



FORMACIÓN UNIVERSITARIA PARA MAYORES: INNOVACIÓN CURRICULAR Y COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS

Dra. Luis Rico, I.

Profesora Ayudante Doctor
Universidad de Burgos
miluis@ubu.es

De la Torre Cruz, T.

Profesora Asociada
Universidad de Burgos

Gañán Adánez, A.

Profesor Asociado
Universidad de Burgos

Dra. Palmero Cámara, C.

Profesora Titular
Universidad de Burgos

Dr. Alfredo Jiménez Eguizábal

Catedrático de Universidad
Universidad de Burgos

Fecha de recepción: 8 de Septiembre de 2013

Fecha de admisión: 2 de Noviembre de 2013

ABSTRACT

Las universidades a través de la oferta de programas de formación específicos para personas mayores contribuyen al desarrollo de acciones encaminadas al envejecimiento activo a través de actividades enmarcadas dentro del ocio serio que propician la actualización de conocimientos y el desarrollo de la ciudadanía activa.

A nivel europeo y dentro del desarrollo de acciones para el emprendimiento, el colectivo de personas mayores cobra relevancia como grupo de interés en las propuestas de competencias relacionadas con la creación de empresa. La presente comunicación muestra los resultados obtenidos en la fase exploratoria del proyecto de investigación sobre el desarrollo de competencias emprendedoras referidas a las motivaciones y limitaciones percibidas por los mayores universitarios para la creación de empresa.

Palabras clave: Personas mayores, emprendimiento, envejecimiento activo, programas universitarios de mayores, cultura emprendedora

ABSTRAT

By offering specific training programs for young people universities contribute to the development of measures to promote active aging through activities framed within serious leisure time which update knowledge and develop an active citizenship.



At European level and within the development of entrepreneurial actions, the group of older people becomes relevant as a stakeholder in the proposed competencies related to business creation. The present paper describes the results of the exploratory phase of a research project on the development of entrepreneurial competences regarding the motivations and constraints perceived by the life-long university students for business creation.

Keywords: seniors, entrepreneurship, active aging, life-long university programs, entrepreneurial culture

INTRODUCCIÓN

Un rasgo constante de la evolución socioeconómica de las últimas décadas viene delimitado por la transformación radical en el modo de organizar la economía teniendo el capital una mayor universalidad (Ianni, 2006). De otra parte, la tecnología crece a un ritmo vertiginoso por lo que la capacidad emprendedora ha ido adquiriendo un interés creciente, estimulado también el paradigma tecnológico caracterizado por la globalización económica y la revolución de las tecnologías de la información (Rodríguez, De Freitas, y Zaá, 2012).

La actividad emprendedora - motor del desarrollo económico y social (Orrego, 2009; Sánchez, 2011)- se encuentra en la actualidad en pleno desarrollo, pudiendo considerar su marco teórico como un campo en construcción que precisa todavía del suficiente corpus para su análisis y la estimulación consensuada de los perfiles del emprendedor (Brazeal y Herbert, 1999; Veciana, 2007). Un elemento clave para el crecimiento económico y la competitividad de los países emergentes es la creación de nuevas empresas (Audretsch, 2009; Valencia, 2012; Castillo, 2013; Moscoso y Botero, 2013). Y ello precisa de la creatividad y capacidad de innovación del emprendedor (Casson, 1982; Hawkins y Turla, 1987; Hofer, 1988), que bien formado emerge como agente de transformación socioeconómica.

A partir del último tercio del siglo XX han sido numerosos los investigadores que se han acercado al estudio de las competencias, sobre todo, aunque no de manera exclusiva, desde el ámbito de la empresa para la selección y organización de recursos humanos y desde disciplinas como la Psicología Industrial, del Trabajo y de las Organizaciones y Sociología del Trabajo (Haire, Ghiselli y Porter, 1971; Boyatzis, 1982; Woodruffe, 1993; Le Boterf, 2001; Lévy-Leboyer, 2003). Martínez y Carmona (2009) señalan que a través de las competencias el emprendedor se desenvolverá de modo creativo y efectivo, desarrollará una identidad propia, articulará alianzas y relaciones productivas.

