



**FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**

GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Las competencias emprendedoras en el ámbito universitario

Trabajo Fin de Grado presentado por Ana Belén León Escribano, siendo el tutor de la misma José Fernández-Serrano.

Vº. Bº. del Tutor:

D. José Fernández-Serrano

Alumno/a:

Dña. Ana Belén León Escribano

Sevilla. Junio de 2021



**GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**

**TRABAJO DE FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2020-2021]**

TÍTULO:

LAS COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS EN EL ÁMBITO UNIVERSITARIO.

AUTOR:

ANA BELÉN LEÓN ESCRIBANO

TUTOR:

JOSÉ FERNÁNDEZ-SERRANO

DEPARTAMENTO:

ECONOMÍA APLICADA I

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

ECONOMÍA APLICADA

RESUMEN:

El fenómeno del emprendimiento es un factor clave en el desarrollo tanto económico como social de un país. Sin embargo, el nivel de éste en España es aún inferior al resto de países de la Unión Europea. A la hora de aumentar el número de personas emprendedoras en nuestro país, las universidades tienen un papel clave debido su posición estratégica, enlazando la innovación con el mercado. Este importante papel está basando en las competencias que aportan a su alumnado en materia de emprendimiento.

Para establecer qué competencias emprendedoras son claves en la sociedad para estimular el emprendimiento, la Unión Europea creó Entrecomp. Tras comparar las competencias recogidas en este documento con las que se aportan en el grado de ADE en la Universidad de Sevilla, se llegó a la conclusión de que éste último contiene en gran medida las necesarias para inculcar al alumnado las habilidades emprendedoras requeridas.

PALABRAS CLAVE:

Competencias emprendedoras; Emprendimiento; Entrecomp; Universidad.

Índice

1. CAPÍTULO 1. Introducción y objetivos.....	1
1.1. Introducción.....	1
1.2. Objetivos.....	2
2. CAPÍTULO 2. La vinculación entre competencias y emprendimiento.....	3
2.1. El emprendimiento en España.....	3
2.2. El papel de las universidades en la adquisición de competencias emprendedoras.....	8
2.3. Competencias para el empleo vs. Competencias para el emprendimiento. ¿Son complementarias o excluyentes?.....	13
2.4. Las competencias emprendedoras en la Unión Europea.....	14
2.4.1. El Marco Europeo para la Competencia Emprendedora (Entrecomp).....	14
2.4.2. Comparación de las competencias proporcionadas en el grado en ADE en la Universidad de Sevilla y las establecidas en Entrecomp.....	16
3. CAPÍTULO 3. Investigación empírica.....	21
3.1. Encuesta a los alumnos: ¿cuál es el nivel de adquisición de estas competencias?.....	21
3.2. Análisis de los resultados.....	26
4. CAPÍTULO 4. Conclusiones generales.....	27
4. Conclusiones generales.....	27
5. BIBLIOGRAFÍA.....	29
6. ANEXOS.....	31

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

1.1. Introducción.

Dada la situación económica y la evolución que está tomando el mercado laboral actual, se hace necesario un análisis del concepto de emprendimiento. Dado que éste es considerado una fuente de desarrollo económico, el análisis de las variables que influyen en la creación de nuevas empresas se ha vuelto un tema de interés para los economistas, políticos e investigadores en distintos países. Entender qué papel juegan los factores culturales, económicos y sociales en el ámbito emprendedor es primordial para poder fomentar la cultura y las habilidades emprendedoras.

Por ello, las políticas enfocadas a crear un ambiente de desarrollo y apoyo al emprendimiento buscan promover la creación de nuevas empresas y emprendedores potenciales. Pero, a pesar de esto, a veces no se consigue el efecto deseado en la sociedad, debido principalmente a factores culturales y creencias sobre el concepto de emprendimiento que están fuertemente arraigados en la población.

