

El entorno universitario como generador de capacidades emprendedoras: un análisis de percepciones.

M. Estrada de la Cruz; I. Mira Solves; J. M^a Gómez Gras

Departamento de Estudios Económicos y Financieros

Universidad Miguel Hernández de Elche

RESUMEN

El presente estudio analiza la percepción de los estudiantes universitarios sobre la adquisición de competencias profesionales y emprendedoras específicas aplicables al desempeño de su posterior actividad profesional. El trabajo de campo se ha desarrollado sobre una muestra de 257 estudiantes de la Universidad Miguel Hernández de Elche, de las ramas de Ciencias Sociales y Jurídicas y de Ingeniería. Los resultados demuestran que existen diferencias relevantes entre el tipo de estudios y la percepción que tienen los estudiantes sobre las competencias emprendedoras adquiridas en la Universidad, siendo los alumnos de Ciencias Sociales y Jurídicas los que perciben en mayor medida estas capacidades. Así mismo, también muestran que las competencias profesionales adquiridas en mayor medida son el desarrollo de la creatividad y la capacidad de comunicación y liderazgo. La información obtenida además, sugiere que existe una correlación significativa y positiva entre la percepción del entorno universitario como inspirador de nuevas ideas de negocio y la percepción de competencias profesionales entre los estudiantes. Los resultados pueden contribuir a tomar decisiones sobre las actividades que desarrolla la Universidad para motivar el emprendimiento y generar competencias emprendedoras entre sus estudiantes, así como sobre el desarrollo de otras competencias profesionales.

Palabras clave: Competencias, creatividad, liderazgo, emprendedor, innovación.

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Problema/cuestión

El proceso de convergencia en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) está implicando pasar de un modelo pedagógico enfocado hacia la enseñanza a un modelo orientado al aprendizaje, centrado en el trabajo del estudiante y en el establecimiento de las condiciones favorables, con el fin de que se puedan conseguir y dominar con éxito los resultados previstos en el proceso educativo.

Han sido numerosos y muy diferentes los conceptos que se han utilizado para describir los resultados del proceso tales como, habilidades, destrezas, capacidades, competencias, bien como sinónimos, o bien como términos a los que se les caracteriza por poseer diferentes matices. En esta conceptualización entran en juego cualidades y capacidades genéricas pertenecientes a distintos ámbitos: cognitivo, personal, interpersonal, de gestión de conocimiento, ético y volitivo (García-San Pedro, 2009).

En la elaboración de este estudio, utilizaremos indistintamente el término de competencias y capacidades, entendiendo las competencias como un conjunto de cualidades y capacidades diversas (Hager, Holland y Beckett, 2002), siendo el objetivo del mismo, profundizar en la relación entre las capacidades, la enseñanza, y el mundo laboral.

Con todo, y dada la importancia del nuevo entorno EEES, pretendemos analizar la percepción de los estudiantes universitarios sobre la adquisición de las competencias profesionales y emprendedoras específicas aplicables al desempeño de su posterior actividad laboral y profesional.

El trabajo de campo se ha desarrollado sobre una muestra de 257 estudiantes de la Universidad Miguel Hernández de Elche, de las ramas de Ciencias Sociales y Jurídicas e Ingeniería.

En primer lugar, se realiza una breve revisión de la literatura sobre el entorno universitario y la adquisición de competencias emprendedoras y profesionales por parte de los estudiantes. A continuación, se detalla la metodología utilizada y se analizan los resultados obtenidos, y por último, exponemos unas conclusiones de nuestro trabajo.

1.2 Revisión de la literatura

La educación para el emprendimiento, la educación empresarial o la competencia de emprender tiene una importante presencia en el conjunto de los sistemas educativos europeos (Haya, Calvo, López y Serrano, 2013).

El informe del proyecto Tuning (2003) señala tres grandes factores que explican el interés en desarrollar estas competencias en programas educativos:

- La necesidad de mejorar la *empleabilidad* de los graduados en la nueva sociedad del conocimiento.
- La creación del Espacio Europeo de Educación Superior: necesidad de establecer fuentes comunes para las titulaciones.
- Un nuevo paradigma educativo: centrado en el aprendizaje de los estudiantes, y que hace más hincapié en los resultados u objetivos de la enseñanza.

Hager et al. (2002) diferencian entre el conocimiento profesional específico de cada área o disciplina y el relativo a las habilidades técnicas propias de la formación superior. Incluye habilidades de pensamiento (razonamiento lógico y analítico, solución de problemas, curiosidad intelectual), habilidades de comunicación efectiva, trabajo en equipo y capacidades para identificar, acceder y gestionar el conocimiento y la información; atributos personales como la imaginación, la creatividad y el rigor intelectual; y valores como la ética práctica (deontología profesional), persistencia, tolerancia e integridad. Esta colección de cualidades y capacidades tan diversas se diferencia del conocimiento profesional específico y las habilidades técnicas tradicionalmente asociadas con la educación superior (Hager et al. 2002:3).

