

Capítulo XXXV

**¿Son los universitarios emprendedores?
(caso real)**

Julián Pindado

Punto de partida

En el año 2004 Millward Brown Spain llevó a cabo un estudio Cualitativo de cara a entender las claves e interacciones que se producen en el triángulo compuesto por la universidad, los universitarios y el emprendimiento.

Probablemente la mayoría de nosotros piensa que la universidad ha tenido desde siempre una orientación más bien teórica, y que posteriormente ha ido incorporando actividades de tipo práctico en un contexto de mayor relación entre el ámbito universitario y el mundo laboral y profesional.

En este sentido, la intención de la investigación que nos ocupa tuvo como objetivo prioritario obtener información de primera mano para corroborar el grado y la intensidad de la relación actual entre universidad y emprendimiento, entendido éste como una evolución óptima y avanzada de la vinculación de la universidad con lo laboral. Dicho de otro modo, se trataba de conocer la aportación de la universidad para favorecer que un universitario se convierta en un emprendedor que desarrolla y crea su propio negocio/empresa.

Para ello, se diseñó la investigación con un doble espíritu:

- Diagnosticar en profundidad la situación actual de la relación entre la universidad y el emprendimiento.
- Detectar ideas para facilitar el emprendimiento profesional desde la universidad.

Objetivos del estudio

Los objetivos principales de esta investigación fueron los siguientes:

- A nivel de diagnóstico:
 - Obtener una fotografía de la realidad actual del emprendimiento en la universidad.
 - Determinar el rol que desempeña la universidad a la hora de que un licenciado decida desarrollar su propia empresa o negocio.
 - Entender el tipo de relación existente entre la universidad y el emprendimiento.
 - Analizar la percepción y valoración de las aportaciones de la universidad a la tarea del emprendimiento.
 - Detectar los puntos fuertes y débiles de la universidad en relación con el emprendimiento.
 - Estudiar el rol de las universidades públicas y privadas en relación con el emprendimiento, estableciendo una percepción comparativa entre ambas.
 - Y, por último, identificar las claves que explican la diferencia entre un universitario que es emprendedor y otro que no lo es.

- A nivel prospectivo → se trataba de detectar las claves y los escenarios de futuro con capacidad para favorecer una mayor actitud emprendedora entre los universitarios:
 - Determinar las expectativas de los universitarios hacia la universidad en relación con el emprendimiento.
 - Definir acciones concretas que debería poner en marcha la universidad para desarrollar una actitud emprendedora en los universitarios.
 - Identificar el perfil ideal de una universidad que trabaja de forma adecuada y exitosa la actividad del emprendimiento; utilizar las Técnicas Proyectivas y Creativas (“brainstorming”, escenarios de futuro, etc) para determinar qué valores tendría, cuál sería su concepción de la carrera universitaria, qué acciones llevaría a cabo...
 - También era importante entender en aquél momento cuáles eran los principales apoyos que tiene un universitario que decide montar una empresa o negocio a su alrededor; y qué es lo que le aportaban para desarrollar su iniciativa.

Metodología

Dichos objetivos desencadenaron la necesidad de “hablar” con dos “targets” distintos: alumnos universitarios y licenciados emprendedores.

Así se llevó a cabo una investigación Cualitativa basada en dos técnicas distintas, cada una de ellas enfocada a uno de estos 2 públicos:

- Reunión de Grupo de 2 horas de duración y 7-8 participantes, con alumnos que en ese momento estaban cursando sus estudios universitarios. En este caso el discurso grupal es más relevante, porque aporta riqueza y contraste gracias a los distintos puntos de vista, garantizando un mejor diagnóstico de la realidad, así como una mayor capacidad para generar nuevos escenarios que favorezcan el emprendimiento.
- Entrevistas en Profundidad de 1 hora de duración y 1 participante, con emprendedores; es decir, licenciados que dieron el paso y crearon su propio negocio. En este caso, la Entrevista nos permite entender en detalle cada historia individual, acceder a ejemplos concretos y reales de la práctica del emprendimiento tras la etapa universitaria, conocer la incidencia de ésta, el resto de factores motivacionales que operan, las facilidades y dificultades encontradas...

Se realizaron 4 Reuniones de Grupo mixtas (50% mujeres y 50% hombres) con estudiantes universitarios de 3º, 4º y 5º curso de carrera, de diferentes licenciaturas. 50% pertenecían a universidades públicas y 50% a privadas. El límite máximo en cuanto a la edad se fijó en 25 años.

Se realizó una Reunión de Grupo (R.G.) en cada una de las 4 ciudades siguientes: Madrid, Barcelona, Sevilla y Bilbao.

