



[01/03/2012]

IDENTIFICACIÓN DE INDICADORES

En el presente informe se detallan los indicadores elegidos para captar las ideas de las jóvenes emprendedoras con respecto al mundo de la empresa, la igualdad de género y las TIC's.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	2
ENUMERACIÓN DE INDICADORES	3

INTRODUCCIÓN

Para evaluar la consecución de los objetivos generales del proyecto “*Emprentic en igual de género*” se requiere la identificación de una serie de indicadores y sus correspondientes variables.

Los citados indicadores se usarán principalmente para:

- Medir el interés de las jóvenes estudiantes en su último año de estudio por el mundo del emprendimiento así como la percepción que tienen del mundo de la empresa y todos sus actores.
- Medir el impacto que el proyecto Emprentic ha producido en las participantes del concurso una vez finalizados sus proyectos.

En la coyuntura actual de crisis económica, el emprendimiento de los jóvenes se ofrece como una alternativa y solución a las grandes cifras de desempleo. El creciente interés por emprender como alternativa a los trabajos por cuenta ajena tradicionales permite la selección de multitud de indicadores útiles para el estudio que pretende Emprentic.

Los identificadores finalmente seleccionados han sido elegidos entre los distintas empresas que han colaborado en el proyecto “Emprentic” así como colaboradores del IESE Business School.

Para la recolección de datos han sido realizadas dos encuestas (que se adjuntan en documentos anexos) a todos los participantes del concurso de manera totalmente anónima:

- La primera durante la ejecución de sus proyectos
- La segunda una vez finalizados los mismos.

A continuación se enumeran los indicadores seleccionados y las variables utilizadas para medir cada uno de ellos.

1. TIPOLOGÍA DE LOS NEGOCIOS

Conociendo el tipo de proyecto o empresa en el que las participantes del concurso les gustaría desarrollar su idea nos permitirá conocer el grado de proximidad entre sus ideas y el mercado actual. Para ello se han definido dos grandes variables:

- Sector de actividad del proyecto (Primario, Secundario o Terciario)
- Ámbito de actividad del mismo (Local, regional, provincial, nacional, multinacional)

2. CAPACIDAD DE EMPRENDIMIENTO

En este punto nos interesa conocer la percepción que tienen las jóvenes participantes acerca de las posibilidades reales de emprender. Analizaremos la distancia entre lo que piensan que necesitan y las aptitudes y actitudes necesarias en cualquier emprendedor. Para ello se contemplan las siguientes variables:

- Necesidades ante la creación de un negocio o empresa
- Existencia de contactos que faciliten la creación del mismo o desarrollo de la idea
- Importancia de una estrategia de marketing
- Capacidad de “vender la idea”
- Capacidad de previsión
- Trabajo en equipo

3. TOMA DE RIESGOS

El riesgo es el denominador común en cualquier proyecto empresarial, la capacidad de asumir el mismo y de estar preparado ante posibles fracasos son cualidades que cualquier emprendedor debe tener. Las siguientes variables determinarán esta capacidad en las jóvenes emprendedoras:

- Inversión de recursos económicos propios para establecer la empresa
- Interés por lo innovador o distinto.
- Interés por afrontar nuevos retos.
- Motivación ante los riesgos.

4. ANÁLISIS DEL ENTORNO

El mayor o menor éxito de las empresas y sobre todo empresas de nueva creación, no solo viene definido por lo atractivo de la idea de negocio, servicio o producto, o por la gestión de la misma; el entorno en el que la empresa debe competir y las coyunturas del momento son una parte importante a tener en cuenta, la capacidad de “saber ver” lo que nos rodea y como nos influye es otra de las cualidades importantes en cualquier emprendedor. Las variables asignadas son las siguientes:

- Importancia del plan de marketing previo a la decisión de arrancar una empresa.
- Ideas sobre productos o servicios no comercializados.
- Necesidades del mercado.
- Capacidad para compartir ideas.
- Conocimiento del mercado en el que se operará.
- Análisis de la competencia.