Sin duda, las universidades que traten de fomentar un espíritu emprendedor, más abierto a la sociedad y a la diversidad de intereses y grupos (económicos, culturales, medioambientales, sociales, etc.), proponen un modelo de trabajo vinculado con su comunidad e involucran a los universitarios en la resolución de problemas reales, concretos y emergentes, tal y como han mostrado las experiencias de aprendizaje-servicio (Puig et al., 2011; Tapia, 2000). Y en este camino, se presentan como indispensables competencias como el trabajo en equipos interdisciplinarios, el análisis y síntesis de información, la generación de nuevas ideas, habilidades de investigación y aprendizaje, etc. (Castro, Barrenechea e Ibarra, 2011).

En relación con la adquisición de competencias emprendedoras y profesionales, desde diferentes organismos internacionales como la Comisión Europea (2007, 2008 y 2012) o la OCDE (2003) se han elaborado recomendaciones, estudios o informes para promocionar el aprendizaje de competencias vinculadas con la creación, la innovación, la iniciativa personal y la capacidad de los sujetos para controlar su vida de una forma responsable y autónoma, participando de una manera activa en la sociedad (Haya et al., 2013).

A este respecto, en el entorno nacional cabe destacar las aportaciones de *Universia* en el que se desarrollan diversos estudios relacionados con las competencias profesionales de los estudiantes, como el publicado en el año 2007 junto a *Accenture*, donde se analizaban las “competencias profesionales” como un factor determinante para acceder al mercado laboral.

En el ámbito universitario, el desarrollo de un espíritu emprendedor juega un importante rol en el proceso de poner en relación a la universidad y la sociedad, entendiendo que la universidad debe ser el escenario donde los futuros profesionales, ciudadanos y trabajadores puedan experimentar con ideas nuevas, buscar soluciones creativas a problemas sociales o ser capaces de generar innovación en diferentes terrenos del saber (Haya et al., 2013).

Dentro del marco de la comunidad educativa algunas propuestas de especial interés en relación a las competencias emprendedoras, son las siguientes:

- Kirby (2004) propone que la formación emprendedora trabaje aspectos como los siguientes: motivación e independencia, que serán el resultado de otorgar a los discentes una mayor autonomía en el proceso de aprendizaje (por ejemplo a través de la negociación de sus propios objetivos de aprendizaje, recursos, actividades y procesos necesarios para alcanzarlos y la evaluación del cumplimiento de esas metas).
- Hurtado, Cordón y Senise (2007) recogen algunas de las características que debe reunir el emprendedor: disposición a apoyar nuevas ideas y crear nuevos procesos, alejándose de los recursos y métodos existentes; asunción de riesgos; actitud proactiva.
- Martínez-Rodríguez (2009), tras revisar diferentes publicaciones como Filella (1997) y Mateu (1997) u Olamendi (1998), señala que las principales competencias emprendedoras son: actitud mental positiva; capacidad para sobreponerse a las dificultades; valores éticos; facilidad para entablar relaciones sociales; capacidad

comunicativa; iniciativa; liderazgo; organización y delegación; planificación; tenacidad; toma de decisiones; visión de futuro.

- Martínez (2011) se refiere a las competencias emprendedoras, que serían aquellas aptitudes y rasgos de personalidad que facilitan la adquisición de conocimientos, a través de la vivencia de experiencias reales y de la educación, lo que da lugar a resolver exitosamente las problemáticas que se puedan presentar, ya sean laborales, sociales, personales, etc.
- Fernández, Eizaguirre, Arandia y Ezeiza (2012) señalan la importancia de crear nuevos espacios y tiempos educativos para poder desarrollar un aprendizaje creativo e innovador, que también requiere de la redefinición de las estrategias y modelos de enseñanza, de modo que se faciliten relaciones bidireccionales, abiertas y flexibles entre los diferentes participantes de la comunidad educativa.

Finalmente, siguiendo la propuesta de Martínez-Rodríguez (2009) y considerando el trabajo profesional, así como, otros trabajos previos de los autores, las competencias analizadas han sido: la capacidad para aplicar la creatividad personal, la gestión de la innovación dentro de la empresa, la capacidad para ser líder y comunicador, capacidad para crear una red de contactos, y capacidad para asumir riesgos.

1.3 Propósito

Considerando lo expuesto anteriormente, el objetivo final de este trabajo es analizar la percepción de los estudiantes universitarios sobre la adquisición de competencias profesionales y emprendedoras específicas aplicables al desempeño de su posterior actividad laboral y profesional.

A continuación se presenta un breve análisis de cada una de ellas:

1- Creatividad: La creatividad se reconoce como una competencia altamente valorada. Al respecto, Schumpeter (1971) reconocía que la “*destrucción creativa*” era el hecho esencial del capitalismo moderno y el impulso fundamental que lo pone y mantiene en pie. Este proceso procede de la creación de nuevos bienes, de nuevas empresas, de nuevos mercados, de nuevas formas de organización y, en definitiva, de las capacidades innovadoras de la persona emprendedora. Así, la

capacidad de creación se transforma en una de las principales competencias de todo emprendedor. Distintas investigaciones empíricas sugieren que es posible aumentar el nivel de emprendimiento con educación (Comisión Europea, 2006). Drucker (1993) argumenta que el emprendimiento no es una magia ni un misterio, sino una disciplina y, como tal, puede ser aprendida y enseñada. De igual modo, Kuratko (2005) señala que la visión de un emprendimiento estático es obsoleta, ya que la concepción que debe predominar es la de un emprendimiento que puede ser impulsado a través de la intervención. De esta forma, se han elaborado distintos paradigmas de “*educación emprendedora*” a través de la creación de currículos y programas que persiguen fomentar intenciones y competencias del emprendimiento en distintos niveles educacionales. En el universitario se ha mostrado, por ejemplo, que estudiantes participantes en programas de educación emprendedora tuvieron tres veces más probabilidades de iniciar un negocio que quienes no lo hicieron (Charney y Libecap, 2000).