No obstante lo anterior, un foco sobre el que hasta muy recientemente no se le había prestado la suficiente atención investigadora viene definido por el colectivo de las personas mayores. La designación por parte de la Unión Europea del año 2012 como el Año del Envejecimiento Activo y de la Solidaridad Intergeneracional, significa no sólo centrar la atención en el envejecimiento de la población, sino también la afirmación de su valor como agentes de transformación y cambio socioeconómico.

En este sentido, las universidades en España mantienen un claro compromiso con el aprendizaje a lo largo de la vida, así como con el desarrollo de la función social de la Universidad a través de la implementación de acciones encaminadas a la difusión del conocimiento generado, a través del desarrollo de los Programas Universitarios para Personas Mayores (PUMs). Los PUMs apuestan por un ocio serio (Stebbins 2004, 2007) donde han asumido el liderazgo de la formación universitaria de personas mayores, implementando Programas que ofrecen la oportunidad de adquirir competencias, habilidades y destrezas que les permitan acceder a la cultura como fórmula de crecimiento personal, desarrollar relaciones personales, y participar como ciudadanos activos. Además apuestan por la educación como un derecho de todas las personas, lo que conlleva a una democratización del conocimiento.



La presencia en la Universidad de personas mayores supone un valor añadido a la organización, debido a sus conocimientos y experiencias sobre aspectos clave de la actualidad. Por ello, dentro de la investigación desarrollada con el fin de introducir innovaciones curriculares que determinen el desarrollo de competencias emprendedoras en los jóvenes, los mayores son un colectivo emergente (COM, 2013), como recurso valioso para el emprendimiento debido a su formación, experiencia, conocimientos, aptitudes necesarias para poder participar en la creación de empresas y en el apoyo a emprendedores.

El texto que presentamos se vincula al Proyecto de Investigación "De los tiempos educativos a los tiempos sociales: la construcción cotidiana de la condición juvenil en una sociedad de redes. Problemáticas específicas y alternativas pedagógico-sociales" (proyecto coordinado EDU2012-39080-C07-00) y al subproyecto "De los tiempos educativos a los tiempos sociales: El impacto de la educación en la red de emprendimiento de los jóvenes. Competencias e innovaciones curriculares" (EDU2012-39080-C07-06), cofinanciado en el marco del Plan Nacional I+D+i con cargo a una ayuda del Ministerio de Economía y Competitividad, y por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER, 2007-2013).

FINALIDADES DE LA COMUNICACIÓN

En la presente comunicación mostramos los resultados alcanzados en la fase exploratoria de la investigación sobre competencias emprendedoras dentro del colectivo de personas mayores referidas a la determinación de los factores o motivaciones que influyen en la creación de empresa así como las dificultades o limitaciones sociales para desarrollar un proyecto empresarial.

METODOLOGÍA

Nuestra investigación pretende verificar los aspectos incluidos en el punto anterior utilizando una combinación de enfoques metodológicos cuantitativos y cualitativos asumiendo la complementariedad que se produce entre ambos y convencidos de la riqueza que aporta al trabajo científico la utilización de varias estrategias metodológicas que se complementan y promueven el análisis de una realidad compleja desde orientaciones multimetodológicas. La metodología cuantitativa es utilizada para la obtención de información a través de la cuantificación de los datos de las variables establecidas utilizando un cuestionario estructurado con muestreo aleatorio, aplicados personalmente de forma individualizada. La investigación muestra así un carácter descriptivo-explicativo, ya que obtenemos información sin realizar ningún tipo de intervención experimental que suponga un posible cambio en sus actuaciones, ni consideraciones.

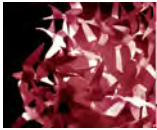
Población Objeto de estudio y selección de la muestra

La población objeto de estudio son las personas mayores de 55 años matriculadas en el curso 2013/2014 en el Programa Interuniversitario de la Experiencia de la Universidad de Burgos en las sedes de Burgos, Aranda de Duero, Miranda de Ebro y Villarcayo.

