16,96%	7,42%	3,18%	100,00%
Total	Recuento	384	52	663	221	65	34	1419
	% dentro de centro	27,06%	3,66%	46,72%	15,57%	4,58%	2,40%	100,00%

Tabla 13. Centro * Intención fundamentada de crear una empresa

II.5. RESULTADOS POR CURSO

Se analiza en este epígrafe la evolución que experimenta la actitud hacia el emprendimiento a lo largo de los diversos cursos de las titulaciones universitarias. Se han elaborado varias tablas de contingencia que se adjuntan en el anexo (tablas A 28 hasta A 31). A la vista de los resultados, aunque no hay una tendencia claramente definida, se puede observar lo siguiente:

- Se detecta, tanto en los primeros como en los últimos cursos, en mayor medida un deseo de crear una empresa (gráfico 65). A diferencia del estudio CSUCO 2010 (gráfico 66) el interés en los últimos cursos aumenta tras una pérdida de interés en los cursos centrales.
- Igualmente, es el alumnado de 1^{er} y último curso los que consideran que es más fácil hoy crear empresas (gráfico 67). A diferencia de la elevada dificultad percibida en el estudio CSUCO 2010 en los estudiantes de 6^o u otros (correspondientes en su totalidad a la titulación conjunta de Derecho y Administración de Empresas o a la Licenciatura en Medicina) que opina que en la actualidad es más complicado lanzar un negocio, en el informe actual los porcentajes de respuesta "más fácil" son superiores. De modo general, se percibe que a lo largo de toda la serie histórica los estudiantes, independientemente del curso, consideran más difícil crear una empresa.
- Finalmente, en cuanto a la intención declarada de hacerse emprendedores o emprendedoras (gráfico 71), es particularmente más alta en 1^o y 5^o curso pero nuevamente muy escasa en 6^o. Los resultados son similares a los registrados en 2010, por lo que se confirma el cambio de tendencia en relación a los datos recogidos en el informe CSUCO 2007 (gráfico 73) donde se percibía una intención emprendedora superior en 3^o y 4^o curso.

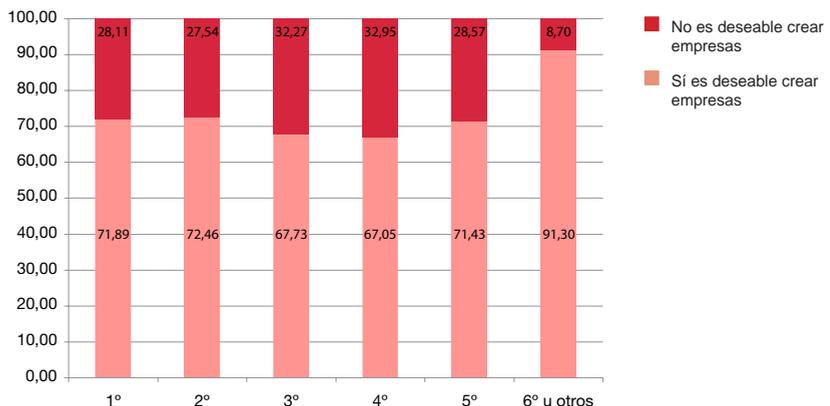


Gráfico 65. Curso universitario * deseabilidad de crear una empresa.
Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 28) (Datos EPE CSUCO 2013)

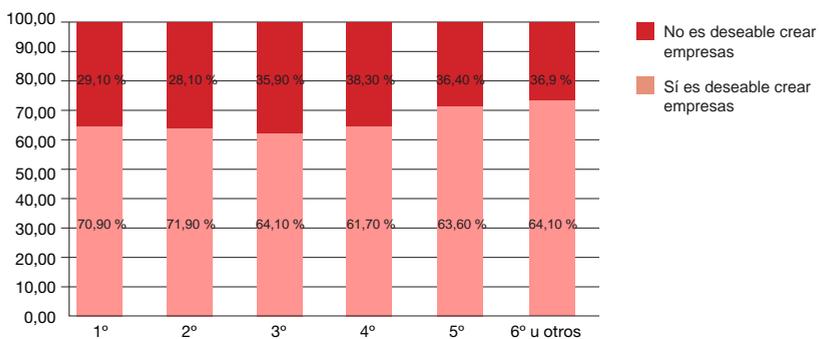


Gráfico 66 Curso universitario * deseabilidad de crear una empresa.
Porcentajes muestrales (informe CSUCO 2010)

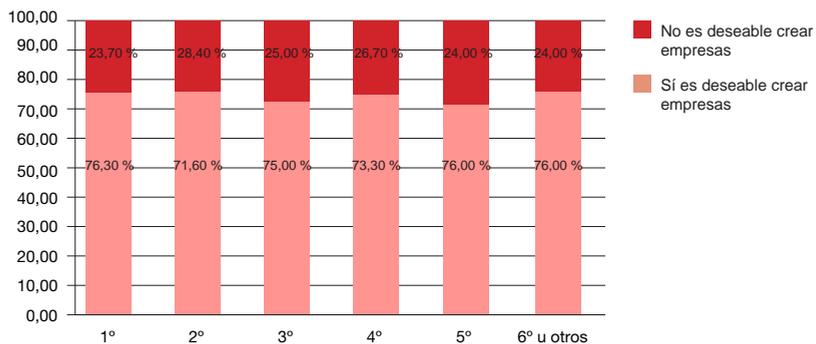


Gráfico 67. Curso universitario * deseabilidad de crear una empresa.
Porcentajes muestrales (informe CSUCO 2007)

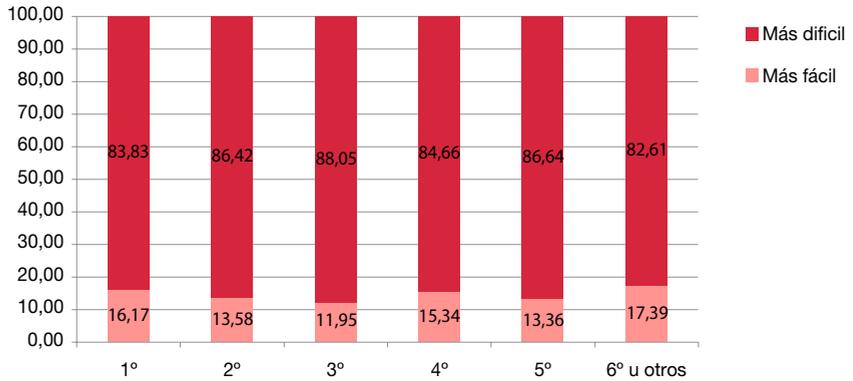


Gráfico 68. Curso de la titulación * Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad. Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 29)

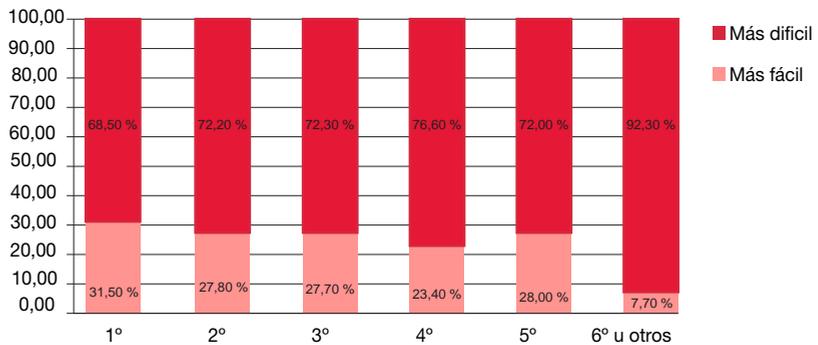


Gráfico 69. Curso de la titulación * Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad. Porcentajes muestrales (informe CSUCO 2010)

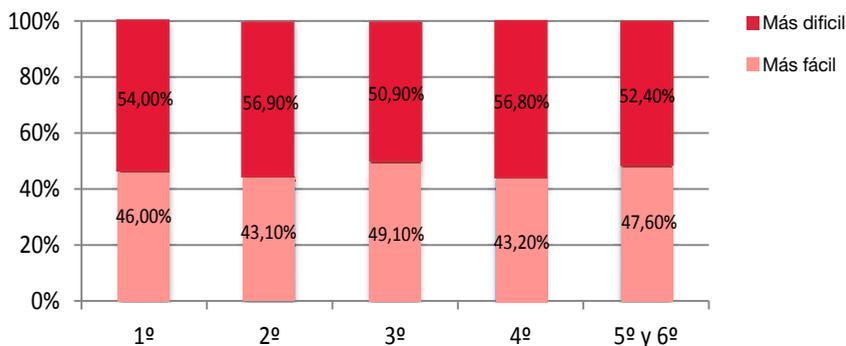


Gráfico 70. Curso de la titulación * Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad. Porcentajes muestrales (informe CSUCO 2007)

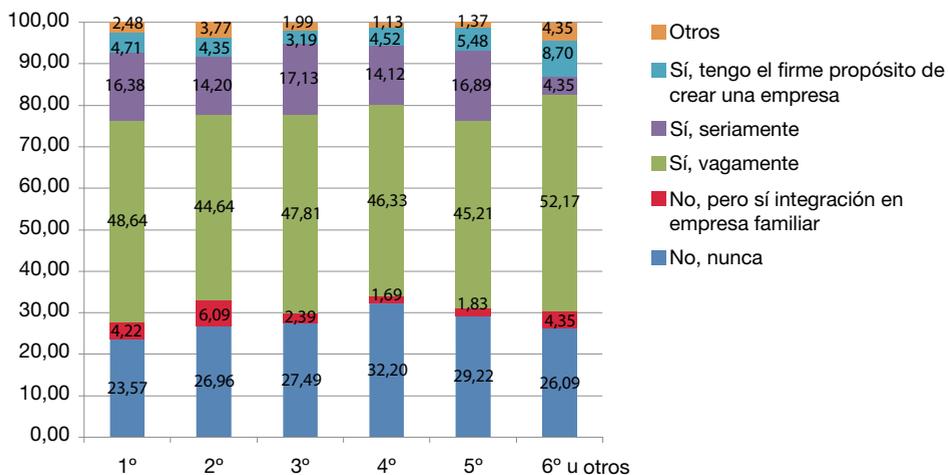


Gráfico 71. Curso de la titulación * Intención fundamentada de crear una empresa. Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 30)

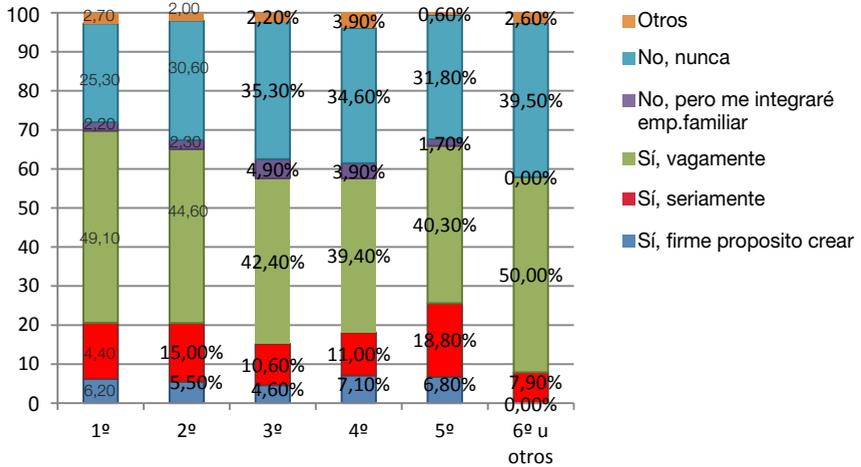


Gráfico 72. Curso de la titulación * Intención fundamentada de crear una empresa
Porcentajes muestrales (informe CSUCO 2010)

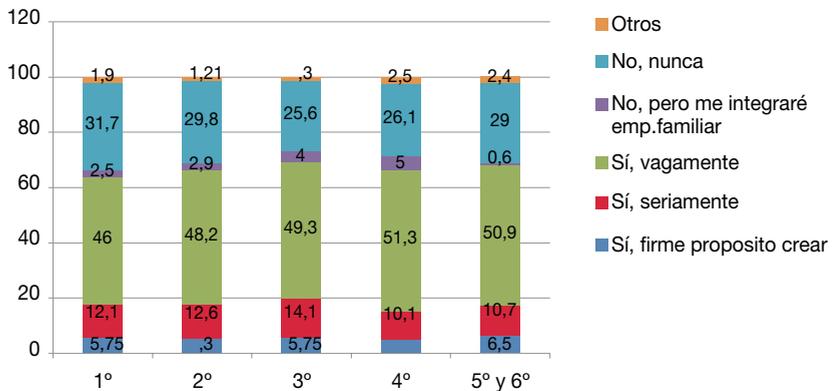


Gráfico 73. Curso de la titulación * Intención fundamentada de crear una empresa
Porcentajes muestrales (informe CSUCO 2007)

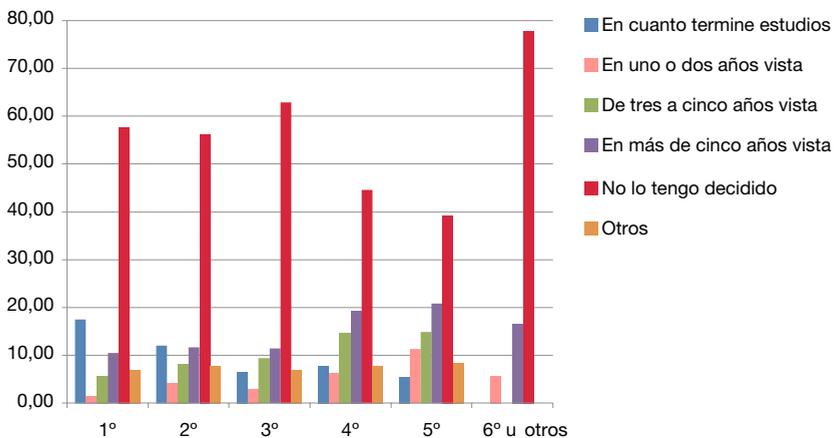


Gráfico 74. Curso de la titulación * Previsión del tiempo vista para crear la empresa
 Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 31)

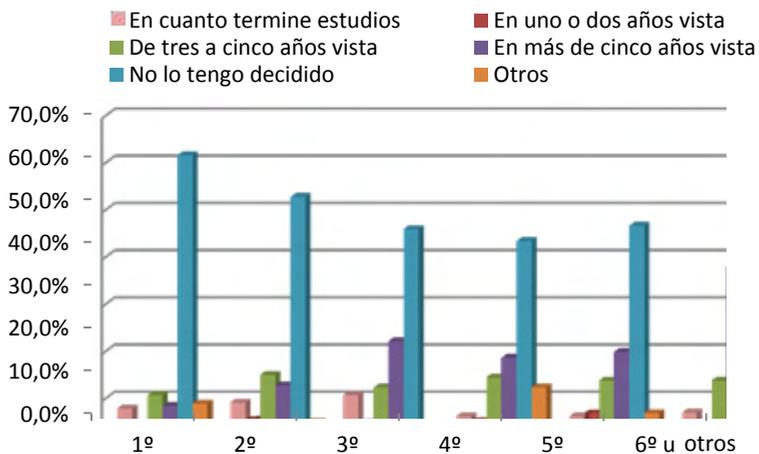


Gráfico 75. Curso de la titulación * Previsión del tiempo vista para crear la empresa
 Porcentajes muestrales (informe CSUCO 2010)

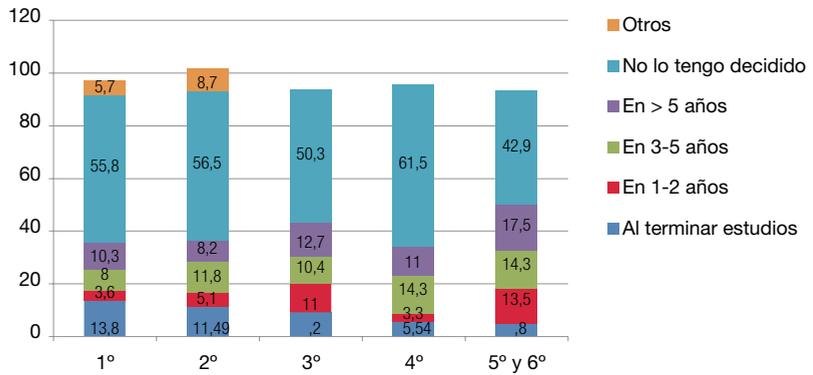


Gráfico 76. Curso de la titulación * Previsión del tiempo vista para crear la empresa. Porcentajes muestrales (informe CSUCO 2007)

EVOLUCION LONGITUDINAL DE INTENCIONALIDAD DE CREAR EMPRESAS

Entre el trabajo de campo realizado en 2006 para la elaboración del EPE 2007 y el 2010 la mayor parte del alumnado entrevistado primeramente ha terminado sus estudios. De igual forma, en la elaboración del estudio actual (EPE 2013) ocurre lo mismo en relación con los estudiantes que comenzaron en 2010 y ya han finalizado sus estudios. No obstante existe una parte de las muestras en Licenciaturas/Ingenierías Superiores que iniciaban su carrera en 2006 y, salvo que hayan repetido curso o abandonado los estudios, se encuentran en 5º curso en 2010. Por otra parte, los que iniciaron sus estudios de grado en el curso 2009/2010 (curso en que se realizó la EPE 2010), se encontraban, en la mayoría de los casos en el último año de sus estudios al realizar la EPE 2013.

Por ello, considerando que en términos generales se trata de la misma cohorte de alumnado, hemos realizado la comparación de los siguientes cuadros.

Los alumnos que están finalizando sus estudios en esta coyuntura tan desfavorable se muestran mucho más pesimistas, lo que se plasma en la percepción en cuanto a deseabilidad y dificultad ha empeorado notablemente, a la hora de analizar la intención de crear empresas, los resultados no igual de negativos. De hecho, si agregamos los porcentajes de los que tienen una intención real de crear una empresa ("sí, seriamente" y "sí, firme propósito"), los alumnos de últimos cursos actuales alcanzan un 18,64% frente al 20,66% registrado cuando cursaban primero, lo que parece poner de manifiesto que la pertinencia de la crisis ha modificado la tendencia registrada previamente (alcanzaban el 25,6% en 2010 frente al 23,5% en 2007 resultante en el año en que cursaban 1º), desanimado la intención emprendedora de los estudiantes que pasan por la Universidad.

Si bien el paso por la Universidad parece disminuir la deseabilidad de crear una empresa, el porcentaje de alumnos que lo consideran deseable al finalizar sus estudios crece entre los años 2010 y 2013, pasando de un 63,6% a un 67,05%.

DESEABILIDAD DE CREAR EMPRESAS

Deseabilidad de crear empresas	Alumnos de 1° (2009-10)	Alumnos de 4° (2012-13)
Es deseable crear empresas	70,89%	67,05%
No es deseable crear empresas	29,11%	32,95%

Tabla 14. Curso de la titulación * Previsión del tiempo vista para crear la empresa. Porcentajes muestrales (informe CSUCO 2010)

Deseabilidad de crear empresas	Alumnos de 1° (2005-06)	Alumnos de 5° (2009-10)
Es deseable crear empresas	80,1%	63,6%
No es deseable crear empresas	19,9%	36,4%

Tabla 15. Curso de la titulación * Previsión del tiempo vista para crear la empresa. Porcentajes muestrales (informe CSUCO 2007)

DIFICULTAD DE CREAR EMPRESAS

Dificultad de crear empresas	Alumnos de 1° (2009-10)	Alumnos de 4° (2012-13)
Más fácil	31,49%	15,34%
Más difícil	68,51%	84,66%

Tabla 16. Curso de la titulación * Previsión del tiempo vista para crear la empresa. Porcentajes muestrales (informe CSUCO 2010)

Dificultad de crear empresas	Alumnos de 1° (2005-06)	Alumnos de 5° (2009-10)
Más fácil	42,1%	28,0%
Más difícil	57,9%	72,0%

Tabla 17. Curso de la titulación * Previsión del tiempo vista para crear la empresa. Porcentajes muestrales (informe CSUCO 2007)

INTENCIÓN DE CREAR EMPRESAS

Intención fundamentada de crear empresas	Alumnos de 1° (2009-10)	Alumnos de 4° (2010-13)
No, nunca	25,33%	32,20%
No, pero sí integración en empresa familiar	2,22%	1,69%
Sí, vagamente	49,11%	46,33%
Sí, seriamente	14,44%	14,12%
Sí, firme propósito de crear empresa	6,22%	4,52%
Otros	2,67%	1,13%

Tabla 18. Curso de la titulación * Previsión del tiempo vista para crear la empresa.
Porcentajes muestrales (informe CSUCO 2010)

Intención fundamentada de crear empresas	Alumnos de 1° (2005-06)	Alumnos de 5° (2009-10)
No, nunca	22,8%	31,8%
No, pero sí integración en empresa familiar	3,4%	1,7%
Sí, vagamente	47,6%	40,3%
Sí, seriamente	14,5%	18,8%
Sí, firme propósito de crear empresa	9,0%	6,8%
Otros	2,7%	0,6%

Tabla 19. Curso de la titulación * Previsión del tiempo vista para crear la empresa.
Porcentajes muestrales (informe CSUCO 2007)

II. 6. MOTIVOS PARA EMPRENDER

Entre los motivos que el público encuestado considera que serían prioritarios para emprender (gráfico 77) son de destacar la posibilidad de poner en práctica las ideas propias y la independencia personal (80% y 78% de las respuestas respectivamente). También muchos consideran importante la posibilidad de crear algo propio (66%) y motivos económicos como ganar más dinero que como asalariado (65%) o la imposibilidad de conseguir un empleo en la situación de crisis económica actual (59%).

