



Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

DIRECTOR DEL PROYECTO

Prof. Dr. Fernando J. Fuentes García

EQUIPO DE TRABAJO

Prof. D. Francisco J. Saco de Larriva
Prof^a. Dra. Sandra Sánchez Cañizares

© Edita: Servicio de Publicaciones. Universidad de Córdoba, 2011
Campus Universitario de Rabanales
Ctra. Nacional IV, Km. 396 • 14071 Córdoba
Telf. +34 957 212165 • Fax: +34 957 218196
www.uco.es/publicaciones publicaciones@uco.es

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

Diseño:  www.xul.es

ISBN: 978-84-694-1645-7
DL: CO-764-2011

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. UNIVERSIDAD Y EMPRENDIMIENTO	12
I.3. APROXIMACIÓN A LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN ESPAÑA, ANDALUCÍA Y CÓRDOBA.....	18
I.4. LAS TEORÍAS SOBRE EL EMPRENDIMIENTO	41
I.5. OBJETIVOS DEL ESTUDIO	51
I.6. METODOLOGÍA	52
I.7. DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA	54
II. RESULTADOS DEL TRABAJO	59
II.1. VALORACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	60
II.2. VOCACIÓN EMPRENDEDORA.....	63
II.3. VALORACIÓN Y ATRIBUTOS DEL EMPRESARIADO	82
II.4. RESULTADOS SEGÚN CENTRO DE ESTUDIOS.....	84
II.5. RESULTADOS SEGÚN CURSO.....	96
II.6. EVOLUCIÓN LONGITUDINAL DE INTENCIONALIDAD DE CREAR EMPRESAS	101
II.7. MOTIVOS PARA EMPRENDER	102
II.8. PERFIL DE LA PERSONA EMPRENDEDORA POTENCIAL	104
II.9. FACTORES QUE FAVORECEN LA CREACIÓN DE EMPRESAS	109
II.10. SECTORES POTENCIALMENTE ATRACTIVOS.....	111
II.11. TRABAS AL EMPRENDIMIENTO.....	111
II.12. NECESIDADES FORMATIVAS	114
III. RESUMEN DE CONCLUSIONES	115
BIBLIOGRAFIA	124
ANEXOS	
ANEXO 1. TABLAS COMPLEMENTARIAS DE RESULTADOS.....	129
ANEXO 2. CUESTIONARIO UTILIZADO	157
EL CONSEJO SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA.....	168

PRESENTACIÓN

Anabel Carrillo
Presidenta Consejo Social
Mayo 2011

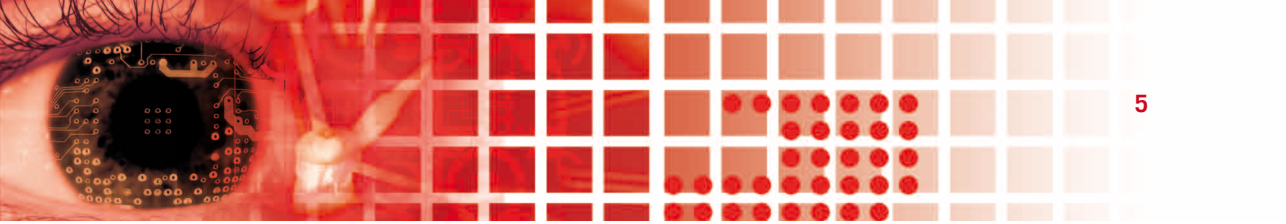
Existe un consenso generalizado acerca de la importancia que las nuevas empresas tienen para una economía moderna y el desarrollo de los territorios. La globalización de los mercados, la llamada “economía del conocimiento” y las revoluciones científico-tecnológicas, junto con el valor creciente de la 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 nuevas empresas 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 y para el fomento de la actitud emprendedora en general.

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”-.

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.

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 la primera edición del estudio con el realizado en 2010. 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

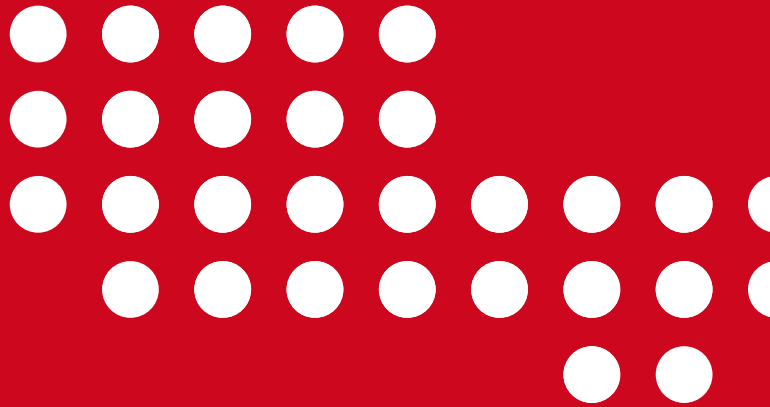
Fernando J. Fuentes García

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

- La confianza recibida por el 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 y tratamiento estadístico la Prof^ªDra. Sandra M^ª Sánchez Cañizares ha realizado un meritorio trabajo con gran meticulosidad.

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. Sea pues nuestro particular reconocimiento a la memoria del Prof. Veciana (qepd) pionero en el estudio de la creación de empresas y, sin duda, un ejemplo de emprendedor.

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.

Cuando iniciamos la segunda década del siglo XXI la economía cordobesa se enfrenta a una aguda crisis económica que se manifiesta particularmente en la elevada cifra de desempleo, unas 118.000 personas en los datos de la EPA del INE en el tercer trimestre de 2010, que suponen una tasa de paro en torno al 26%, una 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 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 1972 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 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.

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.

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 y la Facultad de Ciencias (superando el millar). Gran demanda tiene también en los últimos años las titulaciones de Ciencias de la Salud.

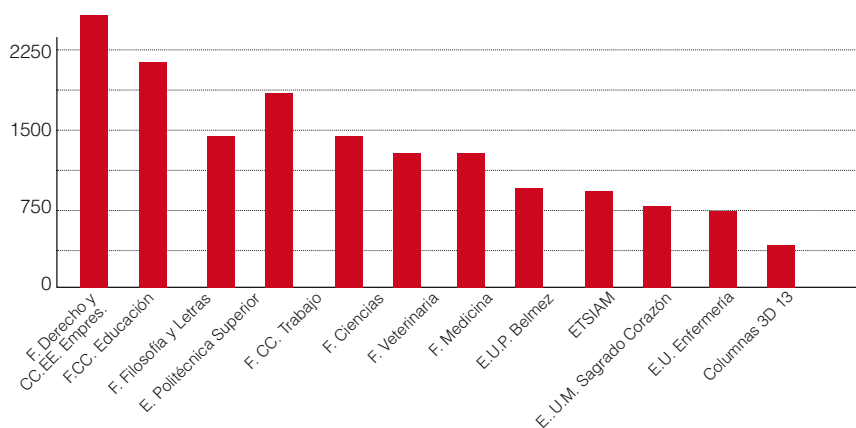
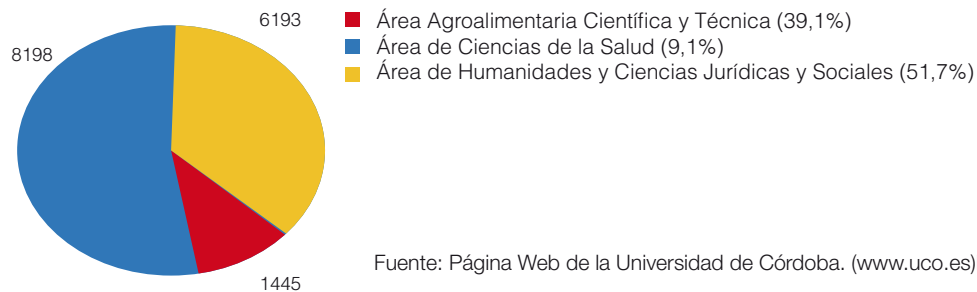


Gráfico 1. Cifras de alumnado de las facultades y escuelas que integran la UCO en 2010/11.

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

En el curso 2010/11 el alumnado del Área de Humanidades y Ciencias Jurídicas y Sociales de la UCO fue el colectivo más numeroso (51,7%), seguido de del Área Agroalimentaria Científica y Técnica (39,1%) y el Área de ciencias de la salud (9,1%).



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

Gráfico 2. Datos de alumnado por Áreas de la UCO en 2010/2011.

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

1.2

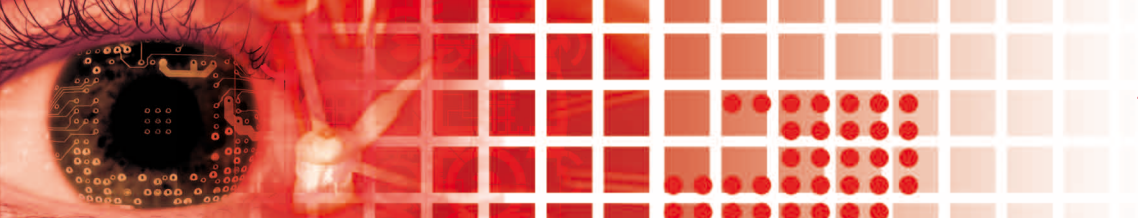
LA INSERCIÓN DEL ALUMNADO UNIVERSITARIO EN EL MUNDO EMPRESARIAL

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

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).



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 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**. En el contexto actual de grave crisis económica son los jóvenes uno de los grupos con mayor tasa de desempleo. 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 sobre oferta de titulaciones, 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.

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

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 Universitarios*². *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 Canarias*, realizado por la Universidad de Canarias³ 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 Sevilla*⁴ 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. En resumen, 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.

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).

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.

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 apoyo de las recién constituidas;
- y, finalmente, en sus nuevos diseños organizativos y estrategias se contempla la función empresarial/emprendedora.

Sin embargo, según ratifica la VII Encuesta sobre Vocación Emprendedora en Andalucía realizada por el ESIC (2010) el 63 por ciento de los encuestados cree que en otras comunidades la cultura emprendedora está más arraigada que en Andalucía y la mayoría (70 por ciento) piensa que la universidad andaluza no fomenta el espíritu emprendedor. Según dicha encuesta, de cada cien universitarios, 47,8 se decantan por ser funcionarios, 26,3 quieren ser empresarios y 15,8 prefieren trabajar por cuenta ajena.

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...). 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 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 o el Ciclo Iniciador Córdoba*.
- Varias *asignaturas de creación de empresas* incluidas en los planes de estudios de las titulaciones de Relaciones Laborales, Ingenieros Agrónomos y GADE y otras de cultura económico-social en otras titulaciones (ej: Grado de Química).
- **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 segundo 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 siete ediciones desde 2004 publicados en la revista Andalucía Económica. En este estudio el alumnado universitario cordobés representa aproximadamente un 10% de la muestra regional de 1.352 encuestas (Estudio 2010), equivalente a apenas 135 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 con

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>



INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

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 desciende 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.

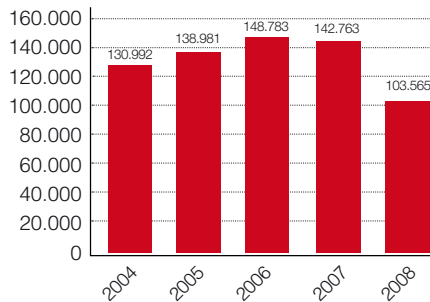


Gráfico 3. Datos de Sociedades Creadas.

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

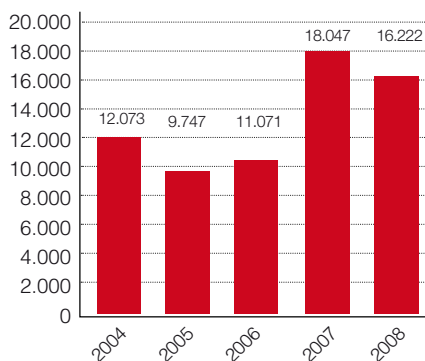


Gráfico 4. Datos de Sociedades Disueltas.

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

No es objeto de este estudio el análisis de la demografía empresarial, de hecho, nuestra universidad y sus egresados son sólo una modesta fuerza en el conjunto de la actividad económica, 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.

	2004	2005	2006	2007	2008	Variación 2007-2008
Andalucía	22.480	23.444	24.297	23.299	15.826	-32,07%
Aragón	2.951	3.239	3.611	3.716	2.397	35,50%
Asturias	1.823	1.764	2.002	2.036	1.593	-21,76%
Baleares	4.025	4.453	4.662	4.299	2.980	-30,68%
Canarias	5.799	5.715	5.828	5.408	3.778	-30,14%
Cantabria	1.036	1.195	1.362	1.234	850	-31,12%
Castilla y León	4.434	4.599	5.452	5.662	3.833	-32,30%
Castilla-La Mancha	4.542	5.146	5.843	5.916	4.911	-16,99%
Cataluña	24.558	26.560	27.753	25.482	18.751	-26,41%
Comunidad Valenciana	16.011	17.136	17.825	16.371	11.901	-27,30%
Extremadura	1.455	4.682	2.601	2.333	1.644	-29,53%
Galicia	6.040	6.457	6.998	6.678	5.425	-18,76%
Madrid	24.484	25.320	27.469	27.239	20.254	-25,64%
Murcia	4.120	4.961	5.174	4.606	3.251	-29,42%
Navarra	1.401	1.462	1.692	1.781	1.399	-21,45%
País Vasco	4.965	4.941	5.479	5.679	4.079	-28,17%
La Rioja	679	698	715	842	567	-32,66%
Ceuta-Melilla	189	209	20	182	126	-30,77%
Totales	130.992	138.981	148.783	142.763	103.565	-27,46%

Gráfico 5. Datos de Sociedades creadas.

Fuente: DIRCE, INE, varios años.

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

Así, el primer dato que llama la atención (véase la Tabla) es la creación en 2008 de casi 40.000 empresas menos que en 2007 a causa de la situación económica y del cambio de modelo productivo que está atravesando nuestra economía. No obstante, esta caída en la actividad emprendedora no ha afectado por igual a todas las comunidades de nuestra geografía, pues más de la mitad superaron el 30% de descenso en la actividad emprendedora (destacando Aragón, La Rioja, y Castilla y León), mientras que apenas dos, Galicia y Castilla-La Mancha, estuvieron por debajo del 20% en la pérdida de iniciativa emprendedora. El castigo de la crisis económica y la falta de confianza en el futuro inmediato de la economía española han sido, probablemente, los detonantes de esta contracción.

Sin embargo, las disoluciones de empresas no muestran una pauta equivalente, pues en número y proporción son inferiores, como puede apreciarse en la Tabla. La variación en la destrucción de empresas es sensiblemente inferior a la variación en la creación debido, fundamentalmente, a las barreras de salida y a la necesaria resistencia de las empresas ya en marcha a desaparecer teniendo que sortear los riesgos y avatares de un entorno cambiante al que los posibles nuevos entrantes deciden, simplemente, no acceder.

	2004	2005	2006	2007	2008	Variación 2007-2008
Andalucía	1.637	1.550	1.784	2.964	2.693	-9,14%
Aragón	553	363	488	654	710	8,56%
Asturias	333	243	277	359	384	6,96%
Baleares	551	426	544	891	626	-29,74%
Canarias	319	306	457	781	592	-24,2%
Cantabria	167	110	159	198	205	3,54%
Castilla y León	635	462	590	831	741	-10,83%
Castilla-La Mancha	285	291	331	472	300	-36,44%
Cataluña	1.990	1.425	1.475	2.562	1.937	-24,4%
Comunidad Valenciana	1.128	1.045	1.215	1.786	1.715	-3,98%
Extremadura	178	208	205	269	282	4,83%
Galicia	651	747	756	1.007	1.022	1,49%
Madrid	2.286	1.679	1.794	3.838	3.653	-4,82%
Murcia	150	119	63	180	105	-41,67%
Navarra	68	53	65	61	65	6,56%
País Vasco	1.093	662	792	1.027	1.073	4,48%
La Rioja	653	31	37	127	77	-39,37%
Ceuta-Melilla	26	27	39	40	42	5,00%
Totales	12.703	9.747	11.071	18.047	16.222	10,11%

Gráfico 6. 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 último trimestre del 2007 cuando se produce el pico más elevado en la destrucción de empresas. En 2008 y 2009, probablemente la cifra de sociedades disueltas irá disminuyendo, no por la mejora de la situación económica, sino porque las más débiles y vulnerables han sido las primeras en disolverse. Por comunidades, las más exitosas en la contención de la pérdida de empresas han sido Murcia, La Rioja y Castilla-La Mancha, mientras que las que continúan perdiendo empresas a un ritmo acelerado son Aragón, Asturias y Navarra, 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. Esta contención en el número de disoluciones (que todavía está muy por encima de las cifras de 2006) apunta a una moderada recuperación, que no puede considerarse consolidada hasta que se vea acompañada de un decidido aumento en el número de sociedades constituidas, signo inequívoco de la recuperación 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 cerca del 2% en el número de empresas activas, pasando de 3.442.239 empresas en el 2007 a 3.335.830 empresas en el 2008.

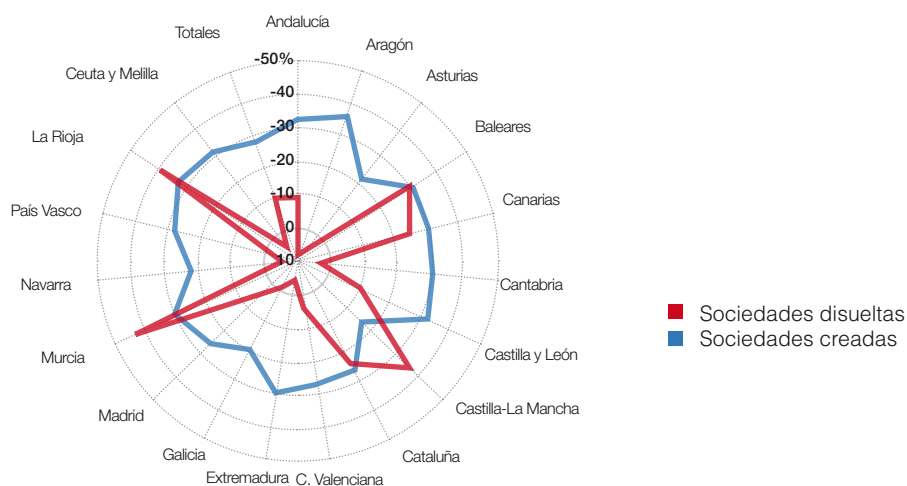


Gráfico 7. Datos de Sociedades Disueltas.

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, 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.

Unicades: Miles de trabajadores	2004	2005	2006	2007	2008	Variación 2007-2008
Andalucía	447,3	466,6	449,2	501,9	504,3	0,48%
Aragón	110,4	111,9	101,3	115,9	116,4	0,43%
Asturias	81,8	82,4	68,5	83,6	83,2	-0,48%
Baleares	81,3	82,4	81,3	86,8	88,3	1,73%
Canarias	103,5	107,2	106,4	114	114,7	0,61%
Cantabria	43,4	44,3	38,4	46	46,1	0,22%
Castilla y León	218,1	219,4	180,8	222,9	221,9	-0,45%
Castilla-La Mancha	145,9	150,5	134,1	161,2	162,9	1,05%
Cataluña	551,5	565,1	556,1	591,8	589,7	-0,35%
Comunidad Valenciana	337	349,2	345	370,4	368,4	-0,54%
Extremadura	75,2	76,4	64,9	80,4	81,5	1,37%
Galicia	234	235,9	186,2	239	236,4	-1,09%
Madrid	339,1	351,6	360,5	376,9	386,3	2,49%
Murcia	90,8	95,5	93,2	104,4	104,2	-0,19%
Navarra	49,2	49,7	43,8	50,7	50,1	-1,19%
País Vasco	182,8	185,1	179,7	188,9	188,7	-0,11%
La Rioja	27,5	27,8	23,6	29	28,7	-1,03%
Totales	3118,8	3201	3013	3363,8	3371,8	0,24%

Gráfico 8. 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 (Régimen de Trabajadores Autónomos). De hecho, esta dinámica puede explicar los datos reflejados en la Tabla, en la que puede observarse las escasas fluctuaciones netas interanuales, al tiempo que se aprecia un crecimiento sostenido en el número de afiliados, con la excepción de año 2006. Por tanto, 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 en nuestra opinión:



- 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 2008⁸ (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 7% en 2008, por encima de países como Francia, Alemania, Reino Unido 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 7%, el 5,6% emprende por oportunidad y sólo el 1% por necesidad, es decir, por no encontrar otra alternativa laboral (el 0,4% restante lo haría por otros motivos). Esta distribución de porcentajes

8 El hecho de que a fecha actual, la versión utilizada del GEM para España sea 1- de 2008, el agravamiento de la crisis económica en España posterior debe ser tenida en cuenta a la hora de utilizar estos datos que se comentan.

INFORME DEL ESTUDIO

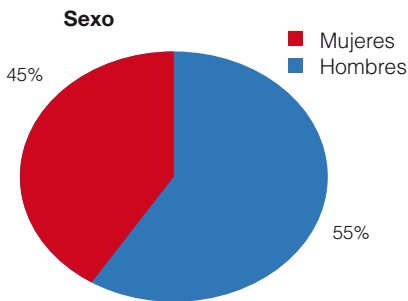
Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

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).

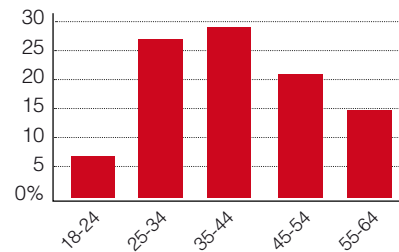
Dentro de la categoría de los que emprenden por oportunidad, las principales razones serían para alcanzar una mayor independencia, 46,6% y para obtener mayores ingresos o mantenerlos, 42,3% y 10,8%, respectivamente.

Según el informe GEM de 2008, el número de emprendedores nuevos en ese año fue de 1.729.733, un 13,73% menos que en 2007, disminución motivada por la crisis económica actual. Otro dato que avala la incidencia de la crisis en la actividad emprendedora es que en 2008 se abandonaron 340.437 iniciativas emprendedoras, un 30% más que el año anterior, e invirtiendo una tendencia que hasta ahora venía siendo positiva (entre 2006 y 2007 había descendido un 16,6%).

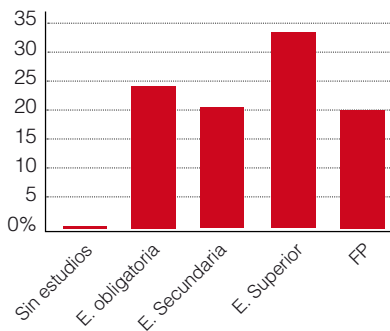
Atendiendo al perfil de los nuevos emprendedores, se obtienen en el Informe los siguientes resultados:



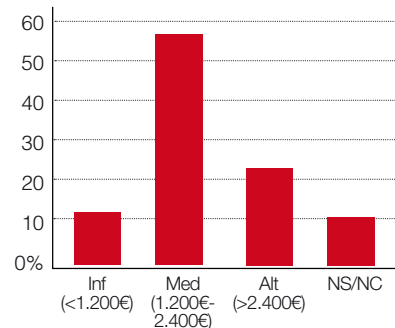
Edad



Estudios



Renta



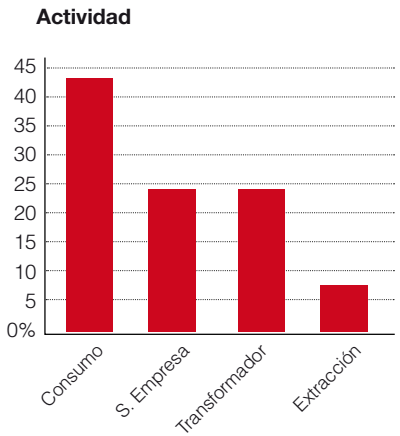
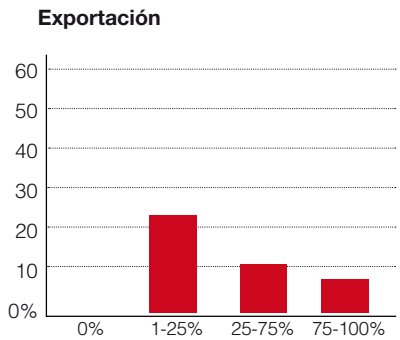
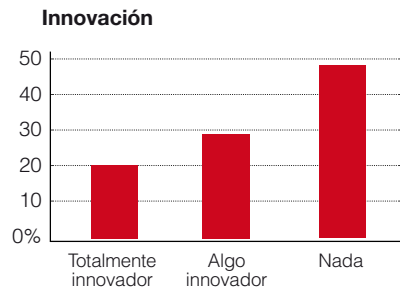
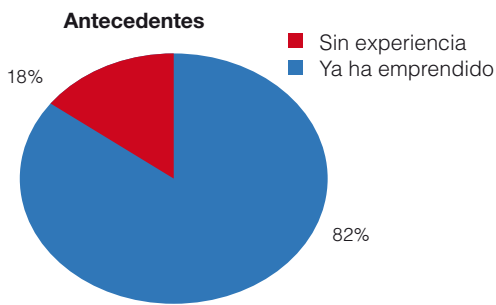
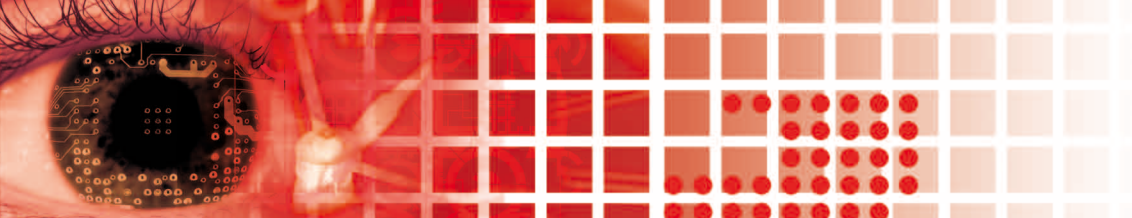


Gráfico 9. Radiografía de la persona emprendedora en España.
 Fuente: Elaboración propia a partir del Informe Ejecutivo GEM España 2006.