Para la obtención de la muestra, una vez determinada la población objeto de estudio basado en los datos de matrícula, hemos aplicado un margen de error del ± 3 , con un nivel de confianza del 95% y un nivel de heterogeneidad del 50%. La muestra a obtener para cumplir con lo fijado es:

Tabla 1: Tamaño de la muestra

POBLACIÓN DE ESTUDIO	TAMAÑO DE LA MUESTRA	CUESTIONARIOS OBTENIDOS
600 alumnos	95% y ± 3 385 alumnos	400 cuestionarios



Contenido y estructura del cuestionario

Una vez definida la naturaleza de la información que pretendemos obtener con la aplicación del cuestionario y teniendo en cuenta que se trata de una investigación descriptivo-explicativa, hemos optado por diseñar un cuestionario cerrado, por la concreción de las preguntas, administrado a través de encuesta personal realizada en cada una de las poblaciones de las sedes para asegurarnos un porcentaje de respuesta alto y poder adaptarse al nivel cultural del encuestado.

En la fase de estructuración del cuestionario, delimitación del contenido, así como en la validación por jueces de las afirmaciones propuestas para cada uno de los criterios seleccionados han colaborado profesores vinculados a la Unidad de Calidad de la Universidad de Burgos, así como expertos del ámbito de las ciencias empresariales.

El cuestionario sobre motivaciones y limitaciones hacia el emprendimiento se estructura de la siguiente forma:

- Encabezamiento: Especifica el objetivo del cuestionario
- Bloque 1: Datos clasificatorios: en este bloque se han introducido datos que nos ayuden a determinar el perfil de la muestra en referencia a datos tales como: población de residencia, año de nacimiento, sexo, nivel de estudios, situación laboral.
- Bloque 2: motivaciones y limitaciones hacia el emprendimiento: en este bloque se recoge información de los encuestados a través de tres ítems:
 - o Perfil profesional: a través de opciones profesionales se intenta delimitar su conocimiento personal y experiencial del emprendimiento, mediante la selección múltiple entre las opciones dadas (Funcionario/a, Empleado/a por cuenta ajena, Empleado/a por cuenta propia: autónomo o empresario, Amo/a de casa, Esposo/a de empresario/a, Padre o madre de empresario/a)
 - o Motivos para crear empresa: se presenta a los encuestados una batería de posibles motivos para crear empresa que han de valorar. El procedimiento de valoración de cada uno de ellos se ha elaborado a través de la asignación del valor en una escala ordinal continua, tipo Likert, de 5 cuantificadores lingüísticos donde 1 corresponde a Nada importante, y 5 a Muy importante. Los motivos presentados son: Tradición familiar, Independencia económica, Reconocimiento social, Ganar dinero, Contribuir al crecimiento económico y social, Generar trabajo para otros, Conseguir trabajo, Dirigir un grupo humano, Poner en práctica mis ideas, Otros.
 - o Dificultades percibidas para crear empresa: se presenta a los encuestados una batería de posibles dificultades percibidas en la sociedad para crear empresa que han de valorar. El procedimiento de valoración de cada uno de ellos se ha elaborado a través de la asignación del valor en una escala ordinal continua, tipo Likert, de 5 cuantificadores lingüísticos donde 1 corresponde a Dificultad nula, y 5 a Máxima dificultad. Las dificultades presentadas son: Asumir riesgos, Falta de dinero para empezar, Temor a fracasar, Imagen negativa del empresario, Carencia de ideas para iniciar la empresa, Trabajar demasiadas horas, Escaso apoyo institucional, Deficiente formación recibida para emprender, Excesiva burocracia, Poco apoyo institucional, Otros.

En el procesamiento y análisis de datos se ha utilizado el paquete estadístico SPSS versión 11.0 para Windows.

Perfil de la muestra obtenida

Tras el análisis del bloque correspondiente a los datos clasificatorios la muestra ofrece un perfil referido a: sexo, edad, ámbito rural o urbano, nivel de estudios y situación laboral mostrado en el gráfico 1 con los porcentajes de cada uno de los ítems.