Por el contrario, entre los motivos que menos parecen pesar a la hora de emprender se encuentran la tradición familiar (38%), el prestigio social de ser empresario/a (43%) o la inversión de patrimonio familiar (43%).

Se aprecia que el orden de motivaciones a la hora de crear empresas ha experimentado una variación mínima entre el estudio actual y el llevado a cabo en 2007 y 2010 siendo los porcentajes de respuesta en 2013 similares a los de 2010 y muy superiores en la mayoría de opciones a las registradas en 2007.

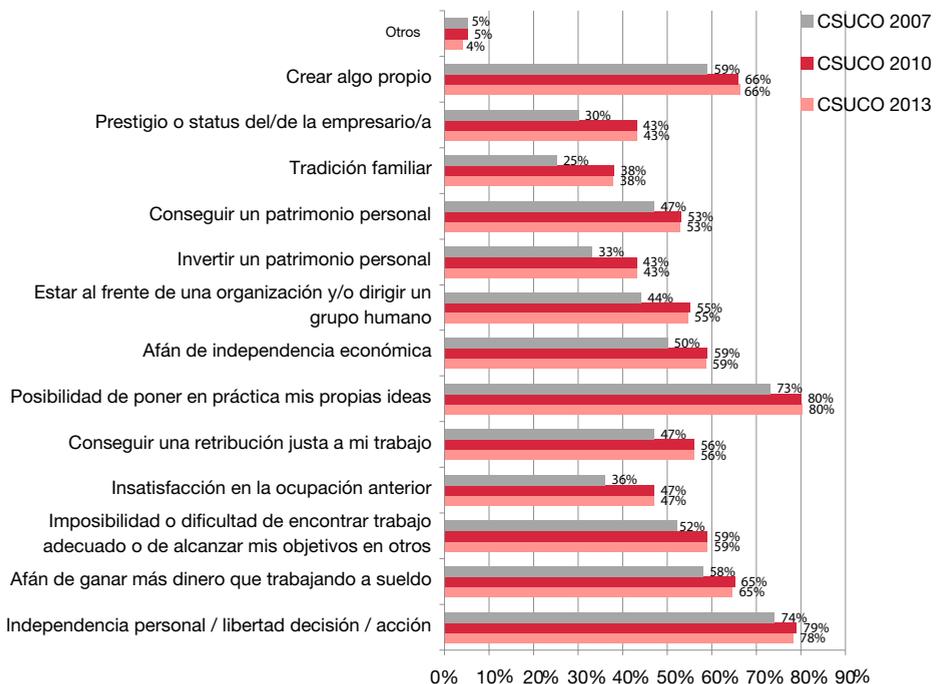


Gráfico 77. Principales motivos para emprender.

II.7. PERFIL DE LA PERSONA EMPRENDEDORA POTENCIAL

En este apartado se abordará el análisis de las personas encuestadas que manifiestan una mayor predisposición a emprender a las que llamaremos “personas emprendedoras potenciales”. En concreto hemos utilizado como filtro de la muestra la respuesta al ítem. 5, que directamente preguntaba “¿Has pensado seriamente en crear o fundar una empresa propia?” y hemos seleccionado quienes contestaron “Sí seriamente” o “Sí tengo el propósito firme de crear una empresa”. En total nos encontramos con 285 encuestas que representan apenas la quinta parte de los encuestados (el 20,36% de la muestra – frente al 18,3% de EPE 2010). Debemos aclarar que se trata de “intención” pero lo que no podemos afirmar que igual porcentaje de jóvenes vayan realmente a hacerse personas emprendedoras al finalizar sus estudios.

Comenzando por el sexo, apreciamos que 49 de cada 100 “personas emprendedoras potenciales” son hombres frente a 51 mujeres. Si comparamos estos porcentajes con las proporciones de la muestra inicial (1.424 encuestados con un 58,4% de mujeres y sólo un 40,3% de hombres) los resultados muestran una clara ventaja en el sexo masculino en cuanto a su predisposición a emprender. Este dato supone un punto de ruptura con los estudios previos, ya que es la primera vez que la intención emprendedora se iguala entre sexos. De este modo, se puede identificar una tendencia a la igualdad marcada a lo largo del tiempo ya que si en el EPE CSUCO 2007, los emprendedores potenciales son varones en un 58% y mujeres en un 42%, la cifra se reduce en 2010 a un 54% y 46% respectivamente para hombres y mujeres.

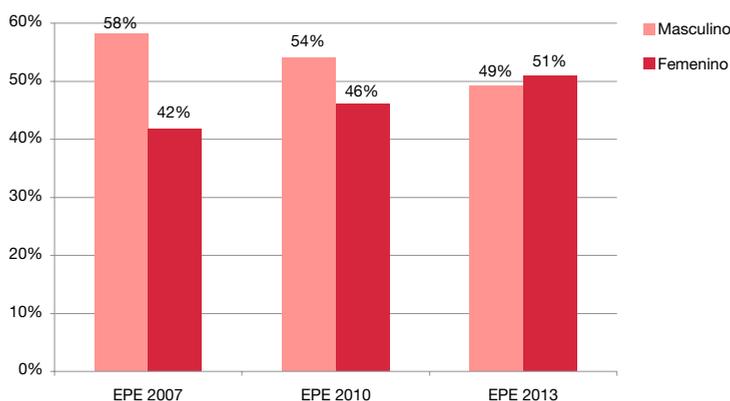


Gráfico 78. Sexo de las personas emprendedoras potenciales
Frecuencias muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A32)

En cuanto al curso académico encontramos que es en primero donde hay mayor número de personas emprendedoras potenciales aunque, evidentemente este hecho tiene relación con que se trata del curso con mayor presencia en la muestra (tabla A33 del Anexo).

Más significativo nos resulta el cruce con la variable de experiencia profesional. A diferencia de lo que ocurría en estudios anteriores, la experiencia profesional previa parece no determinar un mayor deseo por emprender. Así, más de la mitad (159) de los que desean emprender no cuentan con experiencia previa.

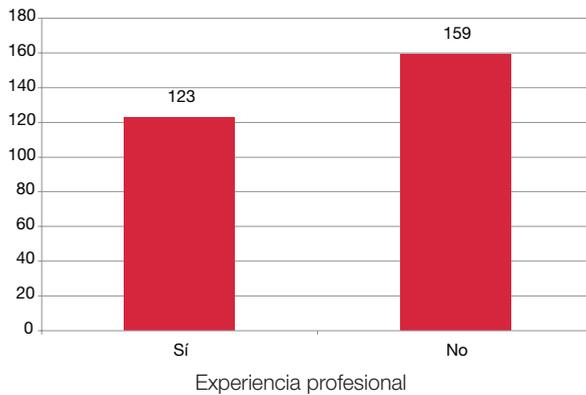


Gráfico 79. Experiencia profesional de las personas emprendedoras potenciales.

A diferencia de estudios previos donde se registra un predominio de los alumnos ProCE en relación a una actitud emprendedora potencial, en el estudio actual se observa como es entre las carreras NoproCE donde la intención emprendedora es mayor (52,8%) frente a un 47,2% alumnado emprendedor potencial perteneciente a las carreras ProCE (Empresariales/Derecho, Relaciones Laborales, Trabajo e Ingenierías). Este dato sin embargo no puede tomarse como representativo ya que los tamaños muestrales de cada grupo son diferentes (total alumnos perteneciente a centros ProCE 539, mientras que el conjunto de alumnos NoproCE llega a 880).

Con mayor detalle la tabla 3 separa por centros. Hay que tener en cuenta que el tamaño muestral es muy diferente según el tamaño de las diferentes facultades, pero es reseñable el escaso número de probables emprendedores y emprendedoras que se han detectado en E.U. de Enfermería (sólo 5), Medicina (8) ó en centros donde la muestra era muy nutrida como en la Facultad de Filosofía y Letras (17). El mayor número de estudiantes con interés en emprender lo encontramos en Derecho/CC Empresariales (69), seguida a cierta distancia de la Facultad de Ciencias (37) y Ciencias de la Educación (35).

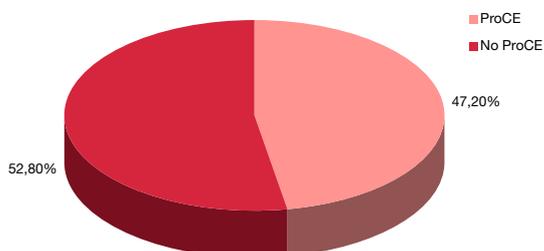


Gráfico 80. Emprendedores y Emprendedoras según estudios.

		CENTRO					
		DATOS EPE CSUCO 2013		DATOS EPE CSUCO 2010		DATOS EPE CSUCO 2007	
CENTROS/FACULTADES		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
VÁLIDOS	ETSIAM	27	9,4	21	7,4	18	8,4
	CIENCIAS DEL TRABAJO	21	7,3	23	8,1	28	13,1
	FILOSOFÍA Y LETRAS	17	5,9	14	4,9	12	5,6
	EPS	29	10,1	45	15,9	34	15,9
	EPB	10	3,5	24	8,5	4	1,9
	VETERINARIA	28	9,8	42	14,8	19	8,9
	CIENCIAS	37	12,9	18	6,4	19	8,9
	MEDICINA	8	2,8	10	3,5	6	2,8
	ENFERMERÍA	5	1,7	3	1,1	3	1,4
	C. EDUCACIÓN	35	12,2	30	10,6	22	10,3
	DERECHO Y C ECON EMPR	69	24,1	53	18,7	49	22,9
total	286	100	283	100	214	100	

Tabla 20. Centro de estudios de las personas emprendedoras potenciales.

Comparando nuestros resultados con los obtenidos en los estudios anteriores (EPE CSUCO 2007 y 2010) encontramos algunas diferencias significativas. Así aunque en todos los estudios coincide el dato de que los centros más emprendedores son la Facultad de Derecho y CC. Económicas y Empresariales, sin embargo ha disminuido el número de emprendedores pertenecientes a la Escuela Politécnica Superior y los de Ciencias del trabajo, cuyo puesto es ocupado por la Facultad de Ciencias y Ciencias de la Educación.

Otro dato significativo es que en el estudio de Veciana (2005) no se consideran estudios ProCe a los incluidos en la Facultad de Ciencias de la Educación y, sin embargo en la Universidad de Córdoba resaltan por su gran número de emprendedores potenciales. Otros estudios como los de ESIC en sus distintas ediciones consideran de poca significación los estudios en Relaciones Laborales en los datos de creación de empresas y, sin embargo en nuestra universidad tienen un papel digno de mención.

En el siguiente gráfico, se muestran las frecuencias (en escala de 1 a 10) del Ítem de nuestro estudio en el que se preguntaba al alumnado si se considera cotidianamente más o menos emprendedor, el promedio alcanza un notable, 7,69 en el grupo de los 285 que creen se harán emprendedores y emprendedoras. Las frecuencias muestran que es muy poco el alumnado que se autovalora con una puntuación inferior a 7. Como se ve en la comparación de los resultados de los estudios en la Universidad de Córdoba de 2007, 2010 y 2013 no hay variaciones sustanciales.

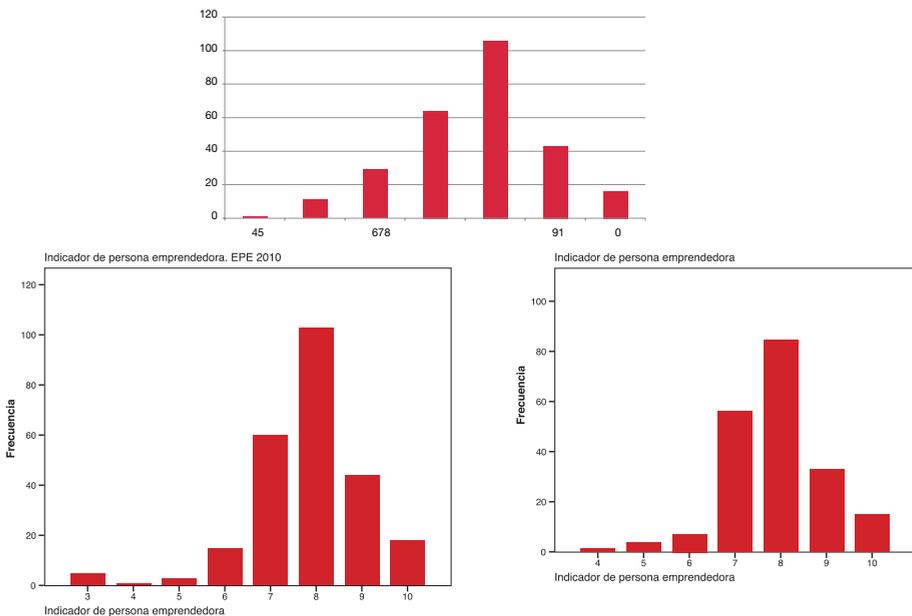


Gráfico 81. Índice de calificación propia de persona emprendedora. EPE 2013

Por último, en el gráfico 86 se muestran la autovaloración de una serie de cualidades que pueden tener relación con el emprendimiento. En general los valores se acercan al máximo (4 puntos) en casi todas las proposiciones encontrando el mayor valor en que *se consideran que tienen predisposición a asumir riesgos moderados, dedicar el tiempo que sea necesario, curiosidad ante nuevos retos, independientes y adaptables a los cambios*. Las cualidades con menos valoración (en las que no llegan a 3 puntos) son las relacionadas con *llevar la iniciativa ante situaciones complejas, y la estabilidad emocional*.

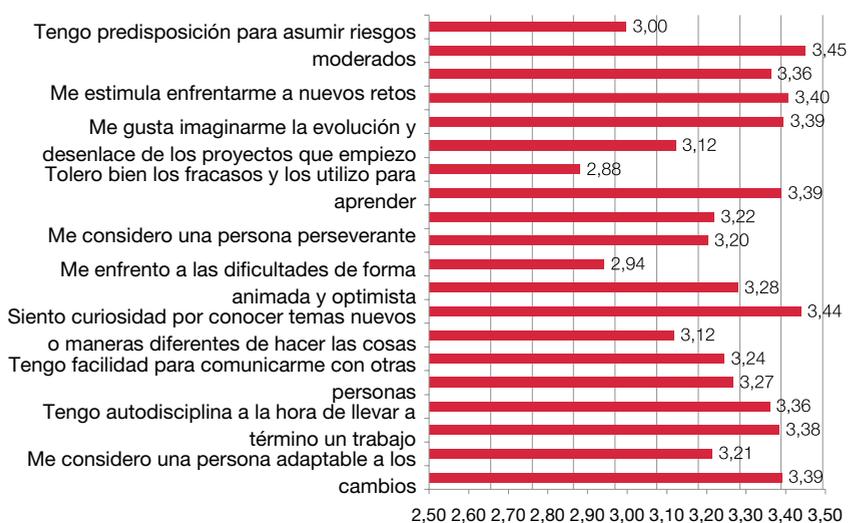


Gráfico 82. Cualidades de los emprendedores potenciales ordenadas por el promedio (4= máx. siempre, 1= mín. nunca)

Una última cuestión que puede ser de interés es saber los principales motivos que pueden llevar a las personas emprendedoras potenciales a crear una empresa. En la encuesta se les preguntó y así podemos saber que el motivo fundamental es la *posibilidad de poner en práctica las propias ideas, la posibilidad de obtener independencia personal, crear algo propio, las trabas a encontrar trabajo y conseguir independencia económica*. A diferencia de los resultados obtenidos en el EPE CSUCO 2010 es significativo el cambio del *afán de ganar más dinero que trabajando a sueldo, por la dificultad de encontrar trabajo adecuado*. Este cambio es muestra de que gran parte de la motivación emprendedora cambia debido a la situación económica, la cual hace que llevar a cabo una idea de negocio pase de ser considerada más como una necesidad que como una oportunidad de mejora. En la siguiente tabla se muestran las frecuencias obtenidas de los principales motivos y en el gráfico 88 se muestran todos los posibles motivos.

MOTIVO	FRECUENCIA	MOTIVO	FRECUENCIA
2013		2010	
Posibilidad de poner en práctica mis propias ideas	243	Posibilidad de poner en práctica mis propias ideas	247
Independencia personal (libertad de decisión y de acción)	237	Independencia personal (libertad de decisión y de acción)	231
Crear algo propio	196	Crear algo propio	224
Imposibilidad o dificultad de encontrar trabajo adecuado o de alcanzar mis objetivos en otros campos	179	Afán de ganar más dinero que trabajando a sueldo	200
Afán de independencia económica	177	Afán de independencia económica	189

Tabla 21. Principales motivos que les impulsarían a emprender (calificados como importantes o muy importantes)

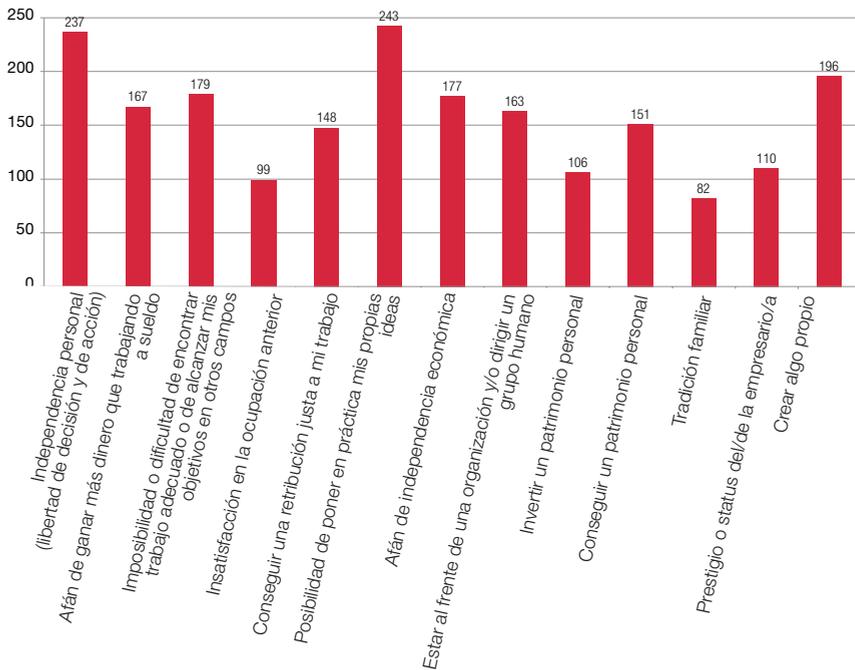


Gráfico 83. Motivos de los emprendedores potenciales para crear empresas.

