



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

Memorias del Programa de Redes de investigación en docencia universitaria

Convocatoria
2021-22

Memòries del Programa de Xarxes de investigació en docència universitària

Convocatòria
2021-22

Satorre Cuerda, Rosana (Coordinación)
Menargues Marcilla, María Asunción; Díez Ros, Rocío; Pellín Buades, Neus (Eds.)

UA

UNIVERSITAT D'ALACANT
UNIVERSIDAD DE ALICANTE
Vicerectorat de Transformació Digital
Vicerrectorado de Transformación Digital
Institut de Ciències de l'Educació
Instituto de Ciencias de la Educación

Memorias del Programa de Redes de investigación en docencia universitaria. Convocatoria 2021-22 / Memòries del Programa de Xarxes d'investigació en docència universitària. Convocatòria 2021-22

Organització: Institut de Ciències de l'Educació (Vicerectorat de Transformació Digital) de la Universitat d'Alacant/ Organización: Instituto de Ciencias de la Educación (Vicerrectorado de Transformación Digital) de la Universidad de Alicante

Edició / Edición: Rosana Satorre Cuerda (Coord.), Asunción Menargues Marcilla, Rocío Díez Ros, Neus Pellin Buades

Revisió i maquetació: ICE de la Universitat d'Alacant/ Revisión y maquetación: ICE de la Universidad de Alicante

Primera edició / Primera edición: desembre 2022

© De l'edició/ De la edición: Rosana Satorre Cuerda, Asunción Menargues Marcilla, Rocío Díez Ros & Neus Pellin Buades

© Del text: les autores i autors / Del texto: las autoras y autores

© D'aquesta edició: Universitat d'Alacant / De esta edición: Universidad de Alicante

ice@ua.es

Memorias del Programa de Redes de investigación en docencia universitaria. Convocatoria 2021-22 / Memòries del Programa de Xarxes d'investigació en docència universitària. Convocatòria 2021-22

© 2022 by Universitat d'Alacant / Universidad de Alicante is licensed under CC BY-NC-ND 4.0

ISBN: 978-84-09-45382-5

Qualsevol forma de reproducció, distribució, comunicació pública o transformació d'aquesta obra només pot ser realitzada amb l'autorització dels seus titulars, llevat de les excepcions previstes per la llei. Adreceu-vos a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necessiteu fotocopiar o escanejar algun fragment d'aquesta obra. / 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.

Producció: Institut de Ciències de l'Educació (ICE) de la Universitat d'Alacant / Producción: Instituto de Ciencias de la Educación (ICE) de la Universidad de Alicante

Aquesta publicació s'ha fet seguint les directrius d'accessibilitat UNE-EN 301549:2020 / Esta publicación se ha hecho siguiendo las directrices de accesibilidad UNE-EN 301549:2020.

EDITORIAL: Les opinions i continguts dels treballs publicats en aquesta obra són de responsabilitat exclusiva de les autores i dels autors. / Las opiniones y contenidos de los trabajos publicados en esta obra son de responsabilidad exclusiva de las autoras y de los autores.

26. Actitud emprendedora entre el estudiantado

R. Ramón-Dangla¹; M.J. Pastor Llorca²; G. Guillena Townley³; V. Climent Peredo⁴, L. Yáñez Muñoz⁵; E. Colomina Climent⁶

[¹remedios.ramon@ua.es](mailto:remedios.ramon@ua.es)

Dpto. Economía Financiera y Contabilidad. Universidad de Alicante

[²maria.pastor@ua.es](mailto:maria.pastor@ua.es)

Dpto. Economía Financiera y Contabilidad. Universidad de Alicante

[³gabriela.guillena@ua.es](mailto:gabriela.guillena@ua.es)

Dpto de Química Orgánica. Universidad de Alicante

[⁴v.climent@ua.es](mailto:v.climent@ua.es)

Dpto. Sociología I. Universidad de Alicante

[⁵leon@ua.es](mailto:leon@ua.es)

Dpto. Economía Financiera y Contabilidad. Universidad de Alicante

[⁶Evaristo.colomina@ua.es](mailto:Evaristo.colomina@ua.es)

Dpto. Economía Financiera y Contabilidad. Universidad de Alicante

Resumen

Esta investigación plantea estudiar la actitud emprendedora y el interés por el emprendimiento entre el estudiantado de la Universidad de Alicante, ya que puede ser importante como instrumento para luchar contra la posible crisis que se avecina. El sistema económico alicantino está afectado a causa de la crisis originada por el COVID- 19 y posteriormente, por la guerra de Ucrania. En este contexto, el conjunto de los estudiantes universitarios puede ser importantes para planifica estrategias que fortalezca en tejido empresarial. El objetivo de

esta investigación es identificar actitudes emprendedoras entre el estudiantado universitario, considerando planteamientos teóricos en base a la relación entre las variables de estudio. Para ello, se utilizó un diseño metodológico de tipo descriptivo, que analizaba las contestaciones de una encuesta realizada con el propósito de analizar la percepción de los estudiantes respecto a sus actitudes y a su interés por el emprendimiento. En general, el estudiantado de la Universidad de Alicante considera que tiene las cualidades y actitudes para emprender y además, manifiestan tener una alta predisposición para hacerlo.