Y 10 Entrevistas en Profundidad (E.P.) con emprendedores que habían creado una empresa o negocio en un periodo no superior a 5 años después de haber terminado la carrera. 50% mujeres y 50% hombres. 50% procedentes de universidades públicas y 50% de privadas. De diferentes licenciaturas. Con un límite de edad máximo de 35 años. Y en las siguientes zonas (ciudades): Madrid (3 Entrevistas), Barcelona (3 Entrevistas), Bilbao (2 Entrevistas) y Sevilla (2 Entrevistas).

En el gráfico siguiente aparece esquematizada la metodología utilizada.



Posteriormente se realizó una investigación Cuantitativa (N = 1027) que permitió medir y jerarquizar las variables detectadas cualitativamente, así como definir tipologías de universitarios según su relación con el emprendimiento.

Las 1027 entrevistas cuantitativas tenían un error muestral de +/- 3.1 y se repartieron según sexo, comunidad autónoma, centros públicos y privados y tipo de carrera.

Pero en este capítulo vamos a centrarnos en los resultados del estudio Cualitativo.

Visión y vivencia de la universidad

Tomando la universidad como eje central y contexto de estudio, tanto el universitario (el alumno), como el emprendedor (licenciado), muestran un discurso notablemente homogéneo y consistente, y en el que se destacan tanto virtudes como defectos: la universidad como una realidad ambivalente, necesaria pero no suficiente.

Necesaria en el sentido de que mantiene un alto valor como institución social, símbolo arquetípico de la formación tanto académica como psicosocial.

En lo académico, la universidad emerge como el máximo exponente del saber y el conocimiento. Nutre al alumno de una importante fuente de conocimientos que completan su formación a nivel cultural y le preparan para el futuro profesional. Frente al saber por el saber del pasado, la necesidad última del alumno hoy es que su paso por la universidad le ayude a lograr un puesto de trabajo óptimo. Se trata, por lo tanto, de un planteamiento eminentemente pragmático.

“El que estudia una carrera es porque quiere un futuro mejor o se piensa que con esa preparación tendrá un futuro mejor... es formarte para que te pueda ir mejor”.

A nivel psicosocial, humanista, se otorga también a la universidad un papel relevante y prestigioso en la formación del individuo como persona. De hecho la universidad supone una etapa de transición (casi a modo de rito de iniciación) a un nuevo momento vital: la edad adulta. En este paso el individuo culmina en cierta manera sus habilidades sociales, su capacidad para la reflexión y el pensamiento, su actitud de responsabilidad y madurez.

“Te enseñan a pensar de una manera, a solucionar problemas”.

“Te espabila... te forma como persona”.

“Descubres cómo es el mundo de los adultos”.

Ambas aportaciones han funcionado tradicionalmente y continúan siendo hoy convincentes y determinantes para decidirse por hacer una carrera. Aunque es cierto que últimamente han aparecido nuevos factores de corte actitudinal, que suman a favor de la continuidad en los estudios, y están aumentando la proporción de universitarios (democratización del acceso).

“La universidad te da más facilidades para acceder a mejores puestos de trabajo... yo terminé el colegio y no sabía qué hacer, prefiero estudiar una carrera y, a partir de ahí, hacer cursos, masters, oposiciones o lo que sea, sino no se me ocurriría cómo empezar”.

El joven pre-universitario, dada su edad y momento vital, vive un lógico momento de complejidad. Es joven, pero se está haciendo adulto, y se encuentra ante la necesidad de tomar una decisión delicada, difícil, que marcará su futuro. Y no cuenta, por lo general, con la madurez suficiente.

Carece de certezas, se encuentra envuelto en un “mar de dudas” que resuelve “dejándose llevar”; responde con inercia, una constante en las generaciones jóvenes actuales, que en general tienden más a la acción que a la reflexión.

Adopta una actitud cómoda y confortable; asume ser universitario, se refugia en algo fácil, seguro, donde ha de seguir haciendo lo que ya sabe (estudiar), que parece que debe hacer (la influencia del entorno), y donde deposita su futuro.

“Yo nunca me lo planteé, seguí estudiando y punto, es que no se me ocurrió no estudiar, fue como un proceso natural”.

“Muchos entran porque parece que es lo que toca...”

Esta postura acomodaticia conlleva asimismo una magnificación del valor que supone la universidad, relacionándose con la institución desde el fin, la meta. Se idealiza su aportación como llave para conseguir una óptima posición laboral, generando por tanto altas expectativas ante el resultado final.

El hacer del día a día suele cobrar menos relevancia; sólo algunos son auto-críticos. El resto pone poco de su parte, se muestra pasivo, conformista, poco proactivo, escasamente comprometido e implicado, y tiende a aplazar cualquier toma de decisiones, a reflexionar poco, y a idealizar y simplificar demasiado.