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

Analizando estos datos se deduce que el perfil del emprendedor tipo en España es el de un varón en torno a los cuarenta años, con estudios superiores, una renta media 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, en promedio, y según el Informe GEM, ha necesitado un capital de 86.351 euros (el 67% aportado por el propio emprendedor).

Tras conocer la radiografía de la persona emprendedora en España, se podría proponer 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	V	V	V	V	V
	Comercio	V	V	X	V	X
	Base tecnológica	V	V	V	V	V
	Industria	V	V	V	V	V

Gráfico 10. 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.

La actividad de creación de empresas en España según los Censos

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 5,1% en el 2009.

El conjunto total del número de iniciativas en fase emprendedora ha sufrido una disminución del 16,3%.

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 en su conjunto disminuye un 27,1%, lo cual traducido en cifras absolutas ha supuesto la pérdida de unas 298.348 iniciativas en fase emprendedora y de alrededor de 820.000 personas menos, propietarias de este tipo de actividades en un año.

Volviendo a los censos empresariales, según los últimos datos publicados, el tejido empresarial español a enero de 2009 estaba compuesto por 3.355.830 entidades, un 1,9% 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 puede clasificar estas entidades según se refleja en la siguiente tabla:

Principales formas jurídicas en España, enero 2009

Forma Jurídica	Número
Personas Físicas	1.793.897
Sociedad de Responsabilidad Limitada	1.140.820
Sociedad Anónima	109.330
Comunidad de Bienes	114.831
Cooperativas	23.483
Asociaciones	164.284
Otras	9.185

Gráfico 11. Principales formas jurídicas en España.

Fuente: DIRCE, INE, 2009

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 cerca de dos millones, 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:

Tabla. Número de empleados en las empresas españolas, a enero 2009

Tamaño	Número
Sin asalariados	1.767.470
Hasta 9 empleados	1.402.996
De 10 a 49 empleados	157.242
De 50 a 99 empleados	15.075
De 100 a 499 empleados	11.250
De 500 a 999 empleados	1.008
Más de 1.000 empleados	789

Gráfico 12. Número de empleados en las empresas españolas, a enero 2009.

Fuente: DIRCE, INE, 2009

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 2009 en cuanto a la creación de nuevas empresas, es decir, iniciativas emprendedoras nuevas, el resultado es el siguiente:

Tabla. Características de las empresas de nueva creación a enero 2009

Por forma jurídica	Número	Por tamaño	Número
Personas Físicas	193.796	Sin asalariados	249.864
Sociedad Responsabilidad Limitada	98.177	Hasta 9 empleados	79.886
Sociedad Anónima	1.826	Más de 10 empleados	4.322
Otras ⁸	40.273		
Total	334.072	Total	334.072

Gráfico 13. Características de las empresas de nueva creación a enero 2009.

Fuente: DIRCE, INE, 2009

De estos datos se desprende que a enero de 2009 la iniciativa emprendedora más común de las 334.072 nuevas entidades (410.975 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, tanto para Andalucía como para el resto de regiones y ciudades autónomas españolas, en 2009 se ha producido un acusado descenso de las iniciativas consolidadas al tiempo que la tasa de cierres de empresas se ha incrementado.

En el caso de Andalucía, el porcentaje de iniciativas empresariales consolidadas ha descendido en más de tres puntos porcentuales respecto al 2008, pasando de una tasa del 8,8% al 5,4% actual. Este valor es uno de los más bajos registrados desde 2003, siendo únicamente superior al del año 2005.

Por otra parte, a este dato negativo se le añade el hecho de que también se ha incrementado en un 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, junto con la comunidad de Madrid, entre las regiones con menor porcentaje de empresas consolidadas, superando únicamente a Canarias, Melilla, Ceuta y Cantabria. De igual signo negativo es la comparación del valor alcanzado en el cese de actividades en la región, el segundo más alto de España tras Baleares y 0,6 puntos por encima del valor medio de España.

Dinámica Emprendedora en España por Comunidades Autónomas.
(Ordenado por Consolidado 2009)

	Iniciativas consolidadas							Abandonos o cierres						
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Baleares				2,8	3,9	9,9	9,4				1,1	0,0	1,4	2,2
Navarra			8,8	8,0	7,0	9,7	8,1			1,6	1,0	0,3	0,9	1,1
Extremadura	6,5	7,8	7,7	6,6	6,0	12,7	7,8	1,2	1,4	1,0	0,8	0,5	1,0	1,3
Cataluña	7,0	8,8	8,5	5,3	6,6	9,1	7,4	1,0	2,0	1,3	1,1	0,5	0,8	1,2
P. Vasco		6,6	8,8	5,4	4,3	8,8	6,9		1,1	1,1	0,9	0,4	0,7	1,1
Aragón				7,3	7,2	9,0	6,9				0,4	0,2	1,1	0,9
C. León		8,3	8,7	4,9	6,8	10,3	6,9		1,4	1,1	0,9	0,9	0,8	1,1
C. Mancha				6,2	6,6	9,5	6,8				1,3	0,7	1,2	1,8
Galicia			6,9	6,4	8,3	9,3	6,7			1,3	2,3	0,7	0,8	0,8
C. Valenciana		7,1	10,5	5,7	5,6	9,5	6,6		1,2	1,4	1,1	0,9	1,5	1,6
Murcia				5,0	6,3	9,9	6,5				2,1	0,4	0,7	1,4
España	4,8	7,8	7,7	5,5	6,4	9,1	6,4	1,5	1,5	1,4	1,5	0,6	1,0	1,4
Rioja				4,8	10,6	11,0	6,3				1,2	0,9	0,8	0,6
Asturias				3,9	7,3	10,2	5,9				1,1	0,9	1,0	0,5
Madrid		8,1	8,4	5,9	7,1	7,8	5,5		0,8	1,3	1,7	0,8	1,0	1,4
Andalucía	6,7	7,0	7,4	4,3	6,4	8,8	5,4	2,3	1,4	1,6	0,7	0,7	1,0	2,0
Canarias		7,0	8,8	5,1	6,1	8,0	5,1		1,6	1,2	1,1	0,4	1,2	1,4
Melilla					4,5	7,4	4,3					0,7	1,5	1,1
Ceuta					4,4	8,0	4,0					0,6	0,9	0,8
Cantabria				5,7	6,0	8,8	3,7				0,6	0,8	1,2	0,7

Gráfico 14.

Fuentes: Informe GEM 2009.

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”.

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

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 disminuido respecto a la edición anterior para situarse en el 4,9%. Con esta tasa Andalucía pasa al lugar 9 del total de los 20 territorios analizados, por lo que, aunque ha disminuido su potencial, mejora su posición relativa considerablemente respecto a la edición anterior.

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Madrid		5,7	8,7	9,5	9,8	9,9	8,8
Extremadura	5,0	4,3	3,9	6,2	8,2	8,8	7,3
Canarias		7,7	7,3	7,9	8,6	9,6	7,3
Baleares				8,3	5,1	10,6	7,2
Murcia				10,2	6,6	6,9	6,7
España	6,7	5,4	5,9	6,4	6,8	7,7	5,5
C. Valenciana		3,9	5,8	6,4	7,6	6,9	5,2
C. León		4,9	6,1	4,9	5,8	7,3	5,1
Andalucía	6,0	5,9	5,0	5,4	6,5	6,4	4,9
C. Mancha				9,4	6,1	5,6	4,8
Melilla					5,2	7,1	4,7
P. Vasco		3,3	4,5	2,1	4,2	7,8	4,5
Cataluña	5,5	5,7	6,8	4,5	7,2	8,4	4,3
Cantabria				6,1	4,5	8,1	4,1
Navarra			4,8	6,5	5,2	7,5	3,9
Aragón				7,7	3,0	7,7	3,8
Galicia			4,7	9,4	6,3	7,0	3,7
Ceuta					5,5	7,4	3,1
Rioja				6,6	8,1	6,2	2,9
Asturias				5,2	7,3	5,9	2,8

Gráfico 15. Evolución del Potencial Emprendedor en las Comunidades Autónomas Españolas.

Fuentes: Informe GEM 2009

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

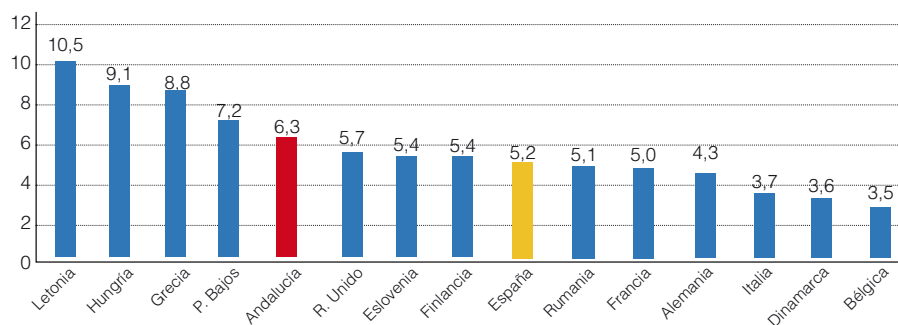


Gráfico 16. Tasa de Actividad Emprendedora de Andalucía en el contexto de los países GEM de la UE.
Fuente: Estudio GEM 2009.

La actividad Emprendedora en Córdoba

Analizando los datos censales para la provincia de Córdoba, los datos del INE indican que el número de empresas constituidas en el año 2010 es de 48.249, lo que significa que Córdoba ocupa el lugar número 21, en términos absolutos, en el ranking del número de 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 de principios de 2007. Esta tendencia se sigue en la mayoría de las provincias españolas.

A nivel andaluz nuestra provincia ocupa, en términos relativos, 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.

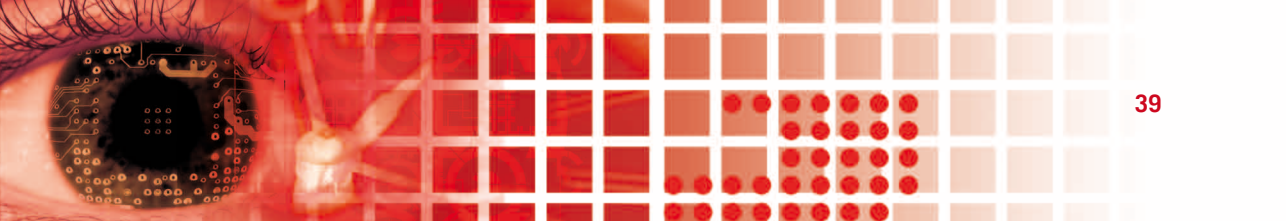
INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

		2010	2009	2008	2007	2006	2005
	Total Nacional	3291263	3355830	3422239	3336657	3174393	3064129
1	Madrid	503501	511804	519307	503000	478202	456175
2	Barcelona	458918	467385	477942	469432	444410	436294
3	Valencia/ València	178755	184483	189931	185965	175927	168136
4	Alicante/ Alacant	132814	136239	142307	140145	133016	123333
5	Sevilla	116083	118057	119340	115491	110151	104847
6	Málaga	110291	113362	116683	114547	108713	102382
7	Murcia	92196	95636	100075	97374	90698	85110
8	Balears (Illes)	89562	91826	93335	91254	88027	87024
9	Vizcaya	87527	88130	89416	84209	82541	80508
10	Coruña (A)	82729	83748	84220	82873	79170	77023
11	Palmas (Las)	70889	72891	75236	73691	69173	67043
12	Asturias	70362	71853	73124	72276	70115	68175
13	Pontevedra	68331	69350	70408	69018	65849	63125
14	Zaragoza	66267	66913	68150	65966	62817	65811
15	Santa Cruz de Tenerife	65065	66490	68235	66723	63637	60977
16	Cádiz	61056	62817	64505	63338	61691	58986
17	Guipúzcoa	60580	62034	63569	59546	58486	57193
18	Granada	58319	60016	62269	61055	57223	54341
19	Girona	58240	58404	51467	50108	47169	46827
20	Tarragona	55914	56915	58973	56799	52805	51159
21	Córdoba	48249	48979	50057	49302	47155	45405

Gráfico 17. Número de empresas entre 2005 y 2010. Valores absolutos.

Fuente: elaboración propia a partir de estadísticas del INE.



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 2008 y 2009, la tendencia al alza se ha convertido en una tendencia hacia el cese de empresas que aún no ha tocado fondo.

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.



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.

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 2009 se hace eco del menor nivel de incorporaciones de la mujer a la actividad emprendedora. Los datos muestran que la mayor parte de las iniciativas empresariales son adoptadas por hombres, aunque, comparando los datos de los últimos años, se ve 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

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

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.

Modelo de los rasgos personales determinantes de la propensión a la creación de empresas



Gráfico 18. Rasgos personales y creación de empresas.
Fuente: Shane (2003) y Hernangómez, Martín, Rodríguez y Savoia (2005)



INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

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 y racional, 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 identificación 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 *potencial*⁹ y un “*suceso disparador*” o “*desencadenante*” que hace que alguien pase de la intención a los hechos (la fundación de una nueva empresa).

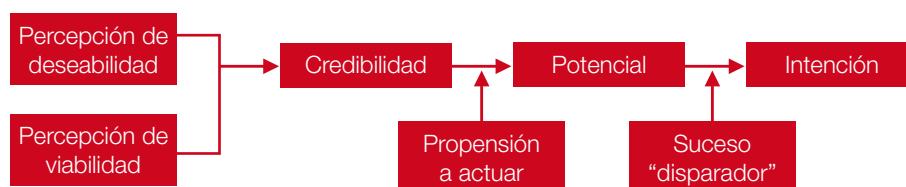


Gráfico 19. Modelo del Potencial emprendedor de Krueger y Brazeal (1994)

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 condici3na de forma importante esta última (véase la figura 3). En definitiva, que si a los deseos de crear del alumnado universitario se acompa3a la percepci3n de que es *posible hacerlo*, la creaci3n de empresas se puede materializar. En concreto, estos autores opinan que las universidades pueden fomentar el emprendimiento no s3lo con formaci3n acad3mica, sino cultivando en el alumnado los rasgos característicos de la actividad empresarial (motivaci3n de logro, independencia, etc.), apoyando a trav3s de distintas medidas de ayuda a la juventud con inquietudes emprendedoras (orientaci3n, asesoramiento, infraestructuras, etc.) y promoviendo períodos de pr3cticas en empresas para la generalidad del alumnado universitario.

9 Nosotros pensamos que este “potencial” lo puede aportar la formaci3n universitaria y la experiencia que se adquiere con la pr3ctica.

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

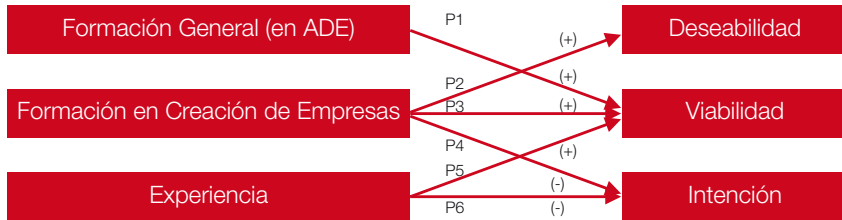


Gráfico 20. Proposiciones (Pn) sobre la relación (positiva o negativa) de la formación general, de la formación en creación de empresas y de la experiencia en la deseabilidad, viabilidad e intención del alumnado universitario de crear la propia empresa.

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 Espiritu 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
- conocer la opinión del alumnado universitario en relación a la RSC que tienen las empresas
- 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 en una coyuntura muy diferente a la actual

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.

1.6. 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, a partir de encuestas realizadas en 2006 y presentado 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 y abierta también al alumnado próximo a incorporarse a la universidad;
- número de encuestas suficiente para que los resultados sean representativos;
- administración del cuestionario por un agente que se responsabiliza 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	14.767 personas
Muestra objetivo	1.392 encuestas
Muestra real	1.460 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	±2,5% en alumnos/as UCO
Nivel de confianza	95% en alumnos/as UCO
Fecha de prueba piloto	Se realizó en 2006 con alumnado de Ciencias del Trabajo. Total: 50 personas. En 2010 no ha sido necesaria la prueba piloto.
Fecha de trabajo de campo	Abril-julio de 2010 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 equipo de orientación laboral del Consejo Social de la UCO
Tratamiento de la información	Informático a través del paquete estadístico SPSS (versión 11.0)
Equipo	Investigador Principal: Dr. Fernando J. Fuentes García – Profesor Titular del Área de Organización de Empresas UCO Investigadores: Francisco J. Saco de Larriva – Profesor del Área de Organización de Empresas UCO Dra. Sandra M ^a Sánchez Cañizares- Profesora Contratada Doctora del Área de Organización de Empresas UCO Equipo de orientadores del Consejo Social de la UCO que han ayudado a realizar el trabajo de campo.

Gráfico 21. 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 829 encuestadas que suponen el 58% de la muestra, frente a 600 hombres que son el restante 42%¹⁰. Más adelante será de gran interés contrastar si la opinión y actitud frente al emprendimiento es diferente en hombres y mujeres.

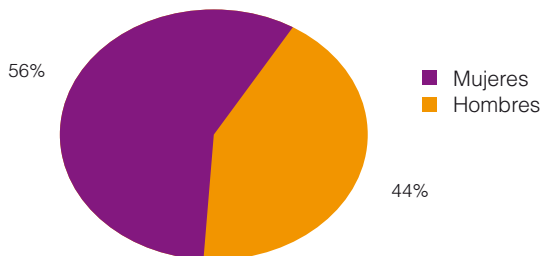


Gráfico 22. Composición de la muestra según género

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 906 encuestas, seguido del de menores de 20 años con 396 encuestas. También tenemos un grupo significativo de 111 estudiantes de más edad (26-35 años) e inclusive un pequeño grupo de 29 aún mayores.

10 Estas proporciones de género son similares a las obtenidas en el Estudio del Perfil Emprendedor del Alumnado Universitario editado por el Consejo Social de la Universidad de Córdoba en 2007. A partir de ahora EPE CSUCO 2007.



INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

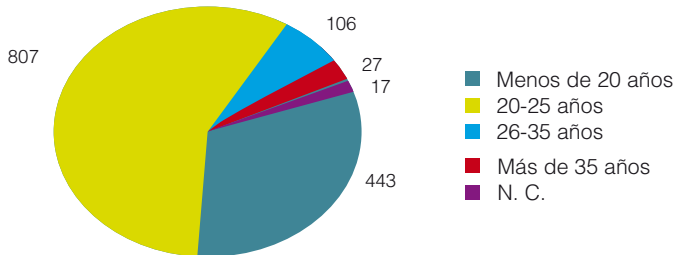


Gráfico 23. Composición de la muestra por edad

En cuanto al reparto de la muestra por centro de estudios, se partió de un objetivo que era encuestar, al menos, 1.392 estudiantes, mínimo tamaño muestral que nos podía permitir un error estadístico menor al 2,5% y que suponía conseguir la opinión en torno al 9,40% del total de matriculados en la UCO durante el curso 2009/2010. Posteriormente, la muestra se repartió con un objetivo de encuestación mínimo por centro que permitiera alcanzar esa cifra. La meta fue alcanzada con creces pues se consiguió un total de 1.470 encuestas válidas, lo que supuso una opinión del 10% 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 y la Facultad de Ciencias de la Educación, ambas en torno a 200 encuestas, la Escuela Politécnica Superior con 182 y Ciencias del Trabajo (incluido Turismo) y Filosofía y Letras que han contabilizado alrededor de 125 encuestas. Seguidamente están la Facultad de Veterinaria, la Escuela Politécnica de Belmez y la Facultad de Ciencias que, aisladamente, superan ampliamente las 100 encuestas. La Escuela Técnica Superior de Ingenieros de Agrónomos y Montes y la Facultad de Medicina has contabilizado en torno a 85 encuestas. También forma parte del estudio, aunque con un número de encuestas más reducido la Escuela Universitaria de Enfermería (44 encuestas).

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

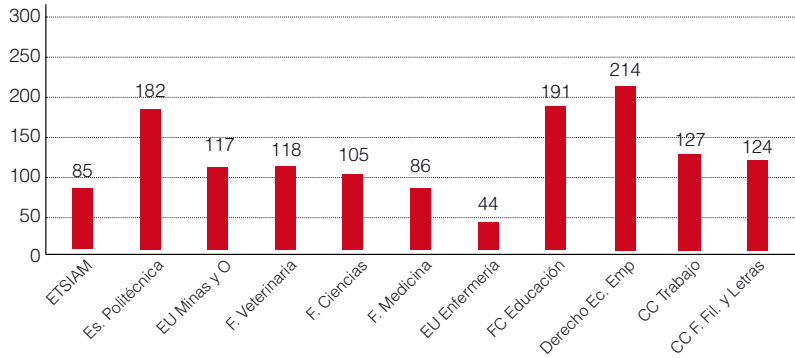


Gráfico 24. Composición de la muestra por centro de estudios. (Nº de Encuestas válidas)

Por curso, del alumnado encuestado, destacan especialmente los primeros cursos de los títulos universitarios, con 451 en primer curso, 307 en segundo y 369 en tercero, habiéndose agrupado un escaso número en cuarto curso y una mayor representación en quinto y sexto. En el apartado “otros” recogemos alumnado de Proyecto, Máster o Doctorado. De todas formas la muestra refleja una buena representación de todos los niveles.

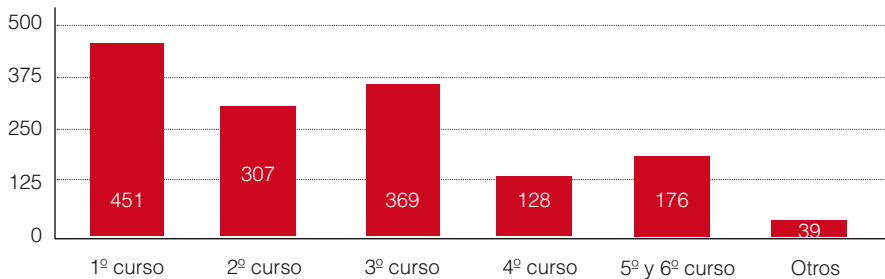
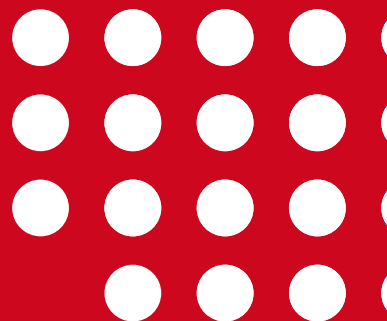


Gráfico 25. Composición de la muestra por curso

II

RESULTADOS DEL TRABAJO



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 similar al arrojado en el anterior EPE CSUCO 2007.

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.

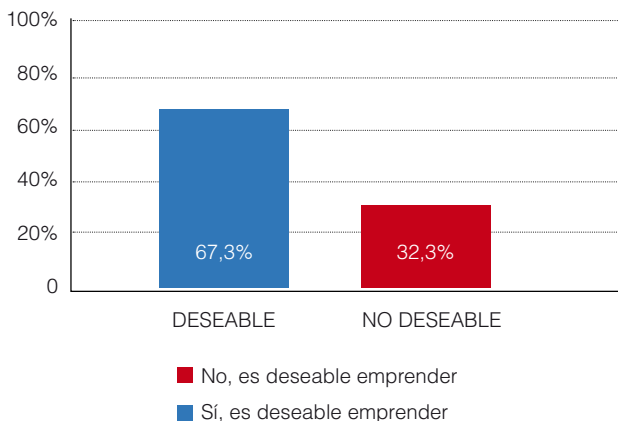


Gráfico 26. Deseabilidad de crear una empresa en el alumnado cordobés en porcentaje de la muestra (datos numéricos en anexo Tabla A 1)

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.



INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

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 presente estudio 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. Aquí se percibe que los universitarios no son ajenos a la percepción de la muy mala coyuntura económica y entienden la crisis como amenaza y no como fuente de oportunidades.

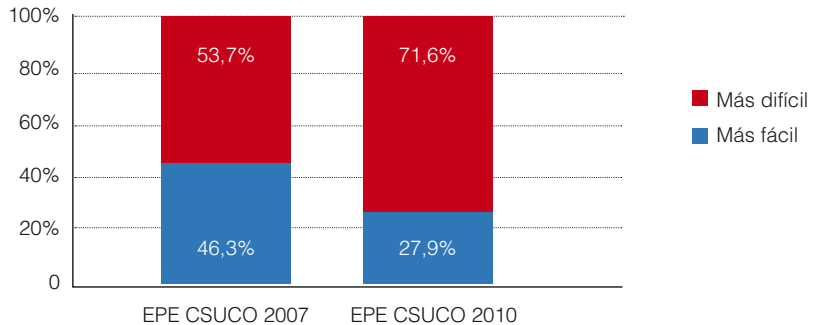


Gráfico 27. Resulta ¿más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad que en el pasado? En porcentaje de la muestra (datos numéricos en anexo Tabla A 2)

En la tabla A 3 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

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.

manifestada y quienes poseen o no experiencia profesional, empresariado en la familia y el centro de estudios. En cambio la percepción de si resulta o no deseable crear empresas no parece tener relación con el sexo del encuestado, la edad o la profesión del padre o madre (al menos para el citado nivel de significación).

Igualmente en la tabla A 4 se muestran los resultados estadísticos del test para la variable “mayor o menor dificultad de emprender en la actualidad” y las mismas citadas características la muestra. En este caso, podemos concluir que sólo se encuentra influencia en el Centro de Estudios en la creencia de mayor/menor dificultad y en la existencia de empresariado en la familia (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 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 30,9%), porcentaje que resulta similar al del Estudio de 2007 (29,2%). Además, es muy escaso el número de las personas firmemente decididas a crear empresas (sólo un 5,7% de alumnado universitario –prácticamente igual que el Estudio de 2007, un 5,5% de alumnado-). Sumando las repuestas “Sí firme intención” y “Sí seriamente” confirmamos que la juventud universitaria tiene menos inclinación a crear empresas (19,3%) frente al 19,6% que mostró su propósito en el EPE CSUCO de 2007.

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

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

También es significativo el muy reducido grupo de quienes tienen intención de integrarse en empresas familiares (sólo el 2,9% 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.

