

IMPACTO DE LA EDUCACIÓN EN LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO: ESTUDIO CUALITATIVO

Tamara de la Torre Cruz
Esther Ruiz Palomo
M. Camino Escolar Llamazares
Vanesa Baños Martínez
Ángel Gañán Ibáñez
Miguel Corbí Santamaría
Josefa Santos González
Ana Isabel Sánchez
Universidad de Burgos
tdtorre@ubu.es

<http://dx.doi.org/10.17060/ijodaep.2015.n1.v2.99>

Fecha de Recepción: 12 Febrero 2015

Fecha de Admisión: 30 Marzo 2015

RESUMEN

El emprendimiento es una realidad que se nos presenta optimista en cuanto a posibilidades de desarrollo, progreso y bienestar. Las políticas económicas de los países más avanzados animan y promueven acciones para que sus ciudadanos pongan en marcha sus ideas de negocio y generen sus propios puestos de trabajo. En la presente investigación nos centraremos en el aspecto educativo que tradicionalmente se ha vinculado positivamente con el emprendimiento formal. La figura del emprendedor es clave a la hora de generar transformaciones de tipo social y merece la pena acercarse no solo a su visión personal sino también a la percepción que de estos promotores tienen los diferentes grupos de edad.

En este sentido, la Universidad de Burgos a través del Programa Interuniversitario de la Experiencia y en el marco de la formación para personas mayores, pone en marcha acciones concretas para conocer las necesidades, experiencias y expectativas de los mayores universitarios en relación con el emprendimiento. Consideramos de gran importancia que la Universidad, como institución de larga trayectoria en el campo del saber, apoye los procesos de emprendimiento con todos los recursos a su alcance, entre ellos, el gran capital humano que no solo se encuentra entre su profesorado o personal, sino también en sus aulas, principalmente en las de las personas mayores.

Mostramos en la presente investigación los resultados iniciales del estudio cualitativo implementado a través de un grupo de discusión en el que los mayores han dialogado sobre el concepto

de emprendimiento, motivos, ayudas, formación y competencias. Los resultados nos servirán de base para futuras propuestas e intervenciones.

Palabras clave: Educación, personas mayores, cultura emprendedora y grupo de discusión.

ABSTRACT

Education impact in the culture of entrepreneurship: qualitative study

Entrepreneurship is a reality that it is shown to us as optimistic about development possibilities, progress and well-being. Advances countries economic policies encourage and promote actions for its citizens to implement their business ideas and generate their own jobs. In this research we focus on the educational aspect as it has traditionally been positively linked to the formal entrepreneurship. The entrepreneur is a key point in generating social changes and we should pay attention not only to his personal view but also to the perception of what another age groups have of them.

In this sense, the University of Burgos through the Programa Interuniversitario de la Experiencia" and under the framework of the lifelong learning for the elderly, launches specific actions to meet the needs, experiences and expectations of these students in relation to entrepreneurship. We think that it is very important that University as an institution with long experience in the field of knowledge, can support entrepreneurship processes with all the resources at its disposal, including the great human capital that it is not only among its teachers or staff, but also in their classrooms, mainly in the elderly ones.

In the present investigation the first results of the qualitative study implemented through a discussion group in which the elderly have discussed about: the concept of entrepreneurship, reasons, support, training and skills. The results will give us a basis for future proposals and plans.

Keywords: Education, elderly, entrepreneurial culture and discussion group.

ANTECEDENTES

La actividad emprendedora es un área de estudio que se encuentra en la actualidad en pleno desarrollo, aún no existe un marco teórico consensuado que sirva de referencia para el análisis de este fenómeno y, por ende, de uno de sus principales protagonistas el emprendedor (Brazeal y Herbert, 1999; Veciana, 2007).

En los últimos años, se ha estudiado como fenómeno multidimensional a nivel individual, empresarial, regional, sectorial y nacional. No obstante los distintos estudios llevados a cabo han incluido, casi de forma exclusiva, variables de carácter económico, lo que ha impedido explicar gran parte de la transformación en la actividad emprendedora (Davidsson y Honig, 2003; Freytag y Thurik, 2007; Uhlaner y Thurik, 2007).

Es un hecho demostrando que las personas con mayor formación desde niveles tempranos alcanzan un conocimiento específico y desarrollan capacidades que les permiten desenvolverse adecuadamente en determinadas profesiones e iniciar actividades emprendedoras en donde ponerlos en práctica (Van Gelderen y Jansen, 2006; Jiménez, Palmero, y Jiménez, 2012; Flores y Palao, 2014).