“¿De qué vas a trabajar con 18 años? De nada o de cosas que no dan dinero apenas”.

“Yo salí del colegio con 19 y como comprenderás no me iba a poner a trabajar porque no sabía ni me apetecía, y a mí no me gusta estudiar pero era lo más fácil... seguía viviendo de mis padres que están encantados y sigo como en el colegio”.

En su discurso, el joven hace co-responsable de su decisión y su actitud hacia el entorno a los siguientes agentes:

- El nivel socio-político, que muestra una postura condescendiente. Desde la escasa generación de políticas activas y ayudas, favorece que el joven se conforme. No le “obliga” a inquietarse, ni a preguntarse; le confirma y reafirma en su decisión y actitud.
- La propia universidad, que destaca por su baja exigencia. El sistema educativo (universitario y también pre-universitario) permite y alimenta la percepción de facilidad, seguridad y bajo compromiso. Todo es sencillo y pautado.
- Los padres, que encabezan el fenómeno de la “titulitis” a través de la presión social que en general ejercen sobre el joven encaminándolo a la universidad. Desde las condiciones de carencia de su propia juventud tienen idealizada la universidad.

Son “hiper-protectores”. Su hogar es como una fonda para los hijos, donde reciben “mimos”. Y se intenta evitar por todos los medios que “abandonen el nido”. Esto hace que el joven sienta que ‘tiene’ y ‘no necesita’.

Son padres “hiper-deseantes”, que quieren lo mejor para sus hijos, y entienden que la universidad es el mejor aval, la mejor garantía para su futuro. Estos padres viven los éxitos presentes y futuros de sus hijos como propios, al igual que los fracasos. Todo ello, fomenta en el joven el conformismo y la necesidad de seguridad, así como la baja tolerancia a la frustración.

“Mis padres no tienen ninguna licenciatura y les hacía muchísima ilusión”.

“Mis padres me dijeron que lo hiciera... en mi casa todos mis hermanos lo han hecho”.

“Prácticamente te lo exige la sociedad y sobre todo la familia”.

Hasta aquí algunos apuntes sobre la condición “necesaria” que actualmente atesora la universidad. Anticipábamos, sin embargo, un correlato negativo: la universidad ha perdido parte de su componente diferencial (se ha normalizado), y parece contar con menor vigencia, importancia, prestigio. Presenta un valor más teórico, más de “potencia”, de lo que puede suponer y ser (desde donde se entiende como algo necesario), y no tanto de lo que realmente es, en el “acto”, en lo concreto y real.

Y es que tanto los jóvenes universitarios como los emprendedores viven la universidad como algo incompleto. Las altas expectativas generadas en el ingreso no siempre se corresponden con la realidad. Se acepta su valor de formación psicosocial, mientras que en lo puramente académico la insatisfacción es más protagonista. Como resultado, la universidad, para los alumnos y licenciados, se encuentra “al borde del suspenso”. Ciertamente parece en todo caso que ellos tampoco contribuyen mucho a enriquecer y retroalimentar la relación.

“Quizás no nos formen en lo que piden las empresas ahora”.

“Es muy distinto al mundo laboral, no tiene nada que ver”.

“Sólo hay teoría”.

“La teoría no está ligada con la práctica”.

“Ya no se investiga nada”.

“Siento que no estoy lo suficientemente formado... ves ofertas de empleo y piden cosas que no sé”.

“Se quedan en el tintero, yo me busco cursos de las cosas que me interesan”.

“No estás preparado para entrar en una empresa y trabajar”.

Perciben la universidad como un lugar estancado y en cierta manera altivo, poco actualizado, y demasiado alejado del mundo real (lo laboral, la empresa), al que parece no mirar ni atender. Situada en el universo de las ideas, del saber y del conocimiento en bruto, se entiende que ha olvidado la práctica, la apli-

cabilidad, el saber hacer. No ha conseguido enfocar la formación y preparación para un óptimo desarrollo profesional, que es el fin actual de la universidad.

Puede dar la sensación de que la universidad se haya conformado y esté viviendo de las rentas, de su buena imagen en el pasado, del valor que se le otorga, de la forma idealizada que presenta en el imaginario colectivo y, desde aquí, no sienta estimulación ni perciba la necesidad de demostrar su propio desempeño.

Así, el resultado es un balance negativo entre beneficio y esfuerzo: 3 ó 5 años que tienden a resumirse más en desencantamiento. Se tiene una sensación de pérdida de oportunidades, de no aprovechamiento, que se traduce en desmotivación. La percepción de lejanía respecto del mundo laboral distorsiona la visión del futuro... su auto-proyección en el corto, medio y largo plazo.