5. EL FRACASO

Como indican los grandes empresarios y emprendedores a nivel mundial, hay que fracasar el menos tres veces antes de triunfar con una empresa. El fracaso, lejos de ser el factor que desanime a los jóvenes emprendedores, ha de ser utilizado como base de conocimiento útil para afrontar los nuevos retos con mayor posibilidad de éxito. Un fracaso correctamente analizado puede convertirse en una gran fuente de información. La capacidad y tolerancia del emprendedor a la hora de asumir el fracaso determinará en gran medida su entusiasmo por otras iniciativas y las posibilidades de éxito de las mismas. El indicador vendrá definido por las siguientes variables:

- Tolerancia ante el fracaso
- Adaptación a los cambios

6. LA IGUALDAD DE GÉNERO EN EL EMPRENDIMIENTO

Unos de los principales objetivos del proyecto Empreptic es la de fomentar la igualdad de género en el mundo de la empresa y en el momento de la creación de las mismas. Tal y como se ha detallado en los informes previos adjuntos al inicio del proyecto Empreptic, la mujer por tradición no ha estado vinculada al mundo de la empresa por diferentes motivos y aún, hoy en día, sigue encontrándose con barreras ideológicas o culturales en mayor o menor medida dependiendo del país en el que se encuentre. Con este indicador se pretende medir el grado de aceptación de la mujer en los entornos emprendedores desde el punto de vista de los jóvenes y por tanto nuevas generaciones de posibles empresarios. Las variables contempladas son las siguientes:

- Percepción acerca de remuneración de las mujeres en las empresas
- Posibilidades de triunfo / fracaso de una mujer emprendedora.
- Políticas de ayuda a la mujer emprendedora.
- Funcionamiento de una empresa gestionada por mujeres.

7.- LAS TIC'S EN EL DESARROLLO DE LA IGUALDAD DE GÉNERO

Si bien son constatadas las dificultades que encuentra habitualmente la mujer en el momento de tomar la decisión de emprender, también es cierto que en los últimos tiempos, con el alto grado de penetración de internet en la sociedad, estas dificultades o barreras se han visto disminuidas gracias a la posibilidad de crear negocios on-line. A través de este indicador se pretende averiguar en que grado las jóvenes emprendedoras ven en el mundo online una vía de emprendimiento más sencilla y por tanto un canalizador de la igualdad de género.

- Percepción de la influencia de las TIC.
- Diferencias entre el mercado offline y el mercado online en la igualdad de género.

8.- LAS TIC'S Y EL EMPRENDIMIENTO

Si en el anterior indicador se analizaba el impacto de las TIC's en el fomento de la igualdad de género, en el presente trataremos de captar la importancia que las jóvenes participantes le dan a las nuevas tecnologías en el momento de crear, desarrollar y gestionar una empresa. Las variables analizadas son las siguientes:

- Internet en la creación de empresas
- Las TIC y su impacto en la productividad de la empresa.
- Internet como canal de venta
- Internet como medio de publicidad y promoción.

9.- PERCEPCIÓN SOBRE EMPRESARIOS

A lo largo de la historia reciente es bien sabido que los empresarios han pasado por distintas fases de reconocimiento, la buena y la mala imagen de los mismos se ha mezclado constantemente en la sociedad por diferentes motivos que no son objeto del proyecto. A través del presente indicador trataremos de analizar la percepción actual de los jóvenes sobre los empresarios.

10.- TRABAJO EN EQUIPO

La capacidad para compartir ideas y trabajar en equipo suelen ser una cualidad importante en el momento de afrontar un proyecto de emprendimiento. Así mismo un liderazgo por influencia y con buena capacidad de organización y gestión provocará que el trabajo en equipo se mucho más fluido, atractivo y finalmente rentable. Con las siguientes variables pretendemos analizar el indicador:

- Planificación de tarea.
- Interés por el trabajo en equipo.
- Interés por el liderazgo.
- Disciplina en el trabajo.