- 2- *Gestión de la innovación dentro de la empresa*: La innovación se entiende como un proceso que facilita la competitividad empresarial y contribuye al desarrollo económico de las sociedades (Yoguel y Boscherini, 1996; Lundvall y Maskell, 2000). Entender a la innovación como capacidad dinámica, refiere a “*la capacidad de la organización de crear, extender o modificar su base de recursos intencionalmente*” (Helfat et al., 2007: 4) por la adición de nuevo conocimiento en los nuevos productos, servicios, procesos, tecnologías o métodos de gestión. Una visión amplia de la innovación considera a ésta como una operación empresarial que impregna a toda la empresa y no se restringe a un área específica e involucra la interacción con el entorno. En particular, se entiende a la innovación empresarial como un proceso de cambio, tanto incremental como sustancial, en productos, procesos, organización y/o mercadotecnia (Cotec, 2006).
- 3- *Ser un líder y comunicador*: Ulloa, Nail, Castro y Muñoz (2012), citando el trabajo de Robinson publicado en 2010, plantean que la mejora en los resultados de aprendizaje de los alumnos está fuertemente ligada al liderazgo. Un liderazgo efectivo, se traduce fundamentalmente en el establecimiento de metas y

expectativas de aprendizaje compartidas con los docentes, la planificación, coordinación y evaluación de la enseñanza y del currículo y, de mayor impacto, en la promoción y participación en el aprendizaje y desarrollo docente. Esto último está fuertemente asociado a la corriente investigadora de mejora y cambio educativo que ha planteado el desarrollo de comunidades de aprendizaje que permitan la generación de conocimiento educativo e involucren a los docentes y directivos en ese proceso (Fullan, 2002; Santos, 2002; Hargreaves, 2003; Day *et al.*, 2009). Las investigaciones encabezadas por Leithwood (2009) plantean que el liderazgo es un fenómeno social, implica un propósito y una dirección, es contextual y contingente. De la misma forma, plantea un conjunto de prácticas que son valiosas independientemente del contexto en que el liderazgo se desarrolle. Entre otras, establecer rumbos a través de la identificación y articulación de una visión y el establecimiento de altas expectativas de rendimiento; desarrollar a las personas, rediseñar la organización, especialmente la cultura escolar.

- 4- *Crear una red de contactos profesionales:* El acceso a redes de contactos es un recurso crítico para diferentes tipos de comportamiento económico, incluido el cambio de trayectoria profesional y el intercambio de información o recursos tangibles entre diferentes actores, estando todos influenciados por las relaciones sociales (Granovetter 1974 y 1985) y las actividades empresariales dependen del mismo modo de las redes personales, ya que pueden proporcionar los conocimientos necesarios, empleados o de capital en condiciones de incertidumbre (Aldrich et al., 1987; Liebeskind et al., 1996; Shane y Cable, 2002; Zellner y Fornahl, 2002). La interacción con los profesionales de estas redes también puede servir de inspiración y crear "modelos mentales" es decir, conjuntos de comportamientos empresariales, atributos y pueden ser observados e imitados por otros miembros de la red (Fornahl, 2003).

- 5- *Aversión al riesgo:* Según la definición procedente del Informe GEM España 2015ⁱ, la aversión al riesgo suele ser un comportamiento que presenta un individuo cuando se enfrenta ante dos o varias opciones con diferentes niveles de incertidumbre/costes-beneficios y tiende a elegir aquella que le permite alcanzar

sus expectativas asumiendo que en el camino experimentara ciertas dificultades o riesgos.

2. METODOLOGÍA

2.1. Descripción del contexto y de los participantes

Como hemos anticipado en apartados anteriores, se parte de una muestra de 257 estudiantes de las ramas de Ciencias Sociales y Jurídicas y de Ingeniería durante el curso académico 2013/2014, de la Universidad Miguel Hernández de Elche. En concreto la encuesta fue contestada por alumnos, con características heterogéneas en lo que respecta a la edad, sexo y titulación estudiada.

Para el estudio, se analizó en primer lugar la percepción de los alumnos sobre el entorno que ofrece la Universidad para desarrollar nuevas ideas, e involucrarse en actividades emprendedoras. Uno de los factores que se han considerado de elevada importancia en la formación de competencias emprendedoras es el papel de la Universidad en cuanto a la oferta de actividades de emprendimiento, adecuación de dicha oferta a las expectativas de los estudiantes y en general el ambiente emprendedor que existe en la misma.

A continuación se procedió al análisis de la percepción de las capacidades emprendedoras de los estudiantes según la rama de estudio, para conocer las posibles diferencias en la percepción de las mismas. Para ello en el cuestionario se les preguntó a los alumnos su valoración sobre el grado de habilidad en la realización de las siguientes tareas que hemos enfatizado antes.