Palabras clave: Emprendimiento, estudiantado universitario, perfil emprendedor, crisis económica.

1. Introducción

El emprendimiento es un elemento fundamental para cualquier sociedad porque genera cambios que la hacen progresar y desarrollarse. Este avance se puede medir a través múltiples aspectos: económico, científico, social, político, psicológico, cultural, aunque el aspecto económico es uno de los factores considerados más habitualmente a la hora de evaluar el éxito del progreso, en realidad, el resto de componentes también forman parte de la sociedad y cualquier avance se debe concebir en todas estas las esferas. Es por ello que, los primeros estudios sobre el emprendedor se situaran a finales del siglo XIX y principios del XX, aunque la raíz del término proviene del francés “entrepreneur” y fue introducido por primera vez por Cantillon en la primera mitad del Siglo XVIII para identificar a quien tomaba la responsabilidad de poner en marcha y llevar a término un proyecto (Alonso & Galve, 2008).

El emprendimiento es un tema de investigación que se encuentra en una evolución continua y su definición ha progresado a lo largo de la historia. No obstante, es comúnmente aceptado la definición que sobre el término realizó el profesor J. Schumpeter (1934), al considerar a los emprendedores como: “innovadores que buscan destruir el estatus-quo de los productos y servicios existentes para crear nuevos productos y servicios” y siguiendo este mismo paradigma, Peter Drucker (1985) afirmó que: “Un entrepreneur busca el cambio, responde a él y explota sus oportunidades. La innovación es una herramienta específica de un emprendedor, por ende, un emprendedor efectivo convierte una fuente en un recurso”. Ambos autores enfatizan la innovación como instrumento de cambio y de transformación, mediante las actividades

que implementan dejando explícito el rol del emprendedor y su contribución al desarrollo de los países. Así, en general, el fenómeno emprendimiento puede definirse, como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social y que posee una cuota de incertidumbre y de innovación (Ducker, 1985) El emprendimiento, por tanto, es un proceso cognitivo de transformar una idea innovadora en un producto de valor agregado o crear una nueva empresa (Saldarriaga & Guzmán, 2018).

Un emprendedor es una persona que posee iniciativa propia, que genera redes de comunicación, que tiene capacidad de convocatoria, que sabe conformar un grupo de trabajo y que arriesga en espacios de incertidumbre. En definitiva, ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente, y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la de la comunidad en la que habita. Además, este individuo también es lo suficientemente flexible como para poder adaptar nuevas ideas a su proyecto y posee la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento, sea positivo o negativo, en una oportunidad (Michelle et al., 2007). El emprendedor posee un espíritu especial. Tiene alta autoestima, confía en sí mismo y posee una gran necesidad de logro. Trabaja duramente, es eficiente y se da la oportunidad de pensar diferente. Es un individuo positivo, pero no sólo para sí mismo, sino que genera un ambiente positivo a su alrededor y este entorno le favorece para alcanzar las metas que se proponga (Audretsch & Link, 2019).

El emprendedor es quien tiene una idea de negocio, la pone en marcha, asume los retos, hace una inversión de capital con el fin de obtener una ganancia y, a veces, generar empleos, contribuyendo así, a la mejora de niveles sociales y del entorno económico de la región.

En un contexto de Post-pandemia global y de guerra donde las relaciones personales, sociales y económicas están en una encrucijada y el crecimiento económico se encuentra en autentico retroceso, es imprescindible el desarrollo iniciativas innovadoras, capaces de catalizar el necesario cambio adaptativo de las empresas y que, en definitiva, impulsen el desarrollo y crecimiento económico de la nueva era. Por ello, el objetivo de esta red es conocer las actitudes emprendedoras del estudiantado de esta universidad y su interés por el emprendimiento. Para ello, partimos de una revisión de la literatura sobre intención emprendedora y crisis económica, seguido de un análisis cuantitativo de un cuestionario sobre una muestra de estudiantes de la Universidad de Alicante y unas conclusiones.

1.1 El Emprendimiento como instrumento para superar la crisis económica

La Cultura Emprendedora o Espíritu Emprendedor “se refiere a la capacidad de una persona para convertir ideas en acciones. Requiere creatividad, innovación y asumir riesgos, así como capacidad para planificar y gestionar proyectos para lograr objetivos” (Bacigalupo, 2016). Para Varela & Bedoya (2006), se entiende el espíritu emprendedor como la disposición de unas competencias básicas en lo personal y algunas características relacionadas con el ámbito de la empresa.

La situación económica actual como consecuencia de la pandemia por Covid-19 y la actual guerra en Ucrania, pueden llevar a la franja de pérdidas y al cierre a miles de empresas. Los empresarios no siempre están preparados para afrontar periodos de crisis económicas, pero sin duda nadie se había preparado para los eventos de los últimos meses. Es necesaria la formulación de estrategias de emprendimiento como requisito fundamental para la recuperación económica.