En la segmentación realizada en el alumnado universitario, encontramos diferencias entre grupos ProCE llegan al 21,1% de intención de creación de empresas frente al 18,9% 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 23% y los NoproCE un 39%). Parece evidente que el alumnado con mayor vocación emprendedora se oriente 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.

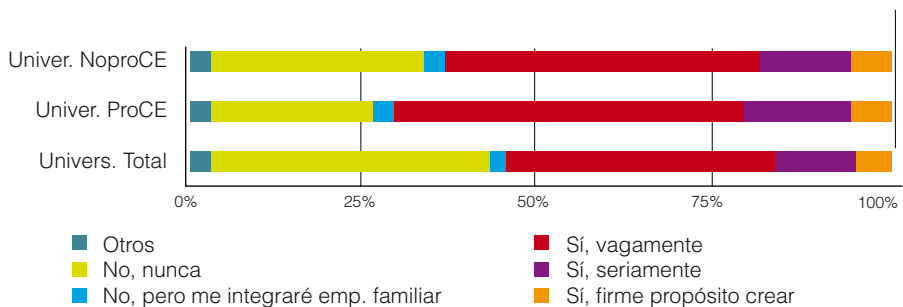


Gráfico 28. Intención fundamentada de crear una empresa (datos numéricos en anexo Tabla A 5)

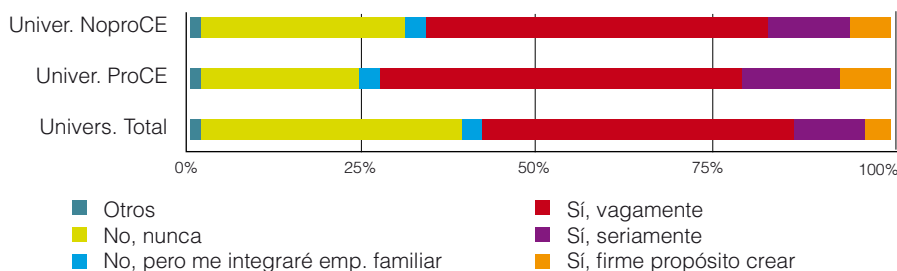


Gráfico 29. Intención fundamentada de crear una empresa según datos del EPE 2007.

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 alumnado encuestado información acerca de cuándo se aventurarían a hacerlo. Es muy poco el que se atreve a afirmar que en uno o dos años. En cambio, son más numerosas las personas que pretenden hacerlo al terminar sus estudios (en torno al 8% del alumnado universitario, un porcentaje menor al EPE CSUCO de 2007) y también las que prevén hacerlo entre tres y cinco años (otro 12,7%).

De nuevo, la coyuntura económica se refleja en las respuestas. En caso de lanzarse a emprender, mejor esperarse a que mejore la economía.

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

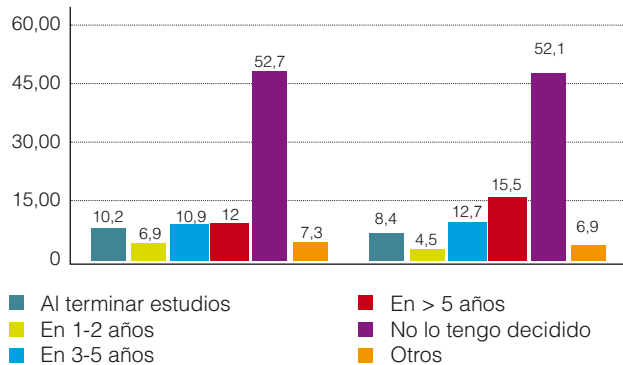


Gráfico 30. Previsión del tiempo vista para crear la empresa (datos numéricos en anexo Tabla A 6)

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 34,9% de ellas manifiestan que nunca crearán una empresa frente al 24% de los hombres). Además, un 24,7% de ellos creen firme o seriamente que iniciarán una empresa frente a un 15,5% de las mujeres¹⁶. En el EPE CSUCO 2007 los porcentajes eran del 24,1% y del 13,6%, respectivamente.

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.

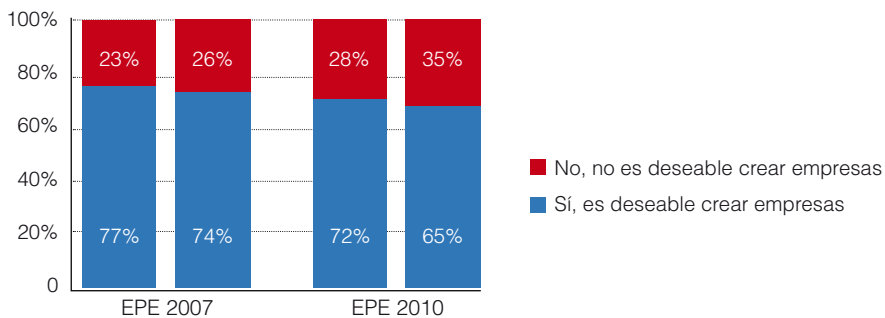


Gráfico 31. Género * Deseabilidad de crear una empresa (datos numéricos en anexo Tabla A 7). Comparativo EPE 2007 y EPE 2010.

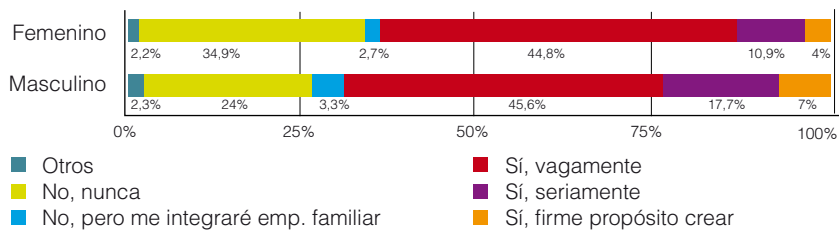


Gráfico 32. Género * Intención fundamentada de crear una empresa (datos numéricos en anexo Tabla A 8)

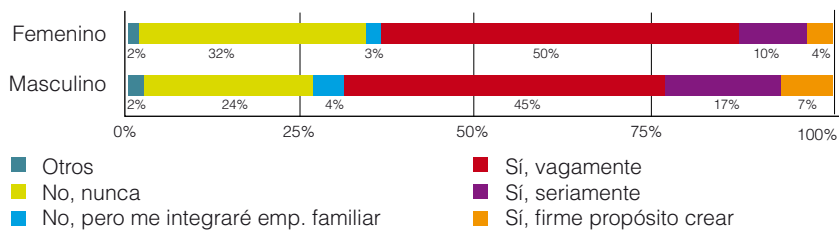


Gráfico 33. Género * Intención fundamentada de crear una empresa en el EPE 2007.

VOCACIÓN EMPRENDEDORA SEGÚN EDAD

También se muestran tres gráficos (34, 35, 36, 37 y 38) con las respuestas agrupadas por edad. Se observa que los de mayor edad son los menos interesados en crear empresas y que el grupo más numeroso con intención firme se encuentra entre 26 y 35 años (23,6% de intención declarada “sí sería o firmemente”).

En el estudio de 2010 es notorio que en los grupos de edad más jóvenes se reduce la percepción de que es deseable crear empresas y sólo los de mayor edad perciben que sí es deseable en mayor proporción (frente al estudio de 2007).

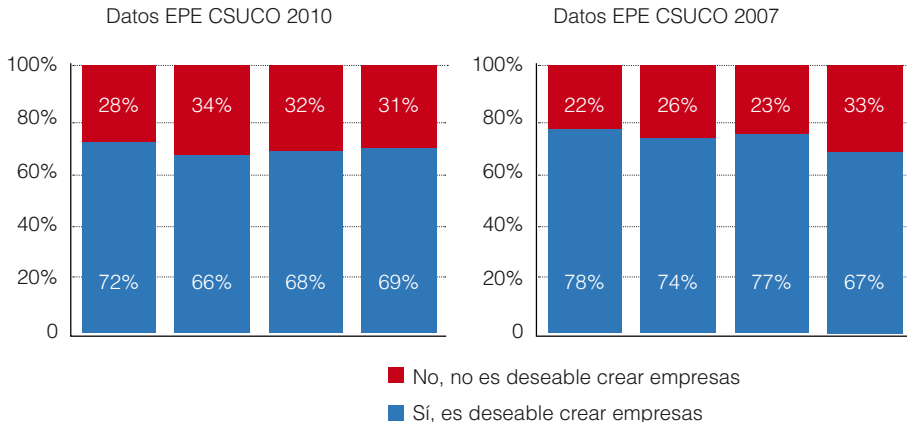


Gráfico 34. Grupo edad * Deseabilidad de crear una empresa (datos numéricos en anexo Tabla A 9)

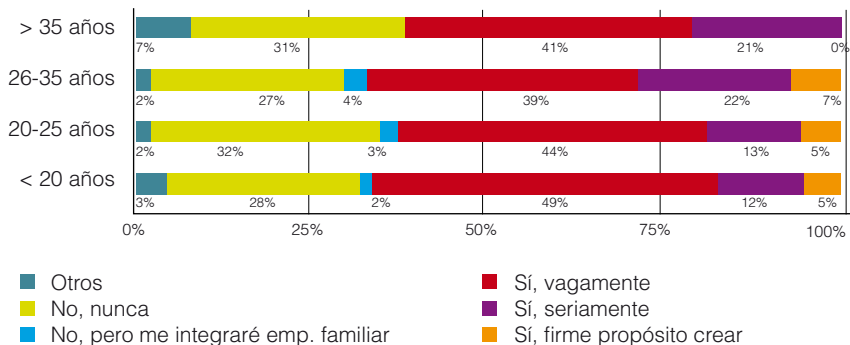


Gráfico 35. Grupo edad * Intención fundamentada de crear una empresa (datos numéricos en anexo Tabla A 10)

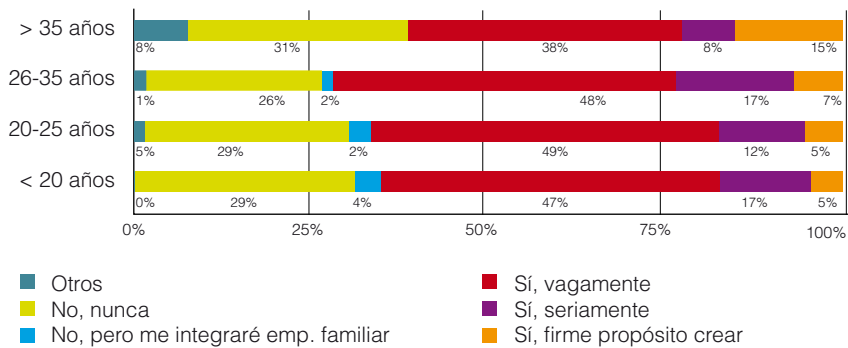
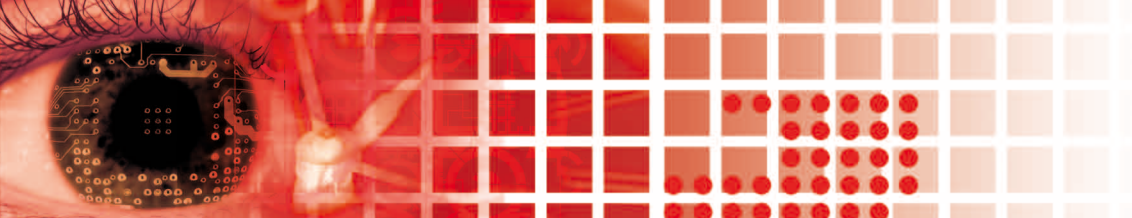


Gráfico 36. Grupo edad * Intención fundamentada de crear una empresa. Datos EPE 2007.

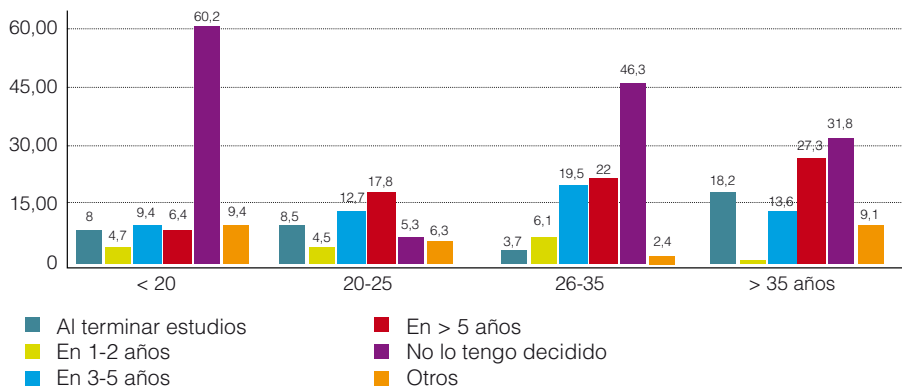


Gráfico 37. Grupo edad * Previsión del tiempo vista para crear la empresa. Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 11)

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

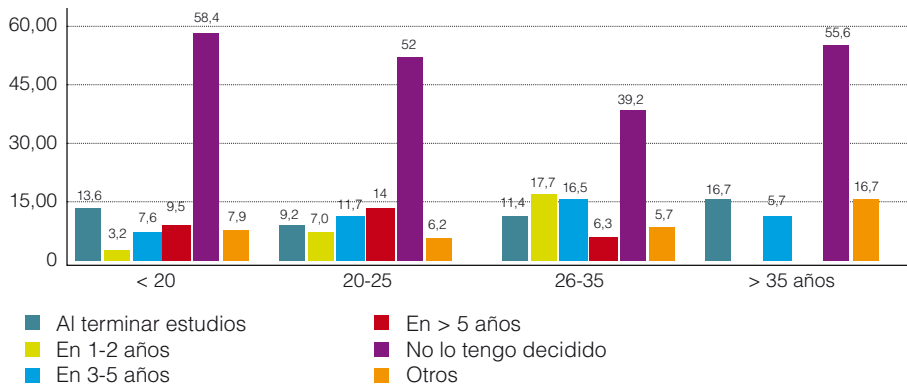


Gráfico 38. Grupo edad * Previsión del tiempo vista para crear la empresa. Porcentajes muestrales (datos del EPE 2007)

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 más de la mitad, el 50,7% posee algún familiar emprendedor (en concreto 711 de ellos, que pensamos que serán en gran medida PYMES y también trabajadores autónomos -760 en el EPE CSUCO 2007-).

Encontramos que quienes tienen familiares con empresas consideran en mayor medida la deseabilidad de crear empresas (73,1%, frente al 63,1% de quien no tienen parentesco -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 42 (apenas el 2,9% -EPE CSUCO 2007 un 4%-) tienen intención de integrarse en la

empresa familiar. No obstante, se aprecia una clara mayor predisposición a emprender nuevas actividades del alumnado que tiene raíces empresariales aunque en 2010 hay un retroceso frente a 2007 (véanse gráficos 39, 40 y 41).

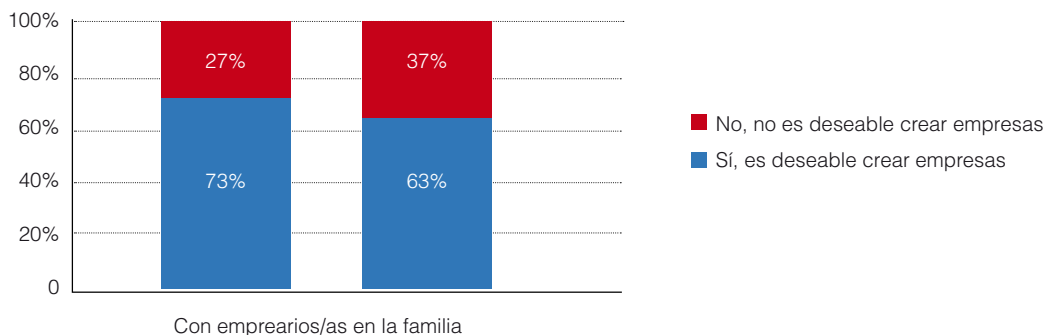


Gráfico 39. Empresariado en la familia * Deseabilidad de crear una empresa. Porcentajes muestrales. (datos numéricos en anexo Tabla A 12)

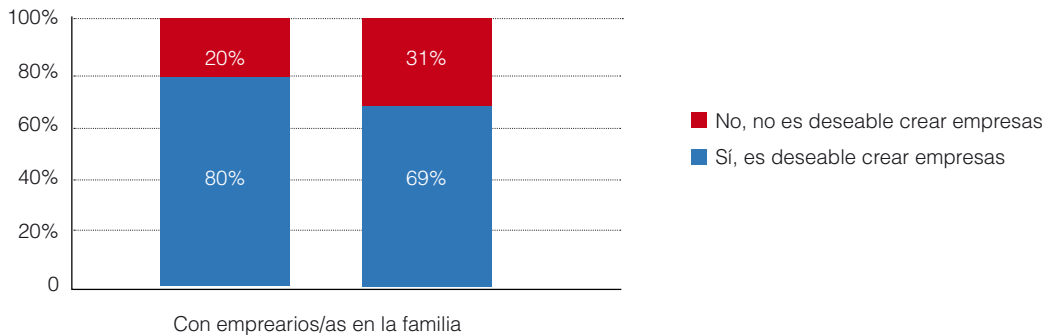


Gráfico 40. Empresariado en la familia * Deseabilidad de crear una empresa. Porcentajes muestrales. (Datos EPE 2007)

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

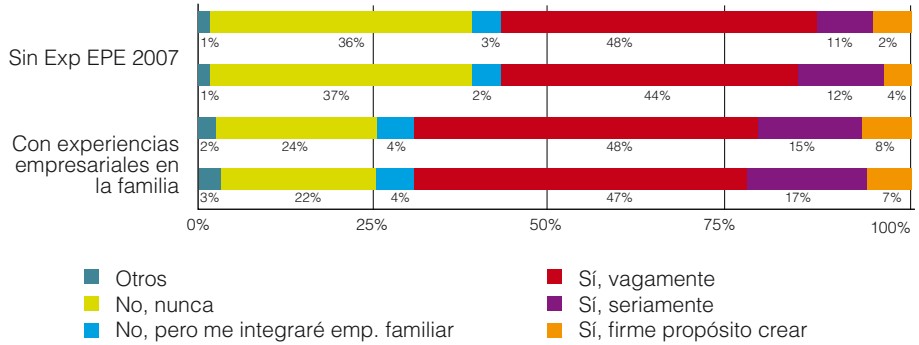


Gráfico 41. Experiencias Empresariales en la familia * Intención fundamentada de crear una empresa. Porcentajes muestrales. (datos numéricos en anexo Tabla A 13)

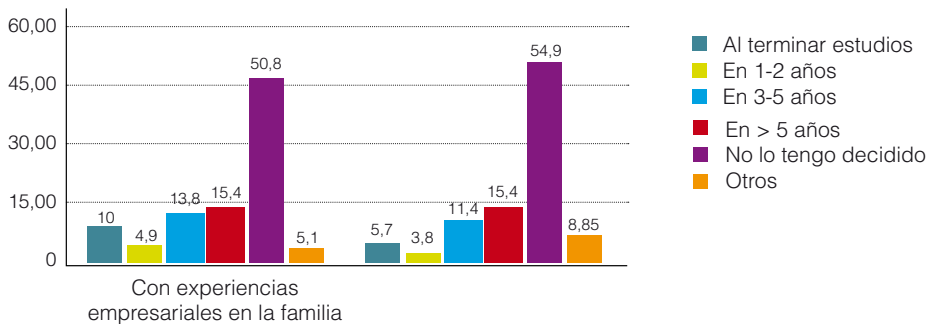


Gráfico 42. Experiencias empresariales en la familia * Previsión del tiempo vista para crear la empresa. Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 14)

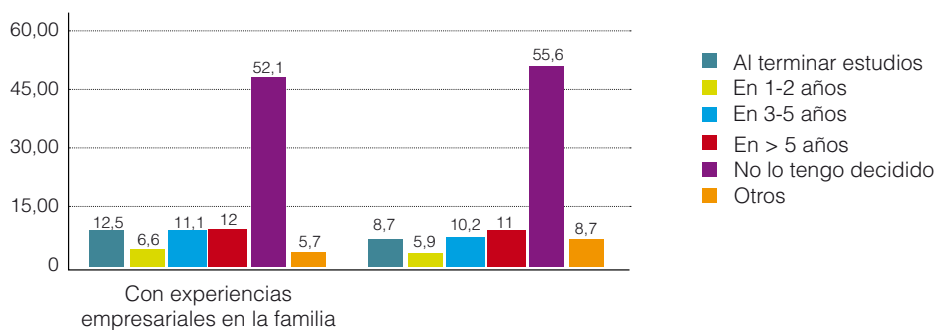


Gráfico 43. Experiencias empresariales en la familia * Previsión del tiempo vista para crear la empresa Porcentajes muestrales (datos EPE 2007)

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 variable¹⁷. Destacamos:

- Los hijos de directivos de empresa son los que consideran más deseable crear empresas (77,3%), a cierta distancia se encuentran los hijos de empresario (con un 71,1%). 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. Los que lo ven más difícil son los hijos de empleados administrativos y de empleados públicos.
- Entre los hijos de empresarios, sólo un 5,7% tiene intención de integrarse en la empresa familiar, aunque cerca de un 28,2% de ellos sí que quiere aventurarse por su cuenta en crear una nueva empresa.

17 Por ello sólo se han incluido las tablas de deseabilidad e intención de crear empresas.

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

- Los hijos de directivos de empresa también tienen una elevada intención de crear empresas, ya que están decididos en un 29,5%.
- 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.

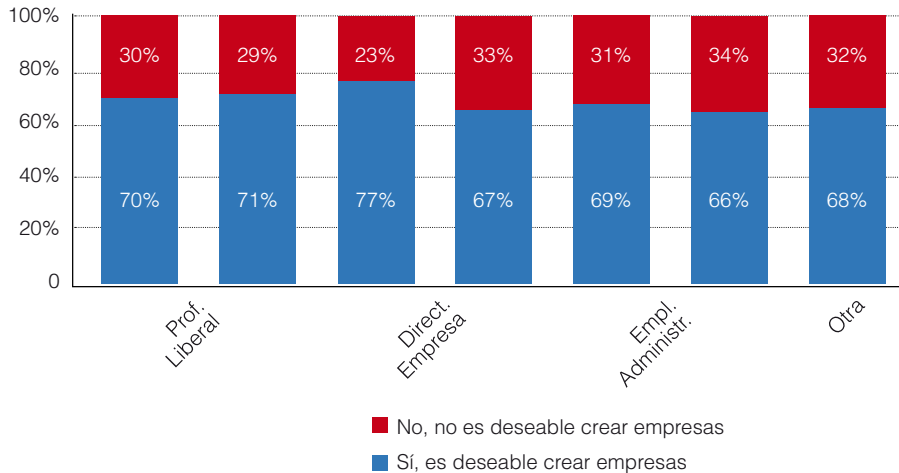


Gráfico 44. Profesión del padre * Deseabilidad de crear una empresa
Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 15)

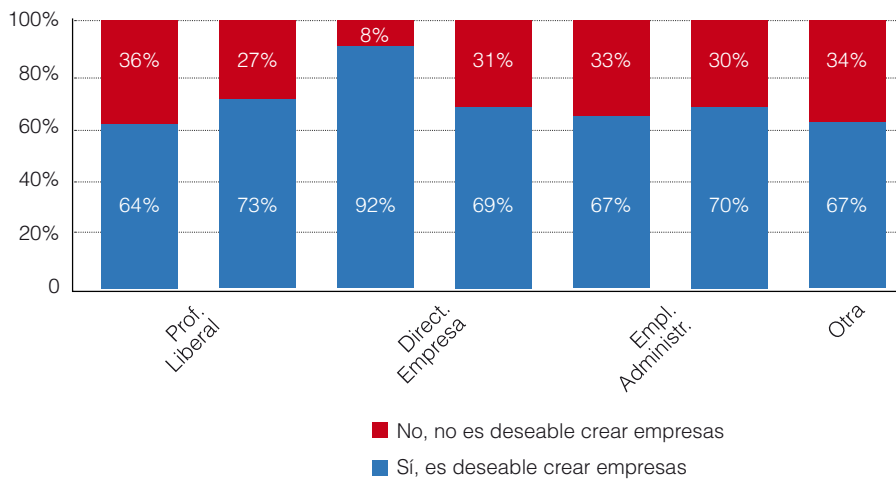


Gráfico 45. Profesión del padre * Deseabilidad de crear una empresa Porcentajes muestrales (datos EPE 2007)

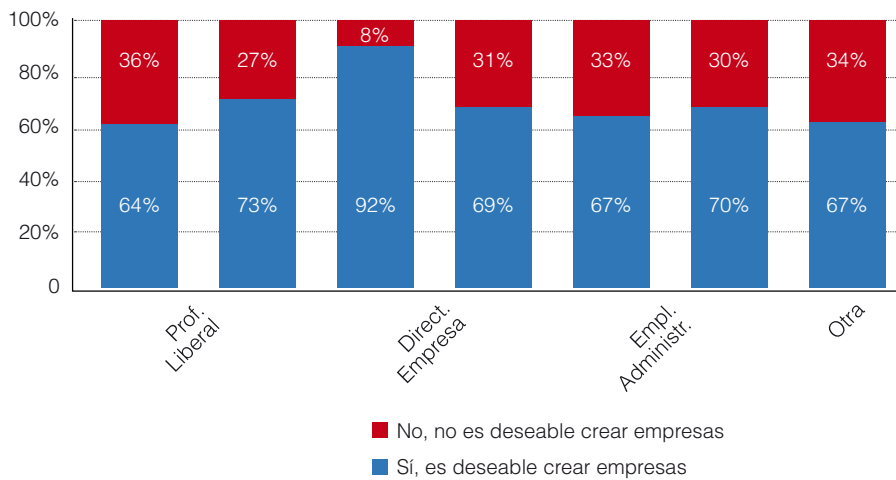


Gráfico 46. Profesión de la madre * Deseabilidad de crear una empresa Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 16)