- Capacidad para aplicar la creatividad personal.
- Capacidad para gestionar la innovación dentro de una empresa.
- Capacidad de ser un líder y comunicador.
- Capacidad para crear una red de contactos.
- Capacidad para la asunción de riesgos.

La encuesta fue propuesta a los alumnos de cada titulación de forma voluntaria, facilitándoles para su respuesta unas breves instrucciones y consejos de realización.

2.3. Instrumentos y procedimientos.

Para medir cada una de las variables analizadas, se han utilizado diferentes escalas validadas previamente en la literatura. A continuación se expone un breve resumen de cada una de ellas.

Primeramente, analizaremos la percepción de estudiantes en relación al entorno de su Universidad. En este caso se han utilizado y adaptado las cuestiones desarrolladas inicialmente por Frank y Lüthje (2004). En el mismo se analiza la percepción de los estudiantes sobre el entorno universitario utilizando las siguientes cuestiones:

- “El entorno de mi Universidad me inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios”.
- “En mi Universidad, existe un clima favorable para convertirme en emprendedor”.
- “En mi Universidad, los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras”.

Las preguntas se midieron a través de una escala multi-item . Las valoraciones se capturaron a través de una escala Likert con un rango de 1 a 7 puntos (donde 1= Nada importante y 7= Muy importante).

Para la valoración de las capacidades emprendedoras de los estudiantes, este estudio se ha basado en diferentes bases teóricas. En todas ellas se enumeran las capacidades emprendedoras estudiadas tanto desde la óptica del emprendedor en la organización, como desde la óptica psicológica del mismo (Chen, 1998; De Noble, 1999; George y Zhou, 2001; Forbes 2005; Liñan, 2008; Kickul et al. 2009 y Dohmen et al. 2011). Como en el caso de las variables utilizadas para medir la percepción del entorno universitario, se ha utilizado una escala Likert con un rango de 1 a 7 puntos (donde 1= muy baja competencia y 7= muy alta competencia).

Las variables sociodemográficas consideradas han sido el sexo y la edad para conocer el perfil de la muestra analizada, tal y como se puede observar en la Tabla 1.

Tabla 1. Descriptivos de las variables analizadas

Variable		Nº Total	Porcentaje
Facultad	C. Sociales y Jurídicas	212	82,5%
	Ingeniería	45	17,5%
Edad:	18-20	133	51,7%
	21-25	77	29,9%
	26-35	39	15,1%
	36-50	8	3,11%
Sexo	Mujeres	114	44,3%
	Hombres	143	55,6%

Fuente: Elaboración propia

Por último, el procedimiento de recogida de datos ha sido mediante una encuesta on line que se les facilitó a los alumnos desde su acceso identificado en la intranet de la universidad durante los meses de noviembre a enero del curso académico 2013/2014.

3. RESULTADOS

Para analizar los resultados nos centraremos inicialmente en los datos de la tabla 2 que aparece a continuación en la que podemos observar la media, desviación estándar y varianza de las cuestiones planteadas. La cuestión que mayor peso ha adquirido en este caso es aquella en la que los estudiantes responden a su percepción sobre en qué medida han sido motivados para involucrarse en actividades emprendedoras (4,54). Sin embargo, todos los valores en general se pueden considerar neutrales ya que se encuentra en torno al 4 en una escala del 1 al 7.

Tabla 2. Descriptivos de las variables entorno universitario

Variable	Media	Desviación estándar	Varianza
Desarrollo de nuevas ideas de negocio	3,75	1,50	2,26
Clima universitario para convertirme en emprendedor	4,31	1,56	2,43
Motivación del estudiante en actividades emprendedoras	4,54	1,57	2,47

Fuente: Elaboración propia

Así mismo, se ha realizado un cálculo de media ponderada por rama de estudio para conocer posibles diferencias entre las titulaciones (Tabla 3).

Tabla 3. Análisis de entorno universitario por facultad/escuela

Variable	Facultad / Escuela	
	Ciencias Sociales y Jurídicas	Ingeniería
Desarrollo de nuevas ideas de negocio	4,89	3,09
Clima universitario para convertirme en emprendedor	4,52	3,29
Motivación del estudiante en actividades emprendedoras	4,76	3,51

Fuente: Elaboración propia

Atendiendo a la percepción del entorno emprendedor universitario, podemos encontrar diferencias entre los distintos grupos de estudiantes analizados. La información obtenida sugiere una mayor percepción de éste por parte de los alumnos de Ciencias Sociales y Jurídicas que por parte de los de Ingeniería. Se ha procedido, además, a analizar la relación de estas variables y, para ello, se ha llevado a cabo un análisis t-Student para muestras independientes. A partir de este análisis podemos observar el siguiente descriptivo:

Tabla 4. Análisis de la relación entre variables

		Prueba de Levene de calidad de varianzas		prueba t para la igualdad de medias		
		F	Sig.	T	gl	Sig. (bilateral)
Desarrollo de nuevas ideas de negocio	Se asumen varianzas iguales	,106	,745	3,289	255	,001
	No se asumen varianzas iguales			3,504	68,646	,001
Clima universitario para convertirme en emprendedor	Se asumen varianzas iguales	,598	,440	5,029	255	,000
	No se asumen varianzas iguales			4,883	62,225	,000
Motivación en actividades emprendedoras	Se asumen varianzas iguales	1,932	,166	5,091	255	,000
	No se asumen varianzas iguales			4,599	58,426	,000

***p<0,01;**p<0,05;*p<0,10

Fuente: Elaboración propia

Con la información obtenida asumimos la igualdad de varianzas. Además obtenemos un p- valor para todas las variables $< 0,05$, los pesos de las medias de Ciencias Sociales y Jurídicas e Ingeniería son diferentes, con lo que la variable titulación depende o esta correlacionada con la percepción del entorno universitario.