Frustración que no genera actitudes activas, constructivas, críticas, sino que más bien tiende a alimentar el “circulo vicioso”. Se acepta y se asume la realidad, y la respuesta es una intención de continuar (que sigue siendo algo cómodo y fácil).

“Vamos a tener que seguir estudiando después”.

“Un módulo son sólo 2 años y ya estás trabajando”.

“Si no haces un master...”.

Es el “master”, fundamentalmente, la alternativa continuista que cobra mayor peso en el discurso. Se destaca su valor de formación más específica, práctica, y se entiende como un complemento que resulta diferenciador (con prestigio). Los doctorados, por su parte, responden a un perfil de universitario más concienciado, implicado, siendo así una opción menos extendida. Las oposiciones adquieren lógica relevancia, aunque circunscritas a carretas concretas. Los módulos (de formación profesional) son también valorados en algunas licenciaturas por su carácter práctico.

La universidad y el emprendimiento

Llegados a este punto, parece el momento de preguntarse si, desde la óptica de universitarios y emprendedores, la universidad actual es una universidad cercana y vinculada positivamente con el emprendimiento. Pues bien, la sensación es que, para ambos “targets”, el emprendimiento se encuentra lejano de la propuesta universitaria actual, sin ocupar un lugar claro y definido en la mente del estudiante universitario.

¿Qué es el emprendimiento? De cara a entender el significado de emprendimiento conviene diferenciar el discurso del actual universitario por un lado, y del ya emprendedor por otro.

Los universitarios, que se encuentran en una etapa pre-laboral, tienden a conceptualizarlo como algo innato. Mayoritariamente, piensan que está relacionado con el carácter, la personalidad, algo con lo que se nace:

- Requiere la presencia de actitudes tales como riesgo, valentía, ambición (incluso avaricia), aspiración, ganas, ilusión, inquietud, esfuerzo.
- También tiene que haber aptitudes: saber, inteligencia, instinto. No necesariamente formación universitaria; no creen que sea algo “entrenable”.
- Todo ello sumado a un componente casual, el hecho de disponer de posibilitantes: la familia y su dinero o su tradición emprendedora, el azar, los contactos, etc.

Percepción que suena a justificación y a mecanismo de defensa (no se sienten tocados por la “varita mágica” del emprendimiento, no poseen el gen del emprendimiento). Esto podría explicarse desde tres factores:

- La distancia/lejanía del mundo laboral (aún son estudiantes), hacen del emprendimiento algo difícil de visualizar, y ajeno. Son escasos los que han dibujado mentalmente la posibilidad de emprender un negocio/empresa.
- Potenciado por ese desencantamiento con el que viven la universidad: no se ven capacitados, ni experimentados, carecen de la confianza necesaria. Sienten que de momento sólo cuentan con una formación básica, un “peaje” hacia el mundo laboral.
- Incluso, parece que el emprendimiento choca con sus valores y necesidades. Podríamos decir que no está muy de moda: frente a su pragmatismo y hedonismo, el emprendimiento les pide esfuerzo y lucha. Ellos pretenden trabajar para vivir, y entienden que emprender es lo contrario; son conformistas en lugar de proactivos y con iniciativa; persiguen estabilidad y seguridad, huyen del riesgo; no toleran la frustración, y les cuesta asumir la responsabilidad que requiere emprender.

“Los universitarios somos gente acomodada y el emprendedor alguien superactivo que se busca las habichuelas él solito”.

Como resultado, el emprendimiento no es más que un “plan B” si falla el trabajo por cuenta ajena (o encontrasen claras facilidades para lanzarse a un negocio propio).

Con objeto de profundizar en estas percepciones, y trascender el discurso racional, utilizamos las Técnicas Proyectivas. Pedimos a los participantes que jugaran con su imaginación y construyeran distintos perfiles o tipos de emprendedores. Surgieron 3 perfiles:

- El “emprendedor-emprendedor”; es decir, el que ha nacido así. Es el perfil mítico de los grandes empresarios. Cuenta con una importante base actitudinal: osado, valiente, creativo, arriesgado, aventurero, constante, decidido, seguro de sí mismo, independiente, ambicioso.

Alguien con visión de futuro (estrategia), claridad de metas, que se mueve y busca información, y se muestra despierto, atento, activo, inquieto, no se deja influir, no se conforma, intenta llevar la iniciativa, y no le asusta tomar decisiones. Tiene claro lo que quiere, quiere emprender (le gusta, disfruta), y no siempre necesita de la universidad para ello.

“Muy espabilado”.

“Con mucha calle, sabe moverse”.

“Muy activo, con muchas inquietudes y ganas de aprender”.