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

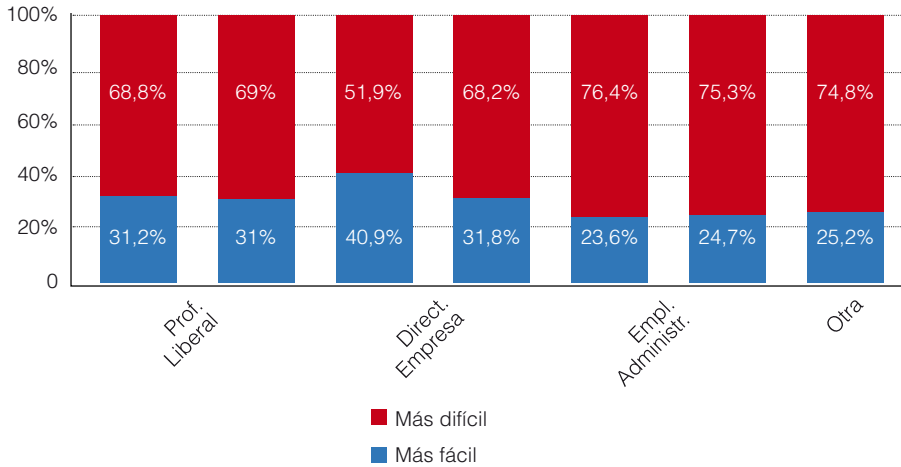


Gráfico 47. Profesión del padre * Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad. Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 17)

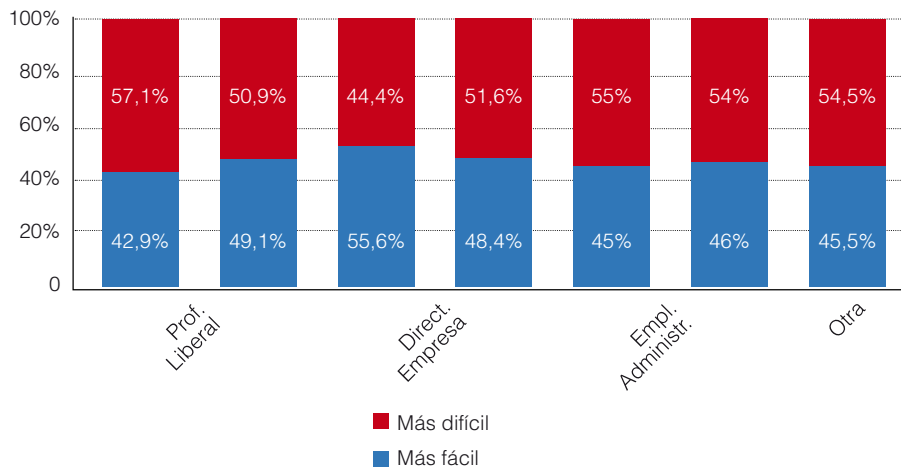


Gráfico 48. Profesión del padre * Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad. Porcentajes muestrales (datos EPE 2007)

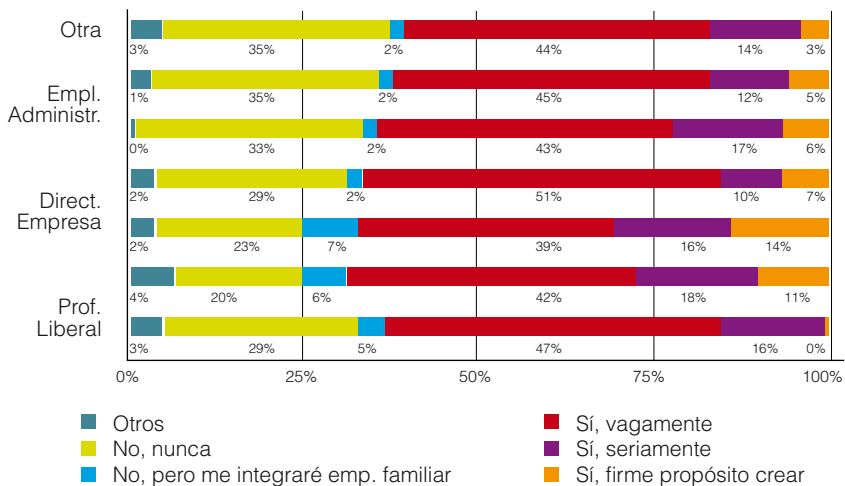


Gráfico 49. Profesión del padre * Intención fundamentada de crear una empresa. Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 18)

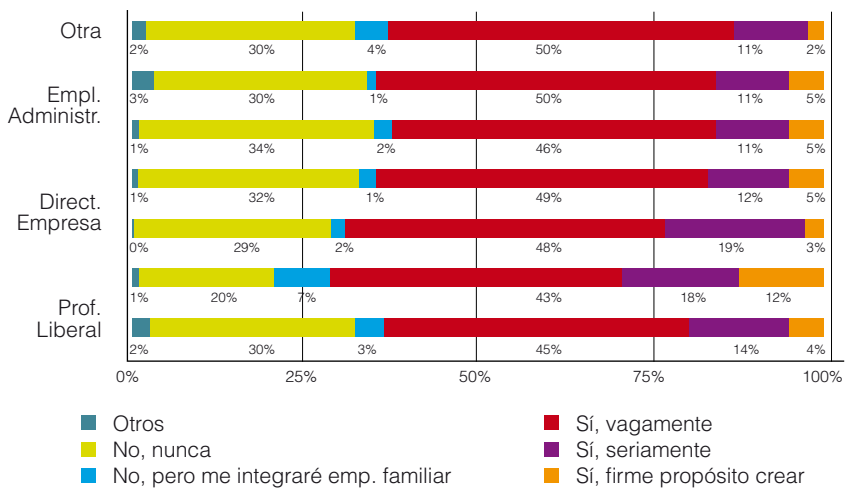


Gráfico 50. Profesión del padre * Intención fundamentada de crear una empresa. (datos EPE 2007)

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

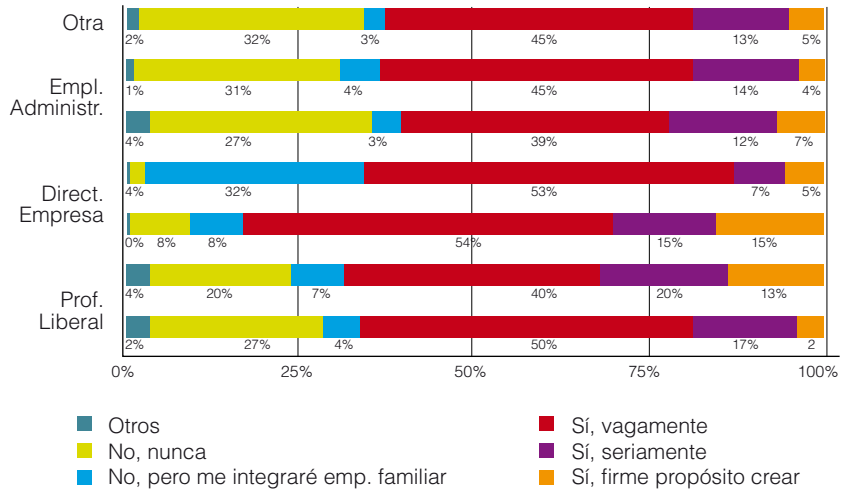


Gráfico 51. Profesión de la madre * Intención fundamentada de crear empresa. Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 19)

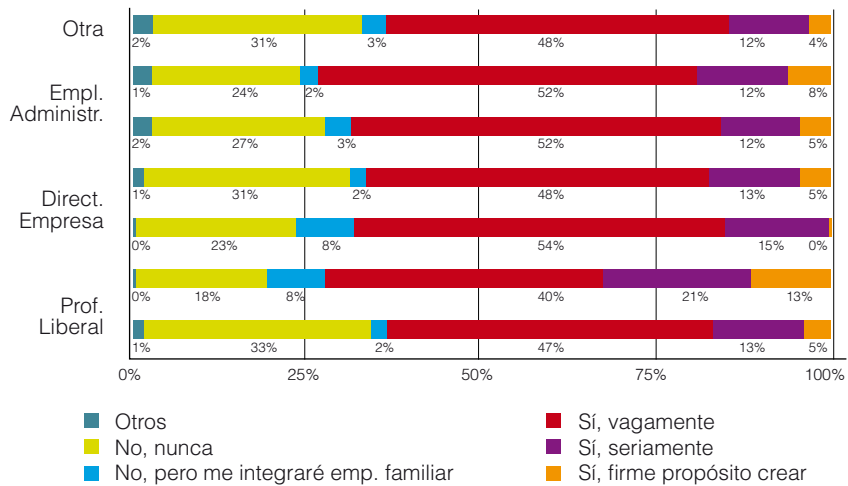


Gráfico 52. Profesión de la madre * Intención fundamentada de crear empresa. (datos EPE CSUCO 2007)

VOCACIÓN EMPRENDEDORA Y EXPERIENCIA PROFESIONAL

En resumen, según apreciamos en el gráfico 53, quienes poseen experiencia profesional consideran más deseable crear empresas (72,4% frente a 65,6% del grupo que no ha trabajado antes).

En cuanto a la pregunta sobre si consideran más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad, vemos que de nuevo se agravan las diferencias en relación al Estudio de 2007. 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 2010 se ha reducido veinte puntos porcentuales. (De un 48% en 2007 a un 28% en 2010).

Además, también quienes han trabajado manifiestan en mayor medida que iniciarán una empresa (26,5%) que quienes no poseen la experiencia laboral (15,2%). (EPE CSUCO 2007: 23% y 14,8% respectivamente).

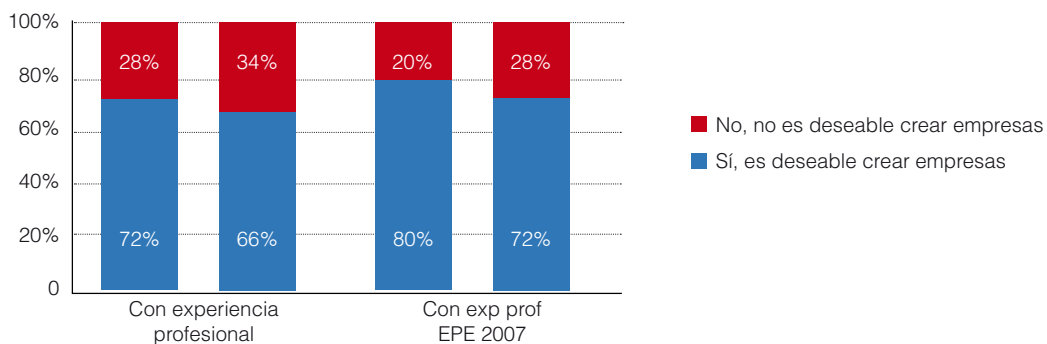


Gráfico 53. Experiencia Profesional * Deseabilidad de crear una empresa Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 21)

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

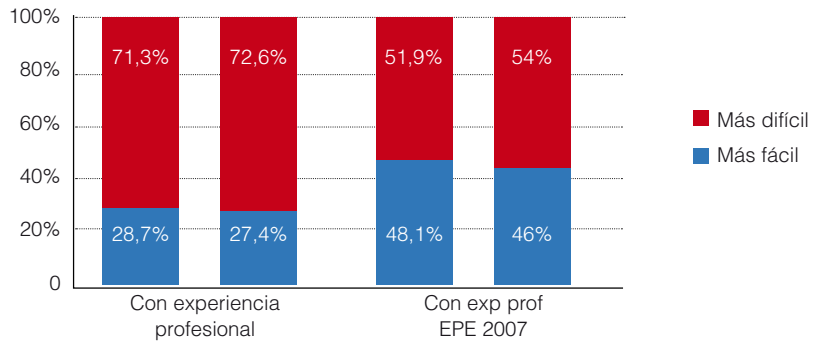


Gráfico 54. Experiencia Profesional * ¿Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad? Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 22)

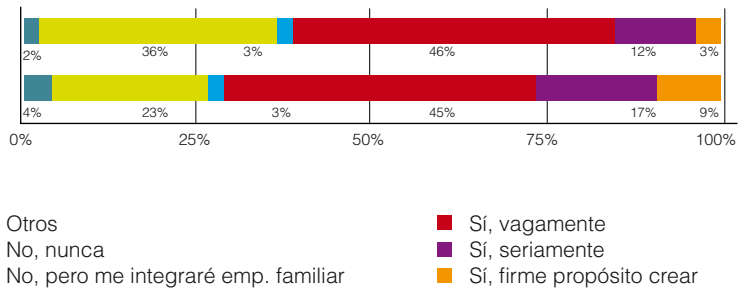


Gráfico 55. Experiencia Profesional * Intención fundamentada de crear una empresa Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 23)

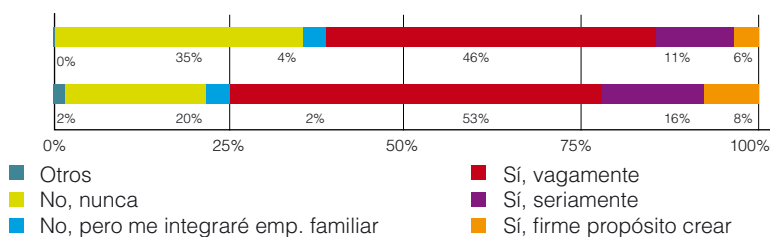


Gráfico 56. Experiencia Profesional * Intención fundamentada de crear una empresa Porcentajes muestrales (datos EPE CSUCO 2007)

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 99% se encuentra que la intención de emprender guarda relación con el género de la persona encuestada, experiencia profesional, profesión del padre y la madre, existencia de empresarios en la familia y la facultad o centro de estudios¹⁸. Un dato significativo es que a diferencia del EPE CSUCO 2007 la edad ya no presenta relación estadística con la intención de crear empresas.

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

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 médico (6,25), ingeniero (5,81) y directivo de gran empresa (5,43). A continuación se encuentran abogado (5,21), empresario (5,03) y economista (4,92). Hay tres profesiones que ni siquiera llegan al 4, son sociólogo (3,40), publicitario (3,80) y químico (3,85). En consecuencia, podemos afirmar que la profesión de empresario goza de cierto 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 algo mejor la figura de empresario (5,00) que el resto de estudiantes universitarios (4,95) aunque la diferencia es apenas perceptible. Si comparamos este resultado con los reflejados por el anterior estudio EPE CSUCO 2007 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).

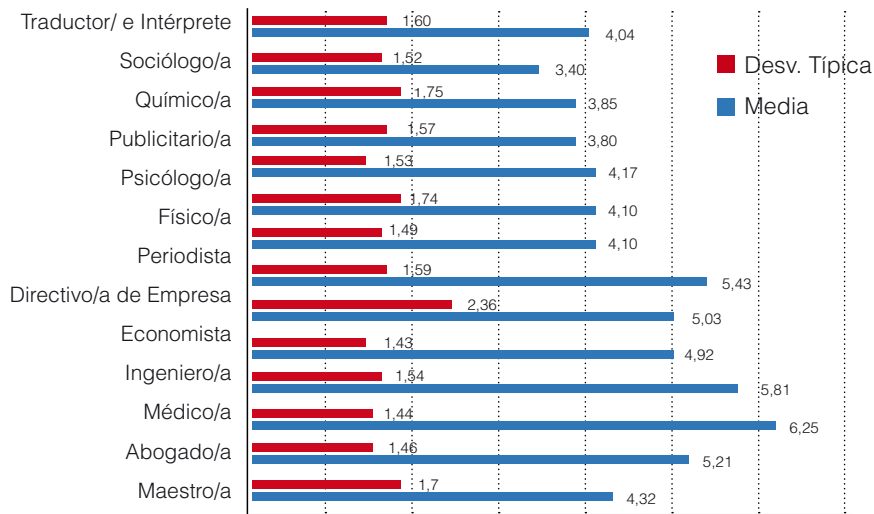


Gráfico 57. Valoración de diversas profesiones (Escala 1-7) muestra completa.

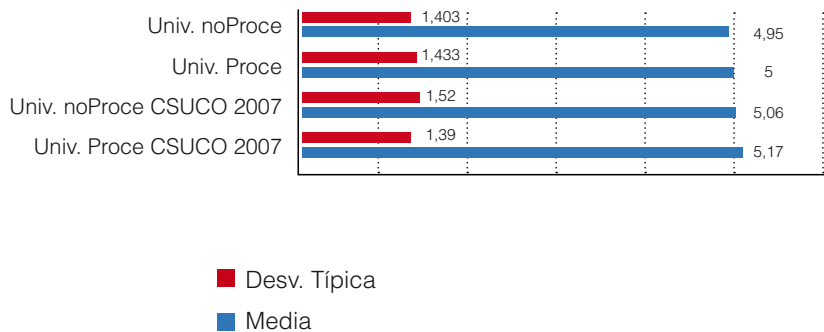


Gráfico 58. Valoración de la figura del empresario según estudios del alumnado encuestado (alumnado cordobés)

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

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 fuerte correlación positiva. Así, quienes valoran más la figura son los que consideran más deseable crear empresas (gráfico 59).

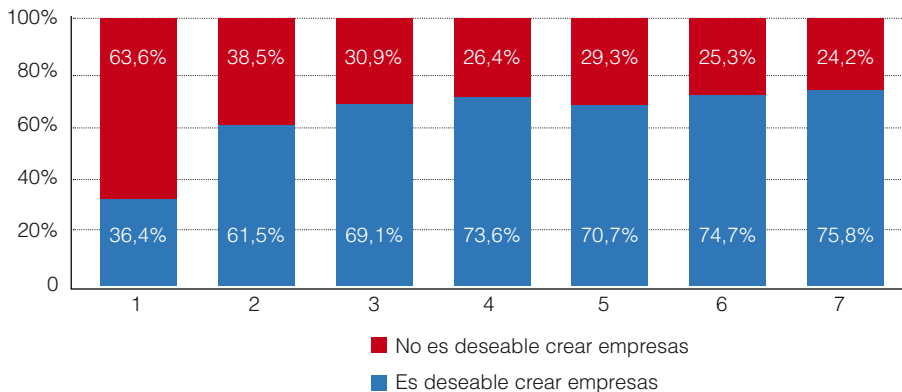


Gráfico 59. Valoración Profesión * Deseabilidad de crear una empresa Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 25)

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 *asume riesgos y es dialogante con sus empleados, invierte y ganan mucho dinero*.
- Por el contrario, nuestro público encuestado manifiesta un menor acuerdo en los atributos de que *crean empleo, tienen claros criterios de justicia social 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.

- También en el mismo gráfico se muestran unos resultados sobre la visión del empresariado 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.

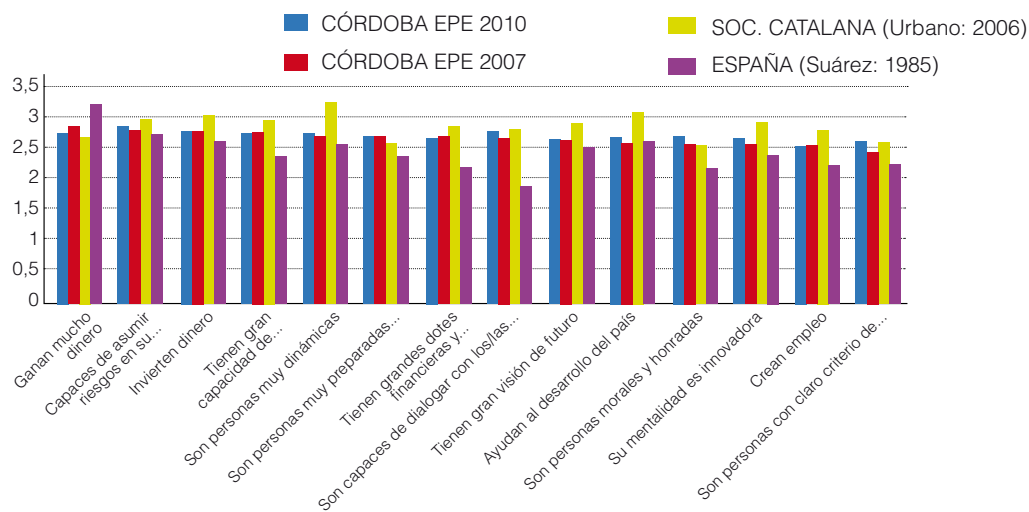


Gráfico 60. Promedio de valoración de atributos del empresariado según la muestra de alumnado cordobés –incluyendo el EPE 2007–, la valoración de la sociedad catalana (Urbano: 2006) y de la valoración en España (Suárez: 1985). Valoración de 1 a 4 (donde 1 es el mínimo y 4 el máximo).

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

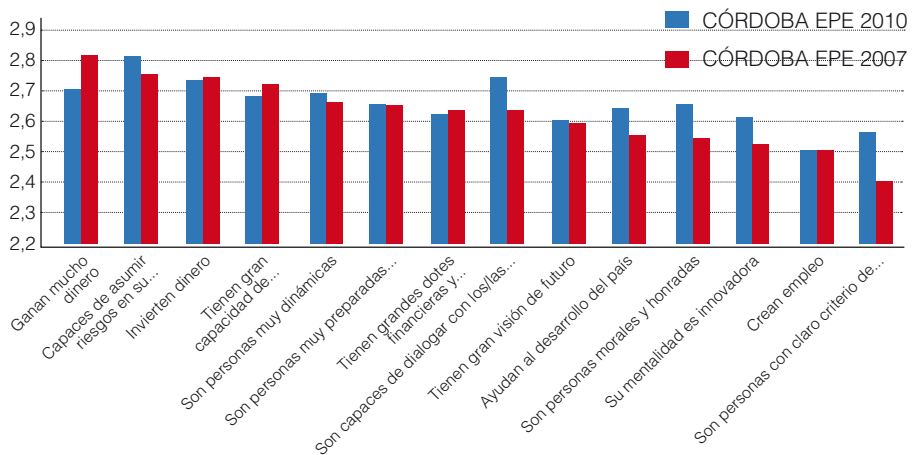


Gráfico 61. Promedio de valoración de atributos del empresariado según la muestra de alumnado cordobés en 2010 y la muestra de 2007. Valoración de 1 a 4 (donde 1 es el mínimo y 4 el máximo). (datos numéricos en anexo Tabla A 26)

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, la percepción según edades y también la que hacen quienes tienen algún familiar empresario o empresaria. 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 99%). 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.

II.4. RESULTADOS SEGÚN CENTRO DE ESTUDIO

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 62, en cuanto a la pregunta de si se considera deseable crear empresas, el alumnado de Veterinaria es el único que supera el 80% de respuesta afirmativa. A continuación y con valores superiores al 70%, se encuentra el alumnado de las titulaciones impartidas en la Facultad de Ciencias del Trabajo, de las distintas ingenierías (Politécnica, Minería y Obras Públicas y ETSIAM) y de la Facultad de Derecho y CC.Económicas/Empresariales. En la cola de niveles de deseabilidad se encuentran las Facultades de Medicina, Filosofía y Letras y Ciencias de la Educación (en las dos primeras ni siquiera el 55% del alumnado afirma que es deseable crear empresas). Comparando estos resultados con el estudio previo de 2007, se observa cómo, salvo en ETSIAM y la Facultad de Veterinaria, ha descendido muy significativamente la proporción de alumnado que considera deseable crear empresas en todos los centros universitarios. Aunque hay descensos superiores al 10% (Medicina, Filosofía y Letras, Minería y Obras Públicas), es especialmente alarmante el caso de la Facultad de Derecho y CC. Económicas y Empresariales donde, en la actualidad un 70,7% del alumnado responde positivamente a este aspecto, frente al 80,88% que lo hacía en el estudio de 2007.

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

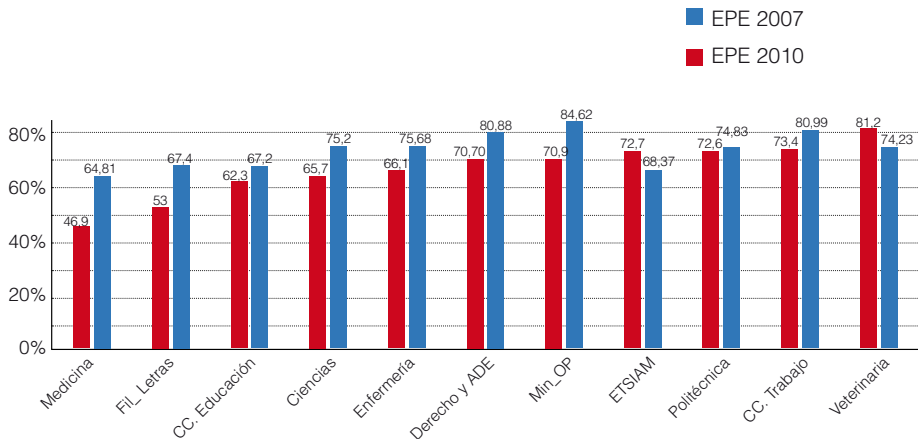


Gráfico 62. Centro de estudios * Deseabilidad de crear una empresa (% de encuestados que afirman que es deseable crear empresas)

Por otro lado, se analiza en el gráfico 63 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 ETSIAM y Filosofía y Letras, pero las cifras no alcanzan el 40%. En el lado contrario, los estudiantes de Veterinaria, 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 al estudio CSUCO 2007 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 casi la mitad en algunos centros), salvo la Facultad de Veterinaria y ETSIAM.

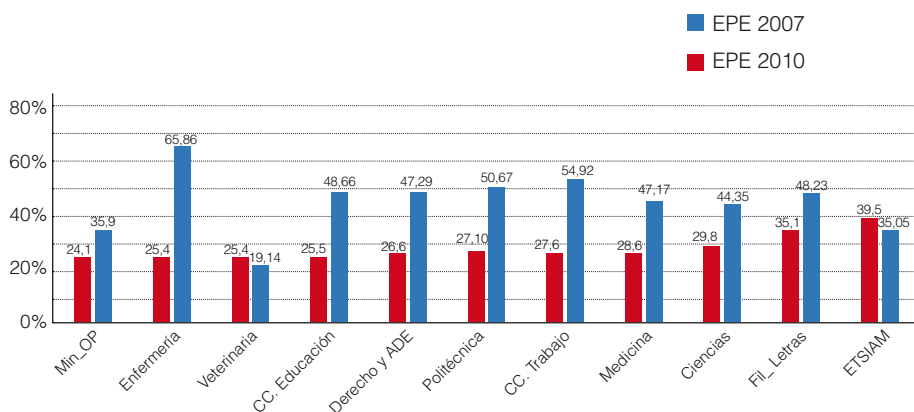


Gráfico 63. Centro * Más fácil crear una empresa en la actualidad

El gráfico 64 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 LADE, Ciencias del Trabajo, y ES Politécnica 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 (las excepciones son Veterinaria, Ciencias del Trabajo, Politécnica y Ciencias de la Educación).