En segundo lugar analizaremos las capacidades emprendedoras (Tabla 5), las competencias percibidas en mayor medida son la creatividad (4,26) y la capacidad de liderazgo y comunicación (4,37). Sin embargo las que se perciben adquiridas en menor grado con la actitud frente al riesgo (3,91) y la capacidad para crear una red de contactos (4,05).

Tabla 5. Descriptivos de las variables capacidades/competencias adquiridas

Variable	Media	Desviación estándar	Varianza
Creatividad	4,26	1,47	2,19
Innovación	4,15	1,37	1,89
Liderazgo y comunicación	4,37	1,51	2,28
Red de contactos	4,05	1,37	1,87
Actitud frente al riesgo	3,91	1,38	1,90

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 6 recoge un desglose por tipo de titulación y el descriptivo de medias ponderadas por totales.

Tabla 6. Media ponderada de las competencias por titulación

Titulación	Variables					
	Creatividad	Innovación	Liderazgo y comunicación	Red de contactos	Actitud frente al riesgo	Total
Grado en ADE	4,25	4,12	4,44	4,11	3,85	4,15
Grado en Derecho	3,84	3,64	3,80	3,69	3,51	3,70
Grado en RRLL	4,64	4,56	4,79	4,41	4,31	4,54
Ingeniería	4,38	4,27	4,33	3,96	4,11	4,21
Total	4,28	4,15	4,34	4,04	3,95	

Fuente: Elaboración propia

Así mismo, para conocer si existe una relación entre la percepción del entorno emprendedor universitario y las capacidades profesionales se ha llevado a cabo un análisis de correlación de Pearson, según aparece en la tabla siguiente:

Tabla 7. Relación entre el entorno universitario y las competencias adquiridas

Variabes	Entorno Universitario (1)	Creatividad (2)	Innovación (3)	Liderazgo y comunicación (4)	Red social (5)	Riesgo (6)
(1)	1	,239***	,218***	,224***	,142*	,134*
<i>Sig.</i>		,000	,000	,000	,023	,031
(2)		1	,740***	,640***	,588***	,471***
<i>Sig.</i>			,000	,000	,000	,000
(3)			1	,678***	,692***	,557***
<i>Sig.</i>				,000	,000	,000
(4)				1	,732***	,594***
<i>Sig.</i>					,000	,000
(5)					1	,497***
<i>Sig.</i>						,000
(6)						1

***p<0,01;**p<0,05;*p<0,10

Fuente: Elaboración propia

Como podemos observar en la Tabla 7, existe una correlación significativa entre la percepción del entorno universitario como motivador del emprendimiento y las competencias relacionadas con la gestión de la creatividad, innovación y el liderazgo. Sin embargo, esta significatividad es menor en lo relativo a la capacidad de crear una red de contactos profesionales y la actitud frente al riesgo.

4. CONCLUSIONES

Desde diferentes organismos internacionales como la OCDE (2003) o la Comisión Europea (2007, 2008 y 2012) se han elaborado diversas recomendaciones e informes para promocionar el aprendizaje de competencias vinculadas con la creación, la innovación y la iniciativa personal, lo que pone de manifiesto la importancia de actuaciones en este sentido.

Además, estudios como el realizado por *Accenture* y *Universia* (2007) que analiza la satisfacción de los egresados universitarios de diferentes titulaciones, consideran que la

adquisición de competencias profesionales es una de las variables más valoradas por parte de los estudiantes, y que el desarrollo de estas competencias en la Universidad es un elemento decisivo para facilitar la *empleabilidad*.

Siguiendo estas recomendaciones, las universidades han realizado un gran esfuerzo en los últimos años, logrando grandes avances en el desarrollo de competencias emprendedoras vinculadas al entorno profesional de los estudiantes, dentro del EEES.

En relación con estas competencias, y de acuerdo con los planteamientos de Krueger y Brazeal (1994), consideramos que el clima de emprendimiento, particularmente en la Universidad, engloba un conjunto de condiciones y circunstancias que afectan directa o indirectamente a las intenciones emprendedoras de los estudiantes.

Sobre esta base, hemos concluido oportuno analizar la percepción de los estudiantes sobre la adquisición de competencias emprendedoras y del efecto del entorno universitario sobre su motivación emprendedora. En concreto, las competencias analizadas han sido la creatividad, la gestión de la innovación, el liderazgo, la capacidad para crear una red de contactos y la capacidad para la asunción de riesgos.

En lo referente a la percepción del efecto que tiene el entorno universitario sobre la motivación emprendedora, los resultados obtenidos ponen de manifiesto que estas percepciones dependen de la titulación de origen. Por otro lado, también confirman que las competencias percibidas en mayor medida son las relacionadas con la creatividad personal y el liderazgo frente a la capacidad de asunción de riesgos y capacidad para crear una red de contactos que son percibidas con menor intensidad.