El emprendedor es un protagonista clave para impulsar procesos de cambio social siendo una actividad vital de naturaleza idiosincrásica o personal del sujeto o individuo de referencia en la que se incluye un componente ético importante cuyo contenido dependerá de los valores de la ciudadanía (Marina, 2010; Pfeilstetter, 2011; Bueno, 2013). Se parte de una actitud vital que debe abordarse con pasión lo que implica ser vitalista, optimista, enérgico, entusiasta, transgresor y positivo (Bermejo, 2013).

Nos parece oportuno señalar al emprendedor como agente de transformación de los problemas del mundo actual si se le instruye en las habilidades, destrezas y competencias oportunas, dotándole además de la información y procedimientos necesarios para poder crear empleo. Una sociedad

empresadora se destaca porque el emprendimiento y el conocimiento son considerados como fuerzas impulsoras para lograr progresión económica, creación de empleo y competitividad en los mercados globales. Además un elemento clave para el crecimiento económico y la competitividad de los países emergentes es la creación de nuevas empresas (Valliere y Peterson, 2009; Audretsch, 2009; Valencia, 2012; Castillo, 2013; Moscoso y Botero, 2013).

La iniciativa emprendedora es uno de los principales impulsores de la innovación, la competitividad y el desarrollo económico y social en nuestro país, sin embargo nuestro territorio presenta una tendencia decreciente (Van Stel et al., 2005; Wennekers et al., 2005; Luis, De la Torre, Gañán, Palmero y Jiménez, 2013).

El reto de la economía española es adaptarse a la búsqueda de ecosistemas en los que confluyan el conocimiento, la creatividad y la tecnología permitiendo mejorar la capacidad innovadora desde el emprendimiento. Las tendencias que empujan al emprendimiento por necesidad son fundamentalmente tres: la necesidad de buscar empleo, el nivel de temporalidad del empleo, es decir, un empleo estable y la búsqueda de independencia (Ávila y De Hoyos, 2011; Carvajal, 2013; Morales y Ariza, 2013; Julià, 2013).

En la esfera académica, el emprendimiento ha sido calificado como un campo emergente, como una disciplina en etapa de construcción si bien es cierto que se ha dado un incremento en la actualidad de publicaciones en las principales revistas científicas de impacto (Julià, 2013; Monsalve, 2013).

El sistema educativo puede contribuir a estimular la creación de la cultura emprendedora, empezando desde la escuela e incluyendo a la comunidad investigadora y al ámbito universitario a través de un marco integrado y coherente (Sobrado y Fernández, 2010; Navarro y Torregrosa, 2012). Se toman como referencia estudios llevados a cabo en países impulsores de la innovación como Singapur, Suecia y Reino Unido en los que se demuestra que los empresarios aprenden mejor con un enfoque de aprendizaje basado en aprender haciendo y desarrollando habilidades y actitudes, que con los tradicionales métodos como las conferencias (Rasmussen y Sorheim, 2005; Tan y Ng, 2006; Walter y Dohse, 2009).

Enmarcamos nuestro trabajo en el ámbito universitario por su papel relevante en la sociedad del conocimiento como espacio generador de desarrollo cultural, científico y técnico y, por tanto, de desarrollo social. Así, se presenta como motor de cambio y adaptación social capaz de ofrecer oportunidades y desafíos, ya que funcionan en un entorno cada vez más globalizado, en constante evolución, marcado por una creciente competencia y la aparición de nuevas necesidades a las que están obligadas a responder. En esta apuesta, altamente innovadora, nos centramos en los Programas Universitarios para Personas mayores, es decir, en el aprendizaje a lo largo de toda la vida (García, 2005; Jiménez y Palmero, 2007; Jiménez, 2008; Orte y Gambús, 2004).

Desde la perspectiva de que el envejecimiento ya no es definido como proceso de involución sino transformador demográfico caracterizado por la participación activa, las personas mayores son un recurso valioso para el emprendimiento pues poseen formación, experiencia, conocimientos, aptitudes necesarias para poder participar en la creación de empresas, además de poder apoyar a los emprendedores. A través de esta formación académica no profesionalizante, que apuesta por una participación de garantía en la sociedad del conocimiento, en el marco universitario nos circunscribimos a la tercera misión que se vertebra en torno a tres ejes principales emprendimiento, innovación y compromiso social (Belando, 2001; Sánchez, Caggiano y Hernández, 2011).