II.8. FACTORES QUE FAVORECEN LA CREACIÓN DE EMPRESAS

En el gráfico 84 se recogen las distintas respuestas que el alumnado encuestado da cuando se les interroga acerca de los factores que en la actualidad favorecen la creación de nuevas empresas. Al tratarse de una pregunta abierta, tienen la posibilidad de citar varios factores. Es por eso que al sumar la frecuencia de las distintas respuestas que han aparecido en las encuestas, ésta supera al número de encuestados. Las respuestas se han agrupado por conceptos semejantes, si bien en la mayoría de los casos guardaban gran similitud al referirse a los distintos aspectos que aquí aparecen.

En primer lugar destaca, con un porcentaje de respuesta del alumnado del 18,69%, la innovación como factor determinante en la actualidad para creación de empresas. A poca distancia le siguen factores de tipo económico, ayudas públicas (16,36%) y capacidad económica (14,96%); si a las anteriores se le suma el conjunto de alumnos que piensa que es necesaria la ayuda privada (6,54%), se puede afirmar que se concede mucha importancia por los encuestados a la disponibilidad de recursos económicos (propios o procedentes de ayudas y subvenciones) para la puesta en marcha de proyectos empresariales.

Por otra parte, cabe destacar el importante incremento, con respecto a años anteriores, de las dificultades para encontrar un empleo por cuenta ajena y la situación actual de crisis (12,15 y 6,08% respectivamente) como factores que empujan a las personas a decirse por crear su propia empresa.

Frente a lo anterior, es reseñable el relativamente reducido porcentaje de respuestas que relacionan la creación de empresas en la actualidad con aspectos como la formación o el espíritu emprendedor, si bien este último gana protagonismo frente a estudios anteriores.

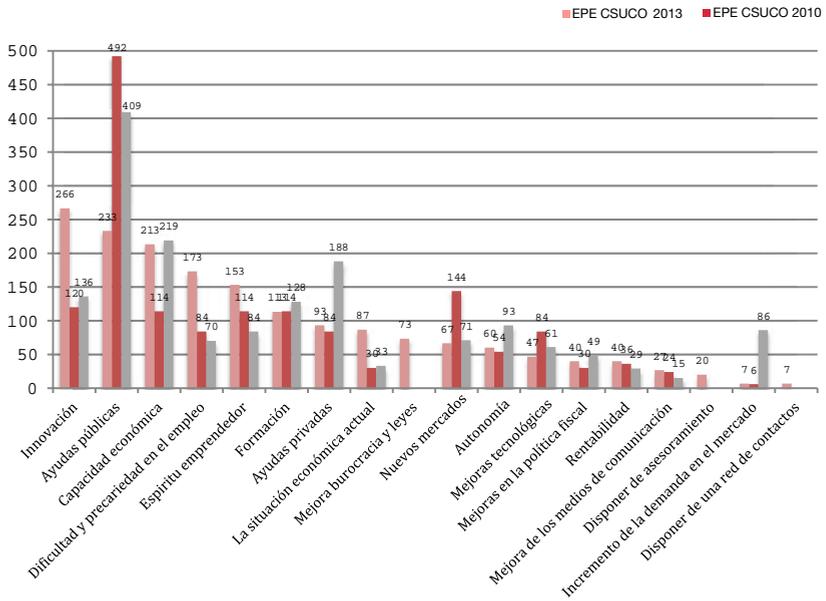


Gráfico 84. Factores que favorecen la creación de empresas (pregunta abierta que admite más de 1 respuesta)

Si comparamos estos resultados con los del EPE CSUCO 2007 se constata que el alumnado encuestado da todavía más importancia a las ayudas públicas que en 2007 y otros factores como la precariedad laboral o la autonomía que da el ser persona emprendedora.

II.9. SECTORES POTENCIALMENTE ATRACTIVOS

Los sectores más atractivos para la comunidad universitaria son las nuevas tecnologías, el comercio, la consultoría y los productos de consumo. A pesar de la importancia de la agrotecnología en nuestro Campus es llamativo que la agricultura ocupe un puesto muy secundario (sólo 147 encuestados, apenas el 10,32% la han incluido en sus elecciones. En el gráfico 85 se detallan los resultados.

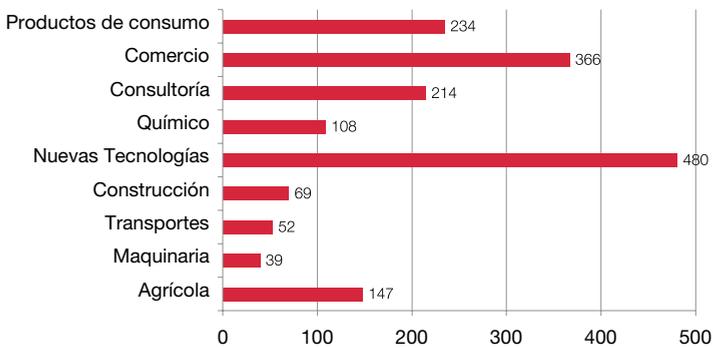


Gráfico 85. Sectores más atractivos para emprender
Tabla de frecuencia (2 elecciones posibles)

Estos resultados son parecidos a los reflejados en la *X Encuesta sobre Vocación Emprendedora en Andalucía realizada por el ESIC (2013)*, donde se expone que los emprendedores que tienen definido su proyecto optan sobre todo por las nuevas tecnologías (35%), seguido del sector de consumo (20%) y de la consultoría (19%), lo que no supone cambios respecto a años anteriores.

II.10. TRABAS AL EMPRENDIMIENTO

Al igual que anteriormente se ha citado que el cuestionario tenía una pregunta abierta sobre factores que favorecen la creación de empresas, se incluía otra general por los factores que a juicio las personas encuestadas frenan la creación de empresas. La respuesta era abierta lo que permitía una respuesta libre y de gran riqueza.

En relación con las respuestas a la pregunta que interroga sobre los factores que favorecen la creación de nuevas empresas, la *falta de alternativas laborales* es una respuesta que ha duplicado su tasa de respuesta. Seguramente esto haya condicionado que se perciba que la creación de una empresa no tenga entre sus principales frenos el riesgo a correr (6,31%).

Es la *crisis económica* el factor más importante que dificulta la puesta en marcha de un proyecto empresarial (aspecto citado por un 34,91% de los encuestados); de este modo se mantiene en los mismos niveles de 2010. Le siguen la falta de recursos económicos, que crece hasta el 25,24% y la escasez de financiación, con un 12,62% de las respuestas, son factores primordiales. Aparece en este estudio como cuarto problema, la multitud de requisitos legales y la burocracia necesarios para la apertura de un nuevo negocio, con un 10,52%.

De nuevo resulta llamativo que sean pocos los que relacionan las dificultades en la creación de empresas con la falta de experiencia y formación y con la falta de innovación. También es interesante observar como los impuestos no son considerados un obstáculo por muchos de ellos.

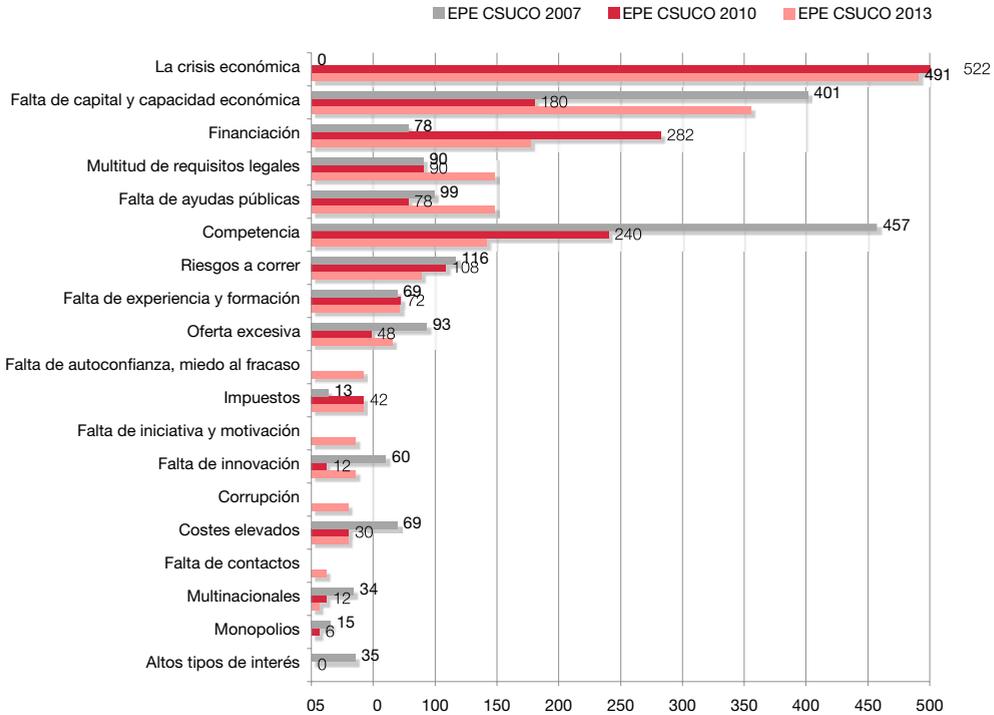


Gráfico 86. Principales factores que en general dificultan la creación de empresas (frecuencias absolutas)

Complementaria a la pregunta anterior (que era genérica) se ha planteado en la encuesta los frenos que les dificultan emprender encontramos bastantes frenos que se repiten (aunque no en el mismo orden). Principalmente por la incertidumbre (riesgo 83,3%, situación económica 82,4% falta de capital inicial 82,3%. A cierta distancia, también es relevante las elevadas cargas fiscales 60,2%. En el lado opuesto, el estudio muestra que pocos estudiantes dudan de la imagen del empresario (42%) o de la capacidad de este (33,2%).

A diferencia de las respuestas ofrecidas en 2010, la situación económica se ha convertido en el segundo mayor problema para crear una empresa. Si ponemos en relación esta respuesta con

otras alcanzadas sobre los principales incentivos al emprendimiento, se puede decir que la situación económica actual y sus efectos actúa como un arma de doble filo sobre el emprendimiento. Por otro lado, cabe destacar que los estudiantes no perciben como un inconveniente tan importante para abrir un negocio, con respecto a otros años, la necesidad de tener que dedicar mucho tiempo a su negocio, así como la posibilidad de estar expuestos a la obtención de unos ingresos más irregulares.

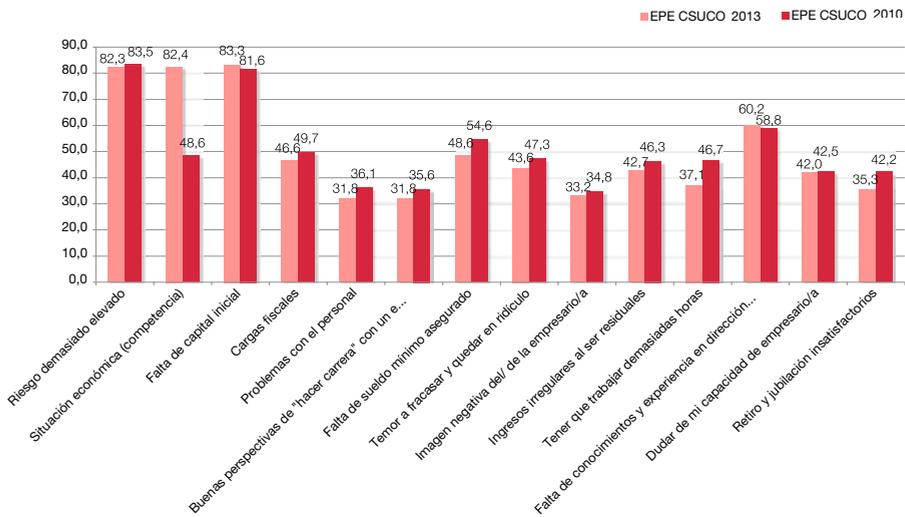


Gráfico 87. Principales frenos al emprendimiento de los encuestados (% de citas sobre total de muestras)

II.11. NECESIDADES FORMATIVAS

En el cuestionario que ha servido de base para esta investigación también se incluyó una pregunta abierta sobre las actividades formativas que la universidad debiera organizar para el fomento del emprendimiento y/o la inserción en el mercado laboral del alumnado universitario. A grandes rasgos las respuestas son similares a anteriores estudios, si bien puede aparecer alguna diferencia en el orden. Las actividades que aparecen más citadas son los cursos de creación de empresas y prácticas formativas, seguidos de cursos de administración y dirección de empresas seminarios y charlas informativas, charlas sobre fuentes de financiación, charlas y encuentros con empresarios y formación en nuevas tecnologías.

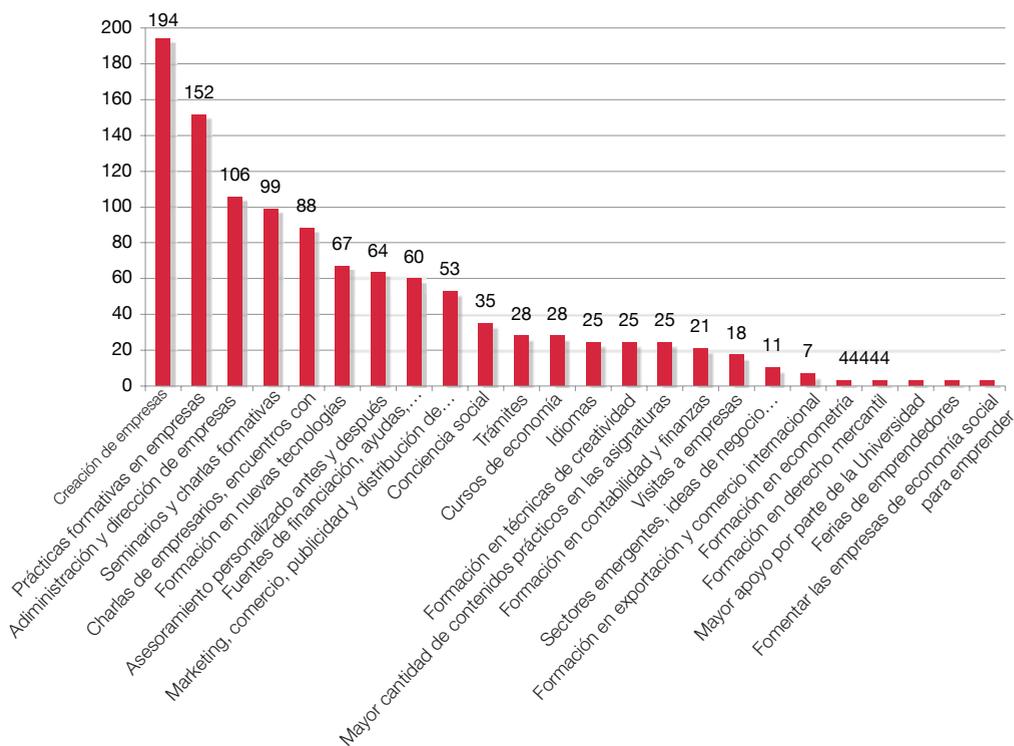


Gráfico 88. Actividades formativas que sería necesario ofrecer.

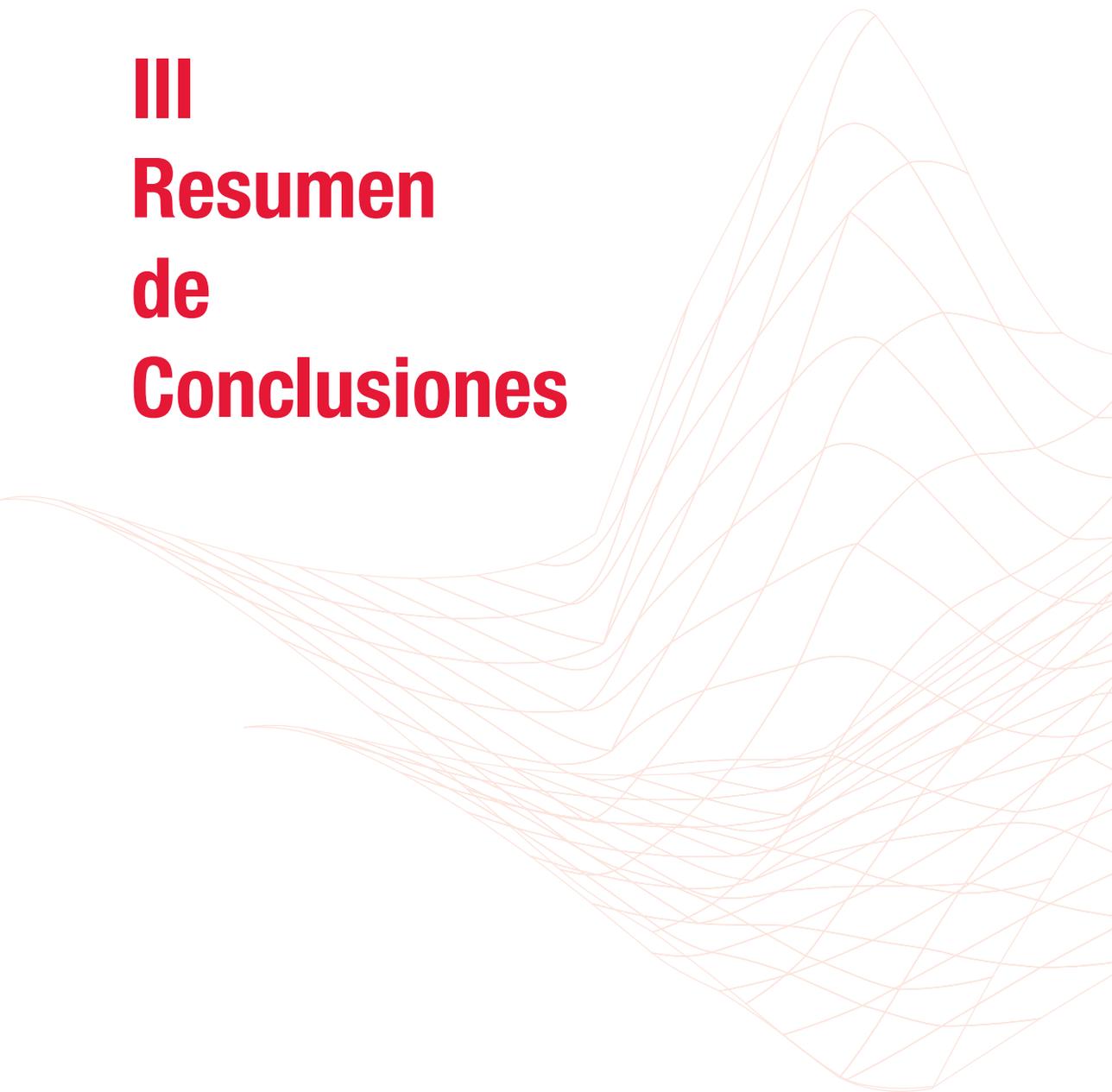
Informe del Estudio

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

124



III Resumen de Conclusiones



III.

RESUMEN DE CONCLUSIONES

A continuación mostramos un resumen de conclusiones del estudio realizado en 2013 sobre la actitud del alumnado de la Universidad de Córdoba ante la creación de empresas.

1. CONDUCTA EMPRENDEDORA. - Según varias aportaciones teóricas, el que un individuo se lance a emprender dependerá de un proceso racional en el que el sujeto valora los costes y beneficios de tal actuación. Entre los “costes” de creación de empresas en tal proceso racional se podrían considerar por ejemplo *el riesgo de fracaso, el sacrificio personal que conlleva emprender, el coste de oportunidad de perder un salario* (si el emprendedor percibe que tiene posibilidades de ser contratado inmediatamente como asalariado en una empresa), etc. Y como “beneficios” el *autocontrol*, las posibilidades de *realización personal* o la posibilidad de *ganar más dinero* siendo empresario que siendo asalariado, entre otras. Creemos que en una mala situación económica la percepción de estos frutos disminuye notablemente y algunos de los costes (como el riesgo de fracaso) se elevan haciendo menos atractiva la creación de empresas.