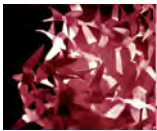
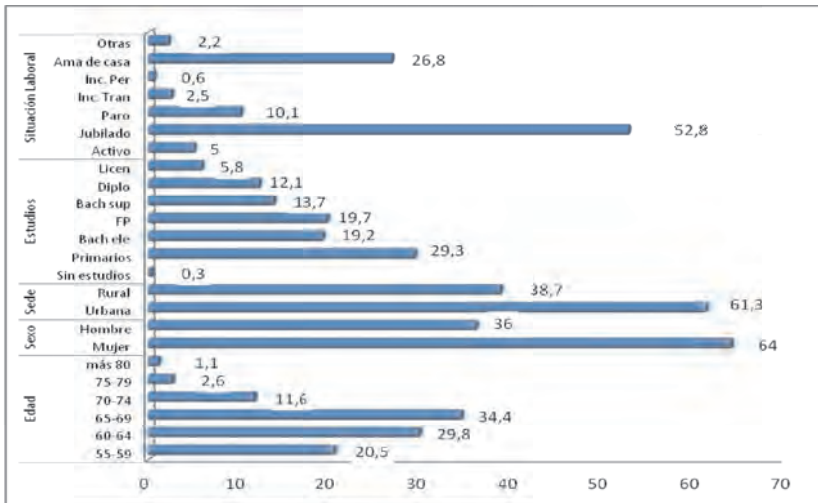


Gráfico 1: Perfil de la muestra en porcentajes



RESULTADOS

Los resultados obtenidos tras el análisis de la información proveniente de la explotación de datos del cuestionario aplicado a los alumnos del Programa Interuniversitario de la Experiencia de la Universidad de Burgos, los presentamos a través de la comparación de las medias totales con cada uno de los datos clasificatorios del perfil, así como del perfil profesional en función de los bloques correspondientes a motivaciones y dificultades.

Motivos para crear empresa

Las puntuaciones medias totales obtenidas para cada uno de los criterios propuestos como motivos para crear empresa y ordenados de mayor a menor puntuación son: Conseguir trabajo (3.8); Ganar dinero (3.7); Poner en práctica mis ideas (3.7); Independencia económica (3.6); Generar trabajo para otros (3.6); Contribuir al crecimiento económico y social (3.5); Dirigir un grupo humano (3); Tradición familiar (2.9); Reconocimiento social (2.8). Como podemos observar, las motivaciones relacionadas con los aspectos económicos y laborales obtienen las puntuaciones más elevadas, situándose por encima de 3.5 sobre 5, lo que nos muestra la orientación económica de la creación de empresa como medio para mejorar el aspecto económico y laboral por encima de aspecto sociales como la tradición familiar o el reconocimiento social.

Las puntuaciones medias obtenidas en función del sexo, edad, residencia, estudios y perfil profesional las mostramos en las gráficas 2 al 6.