A partir de estos resultados, consideramos que estas diferencias se deberían reflejar en diferentes enfoques, actividades y propuestas para fomentar el emprendimiento y desarrollar capacidades relacionadas, complementando la oferta de actividades generales que desarrollan las universidades relacionadas con el emprendimiento, con otras actividades específicas por tipo de titulación.

Adicionalmente, en relación con la adquisición de competencias emprendedoras y profesionales, consideramos que sería conveniente seguir avanzando y desarrollando medidas para motivar el espíritu emprendedor entre los estudiantes, potenciando aquellas que sabemos son adquiridas en menor grado, como la capacidad de asumir riesgos y la creación de una red de contactos.

Entre otras, especialmente, se podrían poner en marcha simulaciones relacionadas con juegos de decisión u otras iniciativas en el entorno de la creación de empresas, que estimulen al alumno en la toma de decisiones de riesgo, familiarizándolos con los diferentes agentes que toman parte en la puesta en marcha de una iniciativa empresarial real. En relación a este concepto, son varias las investigaciones que vienen reconociendo la importancia de generar escenarios educativos menos estructurados por los docentes, donde el alumno tenga un mayor nivel de autonomía y responsabilidad, como paso previo para el desarrollo de las competencias (Jimenez, 2010; Tejada y López, 2012).

Como señalan Bernal y Cárdenas (2006, 2012, 2014), la evaluación de la formación de la competencia emprendedora en educación es un ámbito prácticamente inexistente y muy novedoso que requiere de la investigación al incluir aspectos de la identidad personal, que no siempre se recogen en las propuestas formativas. Por lo tanto, con la finalidad de promover la adquisición de competencias emprendedoras entre estudiantes de titulaciones no relacionadas con el ámbito empresarial, consideramos oportuno un posible análisis de los planes de estudios de estas titulaciones, en las que sería conveniente incluir asignaturas relacionadas con la creación de empresas, o bien complementos de éstas.

Si bien la investigación realizada supone un pequeño avance sobre el análisis de la adquisición de competencias por parte de los estudiantes, son muchas las cuestiones que quedan por estudiar. En primer lugar, este trabajo se ha centrado en el análisis de dos colectivos que son los estudiantes de Ciencias Sociales y Jurídicas e Ingeniería, quedando pendiente una posible ampliación a otras ramas de estudio. Una segunda cuestión por analizar es el impacto que tiene la adquisición de estas competencias entre los egresados universitarios, esto es, como han influido en la fase de búsqueda de empleo por cuenta ajena y propia.

Por último, como futuras líneas de estudio que amplían esta investigación se podría considerar, dentro del ámbito universitario, las capacidades relacionadas con la dimensión social de la actividad empresarial, esto es, competencias que tienen que ver con la ética y con la responsabilidad social. Partiendo de este concepto, algunos estudios señalan que la enseñanza universitaria juega un importante papel en el proceso de crear actitudes, comportamientos, y en definitiva competencias en los estudiantes a la hora de gestionar con éxito los negocios considerando, además de la dimensión económica, la dimensión social y ambiental de las acciones empresariales.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACCENTURE & UNIVERSIA (2007). Las competencias profesionales de los titulados. Contraste y diálogo Universidad-Empresa. *Centro de Alto Rendimiento de Accenture y Universia*. Disponible en: http://www.accenture.com/SiteCollectionDocuments/Local_Spain/PDF/Accenture-Resumen-Competencias-profesionales-enlos-titulados.pdf [Consulta: abril de 2016].
- Aldrich, H., Rosen, B., Woodward, W. (1987). The impact of social networks on business foundings and profit: A longitudinal study. In N.C. Churchil, J.A. Hornaday, B.A. Kirchhoff, O.J. Krasner, & K.H. Vesper (Eds.), *Frontiers of entrepreneurship research. Proceedings of the seventh annual Babson college entrepreneurship research conference*. Wellesley, MA: Babson College.
- Bernal, A.; Cárdenas A.R. (2006). Enterprising Learning: Personal Competence for a New Humanity. *International Journal of Humanities*, 4 (4):71-78.
- Bernal, A. & Cárdenas A.R. (2012). Education and Entrepreneurship: Educating in the New Competence of Autonomy and Personal Initiative. *International Journal of Learning*, 18(8).
- Bernal, A., & Cárdenas, A.R. (2014). La formación de emprendedores en la escuela y su repercusión en el ámbito personal. Una investigación narrativa centrada en el Programa EME. *Revista Española de Pedagogía*, 257, 125-143.
- Bienkowska, D., Klofsten, M. (2012). Creating entrepreneurial networks: academic entrepreneurship, mobility and collaboration during PhD education. *Higher Education*, 64(2), 207-222.
- Camio, M.I. (2014). El rol de los aspectos emocionales en la gestión de la cultura innovadora. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 22(2), 9-28.
- Castro Spila, J., Barrenechea, J., Ibarra, A. (2011). Cultura emprendedora, innovación y competencias en la educación superior. El caso del Programa GAZE. *Arbor*, 187(Extra_3), 207-212.
- Charney, A., Libecap, G. D. (2000). *Impact of entrepreneurship education* (pp. 45-60). Kansas City, MO: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- Chen Ch. , Greene P.G., Crick A. (1998) Does Entrepreneurial Self –Efficacy distinguish entrepreneurs from managers?. *Journal of Business Venturing*, 13, 295-316.