2. COYUNTURA ECONÓMICA. - Las cifras de desempleo, creación de empresas y disolución de empresas en el conjunto del país han empeorado de forma dramática entre 2006 (fecha del trabajo de campo del Informe CSUCO 2007) y 2013 (trabajo de campo de este nuevo informe), si bien la situación de la economía parece empezar a detener su caída y se empiezan a percibir signos de mejora en el ámbito macroeconómico (PIB, exportaciones y tasa de paro). En Córdoba los universitarios están plenamente informados y conocen de primera mano las consecuencias en el tejido productivo que afecta a la destrucción de muchas pequeñas empresas y también a la caída de empresas cordobesas emblemáticas. Los universitarios son realistas y han percibido las dificultades que sufren las empresas en esta mala coyuntura económica y se reflejan con sinceridad en las respuestas al cuestionario sobre emprendimiento.

3. DESEABILIDAD DE CREAR EMPRESAS. En cuanto a la deseabilidad de crear/fundar una nueva empresa los resultados muestran que siete de cada diez encuestados creen deseable crear empresas.

4. FACTIBILIDAD DE CREAR UNA EMPRESA. Comparando los resultados de la encuesta de 2013 respecto a las de años anteriores se aprecia que el alumnado universitario es consciente de las dificultades de la actual coyuntura. Actualmente el 85,3% opina que es más difícil que antaño, frente a un 71,6% del año 2010 y un 53,7% en 2007.

5. VOCACION EMPRENDEDORA. En cuanto a la intención del alumnado de fundar o no una empresa, que creemos que es una de las preguntas clave de esta investigación hemos separado las respuestas de los estudiantes de institutos y universitarios que se han desagregado en las siguientes categorías:

Alumnado universitario ProCE (que incluye los centros universitarios con mayor cultura empresarial a priori, que hemos calificado pro creación de empresas, incluye: Derecho/Empresariales, Ciencias del Trabajo y las Ingenierías) tienen una clara mayor intención de convertirse en emprendedores con un 25% de encuestados que manifiestan que sí emprenderán o que se lo plantean seriamente, muy superiores a la encuesta anterior con un 21,1% del total (EPE CSUCO 2010). Alumnado universitario NoproCE (el resto, es decir no pro creación de empresas), aquí sólo el 17,10% pertenecen a los que sí emprenderán o que se lo plantean seriamente, este grupo se mantiene estable frente al último estudio.

Por otra parte, observamos que hay un número elevado de estudiantes de nuestra universidad que manifiestan tajantemente que nunca iniciarán una empresa (un 27%, lo que representa una disminución de tres puntos con respecto al año 2010).

También es significativo el muy reducido grupo de quienes tienen intención de integrarse en empresas familiares (sólo el 4,6% de los universitarios), pese a que la mitad de ellos tienen parentesco con algún empresario.

6.- PREVISIÓN DE TIEMPO EN QUE SE EMPRENDEÁ. - Como pregunta complementaria a la intención de crear empresa se pedía a los participantes en la encuesta información acerca de cuándo se aventurarían a hacerlo. En 2013 la situación económica parece más favorable que hace tres años para la apertura de forma inmediata de un negocio tras acabar los estudios; de este modo aumenta hasta un 10,8% aquellos que piensan crear una empresa justo tras terminar la carrera (frente a un 8,4 y un 10,2% en EPE 2010 y 2007, respectivamente)

Pensamos que no estos datos de previsión de tiempo para lanzarse a emprender no son alarmantes, sino razonables. Se debe tener en cuenta que el Informe GEM, en sus distintas ediciones de antes de la crisis y actuales establece un perfil de emprendedor medio de mayor edad (en torno a la cuarentena de edad) quizá relacionada con la necesidad de autorrealización típica de la madurez (tal como Maslow afirma en su conocida teoría de la pirámide motivacional)

7- VOCACIÓN EMPRENDEDORA SEGÚN GÉNERO.- En cuanto a la deseabilidad de crear empresas, las diferencias son reducidas entre hombres (72,7%) y mujeres (69,9%), más aún que en 2010 donde la deseabilidad de crear una empresa era de 3 puntos inferior en el caso

de las mujeres (65%). Sin embargo, las mujeres parecen menos inclinadas a crear una empresa (el 17,7% de ellas manifiestan que nunca crearán una empresa frente al 9,3% de los varones).

Tanto hombres como mujeres reducen la aversión al riesgo a lo largo del tiempo a prácticamente la mitad respecto a los valores de 2007. Además, un 24,5% de ellos creen firme o seriamente que iniciarán una empresa frente a un 17,6% de las mujeres.

8. VOCACIÓN EMPRENDEDORA SEGÚN EDAD.- Se observa que participantes en la encuesta de mayor edad son los más interesados en crear empresas. De este modo, con respecto a estudios anteriores, el grupo de estudiantes mayores de 35 ha pasado de ser el menos interesado por crear una empresa a ser los que más interés muestran (77,3%).

9. VOCACIÓN EMPRENDEDORA Y EXISTENCIA O NO DE EMPRESARIOS EN LA FAMILIA.- Tal como hemos indicado, más de la mitad de los encuestados tienen parentesco con empresarios (pensamos que en gran medida se tratará de PYMES y autónomos), encontramos que quienes tienen un pariente empresario consideran en mayor medida la deseabilidad de crear empresas (75,7% en 3013 aunque es notorio que conocen las dificultades sufridas por las empresas en la crisis, dado que en 2007 era el 79,6%). Quienes no tienen parientes empresarios perciben sólo en un 65,9% la necesidad de crear empresas.

Sin embargo, pese al alto número con parientes empresarios, sólo 29 estudiantes (apenas el 2%) tienen intención de integrarse en la empresa familiar. No obstante, se aprecia una clara predisposición a emprender nuevas actividades del alumnado que tienen raíces empresariales (pero al margen de la actividad familiar).

El alumnado con padres directivos de empresa son los que consideran más deseable crear empresas (80% en 2013 frente al 77,3% en 2010 y 85,7% en 2007) y más fácil. A cierta distancia se encuentran el alumnado con padres empresarios (74,9%). Los de funcionarios y de obreros tienen una apreciación de menor deseabilidad de fundar empresas (67,9% y 68,9%) y lo consideran más difícil.

Cuando se utiliza la profesión de la madre, los hijos de directivas de empresa incrementan la deseabilidad de crear empresas (nada menos que el 81,3%) y de empresaria (77,5%).

El alumnado con padres directivos de empresa también tienen una elevada intención de crear empresas, ya que están decididos en un 24,5% (menor ahora que en 2010 que era de 29,5%). Es también evidente que a la vista de los datos es mucho menos emprendedor el alumnado con padres obreros, empleados administrativos y funcionarios.

10. VOCACIÓN EMPRENDEDORA Y EXPERIENCIA PROFESIONAL.- Los participantes en la encuesta que poseen experiencia profesional consideran más deseable crear empresas (73,6% frente a 70,1% del grupo que no ha trabajado antes). Además, también quienes han trabajado manifiestan en mayor medida que iniciarán una empresa (29% en 2013) e incrementa su intención frente a 2010 y 2007 (era de 26,5% y del 23% respectivamente) que quienes no poseen experiencia profesional.

11. VALORACIÓN Y ATRIBUTOS DEL EMPRESARIO.- Para nuestros estudiantes, tras las profesiones más valoradas (químico, publicista y sociólogo, entre otras) se encontraría la profesión de empresario en el puesto 9 de 14 con un valor de 4,24 (sobre una escala de 7 puntos de valoración social). En consecuencia, podemos afirmar que la profesión de empresario pierde gozo prestigio entre nuestros jóvenes con respecto a estudios anteriores. Además, la valoración del empresario por parte de nuestro alumnado es muy inferior a la valoración que hace la población y universitarios catalanes del estudio de Urbano (2005).

Los estudiantes que consideran menos prestigiosa la profesión de empresario son los que ven menos deseable crear empresas

El alumnado cordobés muestra los mayores valores de acuerdo en que los empresarios *tiene grandes dotes financieras y de gestión, está muy preparada profesionalmente, es dialogante con sus empleados, es honrada y moral y tiene sentido de justicia social*. Por el contrario, nuestros encuestados manifiestan un menor acuerdo en los atributos de que el empresariado *ganan mucho dinero, crean empleo, y que tienen visión de futuro*.

12. RESULTADOS SEGÚN CENTRO DE ESTUDIO.- En relación al centro de estudios los resultados son dispares. Por un lado se encuentran centros donde el alumnado ha recuperado el interés por crear empresas (Agrónomos y Montes, Filosofía y Letras, Ciencias, Medicina, Ciencias de la Educación y Derecho y CC. Económicas y Empresariales); por otra parte los alumnos del resto de centros registran un menor interés que en años previos. El alumnado de Derecho y CC. Económicas y Empresariales es el único que roza el 80% de respuesta afirmativa. A continuación y con valores superiores al 70%, se encuentra el alumnado de las titulaciones impartidas en Escuela de Ingenieros Agrónomos y Montes (ETSIAM), Veterinaria, Ciencias y Ciencias de la Educación. En la cola de niveles de deseabilidad se encuentran las Facultades de Enfermería, Ciencias del Trabajo y EPS de Belmez (en la primera de ellas no se llega ni siquiera al 45% del alumnado que afirma que es deseable crear empresas). Comparando estos resultados con la evolución histórica, se observa cómo, por un lado los mayores incrementos en el deseo de crear una empresa se registran entre los alumno de la Escuela de Ingenieros Agrónomos y de Montes (8,57%), así como entre aquellos pertenecientes a la Facultad de Ciencias de la Educación (6,52%). Por otro lado, los mayores descensos se registran en la Facultad de Enfermería (-44,10%), la EPS de Belmez

(-21,22%) y en Ciencias del Trabajo (-17,69%). Es necesario resaltar que con respecto a la encuesta de 2010 se recuperan los valores de deseabilidad emprendedora del alumnado de Derecho y CC. Económicas y Empresariales registrados en 2007 (alrededor del 80%).

El porcentaje de alumnado que considera más fácil crear empresas en la actualidad. Los resultados de los distintos grupos varía bastante. Las facultades más optimistas son Ciencias del Trabajo, Derecho y CC. Económicas y Empresariales, pero las cifras apenas alcanzan el 20%. En el lado contrario, los estudiantes de Ciencias de la Educación, Enfermería y Minería y Obras Públicas son los que en mayor proporción opinan que es más complicado actualmente iniciar un negocio propio. Una vez más la comparación respecto a los estudios previos muestra una drástica disminución en las proporciones de respuesta optimista en todos los centros (el porcentaje de alumnado que considera más fácil crear empresas hoy día llega a reducirse a menos de un tercio en algunos centros).

13. RESULTADOS POR CURSO.- A la vista de los resultados, a diferencia de estudios anteriores los alumnos de cursos avanzados recuperan el interés por crear empresas a la vez que lo consideran más fácil que los que están iniciando los estudios.

En cuanto a la intención de crear empresas los alumnos de los primeros cursos y los del final son los que manifiestan tener mayor intención de crear empresas.

Para los alumnos que iniciaban sus estudios cuando se realizó el estudio EPE 2010 y cursan licenciatura se ha comparado los resultados con su cohorte de edad que termina los estudios y podemos concluir que la universidad no les ha desanimado en su vocación de emprender de forma significativa.

14. MOTIVOS PARA EMPRENDER.- Entre los motivos que las personas encuestadas consideran que serían prioritarios para emprender en 2013 destacar la posibilidad de poner en práctica las ideas propias y la independencia personal (80% y 78% de las respuestas respectivamente). También muchos consideran importante la posibilidad de crear algo propio (66%) y motivos económicos como ganar más dinero que como asalariado (65%) o la imposibilidad de conseguir un empleo en la situación de crisis económica actual (59%).

Por el contrario, entre los motivos que menos parecen pesar a la hora de emprender se encuentran la tradición familiar (38%), el prestigio social de ser empresariado (43%) o la inversión de patrimonio familiar (43%).

Se aprecia que el orden de motivaciones a la hora de crear empresas ha experimentado una variación mínima entre el estudio actual y el llevado a cabo en 2007 y 2010 siendo los porcentajes

de respuesta en 2013 similares a los de 2010 y muy superiores en la mayoría de opciones a las registradas en 2007.

15. PERFIL DE LAS PERSONAS POTENCIALMENTE EMPRENDEDORAS.- La principal novedad en este punto es que el perfil del estudiante emprendedor cambia, concretamente ambos sexos se igualan en su intención empresarial (hombres 49% y mujeres 51%). Además, se puede decir que tienen intención de emprender aquellos alumnos con experiencia profesional y que cursa una carrera ProCE (Empresariales/Derecho, Relaciones Laborales, Trabajo e Ingenierías).

Estos personas potencialmente emprendedoras se ven a si mismos como responsables de sus actos, independientes, con que tienen predisposición a asumir riesgos moderados, dedicar el tiempo que sea necesario, curiosidad ante nuevos retos, independientes y adaptables a los cambios. Las cualidades con menor valoración son las relacionadas con la llevar la iniciativa ante situaciones complejas, y la estabilidad emocional.

16. FACTORES QUE FAVORECEN EL EMPRENDIMIENTO.- Los factores más citados han sido la innovación, la necesidad de financiación (propia, así como ajena), la situación económica general (crisis y falta de expectativas de empleo).

17. SECTORES POTENCIALMENTE MÁS ATRACTIVOS.- Principalmente atraen más a nuestros jóvenes los sectores de Nuevas Tecnologías, Comercio, Consultoría y Productos de consumo. A pesar de la importancia de la agrotecnología en nuestro Campus es llamativo que la agricultura ocupe un puesto muy secundario

18. TRABAS AL EMPRENDIMIENTO.- Los principales frenos a la hora de emprender siguen siendo los derivados de la crisis económica, falta de capital y las elevadas cargas fiscales. Cabe destacar que los estudiantes no perciben como un inconveniente tan importante para abrir un negocio, con respecto a otros años, la necesidad de tener que dedicar mucho tiempo a su negocio, así como la posibilidad de estar expuestos a la obtención de unos ingresos más irregulares.

19. ACTIVIDADES FORMATIVAS.- Aunque parece que la Universidad se ha acercado a la empresa aún queda camino por recorrer y lagunas formativas en muchos universitarios. Nuestros jóvenes siguen demandando formación en cursos de creación de empresas, administración y dirección de empresas, prácticas, charlas de emprendedores, así como una mayor oferta de prácticas en empresas.

Aunque aún es pronto para evaluar, será conveniente en el futuro comparar las opiniones de los estudiantes de los nuevos grados adaptados al EEES con los alumnos de las Licenciaturas, Diplomaturas e Ingenierías en extinción.

20. PROPUESTAS DE ACTUACIONES FUTURAS PARA EL FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO.

A la vista de todo lo anterior queremos aportar algunas reflexiones personales finales que creemos podrían ser de utilidad para guiar las actuaciones en materia de fomento del emprendimiento. Considerando que la intención de emprender depende de un proceso racional de valoración de costes y beneficios que desencadenan, o no, la actuación de emprender se debería actuar:

- intentando que el alumnado de la Universidad de Córdoba perciba una *reducción de los costes* de emprender (entendidos como reducir los miedos a emprender, facilitar la viabilidad de sus ideas de negocio, mostrarles que actualmente en determinadas titulaciones no existe un coste de oportunidad de perder un salario alternativo...), en particular un centro de análisis de viabilidad de iniciativas y el apoyo en los primeros años con asesoramiento multidisciplinar desde la universidad podría disminuir los riesgos y hacer que los emprendedores se sintieran más respaldados en su aventura.
- consiguiendo que *mejore la percepción del beneficio* de emprender, en concreto transmitiendo las ventajas que consiguen quienes crean empresas como autorrealización, autonomía o poder adquisitivo.
- transmitiendo las *oportunidades de negocio que existen en tiempos de crisis*, abundancia de talento y mano de obra disponible, menores precios de instalación (alquileres/compra de inmuebles), incentivos y rebajas de determinados impuestos...
- acercando los alumnos de carreras ProCE (las carreras con mayor vocación y formación empresarial) con alumnos de otras titulaciones que por su formación técnica, sanitaria o humanística parecen menos inclinados a emprender. Es muy posible que la orientación de aquellos pueda poner en valor los conocimientos de los últimos de determinadas actividades profesionales y cualidades creando empresas con un equipo humano multidisciplinar.
- realizando actuaciones diferenciadas en pro del emprendimiento a colectivos que a priori parecen menos proclives a ello (ejemplo; universitarias, y alumnado de determinadas facultades).
- implicando también al profesorado universitario en iniciativas empresariales tales como empresas de base tecnológica-EBT compartidas, o no, con el alumnado.
- poniendo en contacto las iniciativas de profesores y alumnos con fondos de capital-riesgo, business angels y otros inversores.

Para concluir, pensamos que nuestra Universidad tiene que jugar un papel activo y dinamizador en la innovación y motor de creación de riqueza y empleo. Sólo será posible mejorar la situación económica española, y cordobesa en particular, con el esfuerzo de todos (universitarios, profesorado, autoridades...) y sembrar vocaciones de emprendimiento a partir del talento de nuestro capital humano como forma de generar un futuro más favorable. Solo de esta forma seremos capaces, no solo de aprovechar las oportunidades venideras, sino que además seremos capaces de generar las propias y ser dueños de nuestro futuro.

BIBLIOGRAFIA

SELECCIONADA SOBRE UNIVERSIDAD Y EMPRENDIMIENTO

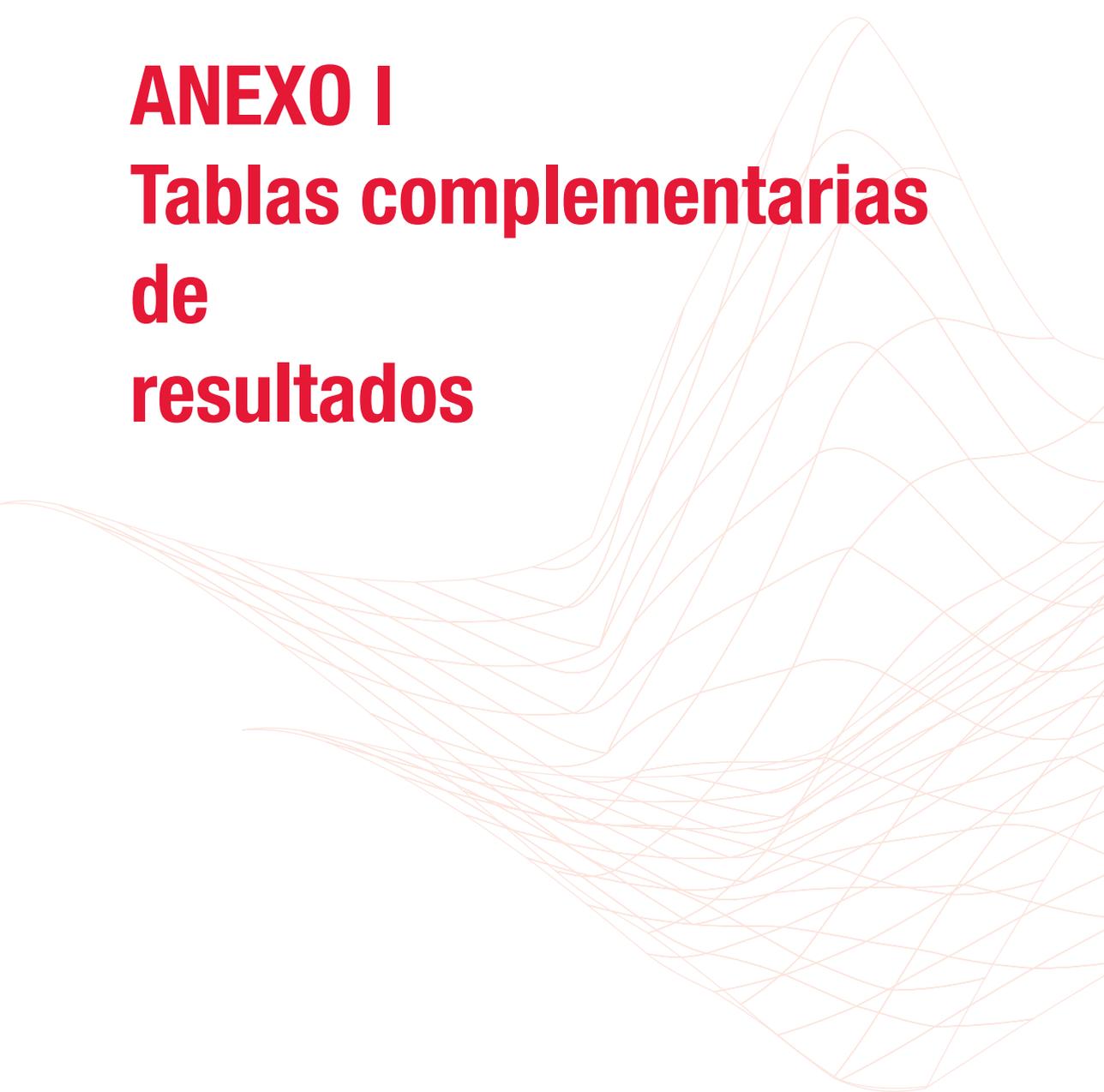
- ACEDE (2004), "La universidad como fuente de iniciativas empresariales. La importancia estratégica de promover e impulsar la creación de empresas y el espíritu emprendedor" Documento de la Sección "Función Empresarial y Creación de Empresas" de la Asociación Científica de Dirección y Economía de la Empresa. Documento de Trabajo.
- AJZEN, I. (1991), "The Theory of Planned Behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol 50. pp. 179-211.
- APONTE. M.(2002), *Factores condicionantes de la creación de empresas en Puerto Rico: un enfoque institucional*, Teses Doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona.
- ARAGÓN MEDINA, J. y ROCHA SÁNCHEZ, F. (2005), *La responsabilidad social empresarial en España: una aproximación desde la perspectiva laboral*, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- BROCKHAUS, R.H.; HORWITZ, P.S. (1986), "The Psychology of the Entrepreneur", en D.L. Sexton y W. Smilor [ed.]: *The Art and Science of Entrepreneurship*, pp. 25-49. Cambridge, MA: Ballinger Publishing Co.
- CAPELLERAS, J.L. y GENESCÀ, E. (2003), "Formación y empleo por cuenta propia: un análisis comparativo a nivel internacional". En E. Genescà; D. Urbano; J.L. Capelleras; C. Guallarte y J. Vergés (coords.), *Creación de empresas-Entrepreneurship. Homenaje al profesor José María Veciana Vergés. Manuals d'Economia. Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona*.
- CASTELLS, M., VILASECA REQUENA, J., LLADÓS I MASLLORENS, J., & AMMETLLER MONTES, G. (2007). *Entorno innovador, iniciativa emprendedora y desarrollo local*. (1ª ed.). Barcelona: Octaedro.
- CODURAS MARTÍNEZ, A. (2006), "Entrepreneurship y creación de empleo: el caso de Andalucía", *Estudios de Economía Aplicada*, Vol. 24-2, pp: 567-594.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2001), *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas. Com.
- CUERVO GARCÍA, Á., RIBEIRO, D., & ROIG DOBÓN, S. (2007). *Entrepreneurship : conceptos, teoría y perspectiva*. Valencia: Fundación Bancaja.