“Muy trabajador”.

“Negociante”.

“Relaciones públicas nato”.

- El “emprendedor-oportunista”. Es el que cuenta con los apoyos externos necesarios, o estaba en el lugar adecuado en el momento justo. Ha encontrado su oportunidad: apoyo o idea. Es el afortunado que dispone del poder adquisitivo, que pertenece a las clases sociales altas o que tiene familiares o conocidos ya vinculados con el emprendimiento.

“Con contactos”.

“De buena familia”.

“Con mucho dinero”.

“Ha descubierto una buena idea”.

“Tiene ayudas de medios públicos”.

- El “emprendedor-necesitado”, al que no le gusta lo que tiene, o no encuentra lo que quiere. Está frustrado con su realidad, es exigente e inconformista, y responde emprendiendo. Emprender es una salida que no siempre había programado.

“Quiere ser independiente”.

“Le agobia el hecho de trabajar para alguien”.

“Quiere superarse”.

“No se conforma”.

“No tiene salidas más claras”.

“Tiene experiencia y quiere demostrar lo que vale”.

Para los ya emprendedores, que están viviendo la realidad laboral, emprender es simplemente una opción laboral; es una salida que requiere una actitud positiva estructurada en base a la iniciativa y el deseo de mejorar. Minimizan las exigencias que visualizaban los universitarios, y le encuentran claras ventajas: desempeñar un tipo de trabajo determinado, tener el control, la autonomía, poder realizar un trabajo satisfactorio (el mismo deseo que les llevó a la universidad).

“Si quieres ser guía turístico profesional tienes que ser autónomo”.

“Por aburrimiento, porque no te llaman de nada bueno”.

“Mi jefa soy yo”.

“Tú haces el trabajo de forma independiente”.

“En Derecho trabajar para otro es estar explotado”.

Es cierto en todo caso que conlleva algunos costes que los propios universitarios también intuyen, y que el discurso de los emprendedores constata. La mayoría desconoce la teoría y práctica de cómo montar un negocio o empresa, y han de buscar información y ayudas para ello. En este sentido, el entorno personal (amigos, familiares, conocidos) es un apoyo fundamental y decisivo; también las instituciones (Ayuntamientos y Comunidades Autónomas), apoyadas en algunos casos por empresas privadas y fundaciones; y la formación específica (postgrado). Al analizar estas fuentes llama la atención la ausencia de protagonismo de la universidad en tanto licenciatura.

“Mi familia tiene una empresa de asesoría fiscal y vi ahí mi salida”.

“Existen asociaciones para la mujer que te ayudan económicamente. Me informé y mi Caja me dio un crédito”.

“La Junta por la Consejería de Empleo y Desarrollo nos subvencionó”.

“Hice una especialización de 1 año en dirección de proyectos”.

“Si no es por el ‘master’ no sabría nada de cómo hacerlo”.

En este colectivo, el Ejercicio Proyectivo sobre el perfil del emprendedor enfatiza la idea o necesidad de cambio, caracterizándole además como alguien:

“Con iniciativa”.

“Que se lanza, que se arriesga”.

“*Que quiere cambiar lo que no le gusta*”.

“*Que no tiene miedo a cambiar*”.

Los ya emprendedores dejan entrever en la proyección del perfil su actitud más activa, más dispuesta, más entusiasta, menos conservadora, menos cómoda.

En las Entrevistas en Profundidad se detecta que sus ganas son en sí mismas un mecanismo de auto-motivación. Este concepto resulta clave, porque el desencantamiento y el déficit motivacional que muestran los universitarios son barreras al emprendimiento. De otro modo, en la medida en que uno se autopercebe capaz de hacer algo, es más capaz de lograrlo.

En este sentido, los teóricos de la Psicología Cognitiva hablan de la “autoeficacia percibida”. Este concepto hace referencia a la percepción que tenemos sobre nuestra capacidad de lograr una meta. Si es positiva, aumentará nuestra motivación de logro ante dicha meta, y muy probablemente tengamos éxito. Éxito que funcionará como un mecanismo de retroalimentación, aumentando nuestra percepción de autoeficacia y nuestra motivación para enfrentar nuevas metas (el círculo virtuoso). Mientras que si nuestra autoeficacia percibida es negativa, la capacidad de lograr la meta disminuirá ostensiblemente (el círculo vicioso).

Así, en definitiva, podemos afirmar que una base actitudinal es importante y determinante. Ya decían hace varios siglos en Salamanca, la universidad más antigua de las que existen en España: ‘*quod natura non dat, salmantica non prestat*’.