OBJETIVOS

Determinar el impacto que la educación tiene en el fomento del emprendimiento como uno de los factores que definen las interacciones de los tiempos sociales, económicos, políticos y éticos de España.

IMPACTO DE LA EDUCACIÓN EN LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO: ESTUDIO CUALITATIVO

Analizar las necesidades, experiencias y expectativas de los mayores universitarios en relación con el emprendimiento.

PARTICIPANTES

En la investigación se ha recabado información a través de un Grupo de Discusión (GD) en el que participaron diez alumnos del Programa Interuniversitario de la Experiencia de la Universidad de Burgos.

MÉTODO

En la presente investigación hemos utilizado una metodología cualitativa como una forma de comprender la experiencia humana y la acción además de ser un proceso holístico, a través del que las personas mayores expresan opiniones, creencias y pensamientos. En el escenario se adoptó una posición neutral con el fin de favorecer una inmersión adecuada en el contexto. Específicamente, la técnica por la que nos hemos inclinado ha sido el grupo de discusión pues permite profundizar en las necesidades, intereses y preocupaciones de este colectivo.

En la situación discursiva grupal han participado diez personas las cuales han sido seleccionadas por pertenecer a un perfil específico y son las que debatieron sobre el impacto de la educación en el emprendimiento. El moderador-investigador ha sido el encargado de conducir la sesión, es quien ha realizado y ha establecido los acuerdos que rigen las relaciones del grupo, como la confidencialidad y el anonimato, la importancia de expresar lo que sienten, hacen y piensan sobre los temas abordados, la utilización del video y grabadora para recuperar los diálogos y la utilización de la información para fines de investigación. Finalmente se fijaron los días, lugar y horarios de reunión.

Tal y como planteamos en la introducción, el estudio realizado se basa en determinar el impacto de la educación en el emprendimiento lo que nos permite modificar e innovar la política curricular promoviendo una cultura emprendedora mediante el análisis del GD para dar cumplimiento a los objetivos planteados.

Las fases establecidas para su consecución son:

Fase 1: Establecimiento del colectivo objeto de análisis.

Fase 2: Diseño de las preguntas para la recogida de información.

Fase 3: Preparativo de la logística pertinente.

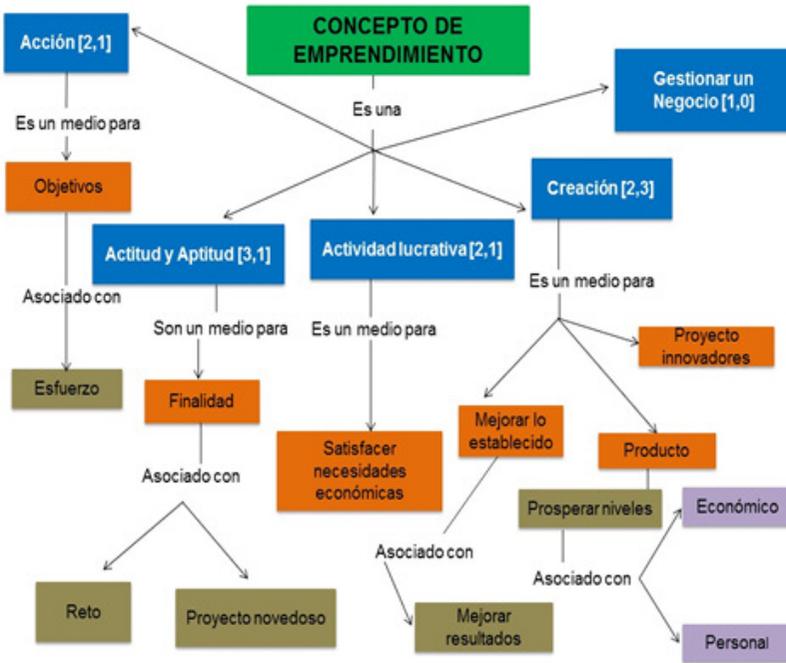
Fase 4: Aplicación, transcripción y análisis de la información obtenida.

Fase 5: Conclusiones.