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

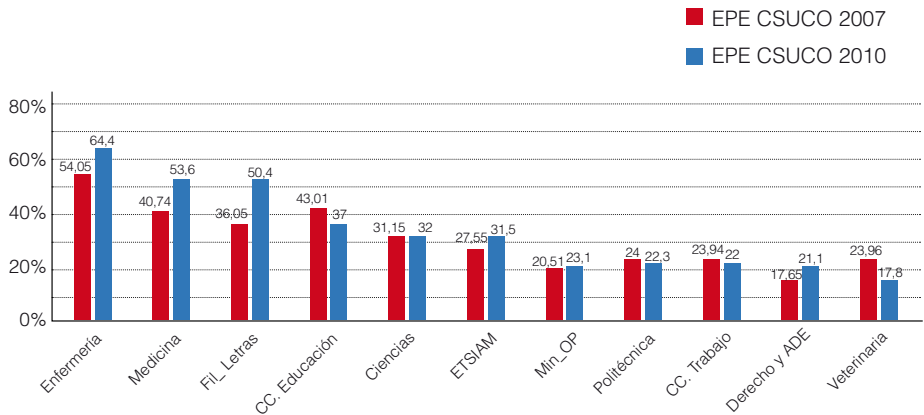


Gráfico 64. Alumnado que declara que nunca creará una empresa (% por centro de estudios)

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 65 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 (24,4 frente a 21,7%). Sin embargo, es en las universitarias de carreras NoproCE donde se percibe una situación más pesimista (un 42,6% declara que nunca creará una empresa frente al 29,8% de varones). La situación respecto al estudio CSUCO 2007 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 28,6% frente al 20,2% de varones) y un incremento en las diferencias en el caso de centros NoproCE (en dicho informe la proporción de mujeres alcanzaba el 39,4% frente al 32,1% de varones que nunca crearían un negocio propio).

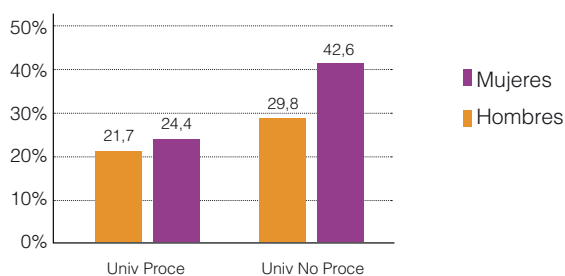


Gráfico 65. Porcentaje de publico encuestado que declaran que “nunca crearán una empresa” según grupo de titulaciones y sexo.

Seguidamente se ha realizado una segmentación a nivel de facultad y sexo (gráfico 66). 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, Politécnica y Minería y Obras Públicas, se invierte esta proporción y las mujeres parecen más emprendedoras que sus compañeros.

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

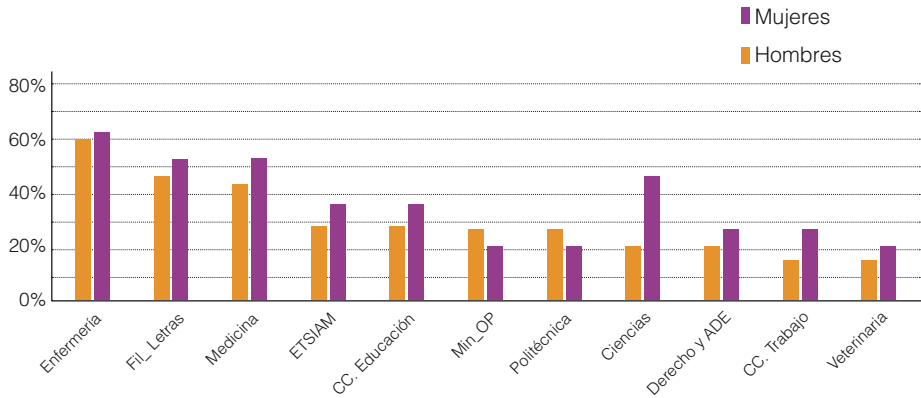


Gráfico 66. Porcentaje de personas encuestadas que declaran que "nunca crearán una empresa" según centro de estudios y sexo.

Sin embargo, efectuando la comparación respecto a los resultados obtenidos en el estudio EPE 2007 (tabla 1), se observa cómo entonces, eran tres de los centros NoproCE donde los varones manifestaban menos actitud emprendedora: Ciencias de la Educación, Medicina y Veterinaria.

	Varones	Mujeres	Sexo menos emprendedor CSUCO 2010	Sexo menos emprendedor CSUCO 2007
Enfermería	62,50%	66,70%	Mujeres	Mujeres
Fil_Letras	47,40%	55,10%	Mujeres	Mujeres
Medicina	45,80%	57,60%	Mujeres	Varones
ETSIAM	29,30%	36,70%	Mujeres	Mujeres
CC. Educación	25,00%	37,00%	Mujeres	Varones
Min_OP	24,40%	17,60%	Varones	Mujeres
Politécnica	22,60%	20,70%	Varones	Mujeres
Ciencias	16,70%	42,40%	Mujeres	Mujeres
Derecho y ADE	15,70%	24,00%	Mujeres	Mujeres
CC. Trabajo	14,30%	25,00%	Mujeres	Mujeres
Veterinaria	14,00%	20,00%	Mujeres	Varones

Gráfico 67. Porcentaje de personas encuestadas que declaran que "nunca crearán una empresa" según centro de estudios y sexo.



Análisis sobre el Perfil Emprendedor en el alumnado universitario de Córdoba

Finalmente, la tabla 2 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.

Gráfico 68. Centro * Intención fundamentada de crear una empresa

Intención fundamentada de crear una empresa			
CENTRO		No, nunca	No, pero sí integración en empresa familiar
ETSIAM	Recuento	28	2
	% dentro de centro	31,46%	2,25%
Politécnica	Recuento	43	5
	% dentro de centro	22,28%	2,59%
Minas y OOPP	Recuento	27	6
	% dentro de centro	,2	,1
Veterinaria	Recuento	21	3
	% dentro de centro	17,80%	2,54%
Ciencias	Recuento	33	3
	% dentro de centro	32,04%	2,91%
Medicina	Recuento	52	3
	% dentro de centro	53,61%	3,09%
Enfermería	Recuento	38	1
	% dentro de centro	64,41%	1,69%
Educación	Recuento	71	3
	% dentro de centro	36,98%	1,56%
Derecho y ADE	Recuento	54	8
	% dentro de centro	21,09%	3,13%
CC. del Trabajo	Recuento	28	5
	% dentro de centro	22,05%	3,94%
Filosofía y Letras	Recuento	58	4
	% dentro de centro	50,43%	3,48%
Total	Recuento	453	43
	% dentro de centro	30,90%	2,93%

Sí, vagamente	Sí, seriamente	Sí, tengo el firme propósito de crear una empresa	Otros	Total
36	11	10	2	89
40,45%	12,36%	11,24%	2,25%	100,00%
95	36	9	5	193
49,22%	18,65%	4,66%	2,59%	100,00%
57	19	5	3	117
,5	,2	,0	,0	1,0
49	28	14	3	118
41,53%	23,73%	11,86%	2,54%	100,00%
47	11	7	2	103
45,63%	10,68%	6,80%	1,94%	100,00%
31	6	4	1	97
31,96%	6,19%	4,12%	1,03%	100,00%
17	2	1	0	59
28,81%	3,39%	1,69%	0,00%	100,00%
79	22	8	9	192
41,15%	11,46%	4,17%	4,69%	100,00%
134	34	19	7	256
52,34%	13,28%	7,42%	2,73%	100,00%
71	18	5	0	127
55,91%	14,17%	3,94%	0,00%	100,00%
38	13	1	1	115
33,04%	11,30%	0,87%	0,87%	100,00%
654	200	33	33	1466
44,61%	13,64%	5,66%	2,25%	100,00%

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

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:

- Parece que en los primeros cursos el alumnado declara en mayor medida que es deseable crear empresas (gráfico 69). Por el contrario, en el estudio CSUCO 2007 (gráfico 70), los porcentajes superiores se hallaban en el primer y último curso.
- Igualmente, es el alumnado de 1er curso el que considera que es más fácil hoy crear empresas (gráficos 70). Resulta llamativo el amplio porcentaje de estudiantes de 6º 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 CSUCO 2007 (gráfico 70) los porcentajes de respuesta "más fácil" eran superiores en todos los cursos, especialmente en 3º y 5º/6º.
- Finalmente, en cuanto a la intención declarada de hacerse emprendedores o emprendedoras (gráfico 73), es particularmente más alta en 1º y 5º curso pero nuevamente muy escasa en 6º. Los resultados son distintos a los obtenidos en el informe CSUCO 2007 (gráfico 74) donde se percibía una intención emprendedora superior en 3º y 4º curso.

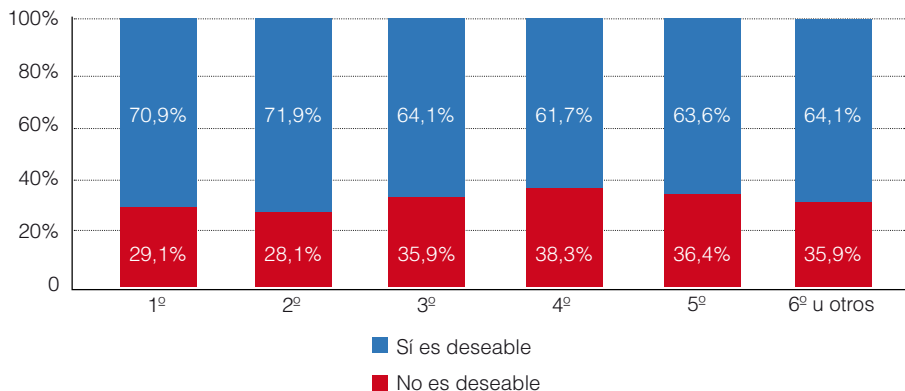


Gráfico 69. Curso universitario * deseabilidad de crear una empresa.
Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 28)

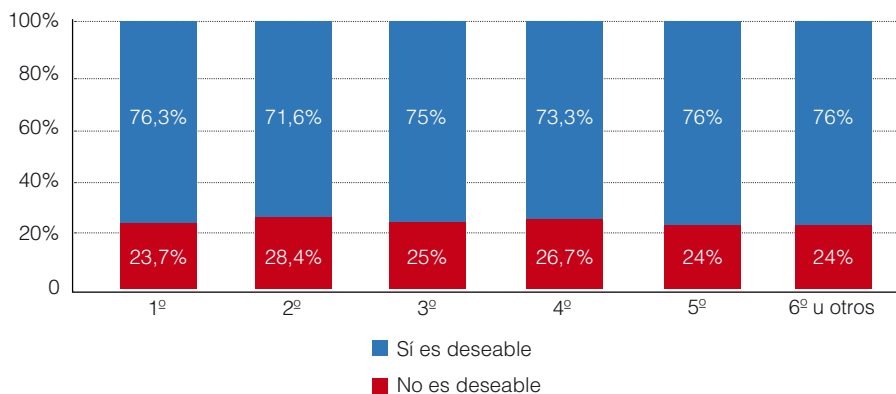


Gráfico 70. Curso universitario * deseabilidad de crear una empresa.
Porcentajes muestrales (informe 2007)

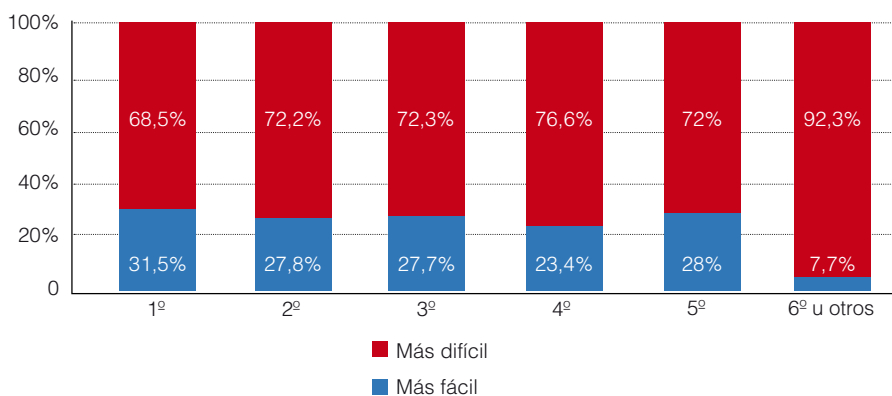


Gráfico 71. Curso de la titulación * Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad.
Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 29)

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

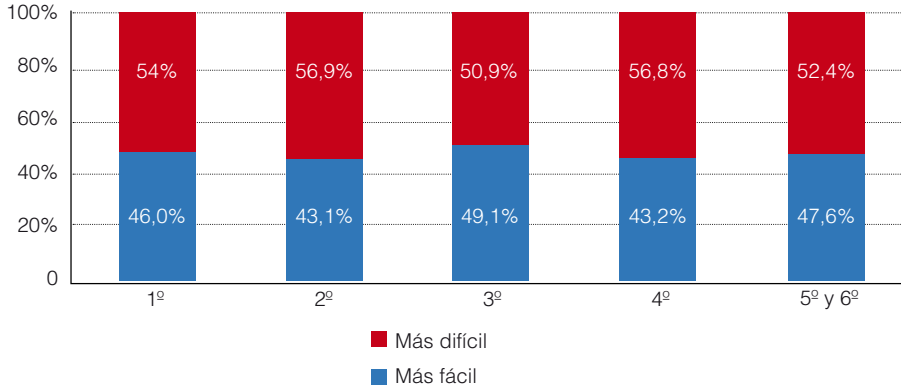


Gráfico 72. Curso de la titulación * Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad. Porcentajes muestrales (informe 2007)

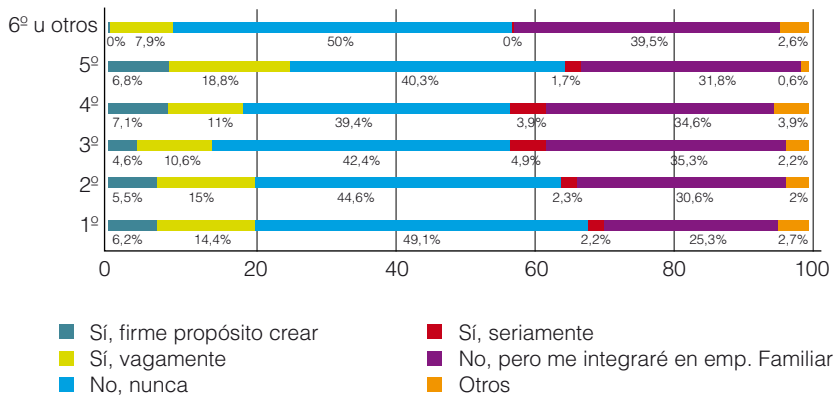


Gráfico 73. Curso de la titulación * Intención fundamentada de crear una empresa. Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 30)

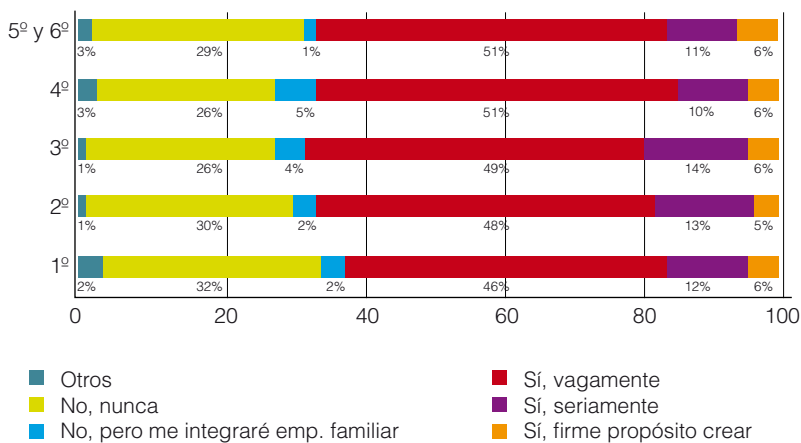


Gráfico 74. Curso de la titulación * Intención fundamentada de crear una empresa. Porcentajes muestrales (informe 2007)

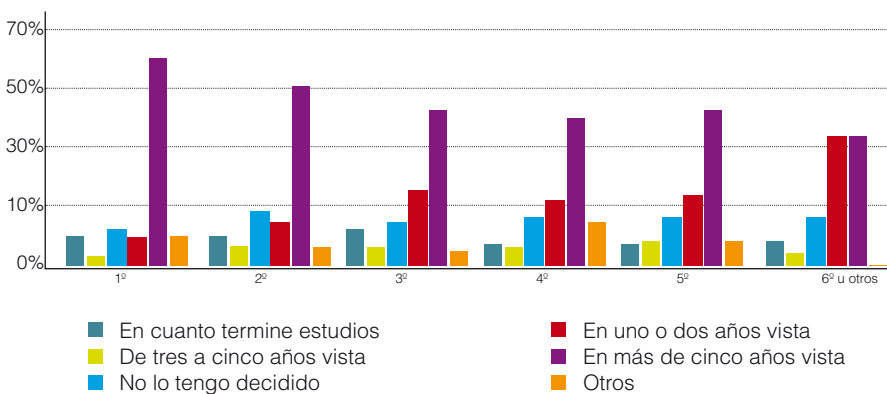


Gráfico 75. Curso de la titulación * Previsión del tiempo vista para crear la empresa. Porcentajes muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A 31)

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

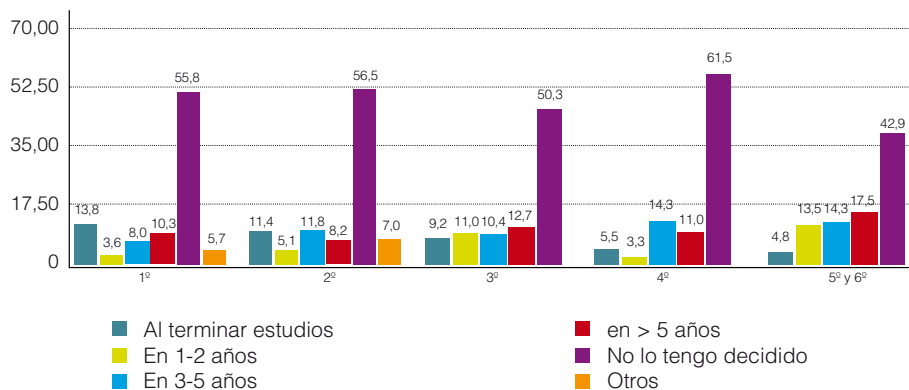


Gráfico 76. Curso de la titulación * Previsión del tiempo vista para crear la empresa. Porcentajes muestrales (informe 2007)

II.6. EVOLUCION LONGITUDINAL DE INTENCIONALIDAD DE CREAR EMPRESAS

Entre el trabajo de campo realizado en 2006 para la elaboración del EPE 2007 y el 2010 para el presente informe la mayor parte del alumnado entrevistado primeramente ha terminado 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 5° curso en 2010.

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

Aunque en principio 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 son tan 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 5° actuales alcanzan el 25,6% frente al 23,5% resultante en el año en que cursaban 1°. Su paso por la Universidad no les ha desanimado en su intención de emprender.

DESEABILIDAD DE CREAR EMPRESAS

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%

Gráfico 77. Curso de la titulación * Previsión del tiempo vista para crear la empresa. Porcentajes muestrales (informe 2007)

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

DIFICULTAD DE CREAR EMPRESAS

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

Gráfico 78. 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 1º (2005-06)	Alumnos de 5º (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%

Gráfico 79. Curso de la titulación * Previsión del tiempo vista para crear la empresa. Porcentajes muestrales (informe CSUCO 2007)

II. 7.

MOTIVOS PARA EMPRENDER

Entre los motivos que el alumnado encuestado considera que serían prioritarios para emprender (gráfico 80) son de destacar la posibilidad de poner en práctica las ideas propias y la independencia personal (80% y 79% 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 aunque los porcentajes de respuesta en 2010 son superiores en la mayoría de opciones.

Es significativo también que el motivo emprender por la "imposibilidad o dificultad de encontrar trabajo no es el principal objetivo (es el 4º en 2010), lo que revela un cierto optimismo de los universitarios sobre sus posibilidades de integración en el mercado laboral.

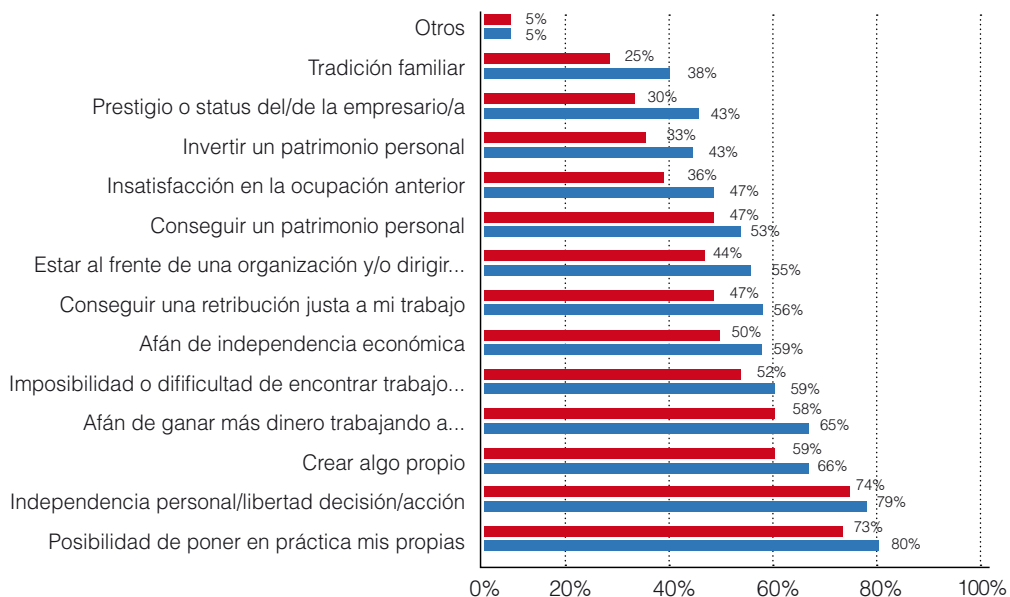


Gráfico 80. Principales motivos para emprender.

II.8.

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 283 encuestas que representan apenas la quinta parte de los encuestados (el 18,3% de la muestra – frente al 18% de EPE 2007). 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 género, apreciamos que 54 de cada 100 “personas emprendedoras potenciales” son hombres frente a 46 mujeres. Si comparamos estos porcentajes con las proporciones de la muestra inicial (1.470 encuestados con un 58% de mujeres y sólo un 42% de hombres) los resultados muestran una clara ventaja en el sexo masculino en cuanto a su predisposición a emprender. Esta preponderancia del sexo masculino se aprecia también en otros estudios, por ejemplo el Estudio ESIC (2010) de emprendedores universitarios andaluces o el EPE 2007, donde se expone que los emprendedores potenciales son varones en un 58% y mujeres en un 42%.

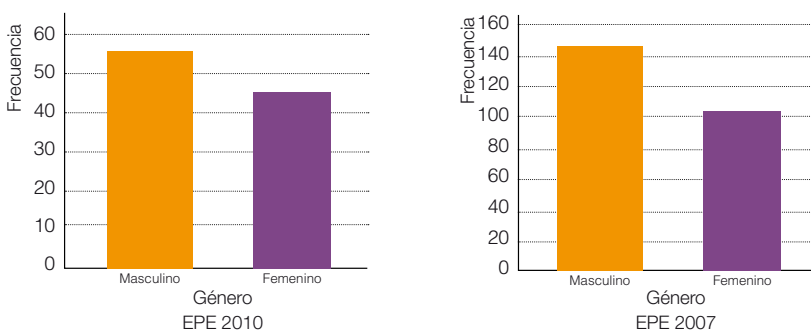


Gráfico 81. Género de las personas emprendedoras potenciales. Frecuencias muestrales (datos numéricos en anexo Tabla A32)

En cuanto al curso académico encontramos que es en primero donde hay mayor número de personas emprendedoras potenciales aunque, evidentemente este hecho tiene relación también 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. Prácticamente la mitad de las 283 personas encuestadas que se declaran emprendedoras potenciales tienen experiencia profesional (en el conjunto de la muestra el porcentaje era inferior al 37%). En consecuencia se aprecia que haber trabajado incrementa el deseo de emprender.

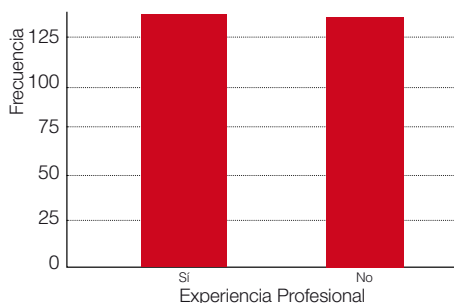


Gráfico 82. Experiencia profesional de las personas emprendedoras potenciales.

Según los estudios que cursan quienes manifiestan que serán agentes emprendedores destaca, en consonancia con lo apuntado en anteriores apartados, que el 58,7% del alumnado emprendedor potencial pertenece a las carreras ProCE (Empresariales/ Derecho, Relaciones Laborales, Trabajo e Ingenierías). En cambio sólo el 41,3% de los emprendedores potenciales son estudiantes NoproCE.

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 3), Medicina (10) ó en centros donde la muestra era muy nutrida como en la Facultad de Filosofía y Letras (14) o en Ciencias (18). El mayor número de estudiantes con interés en emprender lo encontramos en Derecho/CC Empresariales, la Escuela Politécnica Superior y la Facultad de Veterinaria.