El siglo XXI nos trajo una de las mayores recesiones económicas internacionales, en las que el sector financiero fue la correa de transmisión a escala internacional, de los excesos del sector de la construcción. El origen de la Gran Crisis del nuevo milenio estuvo en los Estados Unidos y se propagó con rapidez a escala mundial. El colapso de la burbuja inmobiliaria en los Estados Unidos en el año 2006, provocó a finales de 2007 la llamada crisis de las hipotecas subprime. Las repercusiones de la crisis hipotecaria comenzaron a manifestarse de manera extremadamente grave desde inicios de 2008, contagiándose primero al sistema financiero estadounidense, y después al internacional, teniendo como consecuencia una profunda crisis de liquidez y causando, indirectamente, otros fenómenos económicos, como una crisis alimentaria global, derrumbes bursátiles y una crisis económica a escala internacional no vivida desde la Gran Crisis de los años treinta del siglo pasado y que requirió de grandes reformas (Peñaherrera et al., 2012).

En la actualidad y más allá de la tragedia humanitaria, el SarS-Cov-2 o Covid-19 y la guerra de Ucrania están teniendo un impacto local y global en las economías de todo el mundo. Primero, los efectos del confinamiento global que rompió la cadena de producción y distribución internacional e inició la caída del Producto Interior Bruto (PIB) y la subida de precios en todos los

países. Después, la escalada bélica Ruso-Ucraniana y sus efectos sobre los precios de materias primas y productos energéticos que no han hecho más que incrementar la inflación hasta llegar a los dos dígitos, hacen presagiar que nos acercamos a un shock de oferta y una recesión económica sin precedentes (Domenech, 2022).

Pese a que durante las crisis hay menos oportunidades de negocio, también es cierto que el número de personas involucradas en la actividad emprendedora tiende a aumentar (Morcillo, 2005). Por ello, se dice que el emprendimiento favorece la creación de nuevas empresas y puestos de trabajo y sobre la base de estos argumentos surge la necesidad de fomentar el emprendimiento, sobre todo, en situaciones de crisis como la que tenemos a las puertas.

El emprendedor actúa como un instrumento para dinamizar las economías y promover la flexibilidad del tejido productivo generando cambios estructurales en la economía (Peñaherrera et al., 2012). De ahí, la importancia de conocer el perfil emprendedor del estudiantado universitario. La existencia de actitudes y comportamientos típicos de una persona emprendedora entre los y las jóvenes estudiantes y su interés por emprender, puede mostrar la posibilidad de una recuperación económica más rápida para la provincia de Alicante, donde la universidad, como institución de educación superior puede tener mucho que hacer.

1.2 El perfil emprendedor. Revisión de la literatura

No pretendemos realizar una revisión exhaustiva de las distintas definiciones otorgadas al término emprendedor, pero sí delimitar el concepto. Nosotros consideramos emprendedor a aquella persona que asume el riesgo y la responsabilidad de desarrollar y llevar a la práctica un negocio o un proyecto, reuniendo los recursos y capacidades necesarios con la expectativa de obtener beneficios y/o otros objetivos específicos. En definitiva, es una persona capaz de detectar ideas con potencial y materializarlas aun corriendo riesgos (Nueno, 1994). La creación de una empresa suele ser consecuencia de la materialización de “la idea”.

La literatura es coincidente a la hora de expresar la importancia que existe para la materialización de dicha idea, en la relación de tres elementos clave: el factor personal, el factor ambiental y el apoyo institucional o social, lo que trasladado al ámbito universitario sería, el enfoque psicológico, enfoque sociocultural o

institucional y enfoque gerencial (Veciana, 1999).

El enfoque psicológico es el que ha predominado en las décadas de los setenta y ochenta. Trata de analizar la figura del emprendedor como persona, su perfil y rasgos de personalidad y actitudes personales que marcan a los empresarios de éxito. Entre las actitudes más destacadas en el perfil de los y las emprendedoras destacan la “creatividad” y la “innovación”.

La RAE define la creatividad como la “Capacidad de Creación”. Por ello, se dice que la capacidad de ser creativos viene dada por la mezcla de conocimientos, actitudes y habilidades que se pueden conseguir mediante la práctica. Por otra parte, la innovación, es considerada como la realización efectiva que logra un cambio en el sistema, con el propósito de mejorar y perfeccionar algún aspecto de su estructura, contenido o funcionamiento (Schnarch Kirberg A. 2007).

Desde este punto de vista, Ajzen en su Teoría del Comportamiento Planeado (1991, 2002), determinó el componente comportamental de la cultura emprendedora, haciendo referencia la percepción que tienen los individuos su intención de emprender y, en la situación actual, cuando las economías deben enfrentarse a nuevos y grandes retos, se requiere de individuos con estas cualidades.

Sin embargo, la literatura actual coincide en que son muchas las fuerzas y factores que dan forma al emprendimiento: la innovación, la tecnología, los nuevos mercados o la mayor relación con las universidades y centros de investigación son la clave para mejorar la cultura emprendedora (Brenes y Haar, 2017). De ahí, la importancia que para el emprendimiento también tiene el enfoque institucional y el enfoque gerencial.

Desde el enfoque sociocultural o institucional, se estudia la incidencia de factores sociales, políticos, económicos, familiares y, en especial, la influencia del apoyo institucional en la decisión del emprendedor de crear su propia empresa (Shapero y Sokol, 1982). Por su parte, desde el enfoque gerencial, se pone el énfasis en los conocimientos y habilidades adquiridas en el ámbito de la economía y la dirección de empresas. Por lo que, bajo estos enfoques, se requiere no solo tratar de explicar las causas de la creación de empresas sino más bien, hacer hincapié en la generación de nuevos conocimientos y habilidades marcando patrones a seguir (Veciana, 1999).