RESULTADOS

Partiendo del impacto que tiene la educación en el emprendimiento el investigador indicó al grupo de mayores universitarios que se iniciaba el debate con su visión sobre el concepto.

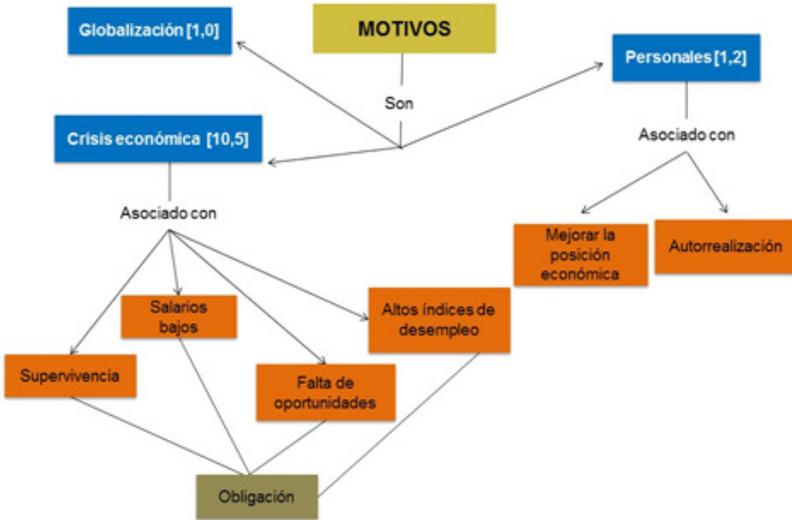
Figura 1: Concepto de emprendimiento



Las personas mayores universitarias destacan cinco grandes nodos en relación a esta idea: actitud y aptitud, creación, acción, actividad lucrativa y gestión de negocio. Consideran que la “acción” está muy relacionada con el esfuerzo que requiere poner en marcha cualquier proyecto y que la “actividad lucrativa” se vincula con la obtención de recursos económicos. En cuanto a “actitud y aptitud” hablan del emprendimiento como un reto que implícitamente lleva asociado un fuerte componente de riesgo y como proyecto novedoso, es decir, relacionado con algo que o bien no se esté haciendo o bien es necesario la introducción de cambios que mejoren los procesos o los resultados. Por una parte ven la “creación” como un medio para poner en marcha un proyecto innovador y por otra, vinculada con el desarrollo de productos asociados con la prosperidad económica y con la personal.

Cuando los mayores conversan sobre los motivos que pueden llevar al emprendimiento destacan, por orden de importancia, los siguientes: la crisis económica, motivos personales y la globalización.

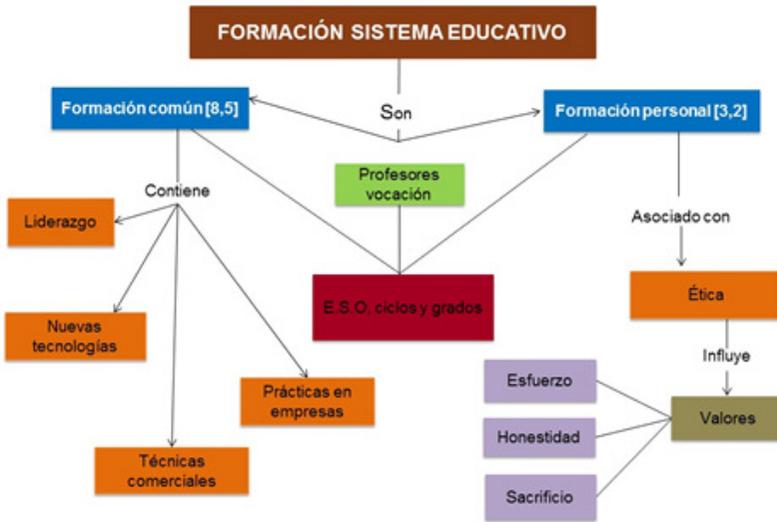
Figura 2: Motivos para emprender



Asociados directamente con la idea de crisis, los mayores expresan los términos de supervivencia, bajos salarios, obligación, falta de oportunidades y altos índices de desempleo. Vemos por lo tanto que justifican el hecho de emprender como una necesidad en una sociedad que no ofrece otras opciones. Los motivos personales los razonan como una búsqueda de mejora en la posición económica, hecho que también ya previamente mencionado como algo intrínseco en el concepto mismo de emprendimiento y con el hecho de autorrealización personal.