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

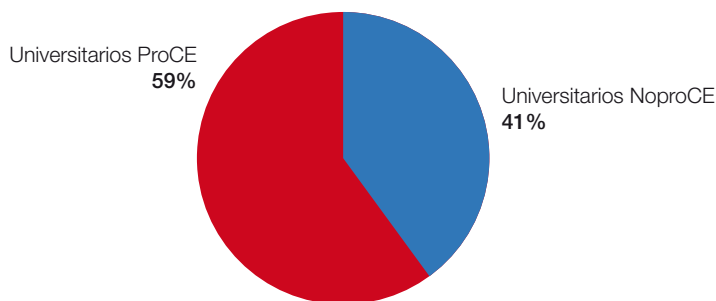


Gráfico 83. Emprendedores y Emprendedoras según estudios.

Centro					
CENTROS/FACULTADES		DATOS EPE CSUCO 2010		DATOS EPE CSUCO 2007	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	ETSIAM	21	7,4	18	8,4
	CIENCIAS DEL TRABAJO	23	8,1	28	13,1
	FILOSOFÍA Y LETRAS	14	4,9	12	5,6
	EPS	45	15,9	34	15,9
	EPB	24	8,5	4	1,9
	VETERINARIA	42	14,8	19	8,9
	CIENCIAS	18	6,4	19	8,9
	MEDICINA	10	3,5	6	2,8
	ENFERMERÍA	3	1,1	3	1,4
	C. EDUCACIÓN	30	10,6	22	10,3
	DERECHO Y C ECON EMPR	53	18,7	49	22,9
Total		283	100,0	214	100,0

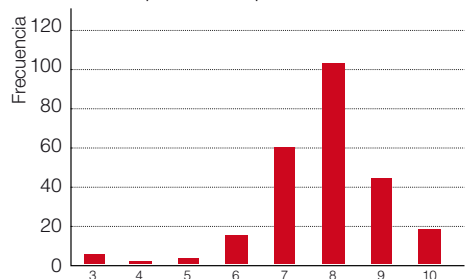
Gráfico 84. Centro de estudios de las personas emprendedoras potenciales.

Comparando nuestros resultados con los obtenidos en el EPE CSUCO 2007 encontramos algunas diferencias significativas. Así aunque en el estudio de 2007 y en el estudio actual coincide el dato de que los centros más emprendedores son la Facultad de Derecho y C. Económicas y Empresariales y la Escuela Politécnica Superior, sin embargo han descendido los emprendedores potenciales en Ciencias del Trabajo, dejando la tercera posición al alumnado de la Facultad de Veterinaria.

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, 7,81 en el grupo de los 283 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 y el de 2010 no hay variaciones sustanciales.

Indicador de persona emprendedora. EPE 2010.



Indicador de persona emprendedora.

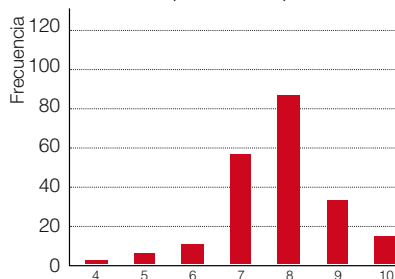


Gráfico 85. Índice de calificación propia de persona emprendedora.

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

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 *responsables de sus actos, independientes, con autonomía en el trabajo, adaptables a los cambios, curiosos ante lo nuevo*. Las cualidades con menor valoración (en las que no llegan a 3 puntos) son las relacionadas con la *asunción de responsabilidad, actitud ante el fracaso y enfrentamiento ante la adversidad*.

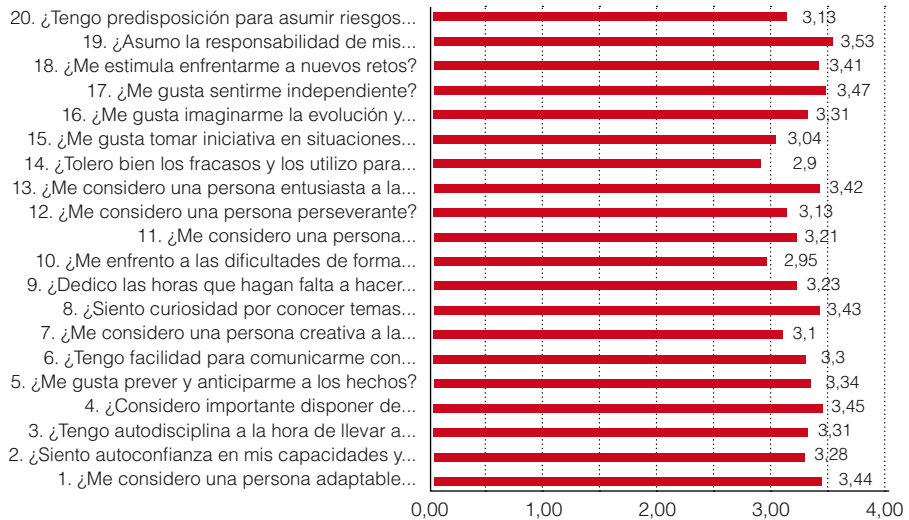


Gráfico 86. Cualidades de los emprendedores potenciales ordenadas por el promedio (4= máx. siempre, 1= mín. nunca)

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, seguidas del afán de ganar más dinero que trabajando por cuenta ajena y el afán de independencia económica*. 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
Possibilidad de poner en práctica mis propias ideas	247
Independencia personal (libertad de decisión y de acción)	231
Crear algo propio	224
Afán de ganar más dinero que trabajando a sueldo	200
Afán de independencia económica	189

Gráfico 87. Principales motivos que les impulsarían a emprender (calificados como importantes o muy importantes)

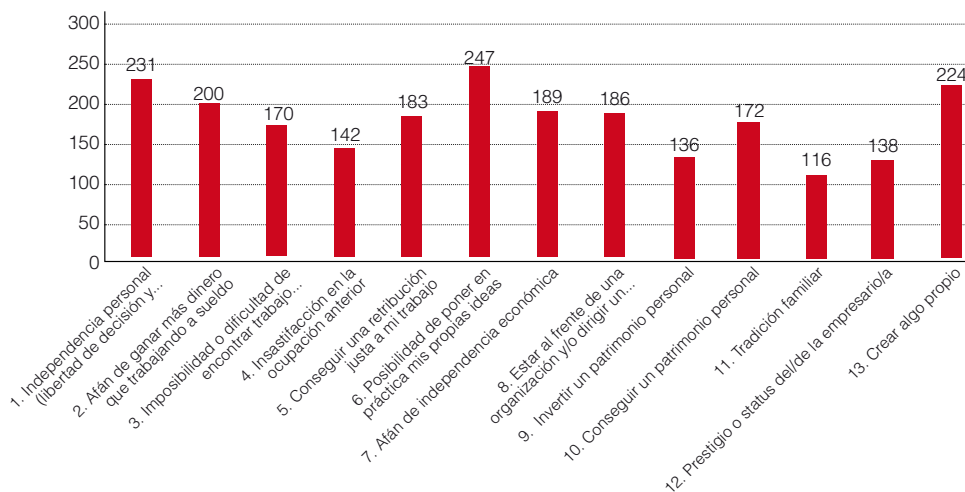


Gráfico 88. Motivos de los emprendedores potenciales para crear empresas.

II.9. FACTORES QUE FAVORECEN LA CREACIÓN DE EMPRESAS

En el gráfico 89 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

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

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.

Destaca significativamente que casi el 30 por ciento del alumnado encuestado considere que es la existencia de subvenciones públicas un factor determinante en la actualidad para la creación de empresas. Si a esto unimos que algo más del 8 por ciento cree que es la capacidad económica y algo menos del 6 por ciento nombra las ayudas privadas, podremos concluir 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.

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 innovación, la formación o el espíritu emprendedor.

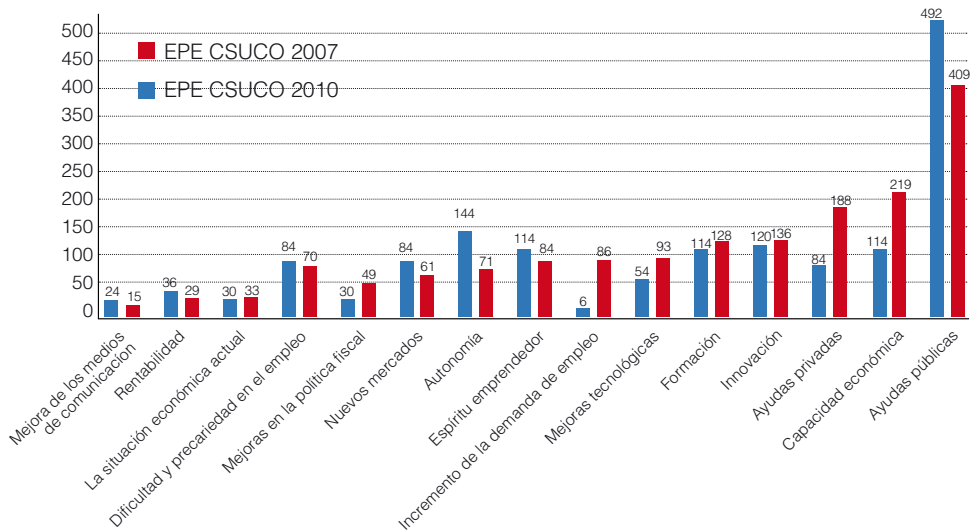


Gráfico 89. Factores que favorecen la creación de empresas (pregunta abierta que admite más de 1 respuesta)

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.10. 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 166 encuestados, apenas el 11% la han incluido en sus elecciones. En el gráfico 90 se detallan los resultados.

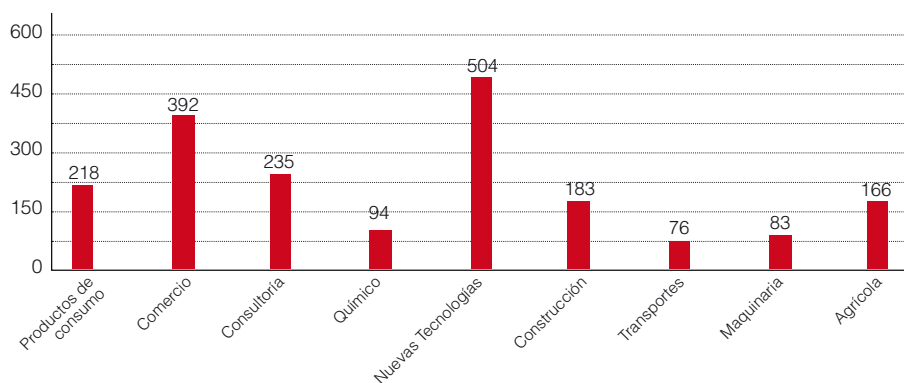


Gráfico 90. Sectores más atractivos para emprender. Tabla de frecuencia (2 elecciones posibles)

Estos resultados son parecidos a los reflejados en la *VII Encuesta sobre Vocación Emprendedora en Andalucía realizada por el ESIC (2010)*, donde se expone que los emprendedores que tienen definido su proyecto optan sobre todo por las nuevas tecnologías (21 por ciento), seguido de la consultoría (17 por ciento) y el sector de consumo (12 por ciento), lo que no supone cambios respecto a años anteriores.

II.11. 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.

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

En consonancia con las respuestas a la pregunta que interroga sobre los factores que favorecen la creación de nuevas empresas la **falta de ayudas públicas** no es en este caso una respuesta con una frecuencia demasiado alta (aproximadamente un 5,34% de los encuestados). Seguramente esto se deba a la importancia que conceden a la falta de otras fuentes de financiación o la falta de capacidad económica, más escasas en la actualidad que las ayudas públicas.

Es la **crisis económica** el factor más importante que dificulta la puesta en marcha de un proyecto empresarial (aspecto citado por un 35,8% de los encuestados). La falta de financiación, con casi un 20% y la competencia, con un 16,4% de las respuestas son factores primordiales. Le sigue la falta de capacidad económica, con 180 respuestas. El riesgo que se corre con la creación de una empresa, aún siendo el siguiente factor citado por orden de importancia, tampoco es una respuesta que tenga una frecuencia demasiado alta (7,4%).

La respuesta más frecuente que se cita como factor que dificulta la creación de una empresa es la crisis económica, cuando en el EPE 2007 era la competencia. El 35,8 por ciento cita este extremo de una forma u otra, resultando difícil de concretar, ya que la mayoría de ellos no especifican más.

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 requisitos legales y los impuestos no son considerados un obstáculo por muchos de ellos. Si bien, se ve un cambio de tendencia que demuestra algo más de preocupación por estos factores en relación al EPE CSUCO 2007.

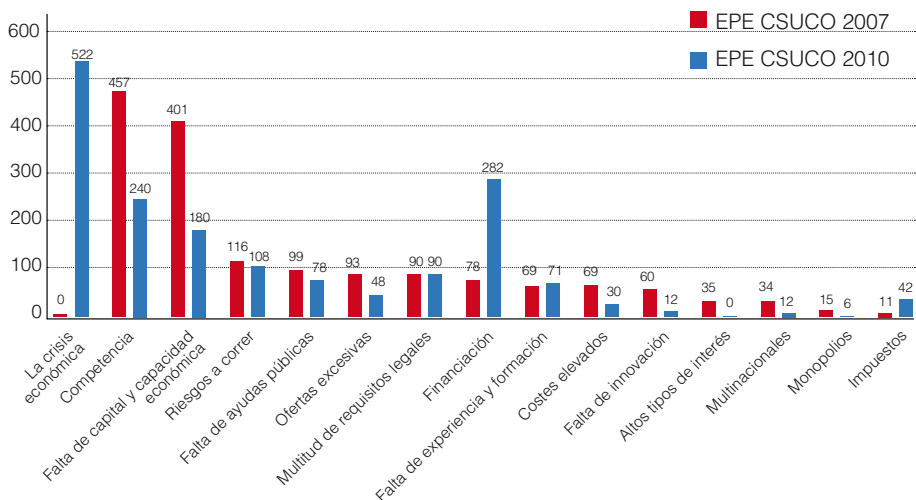


Gráfico 91. Principales factores que en general dificultan la creación de empresas (frecuencias absolutas)

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* 83,5%, *falta de capital inicial* 81,9% y *competencia* 78,6%). También es de gran importancia la falta de conocimientos y experiencia (58,8%) y menos relevante la *falta de sueldo mínimo asegurado* (54,6%).

A la vista de lo anterior parece que pocos dudan de la imagen del empresario (34,8%) o de las *dificultades de tratar con el personal* (36,1%).

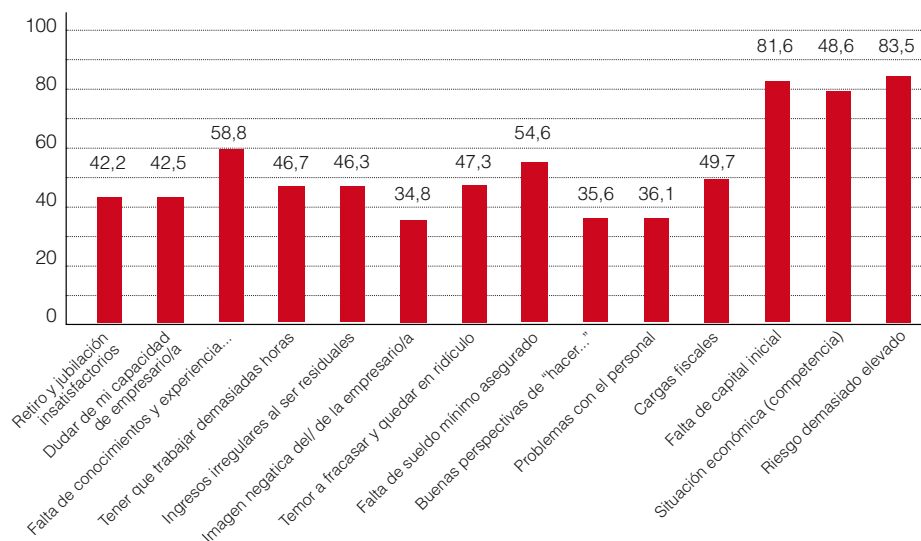


Gráfico 92. Principales frenos al emprendimiento de los encuestados (% de citas sobre total de muestras)

II.12. 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. Las actividades que aparecen más citadas son los *cursos de creación de empresas*, seguidos de *administración y dirección de empresas*, *prácticas*, *charlas y encuentros con empresarios*, *asesoramiento personalizado antes y durante la vida de la empresa*, *seminarios y charlas informativas*, *charlas sobre fuentes de financiación*. Es de resaltar que el alumnado demande el *apoyo y asesoramiento personalizado* antes de crear una empresa y en los primeros años de funcionamiento.

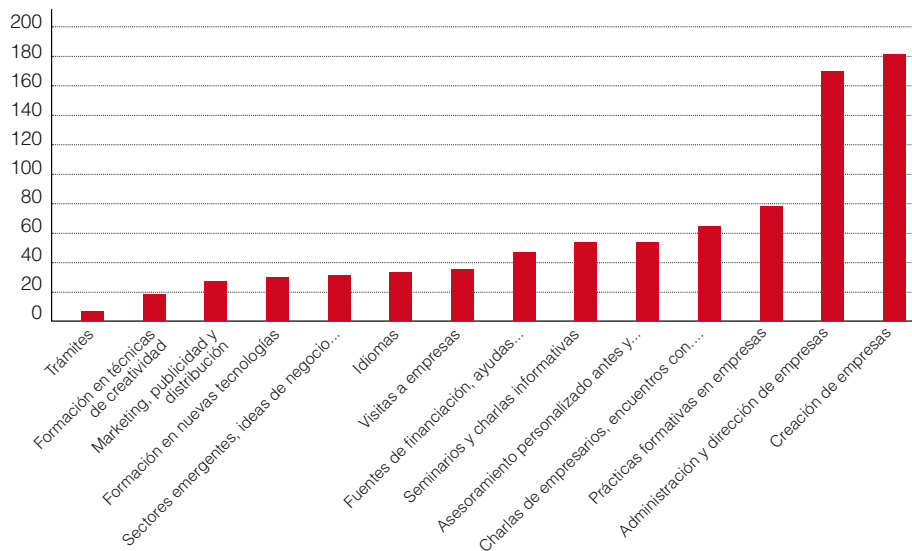
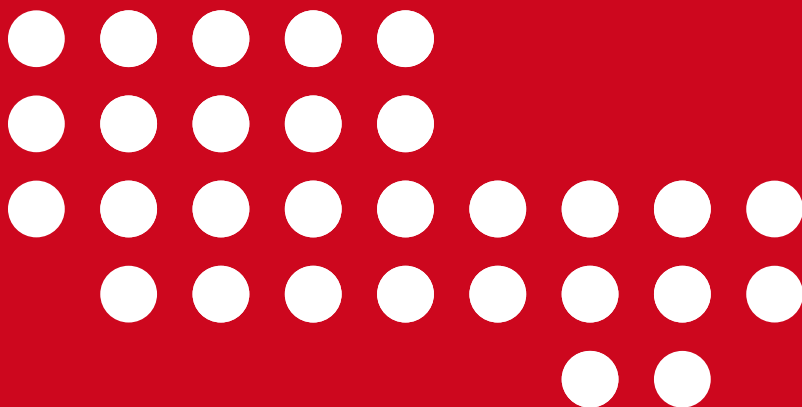


Gráfico 93. Actividades formativas que sería necesario ofrecer.

III

RESUMEN DE CONCLUSIONES



A continuación mostramos un resumen de conclusiones del estudio realizado en 2010 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 2010 (trabajo de campo de este nuevo informe). 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 casi 7 de cada diez encuestados creen deseable crear empresas.

4. FACTIBILIDAD DE CREAR UNA EMPRESA. Comparando los resultados de la encuesta de 2010 respecto a la encuesta realizada 4 años antes se aprecia que el alumnado universitario es consciente de las dificultades de la actual coyuntura. Actualmente el 71,6% opina que es más difícil que antaño, frente a un 53,7% del anterior estudio.

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





Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

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 21,1% de encuestados que manifiestan que sí emprenderán o que se lo plantean seriamente, son cifras similares a las del anterior estudio.
- Alumnado universitario NoproCE (el resto, es decir no pro creación de empresas¹⁹), aquí sólo el 18,9% pertenecen a los que sí emprenderán o que se lo plantean seriamente, este grupo aumenta significativamente esta tasa (anteriormente sólo eran el 13,9%)

Por otra parte, observamos que hay un número elevado de estudiantes de nuestra universidad que manifiestan tajantemente que nunca iniciarán una empresa (un 30,92% con un incremento de un punto porcentual respecto al estudio de 2007).

También es significativo el muy reducido grupo de quienes tienen intención de integrarse en empresas familiares (sólo el 2,9% de los universitarios), pese a que la mitad de ellos tienen parentesco con algún empresario.

6.- PREVISIÓN DE TIEMPO EN QUE SE EMPRENDERÁ. 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 2010 la mala coyuntura hace que se difiera aún más el tiempo para emprender. Al terminar los estudios sólo el 8,4% (frente al 10,2 en EPE 2007) y emprender en 1-2 años 4,5% (frente a 6,9% en EPE 2007).

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%) y mujeres (65%). Sin embargo, las mujeres parecen menos inclinadas a crear una empresa (el 35% de ellas manifiestan que nunca crearán una empresa frente al 24% de los varones). Los hombres repiten resultado en 2010 y las mujeres incrementan la aversión a crear empresas en 3 puntos. Además, un 24,7% de ellos creen firme o seriamente que iniciarán una empresa frente a un 15,5% de las mujeres.

19 De nuevo hacemos esta distinción siguiendo la escuela del profesor Veciana.

8. VOCACIÓN EMPRENDEDORA SEGÚN EDAD. Se observa que participantes en la encuesta de mayor edad son los menos interesados en crear empresas. También que pese a la crisis económica los mayores de 35 años han mejorado su intención de crear empresas frente al estudio de 2007.

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 (73,1% en 2010 aunque es notario 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 63,1% la necesidad de crear empresas.

Sin embargo, pese al alto número con parientes empresarios, sólo 42 estudiantes (apenas el 2,9%) 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 (77,3% en 2010 y 85,7% en 2007) y más fácil. A cierta distancia se encuentran el alumnado con padres empresarios y de profesión liberal (ambos próximos al 71%). Los de funcionarios y de obreros tienen una apreciación de menor deseabilidad de fundar empresas 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 92,3%) y de empresaria (73,2%). El alumnado con padres directivos de empresa también tienen una elevada intención de crear empresas, ya que están decididos en un 29,5% (mayor ahora que en 2007 que era del 22%).

Es también evidente que a la vista de los datos son mucho menos emprendedores 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 (72,4% frente a 65,6% del grupo que no ha trabajado antes). Además, también quienes han trabajado manifiestan en mayor medida que iniciarán una empresa (26,5% en 2010) e incrementan su intención frente a 2007 (era del 23%) que quienes no poseen la experiencia laboral.

11. VALORACIÓN Y ATRIBUTOS DEL EMPRESARIO. Para nuestros estudiantes, tras las profesiones más valoradas (médico, ingeniero, directivo de empresa y abogado)

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

se encontraría la profesión de empresario con un valor de 5,03 (sobre una escala de 7 puntos de valoración social). En consecuencia, podemos afirmar que la profesión de empresario goza de cierto prestigio entre nuestros jóvenes aunque menor que la valoración del empresario que hace la población y universitarios catalanes del estudio de Urbano (2005). Los resultados son muy parecidos en las dos encuestas realizadas. 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 cordobeses *asumen riesgos*, son *dialogantes* e *invierten* y *ganan mucho dinero*. Por el contrario, nuestros encuestados manifiestan un menor acuerdo en los atributos de que el empresariado *tiene claros criterios de justicia social*, *crea empleo* y de que tienen *visión de futuro*

12. RESULTADOS SEGÚN CENTRO DE ESTUDIO. Tal como era previsible, los estudiantes de casi todos los centros de estudios perciben actualmente menos deseable crear empresas que en el EPE 2007. El alumnado de Veterinaria es el único que supera el 80% de respuesta afirmativa. A continuación y con valores superiores al 70%, se encuentra el alumnado de las titulaciones impartidas en la Facultad de Ciencias del Trabajo, de las distintas ingenierías (Politécnica, Minería y Obras Públicas y ETSIAM) y de la Facultad de Derecho y CC.Económicas/Empresariales. En la cola de niveles de deseabilidad se encuentran las Facultades de Medicina, Filosofía y Letras y Ciencias de la Educación (en las dos primeras ni siquiera el 55% del alumnado afirma que es deseable crear empresas). Comparando estos resultados con el estudio previo de 2007, se observa cómo, salvo en ETSIAM y la Facultad de Veterinaria, ha descendido muy significativamente la proporción de alumnado que considera deseable crear empresas en todos los centros universitarios. Aunque hay descensos superiores al 10% (Medicina, Filosofía y Letras, Minería y Obras Públicas), es especialmente alarmante el caso de la Facultad de Derecho y CC. Económicas y Empresariales donde, en la actualidad un 70,7% del alumnado responde positivamente a este aspecto, frente al 80,88% que lo hacía en el estudio de 2007.

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 ETSIAM y Filosofía y Letras, pero las cifras no alcanzan el 40%. Una vez más la comparación respecto al estudio EPE 2007 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 casi la mitad en algunos centros), salvo la Facultad de Veterinaria y ETSIAM.

13. RESULTADOS POR CURSO. A la vista de los resultados, los alumnos de cursos más avanzados ven menos deseable crear empresas y lo consideran más difícil que los que están iniciando sus 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 2007 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.

14. MOTIVOS PARA EMPRENDER. Entre los motivos que las personas encuestadas consideran que serían prioritarios para emprender en 2010 son de destacar la *posibilidad de poner en práctica las ideas propias e independencia personal* (80% y 79% de las respuestas respectivamente). También muchos consideran importante la *posibilidad de crear algo propio* (66%) y motivos más prosaicos como *ganar más dinero que como asalariado* (65%) y la *imposibilidad de conseguir un empleo dónde es difícil* (59%). Estos motivos son los mismos que mostraba el sondeo de EPE 2007 apreciándose un avance en el motivo conseguir empleo de casi 7%.

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 emprendedor* (43%) y la *inversión de patrimonio familiar* (43%), en todos estos motivos se perciben importantes incrementos (unos 13 puntos en cada uno).