La gestión empresarial constituye un proceso continuo de toma de decisiones que siempre entrañan un riesgo y, en mercados tan dinámicos como los

actuales, están sujeta a responder a los nuevos acontecimientos. De ahí, que la empresa que no sea capaz de cambiar para adaptarse a las nuevas circunstancias, corre el riesgo de estancarse o desaparecer. Para evitarlo se requiere de la capacidad de generar productos diferentes y originales o de indagar en nuevas formas de gestión que permitan sobrevivir y progresar. Es decir, se requiere de ciertas actitudes personales innatas, pero también de unas aptitudes, conocimientos y habilidades que se puede aprender si existen apoyos institucionales (Nabi et al., 2017). Por tanto, hay que replantearse el papel de la Universidad en el nuevo modelo de aprendizaje, debiendo evolucionar hacia un rol más dinámico e integrador.

Las universidades son una de las instituciones más relevantes para los empresarios, para la cultura y para el contexto regional. Una mayor implicación en el entorno, a través de la intervención educativa, podría incrementar el conocimiento y la capacidad empresarial (Jaén y Liñán, 2013). En general, se puede decir que, para que el emprendimiento genere no solo empleo e ingresos sino también innovación, se requiere la convergencia e integración «cuatripartita» entre Universidad, Estado, Comunidad y Empresa” (Salinas y Osorio, 2012).

Las personas emprendedoras han sido, son y serán un recurso fundamental en periodos de crisis, en los que se dan oportunidades para renovar la economía de un territorio. De ahí que, ante esta crisis provocada primero por la COVID-19 y después por la guerra de Ucrania, se deba promover la investigación sobre la intención emprendedora de los individuos con el fin de tener la información para desarrollar políticas que potencien el espíritu emprendedor como clave para la regeneración económica del país.

1.3 Propósitos u objetivos

En un contexto de pandemia global agravado por la guerra de Ucrania, las relaciones personales, sociales y económicas están en una encrucijada y el crecimiento económico se encuentra en autentico retroceso. Es imprescindible el desarrollo iniciativas innovadoras, que favorezcan el surgimiento de proyectos creativos, capaces de catalizar el necesario cambio adaptativo de las empresas y que, en definitiva, impulsen el desarrollo y crecimiento económico de la nueva era. Por ello, el objetivo de este trabajo es conocer las capacidades innovadoras y el interés emprendedor del estudiantado de la Universidad de Alicante, descubrir si existen cualidades, actitudes y comportamientos que encajen en un perfil de persona emprendedora y averiguar si la oferta la

pandemia de Covid-19 las ha modificado.

2. Método

2.1. Descripción del contexto y de los participantes

El objetivo de esta red es conocer la percepción que tienen los jóvenes en formación universitaria en cuanto a sus actitudes e intenciones respecto al concepto de emprendimiento. Para ello, se plantea hacer un estudio y análisis tomando una muestra del alumnado de la Universidad de Alicante de cada una de sus diferentes Facultades y Grados: (Facultad de CC. Económicas y Empresariales: Grado en Economía, Grado en ADE, Grado en Sociología etc. Facultad de Derecho: Grado en DADE, Grado en Derecho, Grado en Gestión y Administración Pública, etc. Facultad de Filosofía y Letras: Grado en Turismo, Grado en Historia, Grado en Geografía, Grado en Traducción e Interpretación, etc. Facultad de Ciencias: Grado en Química, Grado en Biología, Grado en Óptica y Optometría, etc. Politécnica: Grado en Ingeniería Informática, Grado en Ingeniería Biomédica, Grado en Ingeniería Robótica, Grado en Ingeniería Multimedia, Grado en Arquitectura etc, Facultad de Educación: Grado en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, Grado en Maestro Educación Infantil, Grado en Educación Primaria) para analizar si los resultados variarán en función de las perspectivas formativas y profesionales del colectivo objeto de la muestra.

La finalidad es saber si existe, y en qué medida, en esta generación, una predisposición o no hacia el emprendimiento como elemento dinamizador de una sociedad. Ello permitirá establecer futuras estrategias didácticas para el curso próximo, con el fin de mejorar actitudes, habilidades y técnicas hacia actividades emprendedoras en los futuros graduados.

2.2. Instrumento

La metodología empleada es descriptiva-interpretativa, para conocer la percepción del alumnado respecto a sus actitudes relacionadas con el emprendimiento, su intención emprendedora. Para ello, se empleó un cuestionario destinado al alumnado de la Universidad de Alicante del Grado

de Maestro/a en Educación Primaria e Infantil, del Doble Grado en Derecho y Administración y Dirección de Empresa, del Grado en Administración y Dirección De Empresas, del Doble Grado en Turismo y Administración y Dirección de Empresas, Doble Grado en Ingeniería Informática y Administración y Dirección de Empresas, Del Grado de Química, del Grado en Biología, del Grado en Ingeniería Química, del Grado de Turismo, del Grado en Ingeniería Biomédica, del Grado en Ingeniería Robótica, del Grado en Ingeniería Multimedia, del Grado de Arquitectura y del Grado de Traducción e Interpretación. Una vez recogidos los cuestionarios, la información se trató estadísticamente.