Los alumnos mayores entienden que para que el emprendimiento sea algo natural, una opción más igual de válida que cualquier otra, la formación ha de estar presente en el sistema educativo formal.

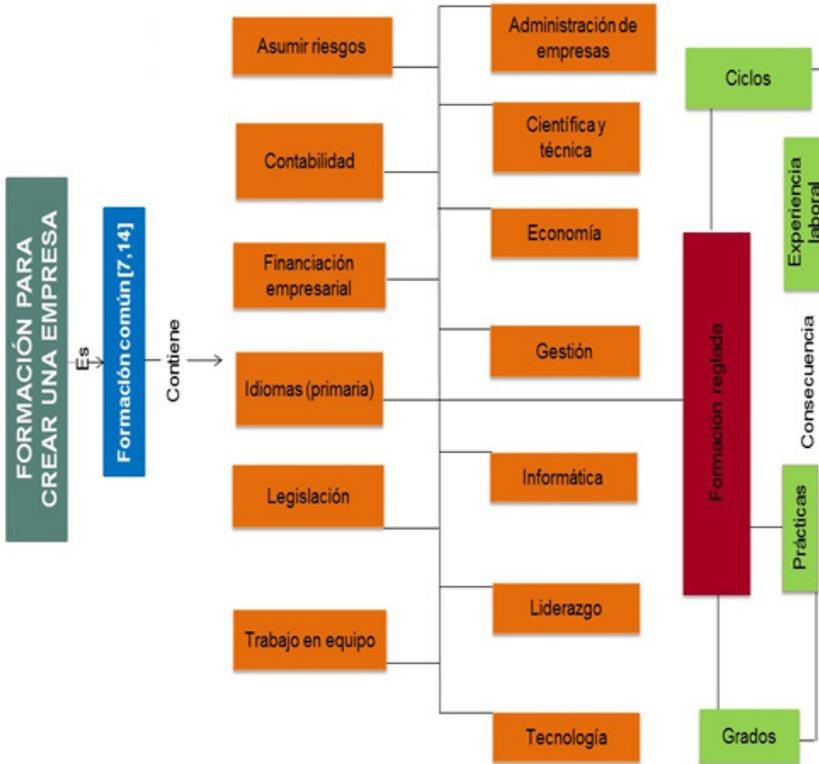
Figura 3: Formación necesaria para emprender



Los niveles que creen más importantes van desde la secundaria hasta los estudios de formación profesional y los universitarios. Aparte, consideran importante que los docentes lo sean por vocación. La mayoría expone la necesidad de que haya una formación común en la que se incluyan contenidos como liderazgo, nuevas tecnologías, técnicas comerciales y prácticas en empresas. Vemos la relación directa entre los motivos que los mayores exponen para aprender y la formación que ellos consideran necesaria. Consideran que la globalización es una realidad que no podemos obviar y que puede beneficiar a los emprendedores en tanto se formen adecuadamente para poder ser competitivos en un mundo sin fronteras. A nivel personal, relacionan directamente el emprendimiento con la ética y los valores, valores como el esfuerzo, la honestidad y el sacrificio. Se desprende de esta información que los mayores piensan que aventurarse en un nuevo proyecto es un camino arduo que necesita que se aporte lo mejor de cada persona y que supone trabajo constante.

Los universitarios mayores consideran que es necesaria la formación continua a la hora de poder comenzar acciones de emprendimiento. Creen que cuando se funda una empresa es muy positivo haber cursado formación en la que se hayan estudiado los siguientes contenidos: idiomas, legislación, económicos/financieros, tecnología/informática, habilidades sociales (liderazgo, trabajo en equipo) y de gestión/administración.