- DE PABLO, I. y CASANI, F. (1998), "La formación de emprendedores en la universidad. La experiencia de la UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID". *Iniciativa Emprendedora y Empresa Familiar*, Marzo-Abril 1998, 48-55.
- DÍAZ GARCÍA, C., JIMENEZ MORENO, J.J. (2004), "Influencia del género en la actividad empresarial. Diferencias en los resultados y factores de éxito". *XVI Congreso ACEDE*, Murcia
- ESPÍ GUZMÁN, M^a TERESA / ARANA LANDÍN, GERMÁN / HERAS SAIZARBITORIA, IÑAKI / DÍAZ DE JUNGUITO GONZÁLEZ DE DURANA, ALBERTO. (2007), "Perfil emprendedor del alumnado universitario del Campus de Gipuzkoa de la UPV/EHU" *Revista de Dirección y Administración de Empresas*, 2007 DIC; (14). Pp. 83-110.
- ESIC (20013), "X Estudio sobre Vocación Emprendedora en Andalucía, 2006", *Andalucía Económica*, nº 258, octubre, pp: 7-57.
- EXTREMADURA CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y TRABAJO. (2007). *De universitario a empresario: memoria 2007*. Badajoz: Consejería de Economía y Trabajo.
- FUNDACIÓ UNIVERSITAT EMPRESA ILLES BALEARS, CEEI (1998), "Estudio sobre el carácter emprendedor de los alumnos de la UIB".
- GARCIA GARCÍA, J. GEA SEGURA, A.B.(2004), "Actitudes emprendedoras en los estudiantes universitarios", *El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I*, Red Motiva, Universidad de Valencia, pp. 35-58.
- GARCÍA LILLO, F. y MARCO LAJARA, B.(1999), "La creación de nuevas empresas como motor generador de riqueza y bienestar económico: factores de éxito y fracaso". *IX Congreso Nacional de ACEDE*, Burgos.
- GONZÁLEZ DOMINGUEZ, F.J. (2004), "El empresario y la creación de empresas, Cap. 2", *Incidencia del Marco Institucional en la Capacidad Emprendedora de los jóvenes empresarios en Andalucía*, Tesis doctoral, Universidad de Sevilla.
- HERNANDEZ, E.M. (1995), "Les caractéristiques du travail du créateur d'entreprise", *Direction et Gestion des Entreprises*, N. 154, juillet-août, pp. 13-20.
- HERNANGOMEZ BARAHONA, J., MARTÍN CRUZ, N., RODRIGUEZ ESCUDERO, A.I. y SABOIA, F. (2005), "¿El emprendedor nace o se hace? Un análisis de los determinantes del espíritu emprendedor", *XVI Spanish-Portuguese meeting of scientific management*. Sevilla, pp. 33-44.
- HYDE, G.C. (1989), "The relationship between policy and research", en ROSA, P.; BIRLEY, S. CANNON, T. y O'NEILL, K. *The Role and Contribution of Small Business Research*, Chap. 3, pp. 55-77, Institute Report.

- KHAM, A.M. (1986), "Entrepreneur Characteristics and the Prediction of New Venture Success", *OMEGA International Journal of Management Science*, Vol. 14, N. 5, pp. 365-37
- KRUEGER, N. y BRAZEAL, D.(1994), "Entrepreneurial Potencial and Potencial Entrepreneurs" *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), pp.91-104.
- LÉGER-JARNIOU, C. y KALOISSIS, G. (2006), "Entrepreneurship and Engineers: how to develop the spirit?", *Estudios de Economía Aplicada*, Vol. 24-2, pp: 525-544.
- LIÑÁN ALCALDE, F.(2004), *Educación empresarial y Modelo de Intnciones. Formación para un Empresariado de calidad, Tesis doctoral, Universidad de Sevilla.*
- MACMILLAN, I.C., SIEGEL, R., SUBBA NARASIMHA, P.N. (1985), "Criteria Used by Venture Capitalist to Evaluate New Venture Proposals", *Journal of Business Venturing*, Vol. 1, N. 1, pp. 119-128.
- MARTÍN PRIUS, A. y MARTINEZ FIERRO, S. (2001), "Experiencia docente en creación y viabilidad de empresas. **Una propuesta metodológica**". *Actas XI Congreso Nacional de ACEDE*, Zaragoza
- MCDOUGALL, P.P., ROBINSON, R.B., DENISI, A.S. (1992), "Modeling New Venture Performance: An Analysis of New Venture Strategy, Industry Structure, and Venture Origin", *Journal of Business Venturing*, Vol. 7, pp. 267-289.
- MIAN, S. (1994), "U.S: University-Sponsored Technology Incubators: An Overview of Management, Policies Ad Performance". *Technovation*, vol.14, núm.8, 515-528.
- MINERS, L. y YOUNG, J. (1995), "University-based Entrepreneurship Programs as Vehicles for State-level Economic Development: A Case Study". *The Journal of Entrepreneurship*, vol. 4, núm.2.
- MIRA SOLVES, I. (2005), *La creación de empresas por titulados universitarios. Una aproximación a los factores de influencia en el ámbito de la universidad*, Tesis doctoral inédita, Universidad Miguel Hernández.
- MORIANO LEÓN, J. A., & GORGIEVSKI, M. (2007). *Psychology of entrepreneurship : research and education*.(1ª ed.). Madrid: UNED.
- MUÑOZ, A. (1997), "El espíritu empresarial en la universidad española". *Iniciativa Emprendedora y Empresa Familiar*. Noviembre-Diciembre, 1997.
- NAFFZIGER, D.W.; HORNSBY, J.S.; KURATKO, D.F. (1994), "A Proposed Research Model of Entrepreneurial Motivation", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Spring, pp. 29-42.

- NORTH, D. (1993), *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*, Fondo de Cultura Económica, México.
- RUIZ, J.; ROJAS, A.; RAMOS, H.; PEINADO, A. (2003), "Estudio para la evaluación del perfil emprendedor de los alumnos de la Universidad de Cádiz". Observatorio de Emprendedores, Universidad de Cádiz. Documento para el Fomento de Andalucía, sin publicar.
- RUIZ, J.; SOLÉ, F. Y VECIANA, J.M. (2002), "Creación de empresas y universidad". Instituto de Fomento Andaluz, Cádiz.
- RUIZ NAVARRO, J., MEDINA GARRIDO, J.A. et al. (2005), Informe ejecutivo 2004 Andalucía, GEM (Global Entrepreneurship Monitor), Universidad de Cádiz, Grupo Joly, 97 pp.
- SANDBERG, W.R., HOFER, C.W. (1986), "The Effects of Strategy and Industry Structure on New Venture Performance", en R.C. RONSTADT, J.A. HORNADAY, R. PETERSON y K.H. VESPER [ed.]: *Frontiers of Entrepreneurship Research*, pp. 244-266. Wellesley, MA: Center for Entrepreneurial Studies, Babson College.
- SANDBERG, W.R., HOFER, C.W. (1987), "Improving New Venture Performance: The Role of Strategy, Industry Structure, and the Entrepreneur", *Journal of Business Venturing*, Vol. 2, N. 1, pp. 5-28.
- SASTRE CASTILLO, M.A. y ESPIRITU OLMOS, R.(2006), "Evolución de la actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. Análisis del caso de los estudiantes de empresa en la Universidad Complutense de Madrid". *XVI Congreso Nacional de Acede*, Valencia.
- SHANE, S.(2003), *A General Theory of Entrepreneurship- The Individual Oportunity Nexus*, Edward Elgar Editores.
- SOLÉ, C., PARELLA RUBIO, S., & CAVALCANTI, L. (2007). *L'empresariat immigrant a Espanya*. Barcelona: Obra Social.
- SOLÉ, F. y ANDRÉ, P. (1999), "Creación de empresas, empresario, PYME y Universidad". VIII Congreso Nacional de ACEDE, Empresa y Economía Institucional, 1999, 551-575.
- STUART, R.W., ABETTI, P.A. (1987), "Start-up Ventures: Towards the Predictions of Inicial Sucess", *Journal of Business Venturing*, Vol. 2, pp. 215-230.
- STUART, R.W; ABETTI, P.A. (1988), "Field Study on Technical Ventures- Part III", en B. KIRCHHOFF, W. LONG, W.E. MCMULLAN, K.H. VESPER y W. WETZEL, Jr. [ed.]: *Frontiers of Entrepreneurship Research*, pp. 177-194. Wellesley, MA: Center for Entrepreneurial Studies, Babson College.
- TOLEDANO, N. y URBANO, D. (2006), "La formación y la experiencia como condicionantes de la creación de empresas. Un estudio de casos" *Actas XVI Congreso Nacional ACEDE*, Valencia.

- URBANO, D. (2006), *La creación de empresas en Catalunya. Organismos de apoyo y actitudes hacia la actividad emprendedora*, Ed. Generalitat de Catalunya-CIDEM, Barcelona, 230 pp.
- URBANO, D., DIAZ, C. y VECIANA, J.M. (2004), "Marco institucional formal de la creación de empresas. Un estudio comparativo entre Extremadura y Catalunya". *XIV Congreso Nacional de ACEDE*, Murcia.
- VECIANA, J. M. (1988), "Empresari i procés de creació d'empreses". *Revista Econòmica de Catalunya*, n.º 8, mayo-agosto, pp. 53-67.
- VECIANA, J. M. (1989), "Características del empresario en España". *Papeles de Economía Española*, núm.39, 19-36.
- VECIANA, J. M. (1999), "Creación de empresas como programa de investigación científica". *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol.8, núm.3, 11-36.
- VECIANA, J.M. y URBANO, D. (2000), "La asignatura de Creación de Empresas en la Universidad española". Documento no publicado presentado en la II Reunión de Profesores de Creación de Empresas, ACEDE, Oviedo, Septiembre. 2000.
- VECIANA, J.M. y URBANO, D. (2004), "Actitudes de los estudiantes universitarios hacia la creación de empresas: un estudio empírico comparativo entre Catalunya y Puerto Rico" *El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I*, Universidad de Valencia, pp. 35-58.
- VELASCO, R., & SAIZ SANTOS, M. (2007). *Políticas de creación de empresas y su evaluación*. Madrid: Fundación Alternativas.



ANEXO I
Tablas complementarias
de
resultados

Tabla A 1. Deseabilidad de crear una empresa en el alumnado de la UCO

Deseabilidad de crear una empresa					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	1004	70,5	71,0	71,0
	No	411	28,9	29,0	100,0
	Total	1415	99,4	100,0	
Perdidos	Sistema	9	,6		
Total		1424	100,0		

Tabla A 2. Resulta ¿más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad que en el pasado?

Más facil o más difícil crear una empresa en la actualidad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Más fácil	202	14,2	14,3	14,3
	Más difícil	1214	85,3	85,7	100,0
	Total	1416	99,4	100,0	
Perdidos	Sistema	8	,6		
Total		1424	100,0		

Tabla A 3. Contrastes estadísticos del cruce de diversas variables con la variable “deseabilidad de emprender”

VARIABLES	n	TEST	GRADOS DE LIBERTAD	SIGNIFICAT. P=99%
Sexo*Deseabilidad	1396	Chi cuadr= 1,269	1	No
Edad*Deseabilidad	1394	Chi cuadr= 0,445	3	No
Experiencia prof* Deseabilidad	1386	Chi cuadr= 1,773	1	No
Profesión padre* Deseabilidad	1352	Chi cuadr= 6,514	6	No
Profesión de la madre* Deseabilidad	1368	Chi cuadr= 7,664	7	No
Familiares empresar.*Deseabilidad	687	Chi cuadr= 3,138	7	No
Centro estudios* Deseabilidad	1415	Chi cuadr= 33,76	10	Sí

Tabla A 4. Contrastes estadísticos del cruce de diversas variables con la variable “dificultad de emprender en la actualidad”.

VARIABLES	n	TEST	GRADOS DE LIBERTAD	SIGNIFICAT. P=99%
Sexo*Más fácil/difícil emprender	1397	Chi cuadr= 4,336	1	No (sí p =95%)
Edad* Más fácil/difícil emprender	1396	Chi cuadr= 5,028	3	No
Experiencia prof* Más fácil/difícil emprender	1388	Chi cuadr= 1,568	1	No
Profesión padre* Más fácil/difícil emprender	1352	Chi cuadr= 11,09	6	No
Profesión madre* Más fácil/difícil emprender	1369	Chi cuadr= 7,062	7	No
Familiares empresar.* Más fácil/difícil emprender	686	Chi cuadr= 5,290	7	No
Centro estudios* Más fácil/difícil emprender	1416	Chi cuadr= 23,68	10	Sí

Tabla A 5. Intención fundamentada de crear una empresa

Tabla de contingencia Intención fundamentada de crear una empresa * CENTRO_P

			CENTRO_P		Total
			ProCE	No ProCE	
Intención fundamentada de crear una empresa	No, nunca	Recuento	99	285	384
		% dentro de Intención fundamentada de crear una empresa	25,8%	74,2%	100,0%
		% del total	7,0%	20,1%	27,1%
	No, pero sí integración en empresa familiar	Recuento	23	29	52
		% dentro de Intención fundamentada de crear una empresa	44,2%	55,8%	100,0%
		% del total	1,6%	2,0%	3,7%
	Sí, vagamente	Recuento	268	395	663
		% dentro de Intención fundamentada de crear una empresa	40,4%	59,6%	100,0%
		% del total	18,9%	27,8%	46,7%
	Sí, seriamente	Recuento	95	126	221
		% dentro de Intención fundamentada de crear una empresa	43,0%	57,0%	100,0%
		% del total	6,7%	8,9%	15,6%
	Sí, tengo el firme propósito de crear una empresa	Recuento	40	25	65
		% dentro de Intención fundamentada de crear una empresa	61,5%	38,5%	100,0%
		% del total	2,8%	1,8%	4,6%
	Otros	Recuento	14	20	34
		% dentro de Intención fundamentada de crear una empresa	41,2%	58,8%	100,0%
		% del total	1,0%	1,4%	2,4%
Total	Recuento	539	880	1419	
	% dentro de Intención fundamentada de crear una empresa	38,0%	62,0%	100,0%	
	% del total	38,0%	62,0%	100,0%	

Tabla A 6. Previsión del tiempo vista para crear la empresa

Previsión del tiempo vista para crear la empresa					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En cuanto termine estudios	119	8,4	10,8	10,8
	En uno o dos años vista	50	3,5	4,5	15,3
	De tres a cinco años vista	103	7,2	9,4	24,7
	En más de cinco años vista	150	10,5	13,6	38,3
	No lo tengo decidido	598	42,0	54,3	92,6
	Otros	81	5,7	7,4	100,0
	Total	1101	77,3	100,0	
Perdidos	Sistema	323	22,7		
Total		1424	100,0		

Tabla A 7. Sexo * Deseabilidad de crear una empresa

Tabla de contingencia Sexo * Deseabilidad de crear una empresa

		Deseabilidad de crear una empresa		Total	
		Si	No		
Sexo	Masculino	Recuento	413	155	568
		% dentro de Sexo	72,7%	27,3%	100,0%
		% dentro de Deseabilidad de crear una empresa	41,6%	38,4%	40,7%
		% del total	29,6%	11,1%	40,7%
	Femenino	Recuento	579	249	828
		% dentro de Sexo	69,9%	30,1%	100,0%
		% dentro de Deseabilidad de crear una empresa	58,4%	61,6%	59,3%
	% del total	41,5%	17,8%	59,3%	
Total	Recuento	992	404	1396	
	% dentro de Sexo	71,1%	28,9%	100,0%	
	% dentro de Deseabilidad de crear una empresa	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	71,1%	28,9%	100,0%	

Tabla A 8. Sexo * Intención fundamentada de crear una empresa

Tabla de contingencia Sexo * Intención fundamentada de crear una empresa

			Intención fundamentada de crear una empresa					Total	
			No, nunca	No, pero sí integración en empresa familiar	Sí, vagamente	Sí, seriamente	Sí, tengo el firme propósito de crear una empresa		Otros
Sexo	Masculino	Recuento	130	16	275	107	33	12	573
		% dentro de Intención fundamentada de crear una empresa	34,4%	30,8%	42,2%	48,6%	50,8%	36,4%	40,9%
		% del total	9,3%	1,1%	19,6%	7,6%	2,4%	0,9%	40,9%
	Femenino	Recuento	248	36	377	113	32	21	827
		% dentro de Intención fundamentada de crear una empresa	65,6%	69,2%	57,8%	51,4%	49,2%	63,6%	59,1%
		% del total	17,7%	2,6%	26,9%	8,1%	2,3%	1,5%	59,1%
Total	Recuento	378	52	652	220	65	33	1400	
	% dentro de Intención fundamentada de crear una empresa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	27,0%	3,7%	46,6%	15,7%	4,6%	2,4%	100,0%	

Tabla A 9. Grupo edad * Deseabilidad de crear una empresa

Tabla de contingencia Edad de la persona encuestada * Deseabilidad de crear una empresa