2.3. Descripción de la experiencia / Procedimiento

La recogida de información versa sobre una encuesta suministrada online a todo el estudiantado universitario de la Universidad de Alicante que cursa algún grado o doble grado. Las contestaciones se recogieron durante el mes de mayo de 2022. La cumplimentación del mismo era voluntaria y se respetaba la confidencialidad de los datos.

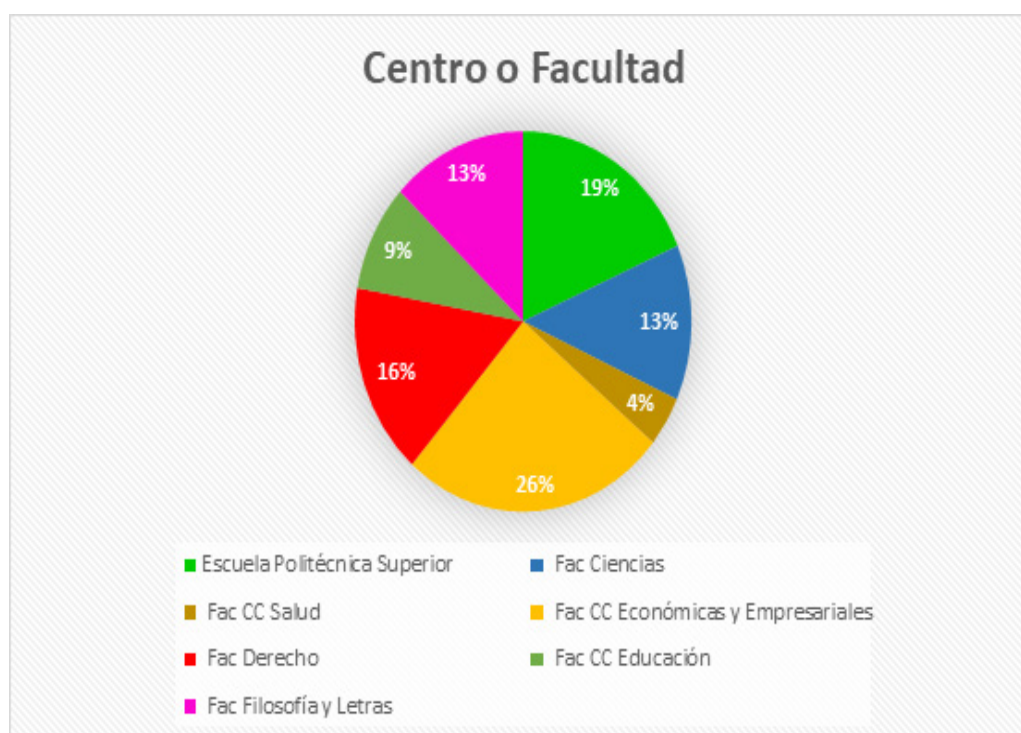
El formulario estaba dividido en una sección de datos personales y académicos y un cuestionario de pregunta cerrada, con escala likert donde 1 era “Nada de acuerdo” y 5 “Totalmente de acuerdo”, dividido en 2 secciones o características principales: Percepción sobre actitudes personales, intención emprendedora. El objetivo que se busca es aproximar si los universitarios de la UA manifiestan tener cualidades típicas de personas emprendedoras o no y si apuntan tener intenciones de crear una empresa a futuro.

3. Resultados

3.1. Análisis sociodemográfico

Para nuestro análisis hemos escogido alumnos cursando estudios de grado, de doble-grado y máster, lo que nos permitirá obtener información conjunta y por titulaciones para ofrecer información de valor añadido según la titulación cursada (Gráfica 1).