Lo que no parece en todo caso que deba servir de excusa. Es posible dar o recibir entrenamiento de cara a favorecer el ser emprendedor. Los emprendedores entrevistados habían encontrado motivos para emprender y apoyos para llevarlo a cabo que iban más allá de elementos actitudinales; digamos “genéticos”.

Los sistemas pedagógicos actuales (escuela, instituto, universidad) están muy orientados al desarrollo cognitivo del individuo. Se enfocan principalmente en la adquisición de conocimientos y en la gimnasia mental. Pero hay facetas de la persona tan importantes como el manejo de las emociones, la creatividad o el emprendimiento, que no se enseñan a lo largo de la infancia, adolescencia y juventud, y que son determinantes para el éxito personal y profesional del sujeto.

Vamos a ver ahora con qué herramientas motivacionales y de entrenamiento concretas cuenta la Universidad, y cuáles son también las que le faltan.

En relación con las aportaciones de la universidad al emprendimiento nos tenemos que plantear las siguientes preguntas:

- ¿Se nace o se hace uno emprendedor?
- ¿Cuál es el papel del ambiente?
- ¿Y de la herencia?

Lógicamente, el determinismo ambiental huye de las concepciones puramente genéticas, y apoya la tesis que apunta a que, como en cualquier actitud o aptitud, el emprendimiento es entrenable: es la educación y no únicamente el ADN lo que nos condiciona.

Desde aquí, tenemos que preguntarnos si la universidad como sistema educativo superior está favoreciendo el emprendimiento. Los universitarios y los emprendedores se muestran de acuerdo en que está cumpliendo un papel básico y fundamental, aunque mejorable.

Básico porque aporta saber; educa el conocimiento, la razón. Es una formación teórica, necesaria, que sienta bases importantes sobre las que construir y sumar aprendizajes. Es el mundo de las ideas y de los

conocimientos, especialmente fomentado desde los docentes vocacionales, experimentados, conectados con la realidad profesional. Donde al mismo tiempo se potencian y adquieren habilidades sociales (ámbito relacional): socialización adulta, aprender a moverse, tratar, relacionarse, interactuar, intercambiar, trabajar en equipo, y disfrutar con ello.

“Es la mejor época de la vida”.

Acompañado de algunas conexiones interesantes con el mundo profesional (que es, en todo caso, la aportación más debilitada y más necesitada de ser replanteada): las ‘prácticas’ en empresas, los seminarios impartidos por profesionales de diversos sectores. Incluso en algunas licenciaturas existen departamentos de orientación y asesoría sobre el mundo laboral y el emprendimiento.

En cualquier caso, sí aparecen diferencias en cuanto a la apuesta por el emprendimiento:

- Las carreras más técnicas, más orientadas a la práctica (tipo Medicina), o más encaminadas al mundo de la empresa (Dirección y Administración de Empresas).
- El factor geográfico: desde Sevilla se mira con cierta envidia a Madrid, Barcelona y, en menor medida, Bilbao, porque se perciben más próximas al concepto de emprendimiento (si bien los universitarios de estas zonas no se sienten tan favorecidos).
- Parece reconocerse asimismo una mayor vocación e interés en el emprendimiento a las universidades privadas: teoría y práctica, menos académica y más empresarial (servicios como asesoría para creación de empresas, bolsa de trabajo), personalizada, aunque... se ven favorecidas por una imagen algo mitificada y se parecen más al “colegio” (guían demasiado).

El rol de la universidad parece entonces mejorable: potencia más a aquellos que se encuentran próximos al perfil de emprendedor, sin resultar definitiva.

Debilidades de la universidad de cara a jugar un rol más determinante y favorecedor del emprendimiento

El sistema educativo actual trabaja más a nivel cognitivo, y se ha olvidado de enseñar sobre emociones, sobre creatividad, sobre emprendimiento, etc. Se echa en falta un saber más práctico, desarrollar el hemisferio creativo. Motivar hacia el emprendimiento es una asignatura pendiente.

“Los profesores se dedican a otras cosas, la enseñanza no les interesa y no te motivan nada”.

“Los profesores siempre están ocupados y no te dedican nada de tiempo”.

“Cuando terminas la carrera no sabes casi nada”.

“Cuando estás en la universidad sólo estudias y luego no sirve para tanto, lo que sirve es la experiencia”.

“La vida no son libros”.

Desde lo creativo (las ideas), la motivación e incentivación de las actitudes emprendedoras están poco potenciadas. El lado emocional tiene menos peso que el racional en la formación universitaria. Es aquí donde encontramos, como vimos anteriormente, un déficit importante en el universitario actual, que la universidad no contrarresta, no apoya. Se echan en falta herramientas que persigan y favorezcan la interacción, la proactividad, la espontaneidad, la creatividad (versus el concepto de “clase magistral”).