- Comisión Europea (2008). *Entrepreneurship in higher education, especially in nonbusiness studies*. Ed. European Commission: Brussels.
- Comisión Europea (2012). *Effects and impact of entrepreneurship programmes in higher education*. Ed. Entrepreneurship Unit. Brussels.
- Cotec – Fundación para la innovación tecnológica (2006). *Marco de referencia de innovación*. Madrid: Ed. Club de excelencia en gestión.
- Day, C., Hopkins, D., Harris, A., Ahtaridou, E. (2009). *The impact of school leadership on pupil outcomes*. Final report.
- De Berlín, C. (2003). Comunicado de la Conferencia de Ministros Europeos de la Educación Superior, 19 de septiembre.
- De Noble, A.F., Jung, D., & Ehrlich, S.B. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial action. *Frontiers of entrepreneurship research*, 73-87.
- Dohmen, T., Falk, A., Huffman, D., & Sunde, U. (2011). The intergenerational transmission of risk and trust attitudes. *The Review of Economic Studies*, rdr027.
- Drucker, P.F.P.F. (1993). *Administración y futuro: de los 90 en adelante* (No. 658.4/D79mdE).
- Europea, U. (2006). Comisión de las Comunidades Europeas. *Comunicación, 94*.
- EUROPEA, U. (2007). Competencias clave para el aprendizaje permanente-Un marco europeo.
- Gairin Sallan, J., Armengol Asparó, C. Gisbert Cervera, M., Garcia San Pedro, M.J., Rodríguez Gomez, D. & Cela Ranilla, J.M. (2009). *Guía para la evaluación de competencias en el área de ciencias sociales*.
- García-San Pedro, M.J. (2009). El concepto de competencias y su adopción en el contexto universitario. *Revista alternativas, Cuadernos de Trabajo Social*, 6, pp.11-28.
- Granovetter, M.S. (1974). *Getting a job: A study of contacts and careers*. Cambridge, MA: Harvard University Press. Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481–510.
- Guerra, M.Á.S. (2000). *La escuela que aprende* (Vol. 4). Ediciones Morata.

- Guerrero Bernal, A. (2012). Competencia emprendedora e identidad personal. Una investigación exploratoria con estudiantes de educación secundaria obligatoria. *Revista de Educación*, 363. Enero-Abril 2011, pp. 384-411.
- Fernández, I., Eizagirre, A., Arandia, M., Ruiz, P., & Ezeiza, A. (2012). Creatividad e innovación: claves para intervenir en contextos de aprendizaje. *REICE: Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 10(2), 23-40. Disponible en <http://www.rinace.net/reice/numeros/arts/vol10num2/art2.pdf>
- Filella, J. (1997). La personalidad empresarial. *Iniciativa Emprendedora y Empresa Familiar*, 6, 13-19.
- Forbes D. (2005). Are some entrepreneurs more overconfident than others? *Journal of Business Venturing*, 20, pp. 623-640.
- Fornahl, D. (2003). Entrepreneurial activities in a regional context. In D. Fornahl & T. Brenner (Eds.), *Cooperation, networks and institutions in regional innovation systems* (pp. 38–57). Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Fullan, M. (2002). El significado del cambio educativo: un cuarto de siglo de aprendizaje. *Profesorado: revista de Curriculum y Formación del profesorado*, 6(1), 1.
- Hager, P., Holland, S., Beckett, D. (2002). Enhancing the learning and employability of graduates: The role of generic skills. *Business/Higher Education Round Table: B-HERT Position Paper no, 9*.
- Hargreaves, A (2003). *Enseñar en la sociedad del Conocimiento*. Barcelona: Ocraedro.
- Haya Salmon, I., Calvo Salvador, A., Lopez Fernandez, M.C., Serrano Bedia A.M. (2013). Mejorar la formación en creatividad como antecedente del emprendimiento. Una experiencia de evaluación en la Universidad de Cantabria. *Revista de Docencia Universitaria* Vol. 11(3) Octubre-Diciembre 2013, 251-278.
- Helfat, E., Finkelstein, S., Mitchell, W., Peteraf, M., Singh, H., Teece, D. & Winter, S. (2007). *Dynamic capabilities: Understanding strategic change in organizations*. Malden, MA: Blackwell Publishing.
- Hurtado, N., Cordon, E., & Senise, M. (2007). Efectos de la cultura nacional en la relación entre orientación emprendedora y el resultado de la innovación de producto: el caso del sector farmacéutico. *Cuadernos Económicos de ICE*, 73, 135-149.