Gráfica 1. Distribución por Centros de Estudio de la UA

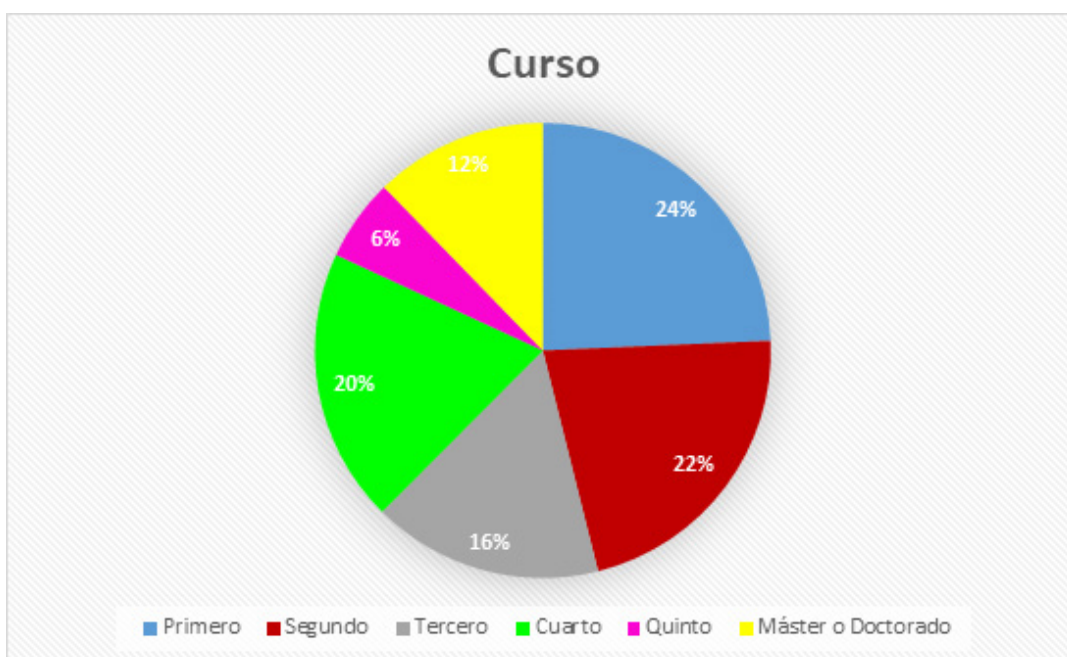


Fuente: elaboración propia

La respuesta del estudiantado universitario al cuestionario fue bastante homogénea entre los distintos centros o facultades de la Universidad de Alicante y, aunque a priori podríamos decir que sobresale la respuesta obtenida desde la facultad de ciencias económicas y que la participación de la facultad de ciencias de la salud es menor, estos pesos relativos obedecen, precisamente, al peso que tienen dichos centros sobre el conjunto total de matriculación en la institución (Universidad de Alicante, (UA), 2022). Durante el curso 2021-22, el alumnado matriculado en la facultad de Económicas era el 21% del total de matrícula, mientras que en la de ciencias de la Salud, el peso de su matrícula sobre el total era del 5,1%, lo que va en línea sobre los resultados obtenidos.

En cuanto a la distribución por cursos, (Gráfica 2), pudimos ver que, existía una distribución muy homogénea entre los cuatro primeros cursos (82%), y que rondaba en torno al 20% en cada curso, siendo los y las estudiantes de primer curso las que representaban un peso un poco mayor, lo muestra la equivalencia con la tasa de matriculación de la Universidad de Alicante, (UA, 2022), donde la mayor parte del estudiantado cursa grados de cuatro años y habitualmente, el primer curso es el más numeroso.

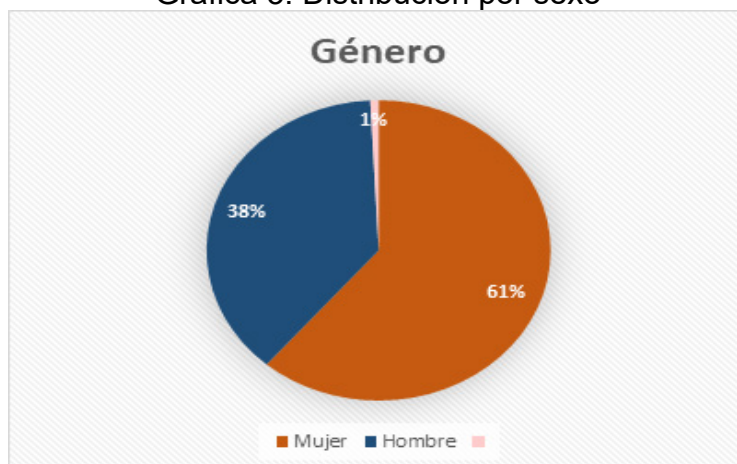
Gráfica 2. Distribución por curso



Fuente: Elaboración propia

Analizando la muestra en su conjunto, se observa en la gráfica que el porcentaje de estudiantes mujeres es ligeramente superior al de hombres (Gráfica 3), lo que también coincide con la tasa de matriculación de la Universidad de Alicante ya que, en el conjunto de la institución, las mujeres estudiantes de grado o doble grado representan el 60% del total de estudiantes. Peso, similar al del conjunto de la universidad española donde las mujeres estudiantes representan, de media, un 62% del total del alumnado.

Gráfica 3. Distribución por sexo



Fuente: Elaboración propia

3.2. Cualidades del emprendedor e interés por el emprendimiento.

Las cualidades emprendedoras del estudiantado de la UA y su interés por crear una empresa a futuro, han sido analizado a través de dos secciones del cuestionario: actitudes personales e interés por la actividad emprendedora.

En la tabla 1, se muestran los descriptivos sobre la manera en la que el alumnado percibe su actitud personal frente al emprendimiento.

En términos generales, el alumnado de la Universidad de Alicante, considera que tiene unas actitudes frente al emprendimiento muy altas. Más del 65% de los encuestados contestaron a todos los ítems de esta sección con una alta puntuación. Más del 70% se consideran creativos, innovadores y más del 80% saben trabajar en equipo y, aunque los hombres se perciben a sí mismos más creativos y menos adversos al riesgo, el 70% de las estudiantes dice gustarle enfrentarse a nuevos retos. Lo que contradice estudios estudios previos que hablan de la aversión al riesgo en el sexo femenino (Jianakoplos y Bernasek, 1998; Powel y Ansic, 1997 o Meier-Pestj, 2005).

Tabla 1: Actitudes personales

	HOMBRE		MUJER		TOTAL	
	Media	DT	Media	DT	Media	DT
Me gusta enfrentarme a nuevos retos	4,16	0,92	3,87	0,98	3,97	0,98
Soy una persona innovadora y creativa	3,80	0,98	3,70	1,10	3,73	1,06
Sé trabajar en equipo	4,22	0,88	4,22	0,92	4,22	0,91

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 2, se muestra el interés que muestra el estudiantado por el emprendimiento.