Morris (1998) define el emprendimiento como una actividad transdisciplinaria, que no es constituyente de ninguna teoría universal y que tiene su origen en teorías económicas y empresariales, además de la sociología, administración y, recientemente, la psicología. Otros autores lo definen como un campo aún por descubrir, con metodologías y conceptos en fase de consolidación.

Dado que la aplicación de planes de formación en emprendimiento junto con políticas orientadas al mismo depende de los factores y definiciones desarrollados en este campo, es complicado establecer de forma unánime los criterios más acertados para llevar a cabo estas funciones. Aun así, es una acción primordial para el desarrollo cultural, económico y social de un país, por lo que debe hacerse uso de las herramientas disponibles actuales para llevarse a cabo.

Según Löbler (2006), en entornos cambiantes e inciertos es necesario que los individuos de una sociedad se formen en competencias emprendedoras, lo que conlleva elaborar sus propias ideas, saber planificar y gestionar proyectos o lidiar con situaciones que conllevan cierto riesgo. Por ende, podemos definir la formación en emprendimiento basándonos en las habilidades necesarias para llevar a cabo un proyecto emprendedor.

Es aquí donde las universidades juegan un papel crucial para instaurar estas competencias en la sociedad, añadiendo a sus planes de estudio la formación necesaria para que, entre los estudiantes próximos a entrar en el mundo laboral, aumente el número de emprendedores potenciales. Pero no sólo basta con el apoyo de las entidades educativas, sino que también son necesarias políticas orientadas al mismo fin de las autoridades públicas, como puede ser la Unión Europea.

En este estudio, se analizará el campo del emprendimiento desde distintos enfoques, con la finalidad de dar respuesta a varias preguntas que se pueden plantear sobre el mismo. A continuación, se detallarán los objetivos que se plantearán.

1.2. Objetivos

En primer lugar, se analizará la situación emprendedora en España, con tal de conocer el contexto en el que se sitúa nuestro análisis. Es importante conocer el punto desde el que partimos para saber cuáles son nuestras necesidades y trabajar en ellas.

En segundo lugar, se determinará qué papel juegan las universidades en este entorno de emprendimiento, estableciendo su posición dentro de la creación de valor en la sociedad. Con ello se pretende resaltar la importancia de este órgano en la implantación de una mentalidad emprendedora en la población, y las herramientas de las que dispone para ello.

Seguidamente, se estudiará si las competencias necesarias para el mundo laboral son complementarias o excluyentes de las competencias asociadas al emprendimiento. Dado que el plan de estudios establecido en las universidades es limitado, se hace necesario saber si las competencias que pueden proporcionar a los estudiantes se establecen o no en detrimento de otras, o si las competencias de ambos campos son igual de útiles para desenvolverse en el mercado laboral actual.

A continuación, se analizará una herramienta para establecer estas competencias emprendedoras de la que disponen las universidades, como es el Marco Europeo para Competencia Emprendedora (Entrecomp), y se compararán las competencias en él establecidas con las del grado en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad de Sevilla.

Finalmente, se realizará un estudio empírico sobre la asunción real de estas competencias por parte del alumnado de este grado, y se extraerán las conclusiones.

CAPÍTULO 2

LA VINCULACIÓN ENTRE COMPETENCIAS Y EMPRENDIMIENTO

2.1. El emprendimiento en España.

El emprendimiento es una variable primordial para el desarrollo económico de un país. La red empresarial establecida en una sociedad es la base para la creación de riqueza y empleo. Representa un impulso para la economía, y es apoyado por el Estado para lograr estabilidad económica. Por ello, es necesario, antes de adentrarnos en el perfil de la persona emprendedora, conocer el contexto emprendedor en España.