		Deseabilidad de crear una empresa		Total	
		Si	No		
Edad de la persona encuestada	Menos de 20 años	Recuento	297	122	419
		% dentro de Edad de la persona encuestada	70,9%	29,1%	100,0%
		% dentro de Deseabilidad de crear una empresa	30,0%	30,2%	30,1%
		% del total	21,3%	8,8%	30,1%
	Entre 20 y 25 años	Recuento	618	254	872
		% dentro de Edad de la persona encuestada	70,9%	29,1%	100,0%
		% dentro de Deseabilidad de crear una empresa	62,4%	62,9%	62,6%
		% del total	44,3%	18,2%	62,6%
	Entre 26 y 35 años	Recuento	58	23	81
		% dentro de Edad de la persona encuestada	71,6%	28,4%	100,0%
		% dentro de Deseabilidad de crear una empresa	5,9%	5,7%	5,8%
		% del total	4,2%	1,6%	5,8%
	Más de 35 años	Recuento	17	5	22
		% dentro de Edad de la persona encuestada	77,3%	22,7%	100,0%
		% dentro de Deseabilidad de crear una empresa	1,7%	1,2%	1,6%
		% del total	1,2%	0,4%	1,6%
Total	Recuento	990	404	1394	
	% dentro de Edad de la persona encuestada	71,0%	29,0%	100,0%	
	% dentro de Deseabilidad de crear una empresa	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	71,0%	29,0%	100,0%	

Tabla A 10. Grupo edad * Intención fundamentada de crear una empresa

Tabla de contingencia Edad de la persona encuestada * Intención fundamentada de crear una empresa

			Intención fundamentada de crear una empresa						Total
			No, nunca	No, pero sí integración en empresa familiar	Sí, vagamente	Sí, seriamente	Sí, tengo el firme propósito de crear una empresa	Otros	
Edad de la persona encuestada	Menos de 20 años	Recuento	119	21	195	57	19	11	422
		% dentro de Edad de la persona encuestada	28,2%	5,0%	46,2%	13,5%	4,5%	2,6%	100,0%
		% del total	8,5%	1,5%	13,9%	4,1%	1,4%	0,8%	30,2%
	Entre 20 y 25 años	Recuento	233	29	413	141	40	18	874
		% dentro de Edad de la persona encuestada	26,7%	3,3%	47,3%	16,1%	4,6%	2,1%	100,0%
		% del total	16,7%	2,1%	29,5%	10,1%	2,9%	1,3%	62,5%
	Entre 26 y 35 años	Recuento	20	0	37	18	4	1	80
		% dentro de Edad de la persona encuestada	25,0%	0,0%	46,2%	22,5%	5,0%	1,2%	100,0%
		% del total	1,4%	0,0%	2,6%	1,3%	0,3%	0,1%	5,7%
	Más de 35 años	Recuento	5	2	8	2	2	3	22
		% dentro de Edad de la persona encuestada	22,7%	9,1%	36,4%	9,1%	9,1%	13,6%	100,0%
		% del total	0,4%	0,1%	0,6%	0,1%	0,1%	0,2%	1,6%
	Total	Recuento	377	52	653	218	65	33	1398
		% dentro de Edad de la persona encuestada	27,0%	3,7%	46,7%	15,6%	4,6%	2,4%	100,0%
		% del total	27,0%	3,7%	46,7%	15,6%	4,6%	2,4%	100,0%

Tabla A 11. Grupo edad * Previsión del tiempo vista para crear la empresa

Tabla de contingencia Edad de la persona encuestada * Previsión del tiempo vista para crear la empresa

		Previsión del tiempo vista para crear la empresa						Total	
		En cuanto termine estudios	En uno o dos años vista	De tres a cinco años vista	En más de cinco años vista	No lo tengo decidido	Otros		
Edad de la persona encuestada	Menos de 20 años	Recuento	53	6	18	37	181	23	318
		% dentro de Edad de la persona encuestada	16,7%	1,9%	5,7%	11,6%	56,9%	7,2%	100,0%
		% dentro de Previsión del tiempo vista para crear la empresa	44,5%	12,2%	17,5%	25,0%	30,9%	28,4%	29,3%
		% del total	4,9%	0,6%	1,7%	3,4%	16,7%	2,1%	29,3%
	Entre 20 y 25 años	Recuento	56	33	73	101	371	50	684
		% dentro de Edad de la persona encuestada	8,2%	4,8%	10,7%	14,8%	54,2%	7,3%	100,0%
		% dentro de Previsión del tiempo vista para crear la empresa	47,1%	67,3%	70,9%	68,2%	63,3%	61,7%	63,0%
		% del total	5,2%	3,0%	6,7%	9,3%	34,2%	4,6%	63,0%
	Entre 26 y 35 años	Recuento	6	8	9	10	30	6	69
		% dentro de Edad de la persona encuestada	8,7%	11,6%	13,0%	14,5%	43,5%	8,7%	100,0%
		% dentro de Previsión del tiempo vista para crear la empresa	5,0%	16,3%	8,7%	6,8%	5,1%	7,4%	6,4%
		% del total	0,6%	0,7%	0,8%	0,9%	2,8%	0,6%	6,4%
Más de 35 años	Recuento	4	2	3	0	4	2	15	
	% dentro de Edad de la persona encuestada	26,7%	13,3%	20,0%	0,0%	26,7%	13,3%	100,0%	
	% dentro de Previsión del tiempo vista para crear la empresa	3,4%	4,1%	2,9%	0,0%	0,7%	2,5%	1,4%	
	% del total	0,4%	0,2%	0,3%	0,0%	0,4%	0,2%	1,4%	
Total	Recuento	119	49	103	148	586	81	1086	
	% dentro de Edad de la persona encuestada	11,0%	4,5%	9,5%	13,6%	54,0%	7,5%	100,0%	
	% dentro de Previsión del tiempo vista para crear la empresa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	11,0%	4,5%	9,5%	13,6%	54,0%	7,5%	100,0%	

Tabla A 12. Empresarios en la familia * Deseabilidad de crear una empresa

Tabla de contingencia Empresarios en la familia * Deseabilidad de crear una empresa

			Deseabilidad de crear una empresa		Total
			Si	No	
Empresarios en la familia	Sí	Recuento	505	162	667
		% dentro de Empresarios en la familia	75,7%	24,3%	100,0%
		% del total	36,9%	11,8%	48,7%
	No	Recuento	451	233	684
		% dentro de Empresarios en la familia	65,9%	34,1%	100,0%
		% del total	32,9%	17,0%	50,0%
	3	Recuento	1	0	1
		% dentro de Empresarios en la familia	100,0%	0,0%	100,0%
		% del total	0,1%	0,0%	0,1%
	5	Recuento	5	2	7
		% dentro de Empresarios en la familia	71,4%	28,6%	100,0%
		% del total	0,4%	0,1%	0,5%
	6	Recuento	3	0	3
		% dentro de Empresarios en la familia	100,0%	0,0%	100,0%
		% del total	0,2%	0,0%	0,2%
	7	Recuento	5	1	6
		% dentro de Empresarios en la familia	83,3%	16,7%	100,0%
		% del total	0,4%	0,1%	0,4%
	8	Recuento	1	0	1
		% dentro de Empresarios en la familia	100,0%	0,0%	100,0%
		% del total	0,1%	0,0%	0,1%
Total	Recuento	971	398	1369	
	% dentro de Empresarios en la familia	70,9%	29,1%	100,0%	
	% del total	70,9%	29,1%	100,0%	

Tabla A 13. Empresarios en la familia * Intención fundamentada de crear una empresa

Tabla de contingencia Empresarios en la familia * Intención fundamentada de crear una empresa

		Intención fundamentada de crear una empresa						Total	
		No, nunca	No, pero sí integración en empresa familiar	Sí, vagamente	Sí, seriamente	Sí, tengo el firme propósito de crear una empresa	Otros		
Empresarios en la familia	Sí	Recuento	133	38	309	125	46	19	670
		% dentro de Empresarios en la familia	19,9%	5,7%	46,1%	18,7%	6,9%	2,8%	100,0%
		% dentro de Intención fundamentada de crear una empresa	35,9%	73,1%	48,4%	57,9%	70,8%	61,3%	48,8%
		% del total	9,7%	2,8%	22,5%	9,1%	3,4%	1,4%	48,8%
	No	Recuento	233	14	326	83	18	11	685
		% dentro de Empresarios en la familia	34,0%	2,0%	47,6%	12,1%	2,6%	1,6%	100,0%
		% dentro de Intención fundamentada de crear una empresa	63,0%	26,9%	51,0%	38,4%	27,7%	35,5%	49,9%
		% del total	17,0%	1,0%	23,7%	6,0%	1,3%	0,8%	49,9%
	3	Recuento	0	0	0	1	0	0	1
		% dentro de Empresarios en la familia	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		% dentro de Intención fundamentada de crear una empresa	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,1%
		% del total	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%
	5	Recuento	2	0	2	2	1	0	7
		% dentro de Empresarios en la familia	28,6%	0,0%	28,6%	28,6%	14,3%	0,0%	100,0%
		% dentro de Intención fundamentada de crear una empresa	0,5%	0,0%	0,3%	0,9%	1,5%	0,0%	0,5%
		% del total	0,1%	0,0%	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,5%
	6	Recuento	1	0	1	0	0	1	3
		% dentro de Empresarios en la familia	33,3%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	33,3%	100,0%
		% dentro de Intención fundamentada de crear una empresa	0,3%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	3,2%	0,2%
		% del total	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%	0,2%
7	Recuento	1	0	1	4	0	0	6	
	% dentro de Empresarios en la familia	16,7%	0,0%	16,7%	66,7%	0,0%	0,0%	100,0%	
	% dentro de Intención fundamentada de crear una empresa	0,3%	0,0%	0,2%	1,9%	0,0%	0,0%	0,4%	
	% del total	0,1%	0,0%	0,1%	0,3%	0,0%	0,0%	0,4%	
8	Recuento	0	0	0	1	0	0	1	
	% dentro de Empresarios en la familia	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
	% dentro de Intención fundamentada de crear una empresa	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,1%	
	% del total	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%	
Total	Recuento	370	52	639	216	65	31	1373	
	% dentro de Empresarios en la familia	26,9%	3,8%	46,5%	15,7%	4,7%	2,3%	100,0%	
	% dentro de Intención fundamentada de crear una empresa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	26,9%	3,8%	46,5%	15,7%	4,7%	2,3%	100,0%	

Tabla A 14. Empresarios en la familia * Previsión del tiempo vista para crear la empresa

Tabla de contingencia Empresarios en la familia * Previsión del tiempo vista para crear la empresa

		Previsión del tiempo vista para crear la empresa						Total	
		En cuanto termine estudios	En uno o dos años vista	De tres a cinco años vista	En más de cinco años vista	No lo tengo decidido	Otros		
Empresarios en la familia	Recuento	67	25	55	69	301	35	552	
	% dentro de Empresarios en la familia	12,1%	4,5%	10,0%	12,5%	54,5%	6,3%	100,0%	
	Sí	% dentro de Previsión del tiempo vista para crear la empresa	58,3%	51,0%	54,5%	46,6%	52,5%	44,9%	51,9%
	% del total	6,3%	2,3%	5,2%	6,5%	28,3%	3,3%	51,9%	
	Recuento	47	24	44	76	262	43	496	
	% dentro de Empresarios en la familia	9,5%	4,8%	8,9%	15,3%	52,8%	8,7%	100,0%	
	No	% dentro de Previsión del tiempo vista para crear la empresa	40,9%	49,0%	43,6%	51,4%	45,7%	55,1%	46,6%
	% del total	4,4%	2,3%	4,1%	7,1%	24,6%	4,0%	46,6%	
	Recuento	0	0	0	0	1	0	1	
	% dentro de Empresarios en la familia	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%	
	3	% dentro de Previsión del tiempo vista para crear la empresa	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,1%
	% del total	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%	
	Recuento	1	0	0	1	4	0	6	
	% dentro de Empresarios en la familia	16,7%	0,0%	0,0%	16,7%	66,7%	0,0%	100,0%	
	5	% dentro de Previsión del tiempo vista para crear la empresa	0,9%	0,0%	0,0%	0,7%	0,7%	0,0%	0,6%
	% del total	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%	0,4%	0,0%	0,6%	
	Recuento	0	0	0	1	2	0	3	
	% dentro de Empresarios en la familia	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	66,7%	0,0%	100,0%	
	6	% dentro de Previsión del tiempo vista para crear la empresa	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	0,3%	0,0%	0,3%
	% del total	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,2%	0,0%	0,3%	
	Recuento	0	0	2	1	2	0	5	
	% dentro de Empresarios en la familia	0,0%	0,0%	40,0%	20,0%	40,0%	0,0%	100,0%	
	7	% dentro de Previsión del tiempo vista para crear la empresa	0,0%	0,0%	2,0%	0,7%	0,3%	0,0%	0,5%
	% del total	0,0%	0,0%	0,2%	0,1%	0,2%	0,0%	0,5%	
	Recuento	0	0	0	0	1	0	1	
	% dentro de Empresarios en la familia	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%	
	8	% dentro de Previsión del tiempo vista para crear la empresa	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,1%
	% del total	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%	
Total	Recuento	115	49	101	148	573	78	1064	
% dentro de Empresarios en la familia	10,8%	4,6%	9,5%	13,9%	53,9%	7,3%	100,0%		
% dentro de Previsión del tiempo vista para crear la empresa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
% del total	10,8%	4,6%	9,5%	13,9%	53,9%	7,3%	100,0%		

Tabla A 15. Profesión del padre * Deseabilidad de crear una empresa

Tabla de contingencia Profesión del padre * Deseabilidad de crear una empresa

		Deseabilidad de crear una empresa		Total	
		Si	No		
Profesión del padre	Profesión liberal	Recuento	78	37	115
		% dentro de Profesión del padre	67,8%	32,2%	100,0%
		% dentro de Deseabilidad de crear una empresa	8,1%	9,4%	8,5%
		% del total	5,8%	2,7%	8,5%
	Empresario	Recuento	146	49	195
		% dentro de Profesión del padre	74,9%	25,1%	100,0%
		% dentro de Deseabilidad de crear una empresa	15,2%	12,5%	14,4%
		% del total	10,8%	3,6%	14,4%
	Directivo de empresa	Recuento	36	9	45
		% dentro de Profesión del padre	80,0%	20,0%	100,0%
		% dentro de Deseabilidad de crear una empresa	3,8%	2,3%	3,3%
		% del total	2,7%	0,7%	3,3%
	Obrero	Recuento	153	69	222
		% dentro de Profesión del padre	68,9%	31,1%	100,0%
		% dentro de Deseabilidad de crear una empresa	16,0%	17,6%	16,4%
		% del total	11,3%	5,1%	16,4%
	Empleado Administrativo	Recuento	66	28	94
		% dentro de Profesión del padre	70,2%	29,8%	100,0%
		% dentro de Deseabilidad de crear una empresa	6,9%	7,1%	7,0%
		% del total	4,9%	2,1%	7,0%
	Funcionario	Recuento	233	110	343
		% dentro de Profesión del padre	67,9%	32,1%	100,0%
		% dentro de Deseabilidad de crear una empresa	24,3%	28,0%	25,4%
		% del total	17,2%	8,1%	25,4%
	Otra	Recuento	247	91	338
		% dentro de Profesión del padre	73,1%	26,9%	100,0%
		% dentro de Deseabilidad de crear una empresa	25,8%	23,2%	25,0%
		% del total	18,3%	6,7%	25,0%
Total	Recuento	959	393	1352	
	% dentro de Profesión del padre	70,9%	29,1%	100,0%	
	% dentro de Deseabilidad de crear una empresa	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	70,9%	29,1%	100,0%	

Tabla A 16. Profesión de la madre * Deseabilidad de crear una empresa

Tabla de contingencia Profesión de la madre * Deseabilidad de crear una empresa

		Deseabilidad de crear una empresa		Total Si	
		Si	No		
Profesión de la madre	Profesión liberal	Recuento	83	49	132
		% de Profesión de la madre	62,9%	37,1%	100,0%
		% de Deseabilidad de crear una empresa	8,5%	12,5%	9,6%
		% del total	6,1%	3,6%	9,6%
	Empresaria	Recuento	62	18	80
		% de Profesión de la madre	77,5%	22,5%	100,0%
		% de Deseabilidad de crear una empresa	6,4%	4,6%	5,8%
		% del total	4,5%	1,3%	5,8%
	Directiva de empresa	Recuento	13	3	16
		% de Profesión de la madre	81,3%	18,8%	100,0%
		% de Deseabilidad de crear una empresa	1,3%	,8%	1,2%
	Obrera	Recuento	56	24	80
		% de Profesión de la madre	70,0%	30,0%	100,0%
		% de Deseabilidad de crear una empresa	5,7%	6,1%	5,8%
	Empleada Administrativa	Recuento	73	26	99
		% de Profesión de la madre	73,7%	26,3%	100,0%
		% de Deseabilidad de crear una empresa	7,5%	6,6%	7,2%
	Funcionaria	Recuento	185	75	260
		% de Profesión de la madre	71,2%	28,8%	100,0%
		% de Deseabilidad de crear una empresa	19,0%	19,1%	19,0%
Otra	Recuento	502	198	700	
	% de Profesión de la madre	71,7%	28,3%	100,0%	
	% de Deseabilidad de crear una empresa	51,5%	50,4%	51,2%	
73	Recuento	1	0	1	
	% de Profesión de la madre	100,0%	,0%	100,0%	
	% de Deseabilidad de crear una empresa	,1%	,0%	,1%	
Total	Recuento	975	393	1368	
	% de Profesión de la madre	71,3%	28,7%	100,0%	
	% de Deseabilidad de crear una empresa	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	71,3%	28,7%	100,0%	

Tabla A 17. Profesión del Padre* Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad

Tabla de contingencia Profesión del padre * Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad

			Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad		Total
			Más fácil	Más difícil	
Profesión del padre	Profesión liberal	Recuento	19	95	114
		% dentro de Profesión del padre	16,7%	83,3%	100,0%
		% dentro de Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad	9,7%	8,2%	8,4%
		% del total	1,4%	7,0%	8,4%
	Empresario	Recuento	35	158	193
		% dentro de Profesión del padre	18,1%	81,9%	100,0%
		% dentro de Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad	17,9%	13,7%	14,3%
		% del total	2,6%	11,7%	14,3%
	Directivo de empresa	Recuento	12	33	45
		% dentro de Profesión del padre	26,7%	73,3%	100,0%
		% dentro de Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad	6,2%	2,9%	3,3%
		% del total	0,9%	2,4%	3,3%
	Obrero	Recuento	26	199	225
		% dentro de Profesión del padre	11,6%	88,4%	100,0%
		% dentro de Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad	13,3%	17,2%	16,6%
		% del total	1,9%	14,7%	16,6%
	Empleado Administrativo	Recuento	13	79	92
		% dentro de Profesión del padre	14,1%	85,9%	100,0%
		% dentro de Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad	6,7%	6,8%	6,8%
		% del total	1,0%	5,8%	6,8%
	Funcionario	Recuento	49	295	344
		% dentro de Profesión del padre	14,2%	85,8%	100,0%
		% dentro de Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad	25,1%	25,5%	25,4%
		% del total	3,6%	21,8%	25,4%
	Otra	Recuento	41	298	339
		% dentro de Profesión del padre	12,1%	87,9%	100,0%
		% dentro de Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad	21,0%	25,8%	25,1%
		% del total	3,0%	22,0%	25,1%
Total	Recuento	195	1157	1352	
	% dentro de Profesión del padre	14,4%	85,6%	100,0%	
	% dentro de Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	14,4%	85,6%	100,0%	

Tabla A 17 Bis. Profesión de la madre * Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad

Tabla de contingencia Profesión de la madre * Más facil o más difícil crear una empresa en la actualidad