Tabla 2: Interés por el emprendimiento

	HOMBRE		MUJER		TOTAL	
	Media	DT	Media	DT	Media	DT
Para mí, ser emprendedor implica más ventajas que desventajas	3,26	1,09	3,10	1,06	3,15	1,08

Si tuviera la oportunidad y los recursos, me gustaría crear una empresa	4,05	1,25	3,66	1,37	3,8	1,34
Entre otras opciones laborales y profesionales, prefiero ser emprendedor/a	3,21	1,36	2,80	1,34	2,95	1,36

Fuente: Elaboración propia

En general, el alumnado de la UA manifiesta tener una alta predisposición para emprender, incluso mayor que la manifestada por el estudiantado universitario europeo (Franke y Lüthje, 2004) pero es menor entre las mujeres, quienes a pesar de reconocer mayoritariamente que “si tuvieran la oportunidad y los medios, les gustaría crear una empresa” (63% contestó de acuerdo o totalmente de acuerdo), solo un 30% “preferiría ser emprendedora entre otras opciones laborales”. Lo que va en sintonía con estudios previos que indican que las mujeres perciben que su entorno es más difícil y menos apropiado para llevar a cabo una actividad emprendedora, que en general, tendrán más dificultades para acceder al crédito y a los mercados, lo que les lleva a reducir su ambición a la hora de emprender (Zhao et al., 2005).

4. Conclusiones

El objetivo de este trabajo era saber si existe, y en qué medida, en esta generación, una predisposición o no hacia el emprendimiento como elemento dinamizador de una sociedad.

Del análisis de los estadísticos sociales y personales hemos visto que, al igual que en el número de matriculación, la mayor parte de respuestas proceden del sexo femenino. El 61% de las respuestas obtenidas proceden de mujeres y, aunque su distribución es homogénea por centros, la facultad de ciencias económicas y empresariales es la que mayor peso tiene y la de ciencias de la salud, la que menos, lo que también está directamente correlacionado con en el número de matriculación. Además, hemos podido ver que la distribución por cursos es homogénea entre los cuatro primeros cursos y solo un poco superior entre los y las estudiantes de primer curso, lo que va en consonancia con la tasa de matriculación en la Universidad de Alicante en la que se ofrecen mayoritariamente grados de cuatro años y los estudiantes están repartidos por sus cuatro cursos, aunque el primer año tiene una mayor matrícula.

Del análisis de la “La actitud personal”, hemos podido comprobar que más de dos tercios del alumnado de la Universidad de Alicante se consideran personas con una alta confianza en sí mismas, innovadoras y creativas. Por lo que siguiendo a (Ajzen, 1991, 2002) en su teoría del comportamiento planeado, el estudiantado de la Universidad de Alicante encajaría entre los individuos que, mediante su conducta, pueden alcanzar el objetivo que buscan. Además, son personas que saben trabajar en equipo, más del 80% contestó a esta pregunta con un “De acuerdo” o “Totalmente de acuerdo”, lo que favorece que las empresas que empleen a estos/as individuos, sean más productivas (Gil et al., 2009) y, aunque los hombres se perciben a sí mismos más creativos y menos adversos al riesgo, el 70% de las mujeres estudiantes dice gustarle enfrentarse a nuevos retos. Lo que contradice estudios previos que hablan de la aversión al riesgo en el sexo femenino (Jianakoplos y Bernasek, 1998; Powel y Ansic, 1997 o Meier-Pesti, 2005).

Del análisis de la segunda sección del test: “Intención por el emprendimiento” hemos podido ver que, el alumnado de la UA manifiesta tener una alta predisposición para emprender, incluso mayor que la manifestada por el estudiantado universitario europeo y a la par de los estudiantes universitarios más emprendedores: los estadounidenses (Franke y Lüthje, 2004) pero es menor entre las mujeres, quienes a pesar de reconocer mayoritariamente que “si tuvieran la oportunidad y los medios, les gustaría crear una empresa” (63% contestó de acuerdo o totalmente de acuerdo), solo un 30% “preferiría ser emprendedora entre otras opciones laborales”. Lo que va en sintonía con estudios previos que indican que las mujeres perciben que su entorno es más difícil y menos apropiado para llevar a cabo una actividad emprendedora, que en general, tendrán más dificultades para acceder al crédito y a los mercados, lo que les lleva a reducir su ambición a la hora de emprender (Zhao et al., 2005).

El estudiantado de la Universidad de Alicante, mantiene competencias básicas en lo personal y un interés hacia la creación de una empresa a futuro que les hace encajar como personas con “Espíritu Emprendedor”, Por ello, sería necesario establecer estrategias didácticas para los cursos próximos, con el fin de potenciar esa actitud y esa disposición hacia actividades emprendedoras.