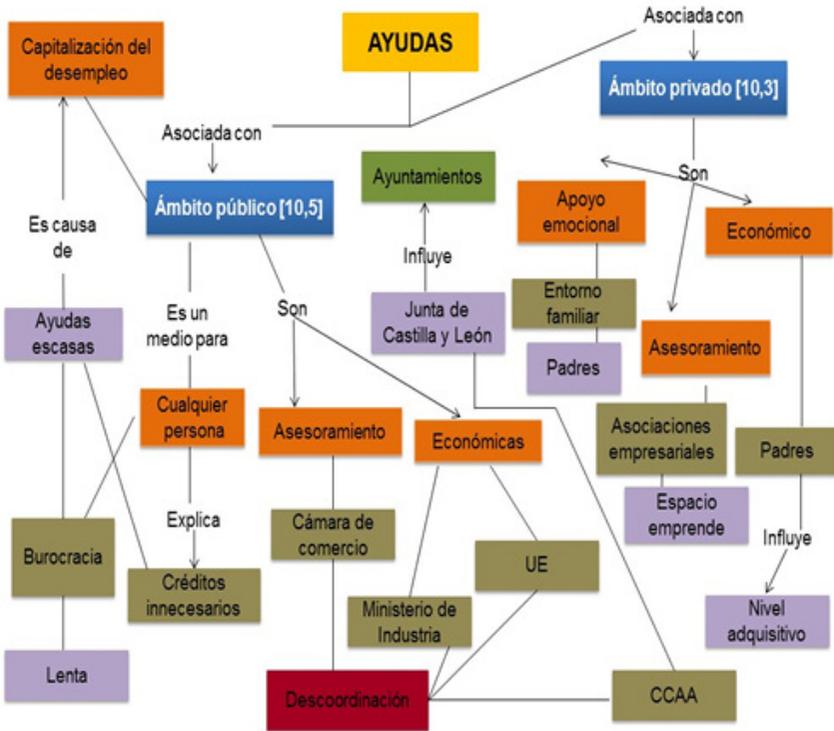
Figura 4: Formación necesaria para crear una empresa



Afirman en este sentido, que la formación reglada como los Ciclos Formativos o los Grados en cuyos planes de estudios se incluye formación en centros de trabajo y prácticas respectivamente, ayuda a crear una empresa.

En relación a las ayudas piensan que básicamente provienen o tendrían que provenir de dos ámbitos, el público y el privado. Desde el ámbito de lo público hablan de la capitalización de la prestación por desempleo y lo ven como un recurso al que se puede acudir por la escasez de otro tipo de ayudas. Piensan que las ayudas desde el sector público son o deben ser de carácter económico. Por otro lado, exponen la alta burocratización del proceso de solicitud de apoyos y la lentitud en su resolución. Comentan que cualquiera podría acceder a las ayudas y que en ocasiones se dan créditos innecesarios. Resaltan la descoordinación que se puede dar entre las diferentes organizaciones que intervienen en la concesión de estos recursos y mencionan organizaciones como la Unión Europea, el Ministerio de Industria, la Cámara de Comercio, la Junta de Castilla y León o los Ayuntamientos.

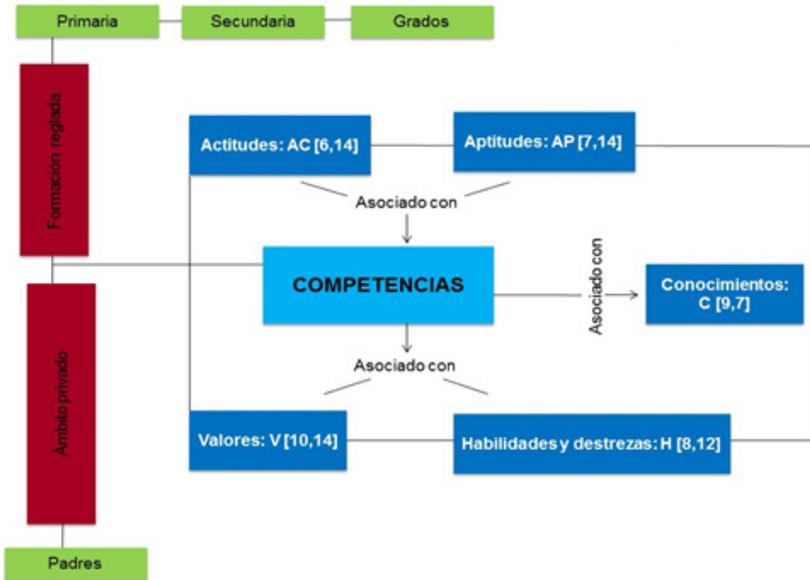
Figura 5: Creencias sobre las ayudas al emprendimiento.



Cuando se refieren al ámbito privado, no solo consideran el apoyo económico sino también el emocional y el asesoramiento. De los dos primeros creen que se hacen cargo los padres, exponiendo de esta manera que los emprendedores son personas jóvenes con apoyo familiar. En cuanto al asesoramiento creen que lo dan las asociaciones empresariales como es el caso de “Espacio emprende” en la ciudad de Burgos.