Desde lo práctico (el cómo), emprender requiere de un saber previo, pero también de un conocimiento operativo (real), y de cierta experiencia (saber experto). En este sentido, encontramos que la universidad no está alineada con las necesidades empresariales y de emprendimiento. Hay falta de asesoramiento.

La orientación no es protagonista del enfoque educativo actual. La puesta en práctica, el llevar a cabo una idea de negocio o empresa es un conocimiento del que el universitario carece, y que ha de buscar de forma externa (Instituto de la Mujer, Cámara de Comercio, Ayuntamientos, familiares, amigos, etc.).

Hacia una universidad de emprendedores

En la última fase de las Reuniones de Grupo se les pidió a los participantes ideas sobre una universidad ideal que estuviera principalmente orientada hacia el emprendimiento.

Ante el planteamiento de una universidad muy conectada y vinculada con el emprendimiento, que lo favorece y potencia, tanto los universitarios como los emprendedores se mostraron deseosos e ilusionados. Desde su postura crítica ante la propuesta actual ya emergen necesidades y expectativas de cambio y mejora, a la vez que destacan que es una tarea exigente que requiere de un trabajo profundo.

Los posibles escenarios de futuro para una universidad de emprendedores parecen partir de un planteamiento que de algún modo modifique ese enfoque actual que comentábamos. Si el fin de la universidad es el mercado laboral (un trabajo por cuenta ajena o propia), parece lógico que a la hora de pensar en esta “nueva universidad de emprendedores” el diseño y construcción tenga su base e inspiración en el mundo empresarial y sus necesidades, alineando métodos e intereses.

“La universidad tiene que meterse en la realidad”.

Requiere por tanto re-significarse, con objeto de convertirse en la primera etapa laboral: la universidad como una ruptura clara del mundo “estudiantil”, la universidad como “un trabajo”. Se considera necesario modificar la actitud del universitario (cambiarle el “chip”), potenciando el valor de esta etapa, optimizando el equilibrio costes-beneficios y mejorando las posibilidades de desarrollo futuro.

La pregunta ahora es: ¿cómo? La etapa pre-universitaria ha de suponer una orientación previa que permita elegir bien, y que ayude a saber qué es lo que mejor encaja con el perfil individual y las aspiraciones.

Y ya en la etapa universitaria surgen dos líneas clave para desarrollar las cualidades necesarias que ayuden en el emprendimiento: el saber experto (lo intelectual, el conocimiento) y el saber aplicado (la acción, el hacer).

De cara a entender en profundidad ambos aspectos, el discurso de los participantes se apoyó aquí con otra Técnica Proyectiva: el “collage”. Únicamente se aplicó en el caso del “target” universitario, ya que es en grupo como esta herramienta explota su potencial. El “collage” nos muestra a través de las imágenes seleccionadas por los universitarios algunos aspectos que escapan al mero discurso lingüístico:

- Lo intelectual, el conocimiento → la capacitación académica del emprendedor.

Contenidos reales, actuales, teóricos y aplicables. Teorías e ideas puestas en práctica. Se trata de un aprendizaje desde los 5 sentidos, desde la experiencia, desde la aplicación a la realidad profesional. Y, todo esto, junto con una apuesta mayor por los idiomas y la informática.

“Si no te has preparado practicando no creo que seas capaz de emprender un negocio”.

“Tenemos mucha teoría y luego cuando vas a trabajar necesitas la práctica”.

“Didácticas, pero sin soltar el rollo”.



Apoyados a nivel de infraestructuras en un número reducido de alumnos por clase, con la última tecnología, donde se investiga y es posible investigar. Y con un profesorado profesional, experimentado, reconocido, con conocimiento práctico-real de su asignatura (“*que trabajen en lo que enseñan*”), vocacional, que disfruta, y coordinado (formación complementaria desde los distintos departamentos).

- La acción, el hacer.



Hay tres niveles fundamentales: lo psicológico del emprendedor, las experiencias reales y el proceso de cómo montar un negocio/empresa.

Si nos adentramos en lo psicológico del emprendedor se demandan contenidos ofrecidos en un contexto de equilibrio y horizontalidad universidad-alumno, donde se favorezca lo actitudinal (desarrollo de habilidades sociales, adaptabilidad y facilitación de toma de decisiones).

Un contexto por tanto:

- Participativo e interactivo, donde las clases son interactivas y los alumnos aprenden y trabajan en equipo.