		Más facil o más difícil crear una empresa en la actualidad		Total	
		Más fácil	Más difícil		
Profesión de la madre	Profesión liberal	Recuento	25	108	133
		% dentro de Profesión de la madre	18,8%	81,2%	100,0%
		% dentro de Más facil o más difícil crear una empresa en la actualidad	12,6%	9,2%	9,7%
		% del total	1,8%	7,9%	9,7%
	Empresaria	Recuento	14	64	78
		% dentro de Profesión de la madre	17,9%	82,1%	100,0%
		% dentro de Más facil o más difícil crear una empresa en la actualidad	7,1%	5,5%	5,7%
		% del total	1,0%	4,7%	5,7%
	Directiva de empresa	Recuento	1	15	16
		% dentro de Profesión de la madre	6,2%	93,8%	100,0%
		% dentro de Más facil o más difícil crear una empresa en la actualidad	0,5%	1,3%	1,2%
		% del total	0,1%	1,1%	1,2%
	Obrera	Recuento	15	64	79
		% dentro de Profesión de la madre	19,0%	81,0%	100,0%
		% dentro de Más facil o más difícil crear una empresa en la actualidad	7,6%	5,5%	5,8%
		% del total	1,1%	4,7%	5,8%
	Empleada Administrativa	Recuento	12	87	99
		% dentro de Profesión de la madre	12,1%	87,9%	100,0%
		% dentro de Más facil o más difícil crear una empresa en la actualidad	6,1%	7,4%	7,2%
		% del total	0,9%	6,4%	7,2%
	Funcionaria	Recuento	40	220	260
		% dentro de Profesión de la madre	15,4%	84,6%	100,0%
		% dentro de Más facil o más difícil crear una empresa en la actualidad	20,2%	18,8%	19,0%
		% del total	2,9%	16,1%	19,0%
	Otra	Recuento	91	612	703
		% dentro de Profesión de la madre	12,9%	87,1%	100,0%
		% dentro de Más facil o más difícil crear una empresa en la actualidad	46,0%	52,3%	51,4%
		% del total	6,6%	44,7%	51,4%
73	Recuento	0	1	1	
	% dentro de Profesión de la madre	0,0%	100,0%	100,0%	
	% dentro de Más facil o más difícil crear una empresa en la actualidad	0,0%	0,1%	0,1%	
	% del total	0,0%	0,1%	0,1%	
Total	Recuento	198	1171	1369	
	% dentro de Profesión de la madre	14,5%	85,5%	100,0%	
	% dentro de Más facil o más difícil crear una empresa en la actualidad	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	14,5%	85,5%	100,0%	

Tabla A 18. Profesión del padre * Intención fundamentada de crear una empresa

Tabla de contingencia Profesión del padre * Intención fundamentada de crear una empresa

		Intención fundamentada de crear una empresa						Total	
		No, nunca	No, pero sí integración en empresa familiar	Sí, vagamente	Sí, seriamente	Sí, tengo el firme propósito de crear una empresa	Otros		
Profesión del padre	Profesión liberal	Recuento	39	3	53	12	4	4	115
		% dentro de Profesión del padre	33,9%	2,6%	46,1%	10,4%	3,5%	3,5%	100,0%
		% dentro de Intención fundamentada de crear una empresa	10,5%	5,9%	8,4%	5,7%	6,5%	13,8%	8,5%
		% del total	2,9%	0,2%	3,9%	0,9%	0,3%	0,3%	8,5%
	Empresario	Recuento	30	20	82	36	17	8	193
		% dentro de Profesión del padre	15,5%	10,4%	42,5%	18,7%	8,8%	4,1%	100,0%
		% dentro de Intención fundamentada de crear una empresa	8,1%	39,2%	13,0%	17,1%	27,4%	27,6%	14,2%
		% del total	2,2%	1,5%	6,1%	2,7%	1,3%	0,6%	14,2%
	Directivo de empresa	Recuento	10	5	19	8	3	0	45
		% dentro de Profesión del padre	22,2%	11,1%	42,2%	17,8%	6,7%	0,0%	100,0%
		% dentro de Intención fundamentada de crear una empresa	2,7%	9,8%	3,0%	3,8%	4,8%	0,0%	3,3%
		% del total	0,7%	0,4%	1,4%	0,6%	0,2%	0,0%	3,3%
	Obrero	Recuento	76	6	93	40	9	0	224
		% dentro de Profesión del padre	33,9%	2,7%	41,5%	17,9%	4,0%	0,0%	100,0%
		% dentro de Intención fundamentada de crear una empresa	20,5%	11,8%	14,7%	19,0%	14,5%	0,0%	16,5%
		% del total	5,6%	0,4%	6,9%	3,0%	0,7%	0,0%	16,5%
	Empleado Administrativo	Recuento	28	3	41	14	5	3	94
		% dentro de Profesión del padre	29,8%	3,2%	43,6%	14,9%	5,3%	3,2%	100,0%
		% dentro de Intención fundamentada de crear una empresa	7,6%	5,9%	6,5%	6,6%	8,1%	10,3%	6,9%
		% del total	2,1%	0,2%	3,0%	1,0%	0,4%	0,2%	6,9%
Funcionario	Recuento	104	7	156	52	15	10	344	
	% dentro de Profesión del padre	30,2%	2,0%	45,3%	15,1%	4,4%	2,9%	100,0%	
	% dentro de Intención fundamentada de crear una empresa	28,1%	13,7%	24,7%	24,6%	24,2%	34,5%	25,4%	
	% del total	7,7%	0,5%	11,5%	3,8%	1,1%	0,7%	25,4%	
Otra	Recuento	83	7	188	49	9	4	340	
	% dentro de Profesión del padre	24,4%	2,1%	55,3%	14,4%	2,6%	1,2%	100,0%	
	% dentro de Intención fundamentada de crear una empresa	22,4%	13,7%	29,7%	23,2%	14,5%	13,8%	25,1%	
	% del total	6,1%	0,5%	13,9%	3,6%	0,7%	0,3%	25,1%	
Total	Recuento	370	51	632	211	62	29	1355	
	% dentro de Profesión del padre	27,3%	3,8%	46,6%	15,6%	4,6%	2,1%	100,0%	
	% dentro de Intención fundamentada de crear una empresa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	27,3%	3,8%	46,6%	15,6%	4,6%	2,1%	100,0%	

Tabla A 19. Profesión de la madre * Intención fundamentada de crear empresa

Tabla de contingencia Profesión de la madre * Intención fundamentada de crear una empresa

		Intención fundamentada de crear una empresa							Total No, nunca
		No, nunca	No, pero sí integración en empresa familiar	Sí, vagamente	Sí, seriamente	Sí, tengo el firme propósito de crear una empresa	Otros		
Profesión de la madre	Profesión liberal	Recuento	44	6	58	22	0	3	133
		% de Profesión de la madre	33,1%	4,5%	43,6%	16,5%	,0%	2,3%	100,0%
		% de Intención fundamentada de crear una empresa	11,9%	11,8%	9,1%	10,2%	,0%	9,7%	9,7%
		% del total	3,2%	,4%	4,2%	1,6%	,0%	,2%	9,7%
	Empresaria	Recuento	14	8	29	17	8	4	80
		% de Profesión de la madre	17,5%	10,0%	36,3%	21,3%	10,0%	5,0%	100,0%
		% de Intención fundamentada de crear una empresa	3,8%	15,7%	4,5%	7,9%	12,5%	12,9%	5,8%
		% del total	1,0%	,6%	2,1%	1,2%	,6%	,3%	5,8%
	Directiva de empresa	Recuento	3	1	6	4	1	1	16
		% de Profesión de la madre	18,8%	6,3%	37,5%	25,0%	6,3%	6,3%	100,0%
		% de Intención fundamentada de crear una empresa	,8%	2,0%	,9%	1,9%	1,6%	3,2%	1,2%
		% del total	,2%	,1%	,4%	,3%	,1%	,1%	1,2%
	Obrera	Recuento	21	2	41	9	3	2	78
		% de Profesión de la madre	26,9%	2,6%	52,6%	11,5%	3,8%	2,6%	100,0%
		% de Intención fundamentada de crear una empresa	5,7%	3,9%	6,4%	4,2%	4,7%	6,5%	5,7%
		% del total	1,5%	,1%	3,0%	,7%	,2%	,1%	5,7%
	Empleada Administrativa	Recuento	29	0	46	20	3	1	99
		% de Profesión de la madre	29,3%	,0%	46,5%	20,2%	3,0%	1,0%	100,0%
		% de Intención fundamentada de crear una empresa	7,8%	,0%	7,2%	9,3%	4,7%	3,2%	7,2%
		% del total	2,1%	,0%	3,4%	1,5%	,2%	,1%	7,2%
Funcionaria	Recuento	84	9	120	31	11	5	260	
	% de Profesión de la madre	32,3%	3,5%	46,2%	11,9%	4,2%	1,9%	100,0%	
	% de Intención fundamentada de crear una empresa	22,6%	17,6%	18,8%	14,4%	17,2%	16,1%	19,0%	
	% del total	6,1%	,7%	8,7%	2,3%	,8%	,4%	19,0%	
Otra	Recuento	176	25	338	113	38	15	705	
	% de Profesión de la madre	25,0%	3,5%	47,9%	16,0%	5,4%	2,1%	100,0%	
	% de Intención fundamentada de crear una empresa	47,4%	49,0%	52,9%	52,3%	59,4%	48,4%	51,4%	
	% del total	12,8%	1,8%	24,6%	8,2%	2,8%	1,1%	51,4%	
73	Recuento	0	0	1	0	0	0	1	
	% de Profesión de la madre	,0%	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%	
	% de Intención fundamentada de crear una empresa	,0%	,0%	,2%	,0%	,0%	,0%	,1%	
	% del total	,0%	,0%	,1%	,0%	,0%	,0%	,1%	
Total	Recuento	371	51	639	216	64	31	1372	
	% de Profesión de la madre	27,0%	3,7%	46,6%	15,7%	4,7%	2,3%	100,0%	
	% de Intención fundamentada de crear una empresa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	27,0%	3,7%	46,6%	15,7%	4,7%	2,3%	100,0%	

Tabla A 20. Profesión del padre * Previsión del tiempo vista para crear la empresa

Tabla de contingencia Profesión del padre * Previsión del tiempo vista para crear la empresa

			Previsión del tiempo vista para crear la empresa					Total	
			En cuanto termine estudios	En uno o dos años vista	De tres a cinco años vista	En más de cinco años vista	No lo tengo decidido		Otros
Profesión del padre	Profesión liberal	Recuento	11	4	7	13	43	6	84
		% dentro de Profesión del padre	13,1%	4,8%	8,3%	15,5%	51,2%	7,1%	100,0%
		% dentro de Previsión del tiempo vista para crear la empresa	9,3%	8,5%	6,9%	9,2%	7,6%	7,9%	8,0%
		% del total	1,0%	0,4%	0,7%	1,2%	4,1%	0,6%	8,0%
	Empresario	Recuento	27	7	16	18	89	10	167
		% dentro de Profesión del padre	16,2%	4,2%	9,6%	10,8%	53,3%	6,0%	100,0%
		% dentro de Previsión del tiempo vista para crear la empresa	22,9%	14,9%	15,8%	12,7%	15,8%	13,2%	15,9%
		% del total	2,6%	0,7%	1,5%	1,7%	8,5%	1,0%	15,9%
	Directivo de empresa	Recuento	5	1	5	8	16	2	37
		% dentro de Profesión del padre	13,5%	2,7%	13,5%	21,6%	43,2%	5,4%	100,0%
		% dentro de Previsión del tiempo vista para crear la empresa	4,2%	2,1%	5,0%	5,6%	2,8%	2,6%	3,5%
		% del total	0,5%	0,1%	0,5%	0,8%	1,5%	0,2%	3,5%
	Obrero	Recuento	19	10	16	25	85	10	165
		% dentro de Profesión del padre	11,5%	6,1%	9,7%	15,2%	51,5%	6,1%	100,0%
		% dentro de Previsión del tiempo vista para crear la empresa	16,1%	21,3%	15,8%	17,6%	15,0%	13,2%	15,7%
		% del total	1,8%	1,0%	1,5%	2,4%	8,1%	1,0%	15,7%
	Empleado Administrativo	Recuento	4	4	8	11	42	1	70
		% dentro de Profesión del padre	5,7%	5,7%	11,4%	15,7%	60,0%	1,4%	100,0%
		% dentro de Previsión del tiempo vista para crear la empresa	3,4%	8,5%	7,9%	7,7%	7,4%	1,3%	6,7%
		% del total	0,4%	0,4%	0,8%	1,0%	4,0%	0,1%	6,7%
	Funcionario	Recuento	28	12	20	35	143	18	256
		% dentro de Profesión del padre	10,9%	4,7%	7,8%	13,7%	55,9%	7,0%	100,0%
		% dentro de Previsión del tiempo vista para crear la empresa	23,7%	25,5%	19,8%	24,6%	25,3%	23,7%	24,4%
		% del total	2,7%	1,1%	1,9%	3,3%	13,6%	1,7%	24,4%
Otra	Recuento	24	9	29	32	147	29	270	
	% dentro de Profesión del padre	8,9%	3,3%	10,7%	11,9%	54,4%	10,7%	100,0%	
	% dentro de Previsión del tiempo vista para crear la empresa	20,3%	19,1%	28,7%	22,5%	26,0%	38,2%	25,7%	
	% del total	2,3%	0,9%	2,8%	3,1%	14,0%	2,8%	25,7%	
Total	Recuento	118	47	101	142	565	76	1049	
	% dentro de Profesión del padre	11,2%	4,5%	9,6%	13,5%	53,9%	7,2%	100,0%	
	% dentro de Previsión del tiempo vista para crear la empresa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	11,2%	4,5%	9,6%	13,5%	53,9%	7,2%	100,0%	

Tabla A 21. Experiencia Profesional * Deseabilidad de crear una empresa

Tabla de contingencia Experiencia Profesional * Deseabilidad de crear una empresa

			Deseabilidad de crear una empresa		Total Sí
			Sí	No	
Experiencia Profesional	Sí	Recuento	313	112	425
		% de Experiencia Profesional	73,6%	26,4%	100,0%
		% de Deseabilidad de crear una empresa	31,7%	28,1%	30,7%
		% del total	22,6%	8,1%	30,7%
	No	Recuento	674	287	961
		% de Experiencia Profesional	70,1%	29,9%	100,0%
		% de Deseabilidad de crear una empresa	68,3%	71,9%	69,3%
		% del total	48,6%	20,7%	69,3%
Total	Recuento	987	399	1386	
	% de Experiencia Profesional	71,2%	28,8%	100,0%	
	% de Deseabilidad de crear una empresa	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	71,2%	28,8%	100,0%	

Tabla A 22. Experiencia Profesional * ¿Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad?

Tabla de contingencia Experiencia Profesional * Más facil o más difícil crear una empresa en la actualidad

			Más facil o más difícil crear una empresa en la actualidad		Total Más fácil
			Más fácil	Más difícil	
Experiencia Profesional	Sí	Recuento	68	356	424
		% de Experiencia Profesional	16,0%	84,0%	100,0%
		% de Más facil o más difícil crear una empresa en la actualidad	34,3%	29,9%	30,5%
		% del total	4,9%	25,6%	30,5%
	No	Recuento	130	834	964
		% de Experiencia Profesional	13,5%	86,5%	100,0%
		% de Más facil o más difícil crear una empresa en la actualidad	65,7%	70,1%	69,5%
		% del total	9,4%	60,1%	69,5%
Total	Recuento	198	1190	1388	
	% de Experiencia Profesional	14,3%	85,7%	100,0%	
	% de Más facil o más difícil crear una empresa en la actualidad	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	14,3%	85,7%	100,0%	

Tabla A 23. Experiencia Profesional * Intención fundamentada de crear una empresa

Tabla de contingencia Experiencia Profesional * Intención fundamentada de crear una empresa

			Intención fundamentada de crear una empresa					Total No, nunca	
			No, nunca	No, pero sí integración en empresa familiar	Sí, vagamente	Sí, seriamente	Sí, tengo el firme propósito de crear una empresa		Otros
Experiencia Profesional	Sí	Recuento	84	20	187	93	30	11	425
		% de Experiencia Profesional	19,8%	4,7%	44,0%	21,9%	7,1%	2,6%	100,0%
		% de Intención fundamentada de crear una empresa	22,5%	38,5%	28,7%	42,9%	46,2%	35,5%	30,6%
		% del total	6,0%	1,4%	13,5%	6,7%	2,2%	,8%	30,6%
	No	Recuento	290	32	464	124	35	20	965
		% de Experiencia Profesional	30,1%	3,3%	48,1%	12,8%	3,6%	2,1%	100,0%
		% de Intención fundamentada de crear una empresa	77,5%	61,5%	71,3%	57,1%	53,8%	64,5%	69,4%
		% del total	20,9%	2,3%	33,4%	8,9%	2,5%	1,4%	69,4%
Total	Recuento	374	52	651	217	65	31	1390	
	% de Experiencia Profesional	26,9%	3,7%	46,8%	15,6%	4,7%	2,2%	100,0%	
	% de Intención fundamentada de crear una empresa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	26,9%	3,7%	46,8%	15,6%	4,7%	2,2%	100,0%	

Tabla A 24. Contrastes estadísticos del cruce de diversas variables con la variable de “declaración de intención de emprender”

VARIABLES	n	TEST	GRADOS DE LIBERTAD	SIGNIFICAT. P=95%
Sexo*Intención de emprender	1400	Chi cuadr= 17,616	5	Sí
Edad*Intención de emprender	1398	Chi cuadr= 26,049	15	Sí
Experiencia prof* Intención	1390	Chi cuadr= 37,381	5	Sí
Profesión padre* Intención	1355	Chi cuadr= 90,23	30	Sí
Profesión madre* Intención	1372	Chi cuadr= 50,813	35	Sí
Familiares empresar.*Intención	690	Chi cuadr= 47,516	35	No
Centro estudios* Intención	1419	Chi cuadr=150,744	50	Sí

Tabla A 25 .Valoración Profesión empresario * Deseabilidad de crear una empresa

Tabla de contingencia Valoración Profesión 8 * Deseabilidad de crear una empresa

		Deseabilidad de crear una empresa		Total	
		Si	No		
Valoración Profesión 8	1	Recuento	52	25	77
		% dentro de Valoración Profesión 8	67,5%	32,5%	100,0%
		% del total	3,8%	1,8%	5,6%
	2	Recuento	95	49	144
		% dentro de Valoración Profesión 8	66,0%	34,0%	100,0%
		% del total	6,9%	3,6%	10,5%
	3	Recuento	202	73	275
		% dentro de Valoración Profesión 8	73,5%	26,5%	100,0%
		% del total	14,8%	5,3%	20,1%
	4	Recuento	255	94	349
		% dentro de Valoración Profesión 8	73,1%	26,9%	100,0%
		% del total	18,7%	6,9%	25,5%
	5	Recuento	212	89	301
		% dentro de Valoración Profesión 8	70,4%	29,6%	100,0%
		% del total	15,5%	6,5%	22,0%
	6	Recuento	109	51	160
		% dentro de Valoración Profesión 8	68,1%	31,9%	100,0%
		% del total	8,0%	3,7%	11,7%
	7	Recuento	45	16	61
		% dentro de Valoración Profesión 8	73,8%	26,2%	100,0%
		% del total	3,3%	1,2%	4,5%
Total	Recuento	970	397	1367	
	% dentro de Valoración Profesión 8	71,0%	29,0%	100,0%	
	% del total	71,0%	29,0%	100,0%	

Tabla A 26. Contrastes estadísticos del cruce de diversas variables con la variable "valoración de la profesión de empresario".

VARIABLES	n	TEST	GRADOS DE LIBERTAD	SIGNIFICAT. P=99%
Sexo* Valoración profesión empresario	1089	Chi cuadr= 19,49	3	Sí
Edad* Valoración profesión empresario	1087	Chi cuadr= 12,065	9	No
Experiencia prof* Valoración profesión empresario	1081	Chi cuadr= 10,293	3	No (sí p=0,95)
Profesión padre* Valoración profesión empresario	1056	Chi cuadr= 19,98	18	No
Profesión madre* Valoración profesión empresario	1068	Chi cuadr= 24,227	21	No
Familiares empresar.* Valoración profesión empresario	554	Chi cuadr= 18,865	21	No
Centro estudios* Valoración profesión empresario	1099	Chi cuadr=43,947	30	No (sí p=0,95)

Tabla A 27. Porcentaje de encuestados que declaran que "nunca crearán una empresa" según centro de estudios y género.

	Varones	Mujeres	Sexo menos emprendedor
Enfermería	9,38	90,63	Mujeres
Fil_Letras	31,58	68,42	Mujeres
Medicina	24,00	76,00	Mujeres
ETSIAM	83,33	16,67	Varones
CC. Educación	22,81	77,19	Mujeres
Min_OP	71,43	28,57	Varones
Politécnica	77,78	22,22	Varones
Ciencias	41,67	58,33	Mujeres
Derecho y ADE	28,85	71,15	Mujeres
CC. Trabajo	42,86	57,14	Mujeres
Veterinaria	30,00	70,00	Mujeres

Tabla A 28. Curso universitario * deseabilidad de crear una empresa.