15. PERFIL DE LAS PERSONAS POTENCIALMENTE EMPRENDEDORAS. El perfil típico del estudiante con intención de emprender es preferentemente un hombre (54 de cada 100 “emprendedores potenciales” son hombres frente a sólo 42 mujeres), con experiencia profesional y que cursa una carrera ProCE (Empresariales/Derecho, Relaciones Laborales, Trabajo e Ingenierías) o de Veterinaria.

Respecto a 2007 disminuye un poco la diferencia entre hombres y mujeres (eran anteriormente un 58 y 42% respectivamente).

Estos personas potencialmente emprendedoras se ven a si mismos como *responsables de sus actos, independientes, con autonomía en el trabajo, adaptables a los cambios y curiosos ante lo nuevo*. Las cualidades con menor valoración son las relacionadas con la *asunción de responsabilidad, actitud ante el fracaso y enfrentamiento frente a la adversidad*.

16. FACTORES QUE FAVORECEN EL EMPRENDIMIENTO. Los factores más citados han sido las ayudas (públicas y privadas), autonomía, innovación y formación.

17. SECTORES POTENCIALMENTE MÁS ATRACTIVOS. Principalmente atraen más a nuestros jóvenes los sectores de Nuevas Tecnologías, Comercio, Consultoría y Productos de consumo.

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

18. TRABAS AL EMPRENDIMIENTO. Los principales frenos a la hora de emprender son derivados de la crisis económica, incertidumbre (competencia y falta de capital).

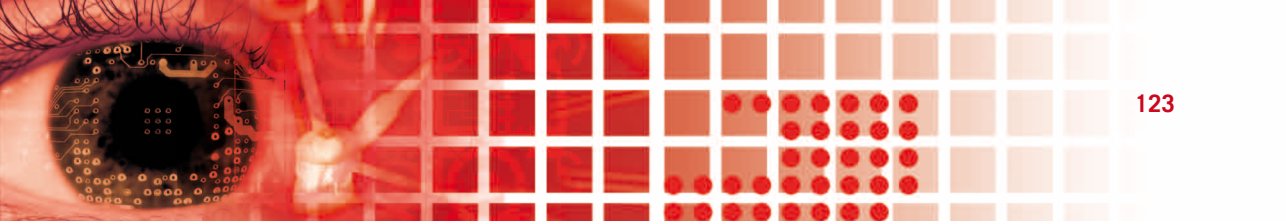
Es también significativo que pocos consideran como freno la falta de experiencia y formación.

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 y asesoramiento personalizado*.

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;

Finalmente creemos que nuestra Universidad tiene que jugar un papel de motor de innovación y 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 mejor forma de cosechar un futuro más favorable.

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 Plannes 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 Autònoma 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: Ballinguer 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 JUNGUITU 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 (2006), "III Estudio sobre Vocación Emprendedora en Andalucía, 2006", *Andalucía Económica*, nº 181, octubre, pp: 14-28.

EXTREMADURA CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y TRABAJO. (2007). *De universitario a empresario: memoria 2007*. Badajoz: Consejería de Economía y Trabajo.

FUENTES GARCÍA, F.J. (2007), "Análisis del Perfil Emprendedor del Alumnado Universitario y preuniversitario de Córdoba". Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba. Córdoba.

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.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. *Informe Ejecutivo GEM España* (2008).

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. *Informe Ejecutivo GEM España* (2009).

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.



Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

HERNÁNDEZ, 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 KALOOUSSIS, 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 Andalucía, 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.

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

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 Success", *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.

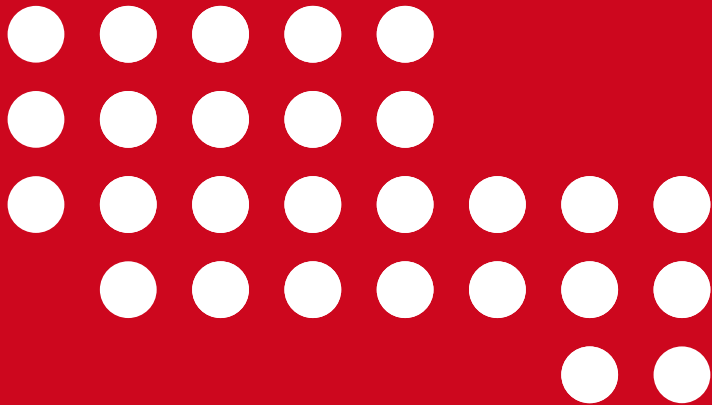
VELASCO, R., & SAIZ SANTOS, M. (2007). *Políticas de creación de empresas y su evaluación*. Madrid: Fundación Alternativas.

ANEXO 1

TABLAS

COMPLEMENTARIAS DE

RESULTADOS



ANEXO 1:

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	989	67,3	67,6	67,6
	No	475	32,3	32,4	100,0
	Total	1464	99,6	100,0	
Perdidos	Sistema	6	,4		

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

Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válidos	Más fácil	410	27,9	28,0	28,0
	Más difícil	1053	71,6	72,0	100,0
	Total	1463	99,5	100,0	
Perdidos	Sistema	7	,5		
Total	1470	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	1423	Chi cuadr= 0,005	1	Sí
Edad*Deseabilidad	1433	Chi cuadr= 5,282	3	No
Experiencia prof* Deseabilidad	1405	Chi cuadr= 6,964	1	Sí
Profesión padre* Deseabilidad	1383	Chi cuadr= 4,107	6	No
Profesión de la madre* Deseabilidad	1395	Chi cuadr= 6,315	6	No
Familiares empresar.*Deseabilidad	1398	Chi cuadr= 22,03	5	Sí
Centro estudios* Deseabilidad	1464	Chi cuadr= 49,71	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	1422	Chi cuadr= 2,17	1	No
Edad* Más fácil/difícil emprender	1432	Chi cuadr= 6,93	3	No
Experiencia prof* Más fácil/difícil emprender	1404	Chi cuadr= 0,27	1	No
Profesión padre* Más fácil/difícil emprender	1382	Chi cuadr= 10,80	6	No
Profesión madre* Más fácil/difícil emprender	1394	Chi cuadr= 12,90	6	No (sí p =95%)
Familiares empresar.* Más fácil/difícil emprender	1397	Chi cuadr= 8,03	5	No
Centro estudios* Más fácil/difícil emprender	1463	Chi cuadr= 11,09	10	No

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

Tabla A 5. Intención fundamentada de crear una empresa

		Centro		Total
		Centro Proce	Centro no Proce	
No, nunca	Recuento	180	273	453
	% de subgrupo	23,0%	39,9%	30,9%
No, pero sí integración en empresa familiar	Recuento	26	17	43
	% de subgrupo	3,3%	2,5%	2,9%
Sí, vagamente	Recuento	393	261	654
	% de subgrupo	50,3%	38,2%	44,6%
Sí, seriamente	Recuento	118	82	200
	% de subgrupo	15,1%	12,0%	13,6%
Sí, tengo el firme propósito de crear una	Recuento	48	35	83
	% de subgrupo	6,1%	5,1%	5,7%
Otros	Recuento	17	16	33
	% de subgrupo	2,2%	2,3%	2,3%
Total	Recuento	782	684	1466
	% de subgrupo	100,0%	100,0%	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	91	6,2	8,4	8,4
	En uno o dos años vista	49	3,3	4,5	12,9
	De tres a cinco años vista	138	9,4	12,7	25,5
	En más de cinco años vista	169	11,5	15,5	41,0
	No lo tengo decidido	567	38,6	52,1	93,1
	Otros	75	5,1	6,9	100,0
	Total	1089	74,1	100,0	
Perdidos	Sistema	381	25,9		
Total		1470	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	428	169	597
		% dentro de Sexo	71,7%	28,3%	100,0%
		% dentro de Deseabilidad de crear una empresa	44,4%	36,9%	42,0%
		% del total	30,1%	11,9%	42,0%
	Femenino	Recuento	537	289	826
		% dentro de Sexo	65,0%	35,0%	100,0%
		% dentro de Deseabilidad de crear una empresa	55,6%	63,1	58,0
		% del total	37,7%	20,3%	58,0%
Total	Recuento	965	458	1423	
	% dentro de Sexo	67,8%	32,2%	100,0%	
	% dentro de Deseabilidad de crear una empresa	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	67,8%	32,2%	100,0%	

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

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	144	20	273	106	42	14	599
		% dentro de Sexo	24,0%	3,3%	45,6%	17,7%	7,0%	2,3%	100,0%
		% dentro de Intención fundamentada de crear una empresa	33,3%	47,6%	42,5%	54,1%	52,5%	43,8%	42,0%
		% del total	10,1%	1,4%	19,2%	7,4%	2,9%	1,0%	42,0%
	Femenino	Recuento	288	22	370	90	38	18	826
		% dentro de Sexo	34,9%	2,7%	44,8%	10,9%	4,6%	2,2%	100,0%
		% dentro de Intención fundamentada de crear una empresa	66,7%	52,4%	57,5%	45,9%	47,5%	56,3%	58,0%
		% del total	20,2%	1,5%	26,0%	6,3%	2,7%	1,3%	58,0%
Total	Recuento	432	42	643	196	80	32	1425	
	% dentro de Sexo	30,3%	2,9%	45,1%	13,8%	5,6%	2,2%	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	30,3%	2,9%	45,1%	13,8%	5,6%	2,2%	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	283	109	392
		% dentro de Edad de la persona encuestada	72,2%	27,8%	100,0%
		% dentro de Deseabilidad de crear una empresa	29,2%	23,5%	27,4%
		% del total	19,7%	7,6%	27,4%
	Entre 20 y 25 años	Recuento	592	309	901
		% dentro de Edad de la persona encuestada	65,7%	34,3%	100,0%
		% dentro de Deseabilidad de crear una empresa	61,0%	66,7%	62,9%
		% del total	41,3%	21,6%	62,9%
	Entre 26 y 35 años	Recuento	75	36	111
		% dentro de Edad de la persona encuestada	67,6%	32,4%	100,0%
		% dentro de Deseabilidad de crear una empresa	7,7%	7,8%	7,7%
		% del total	5,2%	2,5%	7,7%
	Más de 35 años	Recuento	20	9	29
		% dentro de Edad de la persona encuestada	69,0%	31,0%	100,0%
		% dentro de Deseabilidad de crear una empresa	2,1%	1,9%	2,0%
		% del total	1,4%	,6%	2,0%
Total	Recuento	970	463	1433	
	% dentro de Edad de la persona encuestada	67,7%	32,3%	100,0%	
	% dentro de Deseabilidad de crear una empresa	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	67,7%	32,3%	100,0%	

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

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	110	8	193	47	21	13	392
		% dentro de Edad de la persona encuestada	28,1%	2,0%	49,2%	12,0%	5,4%	3,3%	100,0%
		% del total	7,7%	,6%	13,4%	3,3%	1,5%	,9%	27,3%
	Entre 20 y 25 años	Recuento	291	30	397	119	51	15	903
		% dentro de Edad de la persona encuestada	32,2%	3,3%	44,0%	13,2%	5,6%	1,7%	100,0%
		% del total	20,3%	2,1%	27,7%	8,3%	3,6%	1,0%	62,9%
	Entre 26 y 35 años	Recuento	30	4	43	24	8	2	111
		% dentro de Edad de la persona encuestada	27,0%	3,6%	38,7%	21,6%	7,2%	1,8%	100,0%
		% del total	2,1%	,3%	3,0%	1,7%	,6%	,1%	7,7%
	Más de 35 años	Recuento	9	0	12	6	0	2	29
		% dentro de Edad de la persona encuestada	31,0%	,0%	41,4%	20,7%	,0%	6,9%	100,0%
		% del total	,6%	,0%	,8%	,4%	,0%	,1%	2,0%
Total	Recuento	440	42	645	196	80	32	1435	
	% dentro de Edad de la persona encuestada	30,7%	2,9%	44,9%	13,7%	5,6%	2,2%	100,0%	
	% del total	30,7%	2,9%	44,9%	13,7%	5,6%	2,2%	100,0%	

Tabla A 11. Grupo edad * 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	24	14	28	25	180	28	299
		% grupo edad	8,0%	4,7%	9,4%	8,4%	60,2%	9,4%	100,0%
		% del total	2,2%	1,3%	2,6%	2,3%	16,8%	2,6%	27,9%
	Entre 20 y 25 años	Recuento	57	30	85	119	337	42	670
		% grupo edad	8,5%	4,5%	12,7%	17,8%	50,3%	6,3%	100,0%
		% del total	5,3%	2,8%	7,9%	11,1%	31,4%	3,9%	62,4%
	Entre 26 y 35 años	Recuento	3	5	16	18	38	2	82
		% grupo edad	3,7%	6,1%	19,5%	22,0%	46,3%	2,4%	100,0%
		% del total	,3%	,5%	1,5%	1,7%	3,5%	,2%	7,6%
	Más de 35 años	Recuento	4	0	3	6	7	2	22
		% grupo edad	18,2%	,0%	13,6%	27,3%	31,8%	9,1%	100,0%
		% del total	,4%	,0%	,3%	,6%	,7%	,2%	2,1%
Total	Recuento	88	49	132	168	562	74	1073	
	% grupo edad	8,2%	4,6%	12,3%	15,7%	52,4%	6,9%	100,0%	
	% del total	8,2%	4,6%	12,3%	15,7%	52,4%	6,9%	100,0%	

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

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

			Deseabilidad de crear una empresa		Total
			Si	No	
Empresarios en la familia	Sí	Recuento	520	191	711
		% dentro de Empresarios en la familia	73,1%	26,9%	100,0%
		% del total	37,2%	13,7%	50,9%
	No	Recuento	427	250	677
		% dentro de Empresarios en la familia	63,1%	36,9%	100,0%
		% del total	30,5%	17,9%	48,4%
	3	Recuento	1	0	1
		% dentro de Empresarios en la familia	100,0%	,0%	100,0%
		% del total	,1%	,0%	,1%
	5	Recuento	3	0	3
		% dentro de Empresarios en la familia	100,0%	,0%	100,0%
		% del total	,2%	,0%	,2%
	6	Recuento	0	1	1
		% dentro de Empresarios en la familia	,0%	100,0%	100,0%
		% del total	,0%	,1%	,1%
	7	Recuento	2	3	5
		% dentro de Empresarios en la familia	40,0%	60,0%	100,0%
		% del total	,1%	,2%	,4%
	Total	Recuento	953	445	1398
		% dentro de Empresarios en la familia	68,2%	31,8%	100,0%
		% del total	68,2%	31,8%	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	157	28	333	117	52	24	711
		% grupo	22,1%	3,9%	46,8%	16,5%	7,3%	3,4%	100,0%
		% del total	11,2%	2,0%	23,8%	8,4%	3,7%	1,7%	50,8%
	No	Recuento	254	12	298	80	26	8	678
		% grupo	37,5%	1,8%	44,0%	11,8%	3,8%	1,2%	100,0%
		% del total	18,2%	,9%	21,3%	5,7%	1,9%	,6%	48,5%
	3	Recuento	0	0	1	0	0	0	1
		% grupo	,0%	,0%	100,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
		% del total	,0%	,0%	,1%	,0%	,0%	,0%	,1%
	5	Recuento	1	1	1	0	0	0	3
		% grupo	33,3%	33,3%	33,3%	,0%	,0%	,0%	100,0%
		% del total	,1%	,1%	,1%	,0%	,0%	,0%	,2%
	6	Recuento	1	0	0	0	0	0	1
		% grupo	100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
		% del total	,1%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,1%
	7	Recuento	2	0	2	1	0	0	5
		% grupo	40,0%	,0%	40,0%	20,0%	,0%	,0%	100,0%
		% del total	,1%	,0%	,1%	,1%	,0%	,0%	,4%
Total	Recuento	415	41	635	198	78	32	1399	
	% grupo	29,7%	2,9%	45,4%	14,2%	5,6%	2,3%	100,0%	
	% del total	29,7%	2,9%	45,4%	14,2%	5,6%	2,3%	100,0%	

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

Tabla A 14. 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	Sí	Recuento	57	28	79	88	290	29	571
		% de Empresarios en la familia	10,0%	4,9%	13,8%	15,4%	50,8%	5,1%	100,0%
		% de Previsión del tiempo vista para crear la empresa % del total	66,3%	60,9%	59,4%	54,7%	52,3%	40,8%	54,3%
	No	Recuento	27	18	54	73	261	42	475
		% de Empresarios en la familia	5,7%	3,8%	11,4%	15,4%	54,9%	8,8%	100,0%
		% de Previsión del tiempo vista para crear la empresa % del total	31,4%	39,1%	40,6%	45,3%	47,0%	59,2%	45,2%
	3	Recuento					1		1
		% de Empresarios en la familia					100,0%		100,0%
		% de Previsión del tiempo vista para crear la empresa % del total					,2%		,1%
	5	Recuento	1				1		2
		% de Empresarios en la familia	50,0%				50,0%		100,0%
		% de Previsión del tiempo vista para crear la empresa % del total	1,2%				,2%		,2%
	7	Recuento	1				2		3
		% de Empresarios en la familia	33,3%				66,7%		100,0%
		% de Previsión del tiempo vista para crear la empresa % del total	1,2%				,4%		,3%
Total	Recuento	86	46	133	161	555	71	1052	
	% de Empresarios en la familia	8,2%	4,4%	12,6%	15,3%	52,8%	6,7%	100,0%	
	% 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	8,2%	4,4%	12,6%	15,3%	52,8%	6,7%	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	89	38	127
		% de Profesión del padre	70,1%	29,9%	100,0%
		% de Deseabilidad de crear una empresa	9,5%	8,6%	9,2%
		% del total	6,4%	2,7%	9,2%
	Empresario	Recuento	162	66	228
		% de Profesión del padre	71,1%	28,9%	100,0%
		% de Deseabilidad de crear una empresa	17,2%	14,9%	16,5%
		% del total	11,7%	4,8%	16,5%
	Directivo de empresa	Recuento	34	10	44
		% de Profesión del padre	77,3%	22,7%	100,0%
		% de Deseabilidad de crear una empresa	3,6%	2,3%	3,2%
		% del total	2,5%	,7%	3,2%
Obrero	Recuento	156	76	232	
	% de Profesión del padre	67,2%	32,8%	100,0%	
	% de Deseabilidad de crear una empresa	16,6%	17,2%	16,8%	
	% del total	11,3%	5,5%	16,8%	
Empleado Administrativo	Recuento	60	27	87	
	% de Profesión del padre	69,0%	31,0%	100,0%	
	% de Deseabilidad de crear una empresa	6,4%	6,1%	6,3%	
	% del total	4,3%	2,0%	6,3%	
Funcionario	Recuento	215	109	324	
	% de Profesión del padre	66,4%	33,6%	100,0%	
	% de Deseabilidad de crear una empresa	22,8%	24,7%	23,4%	
	% del total	15,5%	7,9%	23,4%	
Otra	Recuento	225	116	341	
	% de Profesión del padre	66,0%	34,0%	100,0%	
	% de Deseabilidad de crear una empresa	23,9%	26,2%	24,7%	
	% del total	16,3%	8,4%	24,7%	
Total	Recuento	941	442	1383	
	% de Profesión del padre	68,0%	32,0%	100,0%	
	% de Deseabilidad de crear una empresa	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	68,0%	32,0%	100,0%	

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

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	No	
Profesión de la madre	Profesión liberal	Recuento	74	41	115
		% de Profesión de la madre	64,3%	35,7%	100,0%
		% de Deseabilidad de crear una empresa	7,8%	9,1%	8,2%
		% del total	5,3%	2,9%	8,2%
	Empresaria	Recuento	60	22	82
		% de Profesión de la madre	73,2%	26,8%	100,0%
		% de Deseabilidad de crear una empresa	6,3%	4,9%	5,9%
		% del total	4,3%	1,6%	5,9%
	Directiva de empresa	Recuento	12	1	13
		% de Profesión de la madre	92,3%	7,7%	100,0%
		% de Deseabilidad de crear una empresa	1,3%	,2%	,9%
		% del total	,9%	,1%	,9%
Obrera	Recuento	56	25	81	
	% de Profesión de la madre	69,1%	30,9%	100,0%	
	% de Deseabilidad de crear una empresa	5,9%	5,6%	5,8%	
	% del total	4,0%	1,8%	5,8%	
Empleada Administrativa	Recuento	69	34	103	
	% de Profesión de la madre	67,0%	33,0%	100,0%	
	% de Deseabilidad de crear una empresa	7,3%	7,6%	7,4%	
	% del total	4,9%	2,4%	7,4%	
Funcionaria	Recuento	181	79	260	
	% de Profesión de la madre	69,6%	30,4%	100,0%	
	% de Deseabilidad de crear una empresa	19,2%	17,6%	18,6%	
	% del total	13,0%	5,7%	18,6%	
Otra	Recuento	493	248	741	
	% de Profesión de la madre	66,5%	33,5%	100,0%	
	% de Deseabilidad de crear una empresa	52,2%	55,1%	53,1%	
	% del total	35,3%	17,8%	53,1%	
Total	Recuento	945	450	1395	
	% de Profesión de la madre	67,7%	32,3%	100,0%	
	% de Deseabilidad de crear una empresa	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	67,7%	32,3%	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	39	86	125
		% de Profesión del padre	31,2%	68,8%	100,0%
		% de Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad	10,1%	8,7%	9,0%
		% del total	2,8%	6,2%	9,0%
	Empresario	Recuento	70	156	226
		% de Profesión del padre	31,0%	69,0%	100,0%
		% de Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad	18,0%	15,7%	16,4%
		% del total	5,1%	11,3%	16,4%
	Directivo de empresa	Recuento	18	26	44
		% de Profesión del padre	40,9%	59,1%	100,0%
		% de Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad	4,6%	2,6%	3,2%
		% del total	1,3%	1,9%	3,2%
Obrero	Recuento	74	159	233	
	% de Profesión del padre	31,8%	68,2%	100,0%	
	% de Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad	19,1%	16,0%	16,9%	
	% del total	5,4%	11,5%	16,9%	
Empleado Administrativo	Recuento	21	68	89	
	% de Profesión del padre	23,6%	76,4%	100,0%	
	% de Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad	5,4%	6,8%	6,4%	
	% del total	1,5%	4,9%	6,4%	
Funcionario	Recuento	80	244	324	
	% de Profesión del padre	24,7%	75,3%	100,0%	
	% de Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad	20,6%	24,5%	23,4%	
	% del total	5,8%	17,7%	23,4%	
Otra	Recuento	86	255	341	
	% de Profesión del padre	25,2%	74,8%	100,0%	
	% de Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad	22,2%	25,7%	24,7%	
	% del total	6,2%	18,5%	24,7%	
Total	Recuento	388	994	1382	
	% de Profesión del padre	28,1%	71,9%	100,0%	
	% de Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	28,1%	71,9%	100,0%	

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

Tabla A 17 Bis. Profesión de la madre * 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 de la madre	Profesión liberal	Recuento	37	78	115
		% de Profesión de la madre	32,2%	67,8%	100,0%
		% de Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad	9,5%	7,8%	8,2%
		% del total	2,7%	5,6%	8,2%
	Empresaria	Recuento	30	51	81
		% de Profesión de la madre	37,0%	63,0%	100,0%
		% de Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad	7,7%	5,1%	5,8%
		% del total	2,2%	3,7%	5,8%
	Directiva de empresa	Recuento	7	6	13
		% de Profesión de la madre	53,8%	46,2%	100,0%
		% de Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad	1,8%	,6%	,9%
		% del total	,5%	,4%	,9%
	Obrera	Recuento	20	61	81
		% de Profesión de la madre	24,7%	75,3%	100,0%
		% de Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad	5,2%	6,1%	5,8%
		% del total	1,4%	4,4%	5,8%
Empleada Administrativa	Recuento	34	67	101	
	% de Profesión de la madre	33,7%	66,3%	100,0%	
	% de Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad	8,8%	6,7%	7,2%	
	% del total	2,4%	4,8%	7,2%	
Funcionaria	Recuento	69	190	259	
	% de Profesión de la madre	26,6%	73,4%	100,0%	
	% de Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad	17,8%	18,9%	18,6%	
	% del total	4,9%	13,6%	18,6%	
Otra	Recuento	191	553	744	
	% de Profesión de la madre	25,7%	74,3%	100,0%	
	% de Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad	49,2%	55,0%	53,4%	
	% del total	13,7%	39,7%	53,4%	
Total	Recuento	388	1006	1394	
	% de Profesión de la madre	27,8%	72,2%	100,0%	
	% de Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	27,8%	72,2%	100,0%	

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

			Intención fundamentada de crear una empresa					Total	
			No, nunca	No, pero si integración en empresa familiar	Si, vagamente	Si, seriamente	Si, tengo el firme propósito de crear una empresa		Otros
Profesión del padre	Profesión liberal	Recuento	37	6	60	20		4	127
		% de Profesión del padre	29,1%	4,7%	47,2%	15,7%		3,1%	100,0%
		% de Intención fundamentada de crear una empresa	8,8%	15,4%	9,6%	10,4%		12,5%	9,2%
		% del total	2,7%	,4%	4,3%	1,4%		,3%	9,2%
	Empresario	Recuento	45	13	95	40	24	10	227
		% de Profesión del padre	19,8%	5,7%	41,9%	17,6%	10,6%	4,4%	100,0%
		% de Intención fundamentada de crear una empresa	10,7%	33,3%	15,2%	20,7%	30,8%	31,3%	16,4%
		% del total	3,2%	,9%	6,9%	2,9%	1,7%	,7%	16,4%
	Directivo de empresa	Recuento	10	3	17	7	6	1	44
		% de Profesión del padre	22,7%	6,8%	38,6%	15,9%	13,6%	2,3%	100,0%
		% de Intención fundamentada de crear una empresa	2,4%	7,7%	2,7%	3,6%	7,7%	3,1%	3,2%
		% del total	,7%	,2%	1,2%	,5%	,4%	,1%	3,2%
Obrero	Recuento	67	4	119	23	15	4	232	
	% de Profesión del padre	28,9%	1,7%	51,3%	9,9%	6,5%	1,7%	100,0%	
	% de Intención fundamentada de crear una empresa	16,0%	10,3%	19,1%	11,9%	19,2%	12,5%	16,8%	
	% del total	4,8%	,3%	8,6%	1,7%	1,1%	,3%	16,8%	
Empleado Administrativo	Recuento	29	2	38	15	5		89	
	% de Profesión del padre	32,6%	2,2%	42,7%	16,9%	5,6%		100,0%	
	% de Intención fundamentada de crear una empresa	6,9%	5,1%	6,1%	7,8%	6,4%		6,4%	
	% del total	2,1%	,1%	2,7%	1,1%	,4%		6,4%	
Funcionario	Recuento	112	5	146	40	17	4	324	
	% de Profesión del padre	34,6%	1,5%	45,1%	12,3%	5,2%	1,2%	100,0%	
	% de Intención fundamentada de crear una empresa	26,7%	12,8%	23,4%	20,7%	21,8%	12,5%	23,4%	
	% del total	8,1%	,4%	10,5%	2,9%	1,2%	,3%	23,4%	
Otra	Recuento	119	6	149	48	11	9	342	
	% de Profesión del padre	34,8%	1,8%	43,6%	14,0%	3,2%	2,6%	100,0%	
	% de Intención fundamentada de crear una empresa	28,4%	15,4%	23,9%	24,9%	14,1%	28,1%	24,7%	
	% del total	8,6%	,4%	10,8%	3,5%	,8%	,6%	24,7%	
Total	Recuento	419	39	624	193	78	32	1385	
	% de Profesión del padre	30,3%	2,8%	45,1%	13,9%	5,6%	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	30,3%	2,8%	45,1%	13,9%	5,6%	2,3%	100,0%	