5. Tareas desarrolladas en la red

Participante de la red	Tareas que desarrolla
R. Ramón-Dangla	Coordina la red. Distribuye el trabajo. Recopila y analiza datos, Recopila bibliografía y redacta y compila memoria.
M.J. Pastor Llorca	Recopila y analiza datos, Recopila bibliografía
G. Guillena Townley	Recopila y analiza datos, Recopila bibliografía, redacta y revisa memoria
V. Climent Peredo,	Recopila y analiza datos, Recopila bibliografía
L. Yáñez Muñoz	Recopila y analiza datos, Recopila bibliografía
E. Colomina Climent	Recopila y analiza datos, Recopila bibliografía

6. Referencias bibliográficas

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes* 179 – 211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, vol.32, pp.1-20.
- Alonso, M. J., & Galve, C. (2008). El emprendedor y la empresa: Una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Acciones e investigaciones sociales*, 26, pp. 5-44
- Audretsch, D. B., & Link, A. N. (2019). Sources of knowledge and entrepreneurial behavior.
- Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y., & Van den Brande, G. (2016). EntreComp: The entrepreneurship competence framework. *Luxembourg: Publication Office of the European Union*, 10, 593884. <https://doi.org/10.2791/593884>
- Brenes, E.R. y Haar, J. (2017). El futuro del emprendimiento en Latinoamérica. México: Cengage Learning.
- Domenech, R. (2022). Consecuencias económicas de la guerra en Ucrania. BBV Research (Marzo, 2022). Recuperado de <https://www.bbvaresearch.com/publicaciones/global-consecuencias-economicas-de-la-guerra-en-ucrania/>
- Drucker, P.F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: practice and principles*. Harper & Row.
- Franke, N. & Lüthje, C. (2004). Entrepreneurial Intentions of Business Students: A Benchmarking Study. *International Journal of Innovation and Technology*

- Management*, 1(3), pp. 269-288
- Gil, F., Rico, R. y Sánchez-Manzanares, M. (2009). Eficacia de equipos de trabajo. *Papeles del Psicólogo*, 29(1), pp. 25-31.
- Jaén, I., y Liñán, F. (2013). Work values in a changing economic environment: the role of entrepreneurial capital, *International Journal of Manpower*, 34(8), pp.939-960. <https://doi.org/10.1108/IJM-07-2013-0166>
- Jianakoplos, N. y Bernasek, A. (1998). Are women more risk averse? *Economic Inquiry*. 36, pp. 620-630.
- Kunkel, S.W. (1991). El impacto de la estructura de la estrategia y de la industria en nuevo funcionamiento de la empresa. Doctoral Dissertation, University of Georgia, Dissertation Abstracts International, 52-06A, # 2205.
- Meier-Pesti, K. (2005). Effects of masculinity and femininity on financial risktaking: Some evidence from an experimental study on gender salience, XXX encuentro de la International Association of Research in Economic Psychology, Praga.
- Mitchell, R.K., Busenitz, L.W., Bird, B., Marie Gaglio, C., McMullen, J.S., Morse, E.A. y Smith, J.B. (2007). The central question in entrepreneurial cognition research 2007. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(1), pp:1-27
- Morcillo, F. (2005). *Economía: teoría y política*. Barcelona, Spain: McGraw-Hill. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Francisco_Mochon/publication/27298655_Economia_Teoria_y_Politica/links/544763600cf2d62c305064a1.pdf
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., y Walmsley, A. (2017): The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), pp. 277-299. <https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026>
- Nueno, P. (1994): *Emprendiendo. El arte de crear empresas y sus artistas*. Bilbao: Deusto.
- Peñaherrera León, M., y Cobos Alvarado, F. (2012). La creatividad y el emprendimiento en tiempos de crisis. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 10(2), pp. 238–247. Recuperado de <https://revistas.uam.es/reice/article/view/3066>
- Powell, M. y Ansic, D. (1997). Gender differences in risk behavior in financial decision making: An experimental analysis, *Journal of Economic Psychology*. 18(6), pp. 605-628.
- Saldarriaga, M. E., & Guzmán, M. F. (2018). Enseñanza del emprendimiento en la educación superior: ¿Metodología o modelo? *Magazine School of Business Administration*, 85, pp. 125-142. <https://doi.org/10.21158/01208160.n85.2018.2054>
- Salinas, F. y Osorio, L. (2012). Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 75, pp. 129-151. Disponible en <https://www.redalyc.org/html/174/17425798008/>
- Shapero, a.y Sokol, L. (1982): The social dimensions of entrepreneurship, en C.A. Kent; D.L. Sexton y K.H.Vesper (ed): *Encyclopedia of entrepreneurship*, Prentice-Hal
- Schnarch Kirberg, A. (2007, julio). Creatividad, innovación y entrepreneurship. *RecreArte: Revista Internacional de Creatividad Aplicada Total*, (7). Recuperado de <http://www.iacat.com/Revista/recrearte/recrearte07/Seccion4/>

Entrepreneurship.html

Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. M. A. Harvard University.

Universidad de Alicante, Unidad Técnica de Calidad, (2022). La UA en cifras. <https://utc.ua.es/es/datos/la-ua-en-cifras.html>

Varela V., R. y Bedoya Arturo, O. L. (2006). Modelo Conceptual de desarrollo empresarial basado en Competencias. *Estudios Gerenciales*, 22(100), pp. 22-47.

Veciana, J.M. (1999). Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8(3), pp 11-35.

Zhao, H.; Scott, E.; Hills, G.; (2005): The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions, *Journal of Applied Psychology*, 90(6), pp. 1265-1272.