- Jianwen Jon L., Kickul J., Hao M. (2009) Organizational Dynamic Capability and Innovation: An Empirical Examination of Internet Firms. *Journal of Small Business Management* 47(3), pp. 263-286.
- Jimenez Cortes, R. (2015). Educación emprendedora: aprender a emprender. *Educación emprendedora: programa TALOS para el desarrollo de la iniciativa emprendedora en Ciencias de la Educación* (pp. 17-54). Madrid. Ediciones Octaedro, S.L.
- Jiménez, M. (2010). El autoaprendizaje en una asignatura transversal de evaluación continua: un caso práctico. *EDUTEC: Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, 33, 1-12.
- Kickul J., Gundry L.K., Barbosa S.D., Whitcanack L.(2009) Intuition versus analysis? Testing differential models of cognitive style on entrepreneurial self-efficacy and the new venture creation process. *Entrepreneurship Theory and Practice*, pp. 1042-2587.
- Kirby, D.A. (2004). Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge? *Education+ training*, 46(8/9), 510-519.
- Kuratko, D.F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship theory and practice*,29(5), 577-598.
- Krueger, N.F., & Brazeal, D.V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship theory and practice*, 18, 91-91.
- Peña, I., Guerrero, M., González-Pernía, J.L., Turró, A., Urbano, D., de Pablo, I., ... & Sánchez, M.J.T. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2015* (Vol. 22). Ed. Universidad de Cantabria.
- Leithwood, K. (2009). *Cómo liderar nuestras escuelas: Aportes desde la investigación*. Santiago: Fundación Chile.
- Liebeskind, J.P., Oliver, A.L., Zucker, L., Brewer, M. (1996). Social networks, learning, and flexibility: Sourcing scientific knowledge in new biotechnology firms. *Organization Science*, 7(4), 428–443.
- Liñan F. (2008). Skill and value perceptions: how do they affect entrepreneurial intentions? *IntEnrepManag J*, 4:254-272.
- Lundvall, B. Å., Maskell, P. (2000). *Nation states and economic development*. Oxford University Press.
- Lüthje C., Nikolaus F. (2004) Entrepreneurial Intentions of Business Students: A Benchmarking Study. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 1(3), 269-288. ISSN 0267-5730.

- Mateu, J.M. (1997). Motivación y personalidad del emprendedor. *Iniciativa Emprendedora y Empresa Familiar*, 5, 26-31.
- Marina J.A. (2009). La competencia de emprender. *Revista de Educación*, 351. Enero-Abril 2010, pp.49-71.
- Martínez, F.M. (2011). Percepción del profesorado de las escuelas taller y casas de oficios en Andalucía acerca del nivel de competencias emprendedoras en su alumnado. *Revista de Educación*, 356, 303-326.
- Martínez-Rodríguez, F.M. (2009). Programa socioeducativo para el desarrollo de la cultura emprendedora entre los jóvenes. *Revista Iberoamericana de Educación*, 50(5). Disponible en: <http://www.rieoei.org/deloslectores/3012Martinez.pdf>
- Méndez Sánchez, M.A., Ghitis Jaramillo, T. (2015). La creatividad: Un proceso cognitivo, pilar de la educación. *Estudios pedagógicos (Valdivia)*, 41(2), 143-155.
- OCDE(2003). *Education at Glance*. OECD Indicators 2003. Disponible en <http://www.oecd.org/documenti52/0,2340,en26493451513634484111,OO.html>
- Olamendi, G. (1998). *Cómo crear una empresa y triunfar en el intento*. Bilbao: Olamendi Ediciones.
- Olivos, F., Álvarez, I., Díaz, F. (2013). Impacto de la educación para el emprendimiento en la creatividad: Una experiencia en Chile con Propensity Score Matching. *Revista Electrónica Educare*, 17(3), 259-276.
- Rovira, J.M.P., Casares, M.G., Martín, X., & Serrano, L.R. (2011). Aprendizaje-servicio y Educación para la Ciudadanía. *Revista de educación*, (1), 45-67.
- Shane, S., Cable, D. (2002). Network ties, reputation, and the financing of new ventures. *Management Science*, 48(3), 364-381.
- Schumpeter, J.A. (1971). *Historia del análisis económico*.
- Tapia, M. N. (2000). *Solidaridad Como Pedagogía*. Buenos Aires: Ciudad Nueva.
- Tejada, Á., & López, M. (2012). Nuevas metodologías docentes en los títulos de grado: la literatura como recurso pedagógico colaborativo. *Aula abierta*, 40(3), 107-114.
- Tuning, P. (2003). *Tuning educational structures in Europe*. Informe final, Bilbao: Universidad de Deusto.
- Ulloa Garrido, J., Nail Kröyer, O., Castro Hidalgo, A., & Muñoz Reyes, M. (2012). Problemas de gestión asociados al liderazgo como función directiva. *Estudios pedagógicos (Valdivia)*, 38(1), 121-129.

- Yoguel, G. & Boscherini, F. (1996). La capacidad innovativa y el fortalecimiento de la competitividad de las firmas: El caso de las Pymes exportadoras argentinas. CEPAL, Documento de Trabajo N° 171.
- Zellner, C., & Fornahl, D. (2002). Scientific knowledge and implications for its diffusion. *Journal of Knowledge Management*, 6(2), 190–198.
- Zhou J., George J.M. (2001). When job dissatisfaction leads to creativity: Encouraging the expression of voice. *Academy of Management Journal*, 44, 4, p. 682.

ⁱ Informe GEM (Global Entrepreneurship Monitor) coordinado a nivel internacional por Babson Collage y London Business School.