Finalmente, en el grupo de discusión se trató el tema de las competencias asociadas al emprendimiento. Los mayores asocian tanto actitudes y aptitudes como conocimientos, valores, habilidades y destrezas a competencias. Exponen que se pueden desarrollar en todos los niveles de formación reglada y también en el ámbito privado, principalmente a nivel familiar.

Figura 6: Competencias asociadas al emprendimiento.



CONCLUSIONES

Mediante la exploración bibliográfica contenida en la estructura de la presente investigación hemos ido verificando la relevancia e intencionalidad política y pedagógica de la cultura emprendedora como procedimiento de acción que promueve una sociedad exitosa tanto en el ámbito empresarial como en el económico y cuya génesis obedece a acciones enmarcadas en el terreno de educativo.

Los alumnos universitarios mayores, con su amplia experiencia de vida y su interesante y enriquecedor punto de vista, nos han expuesto cómo ven ellos el emprendimiento y han aportado interesantes reflexiones sobre cómo dar un impulso o qué acciones desarrollar para que sea, más que nunca, una realidad social, política y económica. Consideramos fundamental que la formación para personas mayores sea capaz de articular y aprovechar los recursos que acumula su alumnado para generar sinergias y colaboraciones entre las diferentes generaciones y potenciar de esta manera, no solo la creación de empresas sino también que las mismas tengan en cuenta las necesidades de una población cada vez más envejecida.

El proceso de trabajo centrado en la metodología cualitativa nos ha permitido la codificación como un modo sistemático de desarrollar y refinar interpretaciones de los datos resultantes de la participación en el grupo de discusión de personas mayores, en el que a través de las preguntas elaboradas ad hoc se nos ha legitimado a dibujar mapas conceptuales que contribuyen tanto al fomento del emprendimiento como de las redes de emprendimiento con el objetivo determinar una propuesta curricular en las diferentes etapas educativas.

Compete a las Universidades la dirección, orientación y organización de los Programas Universitarios para Personas Mayores y por ello entendemos e instamos a las instituciones implicadas a que favorezcan la formación del profesorado en materia emprendedora pues son un componente importante del complejo entramado del ecosistema empresarial.

BIBLIOGRAFÍA

- Audretsch, D.B. (2009). Entrepreneurship capital and economic growth. *Investigaciones Regionales*. (15), 27-45.
- Ávila Romero, F. y De Hoyos Vallejo, E. (2011). *Emprender actualmente en España. Una breve revisión*. EXtoikos. 2,123-125.
- Belando Montoro, M. (2001). *Vejez física y psicológica: una perspectiva para la educación permanente*. Cáceres: Universidad de Extremadura.
- Bermejo, M. (2013). *Gente Emprendedora, Gente de Calidad*. Barcelona: Plataforma editorial.
- Brazeal, D. y Herbert, T. (1999). The genesis of Entrepreneurship. *Entrepreneurship, Theory & Practice*. 23 (3), 29-45.
- Bueno, E. (2013). El capital intelectual como sistema generador de Emprendimiento e innovación. *Revista: Economía Industrial*. 388, 15-22.
- Castillo, J. O. C. (2013). Investigando el entrepreneurship tras un marco teórico y su aporte al desarrollo económico de Colombia. *Revista EAN*. 66, 67-84.
- Carvajal Urquijo, J. (2013). El entorno socioeconómico del emprendimiento en España. *Revista APD: Asociación para el Progreso de la Dirección*. 289, 26-27.
- Davidsson, P. y Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*. 18 (3), 301-331.
- Flores Asenjo, M. P., y Palao Barberá, J. (2014). Evaluación del impacto de la educación superior en la iniciativa emprendedora. *Historia y Comunicación Social*, 18, 377-386.
- Freytag, A. y Thurik, A.R. (2007). Entrepreneurship and its determinants in a cross country setting, *Journal of Evolutionary Economics*, 17(2), 117-131.
- García Garrido, J.L. et al (2005). *Temas candentes en la educación en el Siglo XXI*. Madrid. Ediciones Académicas.
- Jiménez Eguizábal, A. (2008). *Repensar y construir el Espacio Europeo de Educación Superior. Políticas, tendencias, escenarios y procesos de innovación*. Madrid: Dykinson.
- Jiménez Palmero, A., Palmero Cámara, C. y Jiménez Eguizábal A. (2012). El impacto de educación secundaria y superior en la creación de empresas en la Unión Europea. *Revista española de Pedagogía*. 252, 201-219.
- Julià Igual, J. F. (2013). Emprendimiento y universidad. Una referencia al caso de España y a la UPV. *REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos*. 113, 7-27.
- Marina Torres, J.A. (2010). La competencia de emprender. *Revista de Educación*. 351, 49-71.
- Monsalve Lozano, B. (2013). El Emprendimiento y la Universidad. *Revista Pensamiento Americano*. 3(5), 51-54.
- Moscoso Escobar, J. y Botero Botero, S. (2013). Métodos de valoración de nuevos emprendimientos. *Semestre económico*. 16 (33), 237-264.
- Morales Gutiérrez, A. C. y Ariza Montes, J. A. (2013). Valores, actitudes y motivaciones en la juventud ante el emprendimiento individual y colectivo. *Revista de estudios cooperativos*. 112, 11-35.
- Luis, I., De la Torre, T., Gañán, A., Palmero, C. y Jiménez, A. (2013). Formación universitaria para mayores: innovación curricular y competencias emprendedoras. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 2(1), 175-186.
- Navarro Domenichelli, R. y Torregrosa Sahuquillo, D. (2012). Animación y motivación para el autoempleo: el espíritu emprendedor en la escuela *Revista: Anuari de Psicologia de la Societat Valenciana de Psicologia*. 13 (1), 95-112.
- Orte, C. y Gambús, M. (Ed) (2004). *Los programas universitarios para mayores en la construcción del Espacio Europeo de Enseñanza Superior*. Palma de Mallorca: Universitat de les Illes Balears.