Tabla de contingencia Curso de la titulación * Deseabilidad de crear una empresa

			Deseabilidad de crear una empresa		Total Si
			Si	No	
Curso de la titulación	1º	Recuento	289	113	402
		% de Curso de la titulación	71,9%	28,1%	100,0%
	2º	Recuento	250	95	345
		% de Curso de la titulación	72,5%	27,5%	100,0%
	3º	Recuento	170	81	251
		% de Curso de la titulación	67,7%	32,3%	100,0%
	4º	Recuento	118	58	176
		% de Curso de la titulación	67,0%	33,0%	100,0%
	5º	Recuento	155	62	217
		% de Curso de la titulación	71,4%	28,6%	100,0%
	6º	Recuento	21	2	23
		% de Curso de la titulación	91,3%	8,7%	100,0%
	Total	Recuento	1003	411	1414
		% de Curso de la titulación	70,9%	29,1%	100,0%

Tabla A 29. Curso universitario * Más fácil / difícil crear una empresa en la actualidad

Tabla de contingencia Curso de la titulación * Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad

			Más facil o más difícil crear una empresa en la actualidad		Total Más fácil
			Más fácil	Más difícil	
Curso de la titulación	1º	Recuento	65	337	402
		% de Curso de la titulación	16,2%	83,8%	100,0%
	2º	Recuento	47	299	346
		% de Curso de la titulación	13,6%	86,4%	100,0%
	3º	Recuento	30	221	251
		% de Curso de la titulación	12,0%	88,0%	100,0%
	4º	Recuento	27	149	176
		% de Curso de la titulación	15,3%	84,7%	100,0%
	5º	Recuento	29	188	217
		% de Curso de la titulación	13,4%	86,6%	100,0%
	6º	Recuento	4	19	23
		% de Curso de la titulación	17,4%	82,6%	100,0%
	Total	Recuento	202	1213	1415
		% de Curso de la titulación	14,3%	85,7%	100,0%

Tabla A 30. Curso universitario * Intención fundamentada de crear una empresa

Tabla de contingencia Curso de la titulación * Intención fundamentada de crear una empresa

		Intención fundamentada de crear una empresa						Total No, nunca	
		No, nunca	No, pero sí integración en empresa familiar	Sí, vagamente	Sí, seriamente	Sí, tengo el firme propósito de crear una empresa	Otros		
Curso de la titulación	1º	Recuento	95	17	196	66	19	10	403
		% de Curso de la titulación	23,6%	4,2%	48,6%	16,4%	4,7%	2,5%	100,0%
	2º	Recuento	93	21	154	49	15	13	345
		% de Curso de la titulación	27,0%	6,1%	44,6%	14,2%	4,3%	3,8%	100,0%
	3º	Recuento	69	6	120	43	8	5	251
		% de Curso de la titulación	27,5%	2,4%	47,8%	17,1%	3,2%	2,0%	100,0%
	4º	Recuento	57	3	82	25	8	2	177
		% de Curso de la titulación	32,2%	1,7%	46,3%	14,1%	4,5%	1,1%	100,0%
	5º	Recuento	64	4	99	37	12	3	219
		% de Curso de la titulación	29,2%	1,8%	45,2%	16,9%	5,5%	1,4%	100,0%
	6º	Recuento	6	1	12	1	2	1	23
		% de Curso de la titulación	26,1%	4,3%	52,2%	4,3%	8,7%	4,3%	100,0%
Total	Recuento	384	52	663	221	64	34	1418	
	% de Curso de la titulación	27,1%	3,7%	46,8%	15,6%	4,5%	2,4%	100,0%	

Tabla A 31. Curso universitario * Previsión de tiempo vista para crear la empresa

Tabla de contingencia Curso de la titulación * Previsión del tiempo vista para crear la empresa

		Previsión del tiempo vista para crear la empresa						Total En cuanto termine estudios	
		En cuanto termine estudios	En uno o dos años vista	De tres a cinco años vista	En más de cinco años vista	No lo tengo decidido	Otros		
Curso de la titulación	1º	Recuento	55	5	18	33	182	22	315
		% de Curso de la titulación	17,5%	1,6%	5,7%	10,5%	57,8%	7,0%	100,0%
	2º	Recuento	32	11	22	31	150	21	267
		% de Curso de la titulación	12,0%	4,1%	8,2%	11,6%	56,2%	7,9%	100,0%
	3º	Recuento	13	6	19	23	127	14	202
		% de Curso de la titulación	6,4%	3,0%	9,4%	11,4%	62,9%	6,9%	100,0%
	4º	Recuento	10	8	19	25	58	10	130
		% de Curso de la titulación	7,7%	6,2%	14,6%	19,2%	44,6%	7,7%	100,0%
	5º	Recuento	9	19	25	35	66	14	168
		% de Curso de la titulación	5,4%	11,3%	14,9%	20,8%	39,3%	8,3%	100,0%
	6º	Recuento	0	1	0	3	14	0	18
		% de Curso de la titulación	,0%	5,6%	,0%	16,7%	77,8%	,0%	100,0%
Total	Recuento	119	50	103	150	597	81	1100	
	% de Curso de la titulación	10,8%	4,5%	9,4%	13,6%	54,3%	7,4%	100,0%	

Tabla A 32. Sexo de los emprendedores potenciales

Tabla de contingencia Sexo * Intención fundamentada de crear una empresa

			Intención fundamentada de crear una empresa		Total Emprendedores potenciales
			Emprendedores potenciales	Resto	
Sexo	Masculino	Recuento	140	433	573
		% de Intención fundamentada de crear una empresa	49,1%	38,8%	40,9%
	Femenino	Recuento	145	682	827
		% de Intención fundamentada de crear una empresa	50,9%	61,2%	59,1%
Total		Recuento	285	1115	1400
		% de Intención fundamentada de crear una empresa	100,0%	100,0%	100,0%

Tabla A 33. Curso de la titulación

Curso de la titulación					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1º	85	29,7	29,8	29,8
	2º	64	22,4	22,5	52,3
	3º	51	17,8	17,9	70,2
	4º	33	11,5	11,6	81,8
	5º	49	17,1	17,2	98,9
	6º	3	1,0	1,1	100,0
	Total	285	99,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,3		
Total		286	100,0		

Tabla A 34. Experiencia profesional de los emprendedores

Experiencia Profesional					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	123	43,0	43,6	43,6
	No	159	55,6	56,4	100,0
	Total	282	98,6	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,4		
Total		286	100,0		



CUESTIONARIO UTILIZADO



Questionario sobre ACTITUDES HACIA LA CREACIÓN DE EMPRESAS

(Adaptado del modelo del Prof. Veciana de la UAB)

Por favor, marque con una **X** la alternativa que corresponda.

En algunas preguntas hay una línea adicional para que pueda anotar la respuesta que corresponda si ninguna de las respuestas *standard* es adecuada en su caso. Por favor, cuando conteste "otros" indique a que se refiere exactamente.

1. ¿Consideras deseable el crear o fundar una empresa propia?

1	Sí		1
2	No		2

2. ¿Consideras que es más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad que en décadas anteriores?

1	Más fácil		1
2	Más difícil		2

3. ¿Cuáles son a tu juicio los factores que favorecen la creación de nuevas empresas en la actualidad?

.....

.....

.....

4. ¿Cuáles son a tu juicio los principales factores que dificultan la creación de una nueva empresa en la actualidad?

.....

.....

.....

5. ¿Has pensado seriamente en crear o fundar una empresa propia?

1 No, nunca		1
2 No, pero pienso integrarme en una empresa de la familia		2
3 Sí, vagamente		3
4 Sí, seriamente		4
5 Sí, tengo el firme propósito de fundar una empresa		5
6 Otros		6

6. En caso afirmativo, ¿a cuánto tiempo vista?

1 En cuanto termine mis estudios		1
2 En uno o dos años vista		2
3 De tres a cinco años vista		3
4 En más de cinco años vista		4
5 No lo tengo decidido		5
6 Otros		6

7. ¿Cuáles son o serían para ti los motivos para crear una empresa propia?

(No es necesario marcar todos los motivos, sino únicamente aquellos que considere muy importantes o importantes. Tampoco tiene que limitarse a marcar uno sólo si para usted son varios los importantes)

	IMPORTANTE	MUY IMPORTANTE	
1 Independencia personal (libertad de decisión y de acción)			1
2 Afán de ganar más dinero que trabajando a sueldo			2
3 Imposibilidad o dificultad de encontrar trabajo adecuado o de alcanzar mis objetivos en otros campos			3
4 Insatisfacción en la ocupación anterior			4
5 Conseguir una retribución justa a mi trabajo			5
6 Posibilidad de poner en práctica mis propias ideas			6
7 Afán de independencia económica			7
8 Estar al frente de una organización y/o dirigir un grupo humano			8
9 Invertir un patrimonio personal			9
10 Conseguir un patrimonio personal			10
11 Tradición familiar			11
12 Prestigio o status del/de la empresario/a			12
13 Crear algo propio			13
14			14

8. ¿Cuáles son o serían para ti los frenos o reparos a la creación de una empresa propia?

(No es necesario marcar todos los motivos, sino únicamente aquellos que considere muy importantes o Importantes. Tampoco tiene que limitarse a marcar uno sólo si para usted son varios los Importantes)

	IMPORTANTE	MUY IMPORTANTE	
1 Riesgo demasiado elevado			1
2 Situación económica (competencia)			2
3 Falta de capital inicial			3
4 Cargas fiscales			4
5 Problemas con el personal			5
6 Buenas perspectivas de “hacer carrera” con un empleo a sueldo			6
7 Falta de sueldo mínimo asegurado			7
8 Temor a fracasar y quedar en ridículo			8
9 Imagen negativa del/de la empresario/a			9
10 Ingresos irregulares al ser residuales			10
11 Tener que trabajar demasiadas horas			11
12 Falta de conocimientos y experiencia en dirección de empresas			12
13 Dudar de mi capacidad de empresario/a			13
14 Retiro y jubilación insatisfactorios			14
15			15

9. Atributos personales

Contesta a las siguientes preguntas escogiendo las respuestas D,C,B,A, según se sienta personalmente más identificado y cómodo con cada una de ellas.

El significado de cada respuesta es el siguiente:

D: No, nunca B: Bastante, a menudo C: Poco, alguna vez A: Sí, siempre

En el caso de no saber qué contestar o de no tener una opinión sobre la pregunta planteada, se marcará una D.

	D NO	C	B	A SI
1 ¿Me considero una persona adaptable a los cambios?				
2 ¿Siento autoconfianza en mis capacidades y posibilidades personales y profesionales?				
3 ¿Tengo autodisciplina a la hora de llevar a término un trabajo?				
4 ¿Considero importante disponer de autonomía en el trabajo?				
5 ¿Me gusta prever y anticiparme a los hechos?				
6 ¿Tengo facilidad para comunicarme con otras personas?				
7 ¿Me considero un persona creativa a la hora de resolver los problemas?				
8 ¿Siento curiosidad por conocer temas nuevos o maneras diferentes de hacer las cosas?				
9 ¿Dedico las horas que hagan falta a hacer bien un trabajo o tirar adelante un proyecto?				
10 ¿Me enfrento a las dificultades de forma animada y optimista?				
11 ¿Me considero una persona emocionalmente estable?				
12 ¿Me considero una persona perseverante?				
13 ¿Me considero una persona entusiasta a la hora de iniciar nuevos proyectos?				
14 ¿Tolero bien los fracasos y los utilizo para aprender?				
15 ¿Me gusta tomar la iniciativa en situaciones complejas o delicadas?				
16 ¿Me gusta imaginarme la evolución y desenlace de los proyectos que empiezo?				
17 ¿Me gusta sentirme independiente?				
18 ¿Me estimula enfrentarme a nuevos retos?				
19 ¿Asumo la responsabilidad de mis decisiones tanto si son acertadas como erróneas?				
20 ¿Tengo predisposición para asumir riesgos moderados?				
21 TOTAL	(4)	(3)	(2)	(1)

10. En una escala de 1 a 10, determina en qué medida te sientes una persona emprendedora, llena de ideas e iniciativas para poner en práctica en su trabajo.

Muy poco emprendedora	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Muy emprendedora

11. Valora cada uno de los siguientes atributos relativos al empresario/a cordobés:

ATRIBUTOS	Estoy totalmente en desacuerdo (1)	Estoy en desacuerdo (2)	Estoy de acuerdo (3)	Estoy totalmente de acuerdo (4)	NS/NC
1 Son personas dinámicas					
2 Tienen gran capacidad de organización					
3 Tienen grandes dotes financieras y de gestión					
4 Su mentalidad es innovadora					
5 Son personas muy preparadas profesionalmente					
6 Son capaces de asumir riesgos en su empresa					
7 Tienen una gran visión de futuro					
8 Invierten dinero					
9 Crean empleo					
10 Ayudan al desarrollo del país					
11 Ganan mucho dinero					
12 Son capaces de dialogar con los/las trabajadores/as					
13 Son personas morales y honradas					
14 Son personas con claro criterio de justicia social					

12. Puntúa la valoración que a su juicio tienen las siguientes profesiones en la sociedad cordobesa:

PROFESIÓN	Poco							Mucho
	1	2	3	4	5	6	7	
1 Maestro/a								
2 Abogado/a								
3 Médico/a								
4 Ingeniero/a								
5 Economista								
6 Empresario/a								
7 Directivo/a de gran empresa								
8 Periodista								
9 Físico/a								
10 Psicólogo/a								
11 Publicitario/a								
12 Químico/a								
13 Sociólogo/a								
14 Traductor /a e Intérprete								
15								

13. Edad:

1	Menos de 20 años		1
2	Entre 20 y 25 años		2
3.	Entre 26 y 35 años		3
4	Más de 35 años		4

14. Sexo:

1	Masculino		1
2	Femenino		2

15. Lugar de nacimiento: _____

16. Lugar de residencia: _____

17. Universidad en la que estudias: CORDOBA _____

18. ¿Qué estudios cursas? _____

19. ¿En qué curso de la titulación te encuentras? _____

20. ¿Tienes experiencia profesional?

1	Sí		1
2	No		2

21. En caso afirmativo,

¿En qué tipo de trabajo? _____

¿En qué sector? _____

¿Por cuánto tiempo? _____

22. ¿Participas o has participado en algún tipo de asociación de carácter benéfico, deportivo, religioso, político,...?

1	Sí		1
2	No		2

23. En caso afirmativo, indicar la naturaleza de la asociación:

24. Profesión del padre:

1	Profesión liberal	1
2	Empresario	2
3	Directivo de empresa	3
4	Obrero	4
5	Empleado Administrativo	5
6	Funcionario	6
7	Otra	7

25. Profesión de la madre:

1	Profesión liberal	1
2	Empresaria	2
3	Directiva de empresa	3
4	Obrera	4
5	Empleada Administrativa.	5
6	Funcionaria	6
7	Otra	7

26. ¿Hay algún/alguna empresario/a en tu familia?

1	Sí	1
2	No	2

27. En caso afirmativo, ¿cuál es el parentesco?

1	Abuelo		1
2	Abuela		2
3	Hermano		3
4	Hermana		4
5	Padre		5
6	Madre		6
7	Otros		7

**28. ¿Qué sector de actividad te resulta más atractivo en caso de que decidieras emprender?:
(MARCAR COMO MÁXIMO 2 SECTORES)**

1	Agrícola		1
2	Maquinaria		2
3	Transportes		3
4	Construcción		4
5	Nuevas Tecnologías		5
6	Químico		6
7	Consultoría		7
8	Comercio		8
9	Productos de consumo		9

29. ¿Qué actividades de formación/orientación consideras que podrían ser de utilidad en pro del fomento de vocaciones emprendedoras?

HAS TERMINADO EL CUESTIONARIO. MUCHAS GRACIAS POR TU COLABORACIÓN

NÚMERO CUESTIONARIO _____

EL CONSEJO SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

El Consejo Social es el órgano colegiado de la Universidad que garantiza la participación en el gobierno de la Universidad de los intereses y las aspiraciones de la sociedad en el ámbito universitario y contribuye a la generación de una universidad abierta y comprometida con su entorno y los retos de futuro.

Está integrado por veintiséis miembros, en representación de los distintos actores sociales, económicos y académicos.

Se creó en 1983 y actualmente se regula por la Ley Orgánica de Universidades y la Ley Andaluza de Universidades.

La conexión universidad-sociedad se perfila en estos momentos como uno de los retos más relevantes para los territorios.

El avance social, educativo y cultura, la creación de conocimientos y la transferencia y difusión de tecnologías e investigaciones al ámbito productivo son objetivos de primera magnitud para mejorar la calidad de vida.

En este contexto, el Consejo Social prioriza y promueve aquellas actuaciones que permiten generar mayores flujos de conocimiento entre las empresas, la ciudadanía y los ámbitos universitarios para avanzar juntos hacia un futuro de mayores oportunidades.

El marco normativo atribuye al Consejo Social diversas funciones encaminadas a potenciar las relaciones entre la Comunidad universitaria y la sociedad en general, tanto en el ámbito de la programación y la gestión universitaria, como en el económico-financiero.

La autonomía universitaria requiere una permanente presencia de la representación de la sociedad en su gestión y orientación estratégica.

En el plan de Anual de actuaciones del Consejo Social para 2013 se contemplan los siguientes objetivos estratégicos y líneas de actuación:



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

FAVORECER LA ACCIÓN UNIVERSITARIA EN EL TERRITORIO

Líneas:

1. Colaborar en las líneas estratégicas de la Universidad y realizar un seguimiento de las mismas.
2. Colaborar en el desarrollo y consolidación del Espacio Europeo de Educación Superior.
3. Incidir en la Responsabilidad Social de la Universidad.

MEJORAR LA EMPLEABILIDAD Y EL DESARROLLO PROFESIONAL DEL ALUMNADO Y EGRESADAS/OS

Líneas:

1. Promoción de la formación integral del alumnado y las redes de orientación laboral.
2. Fomento y extensión del bilingüismo.
3. Fomento de la innovación y la cultura emprendedora en el conjunto de la comunidad universitaria.
4. Estudio de la situación laboral de los egresados y otros ámbitos relacionados.

IMPULSAR Y ACRECENTAR LAS RELACIONES DE LA UNIVERSIDAD Y EL ÁMBITO PRODUCTIVO

Líneas:

1. Creación de espacios de encuentro y su desarrollo en el marco de la colaboración universidad-empresa.
2. Impulso de la suscripción de convenios y acuerdos entre entidades empresariales y profesionales y la Universidad.
3. Reconocimiento de buenas prácticas de transferencia de conocimiento.

INCREMENTAR LA DIFUSIÓN SOCIAL DE LA CIENCIA, EL CONOCIMIENTO Y LA INNOVACIÓN

Líneas:

1. Promoción de programas de comunicación social del conocimiento.
2. Desarrollo de actividades que redunden en la promoción de la cultura y la calidad de vida de la ciudadanía.
3. Fomento de iniciativas de participación social en la Universidad.

CONSOLIDAR REDES DE OBJETIVOS COMUNES

Líneas:

1. Participación en foros, asociaciones, jornadas y redes de Consejos Sociales

CONTRIBUIR AL AVANCE DE LA EXCELENCIA EN LA GESTIÓN UNIVERSITARIA

Líneas:

1. Promover con carácter específico el estudio y la evaluación de la calidad de los servicios universitarios de relevancia o interés social.
2. Colaborar con la Agencia Andaluza del Conocimiento en el estudio de indicadores específicos de interés para el Consejo Social.
3. Contribuir a una gestión económica transparente, eficiente y suficiente compatible con criterios de rentabilidad social, especialmente en el seguimiento del modelo de financiación.
4. Fomentar y apoyar la participación de los miembros del Consejo Social.



CONSEJO SOCIAL UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA
C/ Alfonso XIII, 13 . 14071 Córdoba . +34 957 21 81 27

Consejo.social@uco.es
www.uco.es/consejosocial

el consejo
social