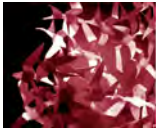


Gráfico 2: Puntuaciones medias de motivaciones según sexo

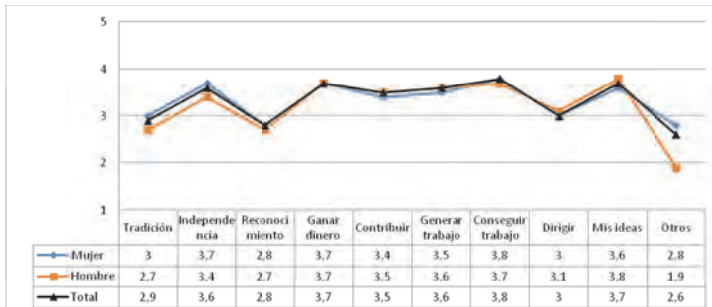


Gráfico 3: Puntuaciones medias de motivaciones según tramos de edad

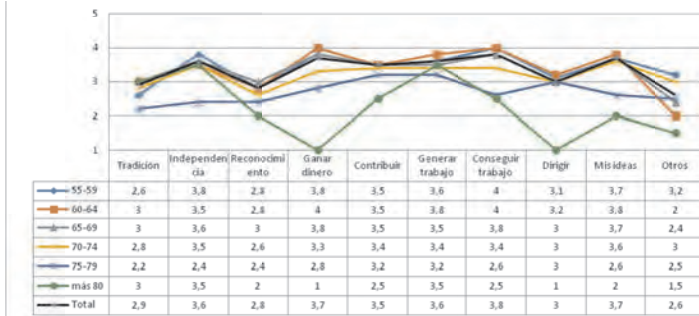
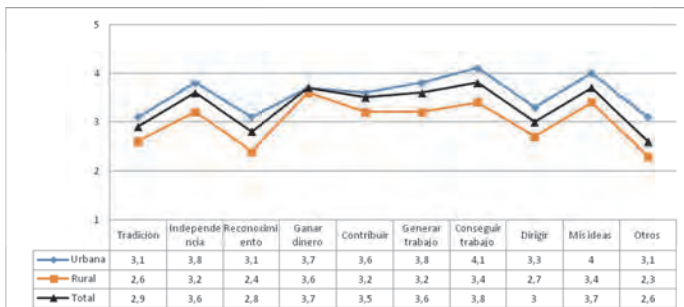


Gráfico 4: Puntuaciones medias de motivaciones según residencia



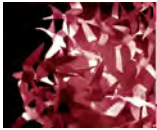


Gráfico 5: Puntuaciones medias de motivaciones según estudios

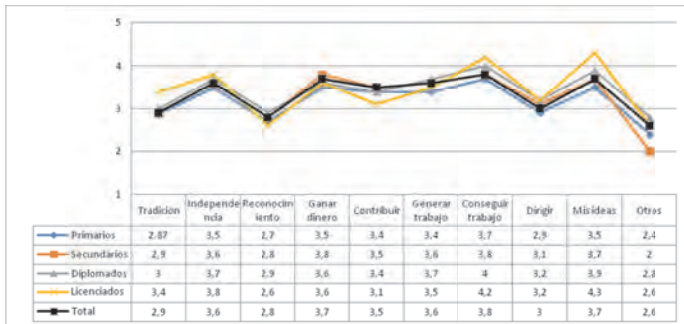
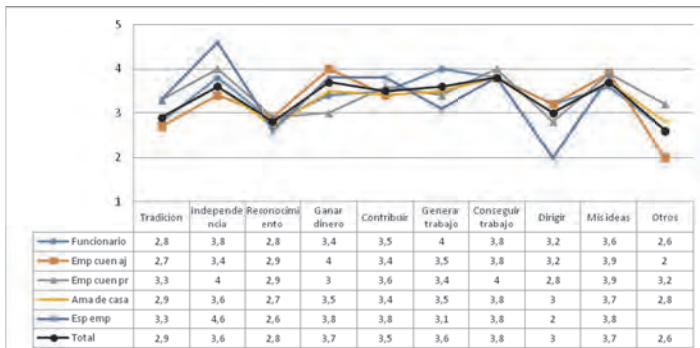
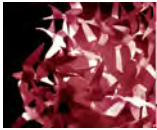


Gráfico 6: Puntuaciones medias de motivaciones según perfil profesional



Tras los datos obtenidos podemos observar que:

- La distribución de medias por sexos (Gráfico 2) no muestra variaciones relevantes con respecto a la puntuación media total.
- En la distribución de medias según la edad (Gráfico 3) se observan puntuaciones medias de menor valor en los tramos de edad a partir de 70, excepto en la motivación referida a “generar trabajo para otros” e “independencia” económica que se sitúan en los mismos valores que el total de la muestra.
- Las personas encuestadas residentes en zonas rurales (Gráfico 4) otorgan menor puntuación de forma general que los residentes en zonas urbanas, excepto con la motivación “ganar dinero” en la que ambos coinciden en la puntuación
- El nivel de estudios (Gráfico 5) muestra variaciones en las puntuaciones medias totales en el caso de los licenciados con respecto a los motivos “Conseguir trabajo” y “Poner en práctica mis ideas” siendo más elevadas.
- Dentro de la distribución de puntuaciones medias con respecto al perfil profesional (Gráfico 6) las variaciones con respecto a las puntuaciones totales se centran en los perfiles que están relacionados de forma directa o indirecta con personas emprendedoras, como son “Empleados/as por cuenta propia” y “Esposo/a de empresario/a”. En el caso de “Empleados/as por cuenta propia” otorgan valores más elevados a los motivos de “Tradición familiar” e “Independencia económica” y puntuaciones menores en el motivo “Ganar dinero”. Por su parte “Esposo/a de



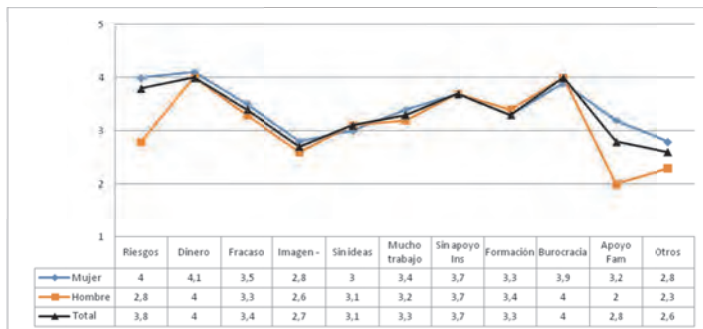
empresario/a” otorgan valores mayores en “Tradición familiar”, “Independencia” y “Contribuir al crecimiento económico y social” y menor en “Dirigir un grupo humano”. También podemos resaltar la variación de medias del perfil “Funcionario/a” en el criterio “Generar trabajo para otros” situándose en puntuaciones más elevadas.

Dificultades percibidas para crear empresa

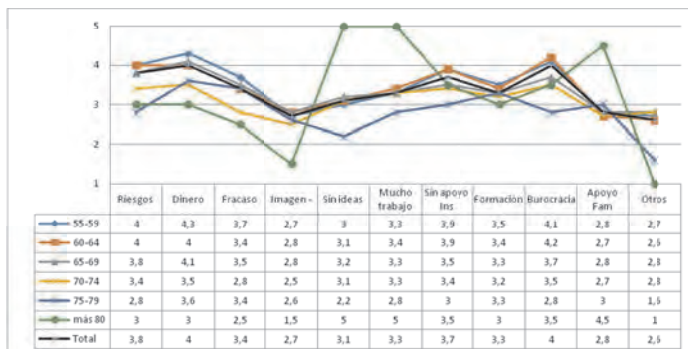
Las puntuaciones medias totales obtenidas para cada uno de los criterios propuestos como dificultades percibidas para crear empresa y ordenados de mayor a menor puntuación son: Falta de dinero para empezar (4); Excesiva burocracia (4); Asumir riesgos (3.8); Escaso apoyo institucional (3.7); Temor a fracasar (3.4); Trabajar demasiadas horas (3.3); Deficiente formación recibida para emprender (3.3); Carencia de ideas para iniciar empresa (3.1); Poco apoyo familiar (2.8); Imagen negativa del empresario (2.7). Como podemos observar las dificultades que obtienen mayor puntuación, 4 sobre 5, son las relacionadas con el dinero y la burocracia, ya que están relacionadas con la percepción del riesgo y el escaso apoyo institucional.

Las puntuaciones medias obtenidas en función del sexo, edad, residencia, estudios y perfil profesional las mostramos en las gráficas 7 al 11.