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

Tabla A 19. Profesión de la madre * Intención fundamentada de crear 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 de la madre	Profesión liberal	Recuento	31	4	57	19	2	2	115
		% de Profesión de la madre	27,0%	3,5%	49,6%	16,5%	1,7%	1,7%	100,0%
		% de Intención fundamentada de crear una empresa	7,3%	9,8%	9,1%	9,7%	2,6%	6,5%	8,2%
		% del total	2,2%	,3%	4,1%	1,4%	,1%	,1%	8,2%
	Empresaria	Recuento	16	6	30	16	11	3	82
		% de Profesión de la madre	19,5%	7,3%	36,6%	19,5%	13,4%	3,7%	100,0%
		% de Intención fundamentada de crear una empresa	3,8%	14,6%	4,8%	8,2%	14,1%	9,7%	5,9%
		% del total	1,1%	,4%	2,1%	1,1%	,8%	,2%	5,9%
	Directiva de empresa	Recuento		1	7	2	2	1	13
		% de Profesión de la madre		7,7%	53,8%	15,4%	15,4%	7,7%	100,0%
		% de Intención fundamentada de crear una empresa		2,4%	1,1%	1,0%	2,6%	3,2%	,9%
		% del total		,1%	,5%	,1%	,1%	,1%	,9%
Obrera	Recuento	26		43	6	5	1	81	
	% de Profesión de la madre	32,1%		53,1%	7,4%	6,2%	1,2%	100,0%	
	% de Intención fundamentada de crear una empresa	6,1%		6,8%	3,1%	6,4%	3,2%	5,8%	
	% del total	1,9%		3,1%	,4%	,4%	,1%	5,8%	
Empleada Administrativa	Recuento	33	3	41	16	7	4	104	
	% de Profesión de la madre	31,7%	2,9%	39,4%	15,4%	6,7%	3,8%	100,0%	
	% de Intención fundamentada de crear una empresa	7,8%	7,3%	6,5%	8,2%	9,0%	12,9%	7,4%	
	% del total	2,4%	,2%	2,9%	1,1%	,5%	,3%	7,4%	
Funcionaria	Recuento	81	11	117	37	11	3	260	
	% de Profesión de la madre	31,2%	4,2%	45,0%	14,2%	4,2%	1,2%	100,0%	
	% de Intención fundamentada de crear una empresa	19,1%	26,8%	18,6%	19,0%	14,1%	9,7%	18,6%	
	% del total	5,8%	,8%	8,4%	2,6%	,8%	,2%	18,6%	
Otra	Recuento	237	16	333	99	40	17	742	
	% de Profesión de la madre	31,9%	2,2%	44,9%	13,3%	5,4%	2,3%	100,0%	
	% de Intención fundamentada de crear una empresa	55,9%	39,0%	53,0%	50,8%	51,3%	54,8%	53,1%	
	% del total	17,0%	1,1%	23,8%	7,1%	2,9%	1,2%	53,1%	
Total	Recuento	424	41	628	195	78	31	1397	
	% de Profesión de la madre	30,4%	2,9%	45,0%	14,0%	5,6%	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	30,4%	2,9%	45,0%	14,0%	5,6%	2,2%	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	9	1	7	23	54	6	100
		% de Profesión del padre	9,0%	1,0%	7,0%	23,0%	54,0%	6,0%	100,0%
		% Previsión tiempo vista	10,3%	2,1%	5,3%	14,8%	9,9%	8,7%	9,7%
		% del total	,9%	,1%	,7%	2,2%	5,2%	,6%	9,7%
	Empresario	Recuento	20	11	19	31	98	7	186
		% de Profesión del padre	10,8%	5,9%	10,2%	16,7%	52,7%	3,8%	100,0%
		% Previsión tiempo vista	23,0%	22,9%	14,3%	20,0%	18,0%	10,1%	18,0%
		% del total	1,9%	1,1%	1,8%	3,0%	9,5%	,7%	18,0%
	Directivo de empresa	Recuento	4	2	10	2	15	2	35
		% de Profesión del padre	11,4%	5,7%	28,6%	5,7%	42,9%	5,7%	100,0%
		% Previsión tiempo vista	4,6%	4,2%	7,5%	1,3%	2,8%	2,9%	3,4%
		% del total	,4%	,2%	1,0%	,2%	1,4%	,2%	3,4%
Obrero	Recuento	13	7	22	24	97	14	177	
	% de Profesión del padre	7,3%	4,0%	12,4%	13,6%	54,8%	7,9%	100,0%	
	% Previsión tiempo vista	14,9%	14,6%	16,5%	15,5%	17,8%	20,3%	17,1%	
	% del total	1,3%	,7%	2,1%	2,3%	9,4%	1,4%	17,1%	
Empleado Administrativo	Recuento	4	1	11	10	32	3	61	
	% de Profesión del padre	6,6%	1,6%	18,0%	16,4%	52,5%	4,9%	100,0%	
	% Previsión tiempo vista	4,6%	2,1%	8,3%	6,5%	5,9%	4,3%	5,9%	
	% del total	,4%	,1%	1,1%	1,0%	3,1%	,3%	5,9%	
Funcionario	Recuento	18	15	33	37	113	19	235	
	% de Profesión del padre	7,7%	6,4%	14,0%	15,7%	48,1%	8,1%	100,0%	
	% Previsión tiempo vista	20,7%	31,3%	24,8%	23,9%	20,8%	27,5%	22,7%	
	% del total	1,7%	1,4%	3,2%	3,6%	10,9%	1,8%	22,7%	
Otra	Recuento	19	11	31	28	135	18	242	
	% de Profesión del padre	7,9%	4,5%	12,8%	11,6%	55,8%	7,4%	100,0%	
	% Previsión tiempo vista	21,8%	22,9%	23,3%	18,1%	24,8%	26,1%	23,4%	
	% del total	1,8%	1,1%	3,0%	2,7%	13,0%	1,7%	23,4%	
Total	Recuento	87	48	133	155	544	69	1036	
	% de Profesión del padre	8,4%	4,6%	12,8%	15,0%	52,5%	6,7%	100,0%	
	% Previsión tiempo vista	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	8,4%	4,6%	12,8%	15,0%	52,5%	6,7%	100,0%	

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

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
			Si	No	
Experiencia Profesional	Sí	Recuento	373	142	515
		% de Experiencia Profesional	72,4%	27,6%	100,0%
		% de Deseabilidad de crear una empresa	39,0%	31,7%	36,7%
		% del total	26,5%	10,1%	36,7%
	No	Recuento	584	306	890
		% de Experiencia Profesional	65,6%	34,4%	100,0%
		% de Deseabilidad de crear una empresa	61,0%	68,3%	63,3%
		% del total	41,6%	21,8%	63,3%
Total	Recuento	957	448	1405	
	% de Experiencia Profesional	68,1%	31,9%	100,0%	
	% de Deseabilidad de crear una empresa	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	68,1%	31,9%	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 difícil	
Experiencia Profesional	Sí	Recuento	148	367	515
		% de Experiencia Profesional	28,7%	71,3%	100,0%
		% de Más facil o más difícil crear una empresa en la actualidad	37,8%	36,3%	36,7%
		% del total	10,5%	26,1%	36,7%
	No	Recuento	244	645	889
		% de Experiencia Profesional	27,4%	72,6%	100,0%
		% de Más facil o más difícil crear una empresa en la actualidad	62,2%	63,7%	63,3%
		% del total	17,4%	45,9%	63,3%
Total	Recuento	392	1012	1404	
	% de Experiencia Profesional	27,9%	72,1%	100,0%	
	% de Más facil o más difícil crear una empresa en la actualidad	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	27,9%	72,1%	100,0%	

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

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, pero sí integración en empresa familiar	Sí, vagamente	Sí, seriamente	Sí, tengo el firme propósito de crear una empresa		Otros
Experiencia Profesional	Sí	Recuento	118	13	230	89	48	19	517
		% de Experiencia Profesional	22,8%	2,5%	44,5%	17,2%	9,3%	3,7%	100,0%
		% de Intención fundamentada de crear una empresa	27,8%	31,7%	36,1%	45,9%	61,5%	59,4%	36,7%
		% del total	8,4%	,9%	16,3%	6,3%	3,4%	1,4%	36,7%
	No	Recuento	306	28	408	105	30	13	890
		% de Experiencia Profesional	34,4%	3,1%	45,8%	11,8%	3,4%	1,5%	100,0%
		% de Intención fundamentada de crear una empresa	72,2%	68,3%	63,9%	54,1%	38,5%	40,6%	63,3%
		% del total	21,7%	2,0%	29,0%	7,5%	2,1%	,9%	63,3%
Total	Recuento	424	41	638	194	78	32	1407	
	% de Experiencia Profesional	30,1%	2,9%	45,3%	13,8%	5,5%	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	30,1%	2,9%	45,3%	13,8%	5,5%	2,3%	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	1425	Chi cuadr= 29,318	5	Sí
Edad*Intención de emprender	1435	Chi cuadr= 23,104	15	No
Experiencia prof* Intención	1407	Chi cuadr= 49,717	5	Sí
Profesión padre* Intención	1385	Chi cuadr= 73,550	30	Sí
Profesión madre*Intención	1397	Chi cuadr= 50,504	30	Sí
Familiares empresar.*Intención	1399	Chi cuadr= 68,747	25	Sí
Centro estudios* Intención	1466	Chi cuadr=161,170	50	Sí

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

		Deseabilidad de crear una empresa		Total	
		Si	No		
Valoración Profesión empresario	1	Recuento	4	7	11
		% grupo	36,4%	63,6%	100,0%
	2	Recuento	16	10	26
		% grupo	61,5%	38,5%	100,0%
	3	Recuento	56	25	81
		% grupo	69,1%	30,9%	100,0%
	4	Recuento	109	39	148
		% grupo	73,6%	26,4%	100,0%
	5	Recuento	133	55	188
		% grupo	70,7%	29,3%	100,0%
	6	Recuento	136	46	182
		% grupo	74,7%	25,3%	100,0%
	7	Recuento	94	30	124
		% grupo	75,8%	24,2%	100,0%
Total	Recuento	548	212	760	
	% grupo	72,1%	27,9%	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	1378	Chi cuadr= 28,56	6	Sí
Edad* Valoración profesión empresario	1385	Chi cuadr= 61,10	18	Sí
Experiencia prof* Valoración profesión empresario	1361	Chi cuadr= 11,24	6	No (sí p=0,90)
Profesión padre* Valoración profesión empresario	1337	Chi cuadr= 27,16	36	No
Profesión madre* Valoración profesión empresario	1352	Chi cuadr= 32,28	36	No
Familiares empresar.* Valoración profesión empresario	1354	Chi cuadr= 25,69	30	No
Centro estudios* Valoración profesión empresario	1411	Chi cuadr=107,34	60	Sí

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

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	62,50%	66,70%	Mujeres
Fil_Letras	47,40%	55,10%	Mujeres
Medicina	45,80%	57,60%	Mujeres
ETSIAM	29,30%	36,70%	Mujeres
CC. Educación	25,00%	37,00%	Mujeres
Min_OP	24,40%	17,60%	Varones
Politécnica	22,60%	20,70%	Varones
Ciencias	16,70%	42,40%	Mujeres
Derecho y ADE	15,70%	24,00%	Mujeres
CC. Trabajo	14,30%	25,00%	Mujeres
Veterinaria	14,00%	20,00%	Mujeres

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

			Deseabilidad de crear una empresa		Total
			Si	No	
Curso de la titulación	1º	Recuento	319	131	450
		% de Curso	70,9%	29,1%	100,0%
	2º	Recuento	220	86	306
		% de Curso	71,9%	28,1%	100,0%
	3º	Recuento	234	131	365
		% de Curso	64,1%	35,9%	100,0%
	4º	Recuento	79	49	128
		% de Curso	61,7%	38,3%	100,0%
	5º	Recuento	112	64	176
		% de Curso	63,6%	36,4%	100,0%
	Otros	Recuento	25	14	39
		% de Curso	64,1%	35,9%	100,0%
	Total	Recuento	989	475	1464
		% de Curso	67,6%	32,4%	100,0%

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

			Más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad		Total
			Más fácil	Más difícil	
Curso de la titulación	1°	Recuento	142	309	451
		% de Curso	31,5%	68,5%	100,0%
	2°	Recuento	85	221	306
		% de Curso	27,8%	72,2%	100,0%
	3°	Recuento	101	263	364
		% de Curso	27,7%	72,3%	100,0%
	4°	Recuento	30	98	128
		% de Curso	23,4%	76,6%	100,0%
	5°	Recuento	49	126	175
		% de Curso	28,0%	72,0%	100,0%
	Otros	Recuento	3	36	39
		% de Curso	7,7%	92,3%	100,0%
	Total	Recuento	410	1053	1463
		% de Curso	28,0%	72,0%	100,0%

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

Tabla A 30. Curso universitario * 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		
Curso de la titulación	1º	Recuento	114	10	221	65	28	12	450
		% Curso	25,3%	2,2%	49,1%	14,4%	6,2%	2,7%	100,0%
	2º	Recuento	94	7	137	46	17	6	307
		% Curso	30,6%	2,3%	44,6%	15,0%	5,5%	2,0%	100,0%
	3º	Recuento	130	18	156	39	17	8	368
		% Curso	35,3%	4,9%	42,4%	10,6%	4,6%	2,2%	100,0%
	4º	Recuento	44	5	50	14	9	5	127
		% Curso	34,6%	3,9%	39,4%	11,0%	7,1%	3,9%	100,0%
	5º	Recuento	56	3	71	33	12	1	176
		% Curso	31,8%	1,7%	40,3%	18,8%	6,8%	0,6%	100,0%
	Otros	Recuento	15	0	19	3	0	1	38
		% Curso	39,5%	0,0%	50,0%	7,9%	0,0%	2,6%	100,0%
	Total	Recuento	453	43	654	200	83	33	1466
		% Curso	30,9%	2,9%	44,6%	13,6%	5,7%	2,3%	100,0%

Tabla A 31. Curso universitario * Previsión de 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		
Curso de la titulación	1º	Recuento	28	10	38	30	221	32	359
		% Curso	7,8%	2,8%	10,6%	8,4%	61,6%	8,9%	100,0%
	2º	Recuento	20	12	33	28	116	11	220
		% Curso	9,1%	5,5%	15,0%	12,7%	52,7%	5,0%	100,0%
	3º	Recuento	27	12	31	56	116	11	253
		% Curso	10,7%	4,7%	12,3%	22,1%	45,8%	4,3%	100,0%
	4º	Recuento	6	5	14	18	42	12	97
		% Curso	6,2%	5,2%	14,4%	18,6%	43,3%	12,4%	100,0%
	5º	Recuento	8	9	18	26	61	9	131
		% Curso	6,1%	6,9%	13,7%	19,8%	46,6%	6,9%	100,0%
	Otros	Recuento	2	1	4	11	11	0	29
		% Curso	6,9%	3,4%	13,8%	37,9%	37,9%	0,0%	100,0%
	Total	Recuento	91	49	138	169	567	75	1089
		% Curso	8,4%	4,5%	12,7%	15,5%	52,1%	6,9%	100,0%

Tabla A 32. Género de los emprendedores potenciales.

		Sexo			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	148	52,3	53,6	53,6
	Femenino	128	45,2	46,4	100,0
	Total	276	97,5	100,0	
Perdidos	Sistema	7	2,5		
Total		283	100,0		

INFORME DEL ESTUDIO

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

Tabla A 33. Curso de la titulación

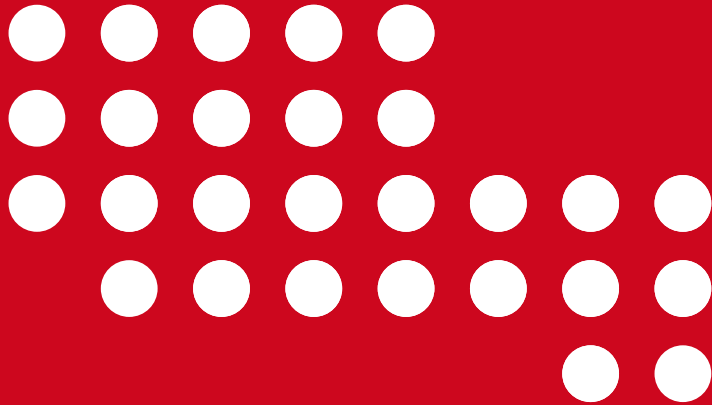
Curso de la titulación					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1°	93	32,9	32,9	32,9
	2°	63	22,3	22,3	55,1
	3°	56	19,8	19,8	74,9
	4°	23	8,1	8,1	83,0
	5°	45	15,9	15,9	98,9
	Otros	3	1,1	1,1	100,0
	Total	283	100,0	100,0	

Tabla A 34. Experiencia profesional de los emprendedores

Experiencia Profesional					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	137	48,4	50,4	50,4
	No	135	47,7	49,6	100,0
	Total	272	96,1	100,0	
Perdidos	Sistema	11	3,9		
Total		283	100,0		

ANEXO 2

CUESTIONARIO UTILIZADO



Cuestionario 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	<input type="checkbox"/>	1
2	No	<input type="checkbox"/>	2

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

1	Más fácil	<input type="checkbox"/>	1
2	Más difícil	<input type="checkbox"/>	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	<input type="checkbox"/>	1
2	No, pero pienso integrarme en una empresa de la familia	<input type="checkbox"/>	2
3	Sí, vagamente	<input type="checkbox"/>	3
4	Sí, seriamente	<input type="checkbox"/>	4
5	Sí, tengo el firme propósito de fundar una empresa	<input type="checkbox"/>	5
6	Otros	<input type="checkbox"/>	6

6 En caso afirmativo, ¿a cuánto tiempo vista?

1	En cuanto termine mis estudios	<input type="checkbox"/>	1
2	En uno o dos años vista	<input type="checkbox"/>	2
3	De tres a cinco años vista	<input type="checkbox"/>	3
4	En más de cinco años vista	<input type="checkbox"/>	4
5	No lo tengo decidido	<input type="checkbox"/>	5
6	Otros	<input type="checkbox"/>	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 Otras:			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 Otras:			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 C: Poco, alguna vez B: Bastante, a menudo 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	C	B	A	
1 ¿Me considero una persona adaptable a los cambios?					1
2 ¿Siento autoconfianza en mis capacidades y posibilidades personales y profesionales?					2
3 ¿Tengo autodisciplina a la hora de llevar a término un trabajo?					3
4 ¿Considero importante disponer de autonomía en el trabajo?					4
5 ¿Me gusta prever y anticiparme a los hechos?					5
6 ¿Tengo facilidad para comunicarme con otras personas?					6
7 ¿Me considero un persona creativa a la hora de resolver los problemas?					7
8 ¿Siento curiosidad por conocer temas nuevos o maneras diferentes de hacer las cosas?					8
9 ¿Dedico las horas que hagan falta a hacer bien un trabajo o tirar adelante un proyecto?					9
10 ¿Me enfrento a las dificultades de forma animada y optimista?					10
11 ¿Me considero una persona emocionalmente estable?					11
12 ¿Me considero una persona perseverante?					12
13 ¿Me considero una persona entusiasta a la hora de iniciar nuevos proyectos?					13
14 ¿Tolero bien los fracasos y los utilizo para aprender?					14
15 ¿Me gusta tomar la iniciativa en situaciones complejas o delicadas?					15
16 ¿Me gusta imaginarme la evolución y desenlace de los proyectos que empiezo?					16
17 ¿Me gusta sentirme independiente?					17
18 ¿Me estimula enfrentarme a nuevos retos?					18
19 ¿Asumo la responsabilidad de mis decisiones tanto si son acertadas como erróneas?					19
20 ¿Tengo predisposición para asumir riesgos moderados?					20
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 de acuerdo (1)	Estoy en desacuerdo (2)	Estoy de acuerdo (3)	Estoy totalmente de acuerdo (4)	NS/NC	
1 Son personas dinámicas						1
2 Tienen gran capacidad de organización						2
3 Tienen grandes dotes financieras y de gestión						3
4 Su mentalidad es innovadora						4
5 Son personas muy preparadas profesionalmente						5
6 Son capaces de asumir riesgos en su empresa						6
7 Tienen una gran visión de futuro						7
8 Invierten dinero						8
9 Crean empleo						9
10 Ayudan al desarrollo del país						10
11 Ganan mucho dinero						11
12 Son capaces de dialogar con los/las trabajadores/as						12
13 Son personas morales y honradas						13
14 Son personas con claro criterio de justicia social						14

Estudio sobre el Perfil Emprendedor en el Alumnado Universitario de Córdoba

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	<input type="checkbox"/>	1
2. Entre 20 y 25 años	<input type="checkbox"/>	2
3. Entre 26 y 35 años	<input type="checkbox"/>	3
4. Más de 35 años	<input type="checkbox"/>	4

14. Género:

1. Masculino.....	<input type="checkbox"/>	1
2. Femenino.....	<input type="checkbox"/>	2

15. Lugar de nacimiento:

16. Lugar de residencia:.....

17. Universidad en la que estudias:

CÓRDOBA.....

18. ¿Qué estudios cursas?.....

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

20. ¿Tienes experiencia profesional?

1. Si	<input type="checkbox"/>	1
2. No	<input type="checkbox"/>	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,...?

Sí 1 No 2

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

.....

24. Profesión del padre:

1. Profesión liberal	<input type="checkbox"/>	1
2. Empresario	<input type="checkbox"/>	2
3. Directivo de empresa	<input type="checkbox"/>	3
4. Obrero	<input type="checkbox"/>	4
5. Empleado Administrativo.....	<input type="checkbox"/>	5
6. Funcionario	<input type="checkbox"/>	6
7. Otra	<input type="checkbox"/>	7

25. Profesión de la madre:

1. Profesión liberal	<input type="checkbox"/>	1
2. Empresaria	<input type="checkbox"/>	2
3. Directiva de empresa	<input type="checkbox"/>	3
4. Obrera	<input type="checkbox"/>	4
5. Empleada Administrativa.....	<input type="checkbox"/>	5
6. Funcionaria	<input type="checkbox"/>	6
7. Otra	<input type="checkbox"/>	7
	<input type="checkbox"/>	

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

Sí 1 No 2

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

1. Abuelo	<input type="checkbox"/>	1
2. Abuela	<input type="checkbox"/>	2
3. Hermano	<input type="checkbox"/>	3
4. Hermana	<input type="checkbox"/>	4
5. Padre	<input type="checkbox"/>	5
6. Madre	<input type="checkbox"/>	6
7. Otros	<input type="checkbox"/>	7

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.

Actuaciones

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 2011 se contemplan los siguientes objetivos estratégicos y líneas de actuación:

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Favorecer la acción universitaria en el territorio

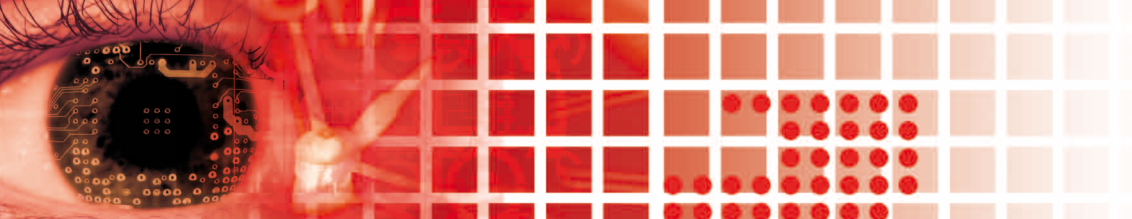
Líneas

- Colaborar en las líneas estratégicas de la Universidad y realizar seguimiento de las mismas.
- Colaborar con la implantación y la difusión del Espacio Europeo de Educación Superior.
- Incidir en la responsabilidad social de la Universidad

Mejorar la empleabilidad y el desarrollo profesional del alumnado y egresadas/os.

Líneas

- Promoción de la formación integral del alumnado y las redes de orientación laboral.
- Fomento y extensión del bilingüismo.
- Fomento de la innovación y la cultura emprendedora en el conjunto de la comunidad universitaria.
- 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

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

Incrementar la difusión social de la ciencia, el conocimiento y la innovación.

Líneas

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

Consolidar redes de objetivos comunes.

Líneas

- Participación en foros, asociaciones, jornadas y redes de Consejos Sociales, y de otra índole social, cultural y/o económica.

Contribuir al avance de la excelencia en la gestión universitaria.

Líneas

- Promover con carácter específico el estudio y la evaluación de la calidad de los servicios universitarios de relevancia o interés social.
- Colaborar con la AGAE en el estudio de indicadores específicos de interés para el Consejo Social.
- Contribuir a una gestión económica transparente, eficiente y suficiente compatible con criterios de rentabilidad social, especialmente en el seguimiento del modelo de financiación.
- 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

consejo
social



Servicio de Publicaciones
UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA
Consejo Social