IMPACTO DE LA EDUCACIÓN EN LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO: ESTUDIO CUALITATIVO

- Pfeilstetter, R. (2011). El emprendedor. Una reflexión crítica sobre usos y significados actuales de un concepto. *Gazeta de Antropología*, 27 (1).
- Rasmussen E. y Sorheim R. (2005). Action-Based Entrepreneurship Education. *Technovation* 26 (2), 185–194.
- Sánchez, J. C., Caggiano, V., y Hernández, B. (2011). Competencias emprendedoras en la Educación Universitaria. *INFAD Revista de Psicología*. 1 (3), 19-28.
- Sobrado Fernández, L. y Fernández Rey, E. (2010). Competencias emprendedoras y desarrollo del espíritu empresarial en los centros educativos Revista: Educación XX1. *Revista de la Facultad de Educación*. 13, 15-38.
- Tan, S.S., y Ng F. (2006). A Problem-Based Learning Approach to Entrepreneurship Education. *Education + Training*. 48 (6), 416–428.
- Uhlaner, L. y Thurik, R. (2007). Postmaterialism influencing total entrepreneurial activity across nations, *Journal of Evolutionary Economics*, 17(2), 161-185.
- Valencia Agudelo, G.D (2012). Autoempleo y emprendimiento. Una hipótesis de trabajo para explicar una de las estrategias adoptadas por los gobiernos para hacer frente a los procesos del Mercado. *Semestre económico*. 15 (32), 103-128
- Valliere, D. y Peterson, R. (2009). Entrepreneurship and economic growth: Evidence from emerging and developed countries. *Entrepreneurship and Regional Development*, 21(5), 480-559.
- Van Gelderen, M. y Jansen, P. (2006). Autonomy as a start-up motive. *Journal of Business and Enterprise Development*. 13 (10), 23-32.
- Van Stel, A., Carree, M. y Thurik, R. (2005). The effect of entrepreneurial activity on national economic growth. *Small Business Economics*. 24, 311–321.
- Veciana, J.M. (2007). Entrepreneurship as a Scientific Research Program. En: Cuervo, A.; Ribeiro, D.; Roig, S. (Eds): *Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective*. Springer, New York. 23-72.
- Walter, S. y Dohse D. (2009). *The Interplay Between Entrepreneurship Education and Regional Knowledge Potential in Forming Entrepreneurial Intentions*. Kiel, Germany: Kiel Institute for the World Economy, no. 1549.
- Wennekers, S., Van Stel, A., Thurik, R. y Reynolds, P. (2005). Nascent entrepreneurship and the level of economic development. *Small Business Economics*. 24(3), 293–309.