- Que fomente las respuestas creativas y la proactividad: enfrentarse a los temas–problemas con imaginación, asignaturas vinculadas a crear proyectos, concursos becados sobre proyectos empresariales, garantizando la propiedad intelectual.
- Que atienda y persiga la singularidad del individuo: filosofía humanista, prioridad al valor del sujeto, fomentar su autonomía y su independencia (autocontrol), escucharle, y enseñarle a “decir”.
- Que exija más allá del enseñar–estudiar–aprobar: enseñar a aprender (versus estudiar), fomentar el trabajo individual para completar la formación (buscar, investigar, ampliar, etc).
- Que permita el intercambio: becas y proyectos en otras universidades (nacionales y extranjeras).

En cuanto a las experiencias reales, el cómo se trabaja en la realidad profesional, se espera obtener formación a través de una experiencia laboral concreta: prácticas en la empresa privada, o en el propio centro universitario (modelo médico).

En este sentido se otorga mucha importancia a una bolsa de trabajo, cursos, seminarios, talleres, etc. Se alude a los casos reales con profesionales /expertos, con emprendedores, nacionales y extranjeros, reconocidos en su sector, sobre aspectos propios de la licenciatura, y también relativos a lo empresarial (Marketing y Publicidad, Dirección y Administración de Empresas).

Y, por último, nos queda el tema de cómo “montar” un negocio. Se sugiere la idea de establecer y dar forma física a un espacio de asesoramiento, información, orientación:

- Administrativo: permisos, burocracia, gestión...
- Financiero: financiación, becas, subvenciones, avales, apoyos de empresas privadas.
- Viabilidad: análisis macro y micro del mercado/sector, análisis de productividad y rentabilidad del proyecto.
- Donde lo emocional cobra también importancia: contrarrestar los temores/miedos del emprendedor mostrando apoyo y respaldo.
- Y apoyado desde los contenidos con algunas asignaturas específicas.

Resumen y conclusiones

- En el año 2004 Millward Brown Spain llevó a cabo un estudio Cualitativo de cara a entender las claves e interacciones que se producen en el triángulo compuesto por la universidad, los universitarios y el emprendimiento.
- La investigación se diseñó con un doble espíritu: realizar un diagnóstico de la situación actual y detectar ideas para facilitar el emprendimiento profesional desde la universidad.
- Se llevó a cabo una investigación Cualitativa basada en dos técnicas distintas, cada una de ellas enfocada a un “target”: se realizaron 4 Reuniones de Grupo con universitarios y 10 Entrevistas en Profundidad con emprendedores.
- El estudio se realizó en Madrid, Barcelona, Bilbao y Sevilla.
- Ambos públicos entienden la universidad como una realidad ambivalente, necesaria como formación académica y psicosocial, pero no suficiente.
- Es valiosa porque aporta conocimiento y saber, y se percibe clave de cara a un óptimo desarrollo laboral. En el imaginario colectivo la universidad es hoy una norma: el entorno presiona, especialmente los padres (protectores y deseantes).

- Además, el joven encuentra en la continuación de sus estudios un refugio, un contexto seguro y fácil. Postura acomodaticia que conlleva asimismo una idealización de la universidad de cara a ese fin último que es lograr un buen trabajo.
- Pero su valor es más teórico que real: desencanta, no cumple con las expectativas. Se percibe alejada del mundo laboral, distorsionando la auto-proyección que hace el universitario sobre su futuro. La respuesta es seguir estudiando (que es algo cómodo y fácil... valores perseguidos por el joven actual).
- En lógica con lo anterior, la sensación que tienen universitarios y emprendedores es que la universidad actual no fomenta adecuadamente el emprendimiento.
- Cierto es que el joven no 'sueña' con emprender. Al revés, le produce respeto; y se justifica diciendo que hay que 'nacer' emprendedor, o tener oportunidades en el entorno familiar, o necesitarlo.
- Como contraste, los ya emprendedores lo entienden simplemente como una opción laboral más, basada en el deseo de mejorar. Es la actitud lo que cuenta, no sólo el ADN: en la medida en que te auto-percibes capaz de lograr algo te motiva para llevarlo a cabo.
- Unos y otros sí coinciden en que la universidad podría aportar más de cara a favorecer esta actitud, porque no logra conectar con el emprendimiento a aquellos que no lo persiguen de una forma clara.
- Los vínculos actuales de la universidad con lo laboral se valoran positivamente (prácticas, bolsas de trabajo, etc.). Estas ventajas diferenciales se dan más en las carreras técnicas, en las universidades privadas, y en las grandes capitales.
- Para potenciar el emprendimiento en la universidad el primer paso es re-significarse: la universidad como un trabajo, no como una mera etapa estudiantil. Con una orientación previa que permita al universitario elegir su opción de estudios en base al perfil individual y sus aspiraciones.
- Favorecer en la propia universidad un conjunto completo de saberes: lo intelectual (el conocimiento), la acción (el hacer), lo emocional y la creatividad.