Gráfica 7: Puntuaciones medias de dificultades según el sexo



Gráfica 8: Puntuaciones medias de dificultades según tramos de edad



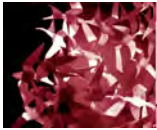


Gráfico 9: Puntuaciones medias de dificultades según residencia

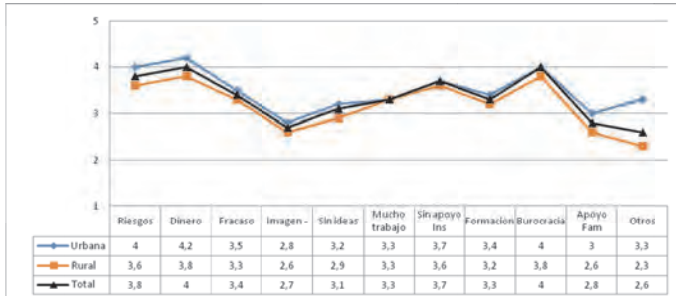


Gráfico 10: Puntuaciones medias de dificultades según nivel de estudios

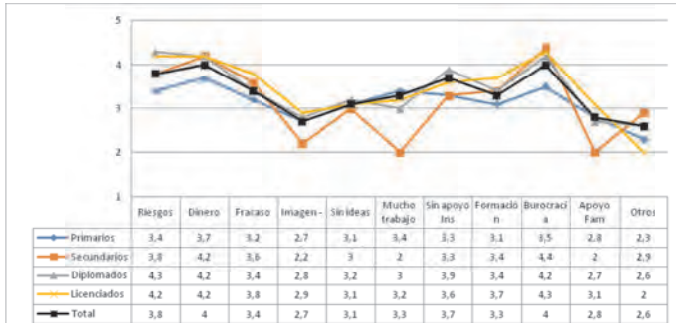


Gráfico 11: Puntuaciones medias de dificultades según perfil profesional



Tras los datos obtenidos podemos observar que:

- Las puntuaciones medias obtenidas según el sexo de los encuestados muestran diferencias en las dificultades sobre “Asumir riesgos” y “Apoyo familiar” siendo menor la percepción de dificultad en los hombres que en las mujeres.
- Con respecto a la distribución de medias según la edad, las mayores variaciones observables se producen en las personas mayores de 70 años, siendo significativo el caso de las personas



mayores de 80 años cuyas dificultades máximas percibidas, llegando a 5, para crear empresa son “Carencia de ideas para iniciar la empresa” y “Trabajar demasiadas horas”.

- La variable residencia de los encuestados no introduce variaciones sobre las puntuaciones medias totales.
- El nivel de estudios de los encuestados muestra variaciones con respecto a la media total en el caso de estudios secundarios, percibiéndose como menor dificultad aspectos como “La imagen negativa del empresario”, “Trabajar demasiadas horas” “Poco apoyo familiar”.
- Dentro de la distribución de puntuaciones medias con respecto al perfil profesional las variaciones con respecto a la media total se encuentran en los perfiles que están relacionados de forma directa o indirecta con personas emprendedoras, como son “Empleados/as por cuenta propia” y “Esposo/a de empresario/a”. En el caso de los empleados por cuenta propia tienen una percepción menor de las dificultades sobre “Temor a fracasar”, “Carencia de ideas para iniciar la empresa”, “Deficiente formación recibida para emprender” y “Excesiva burocracia”, por otro lado perciben como mayor dificultad que las puntuaciones medias totales “Trabajar demasiadas horas”. El perfil sobre esposo/a de empresario/a percibe mayores dificultades en el “Escaso apoyo institucional” y “Deficiente formación recibida para emprender”, siendo coincidente la variación en ambos casos con el perfil funcionario/a.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El presente estudio inicia el estudio descriptivo de las percepciones de las personas mayores universitarias sobre aspectos relacionados con la creación de empresa, situándonos en el punto de partida del desarrollo de iniciativas e innovaciones que desarrollen las competencias relacionadas con el espíritu emprendedor. Conscientes del carácter parcial del estudio no es óbice para plantear la discusión y crítica de resultados que nos sirvan de base en el desarrollo de la investigación en la que se enmarca.

- Los mayores universitarios se muestran como colectivo de referencia en el estudio de las competencias relacionadas con el emprendimiento debido a su formación, experiencia, conocimientos y aptitudes.
- Las personas mayores universitarias encuestadas muestran un carácter eminentemente práctico a la hora de valorar las motivaciones para crear empresa por su relación con los aspectos laborales y económicos.
- Dentro de las limitaciones percibidas para crear empresa los motivos económicos tanto por falta de liquidez como por los riesgos implícitos en el desarrollo de la actividad emprendedora, así como los impedimentos institucionales, obtienen mayores puntuaciones.
- Las variables que más varianza tienen en la distribución de las puntuaciones medias son: la edad y el perfil profesional, lo que nos muestra la importancia de contar dentro de este estudio con personas mayores ya que introducen matices diferentes a la mayoría, dando pie a reflexiones sobre la realidad desde diferentes prismas.

BIBLIOGRAFÍA

- Audretsch, D. (2009). “The Entrepreneurial Society”, *Journal of Technology Transfer*, 34 (3), 245-254.
- Belando Montoro, M. (2001). *Vejez física y psicológica: una perspectiva para la educación permanente*. Cáceres: Universidad de Extremadura.
- Boyatzis, R. E. (1982). *The Competent Manager: a Model for Effective Performance*. New York: John Wiley and Sons.
- Brazeal, D. & Herbert, T. (1999). *The genesis of Entrepreneurship*. *Entrepreneurship, Theory & Practice*, 23(3), 29-45.



- Casson, M.C. (1982). *The Entrepreneur: An Economic Theory*. Oxford: Martin Robertson
- Castillo, J. O. C. (2013). Investigando el entrepreneurship tras un marco teórico y su aporte al desarrollo económico de Colombia. *Revista EAN*, (66).
- Comunicación de la Comisión Al Parlamento Europeo, al y al Comité de las Regiones Plan de Acción Sobre Emprendimiento 2020, (2013). *Relanzar el espíritu emprendedor en Europa*. Bruselas
- Haire, M., Ghiselli, E. y Porter, L. W. (1971). *Actitudes de los directivos: un estudio transcultural*. Madrid: M arova.
- Hawkins, K. y Turla, P.A. (1987). *Compruebe sus dotes de emprendedor*. Bilbao. Deusto
- Hofer, CH.W. (1988). *Entrepreneurship Research: Past, Present and Future*. Athens, Georgia: University of Georgia
- Ianni, O. (2006). *Teorías de la globalización*. México: Siglo XXI editores.
- Moscoso Escobar, J. y Botero Botero, S. (2013). Métodos de valoración de nuevos emprendimientos Semestre económico, 16 (33), 237-264
- Le Boterf, G. (2001). *Ingeniería de las competencias*. Barcelona: Gestión 2000.
- Lévy-Leboyec, C. (2003). *Gestión de las competencias: cómo analizarlas, cómo evaluarlas, cómo desarrollarlas*. Barcelona: Gestión 2000
- Martínez, F.C. Y Carmona, G. (2009). Aproximación al concepto de competencias emprendedoras. Valor social e implicaciones educativas. *Revista Iberoamericana sobre la calidad, eficacia y el cambio en Educación*. 7(3).
- Orrego Correas, C.I. (2009). Localización: Pensamiento y gestión: revista de la División de Ciencias Administrativas de la Universidad del Norte. 27, 235-252
- Rodríguez J.M., De Freitas, S. y Zaá, J.R. (2012). La contabilidad en el contexto de la globalización y la revolución teleinformática *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*. XVIII (1), 161-183
- Sánchez García, J.C. (2011). *Entrepreneurship: Introduction* *Psicothema* 23 (3), 424-426
- Stebbins, R.A. (2004). *Between Work and Leisure: the common Ground of two separate worlds*, Transaction, New Brunswick, NJ.
- Stebbins, R.A. (2007). *Serius Leisure: A perspective for our time*, Transaction, New Brunswick, NJ.
- 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
- 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, pp. 23-72.
- Wordruffe, C. (1993). What is meant by a competency? *Leadership and Organization Development Journal*. 14 ,29-3