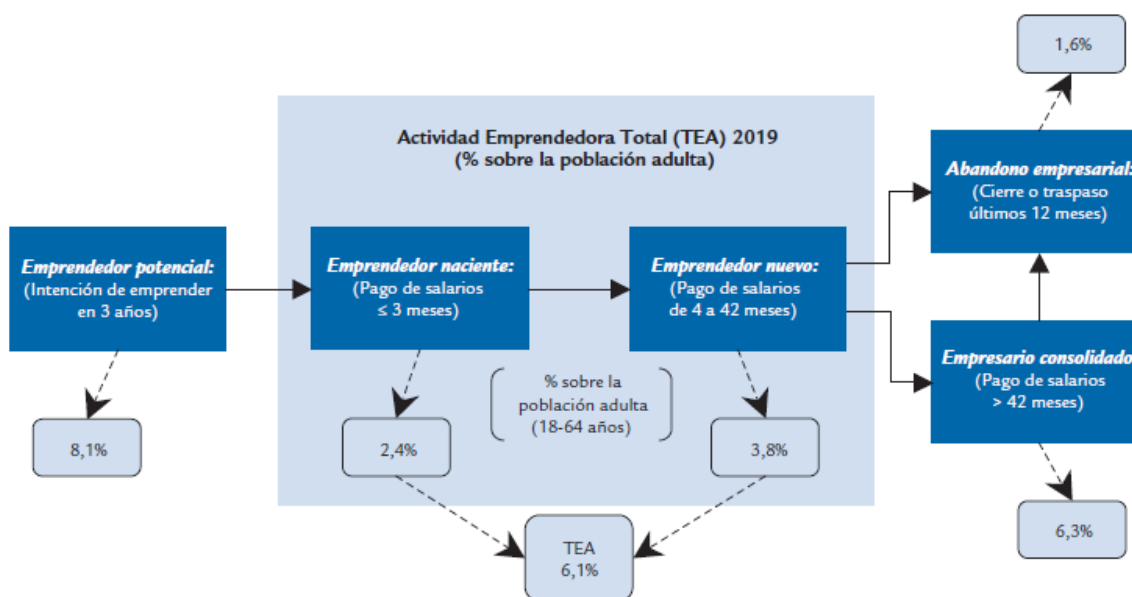
Podemos distinguir dos fuentes de motivación para llevar a cabo la creación de un negocio propio: por necesidad o por oportunidad. Hablamos de emprendimiento por necesidad cuando se recurre a él bien por carencia de empleo o bien por la imposibilidad de alcanzar un determinado posicionamiento dentro de la empresa cuando se es asalariado. Nos referimos a emprendimiento por oportunidad cuando se detecta alguna necesidad en el mercado no explotada hasta el momento: *“Un emprendedor por necesidad es aquel que se encuentra inmerso en el proceso emprendedor por no tener una mejor opción en el mercado laboral; mientras que un emprendedor por oportunidad es aquel que escoge crear una empresa basándose en la percepción de que existe una oportunidad de negocio no aprovechada por las empresas existentes”* – Proyecto GEM 2018-2019. En este apartado, analizaremos distintos aspectos de la población emprendedora en España para entender el contexto donde nos situaremos.

Para analizar el panorama emprendedor español actual utilizaré datos secundarios extraídos del informe “Global Entrepreneurship Monitor (GEM España) 2019-2020”. Este proyecto abarca datos concernientes a la actividad emprendedora en nuestro país, así como la comparación con otros países. Otro informe que usaré será GUESS 2018, constituido por los datos obtenidos a través de más de 50 universidades. Este informe permite obtener una visión general de la valoración de los universitarios sobre el entorno empresarial y su predisposición al emprendimiento.

Se recurrirá a tablas y gráficos para presentar los resultados.

El informe GEM contiene indicadores de las distintas etapas temporales que atraviesa la persona emprendedora. En concreto, estos indicadores ayudan a valorar la implicación de la población adulta en proyectos emprendedores que se establecen en distintos momentos en el tiempo, como sería la etapa en la que la persona manifiesta su intención de llevar a cabo un proyecto emprendedor (emprendedor potencial), la etapa en la que lleva a cabo esa intención (emprendedor naciente) o la etapa en la que está gestionando el negocio establecido (emprendedor nuevo/ emprendedor consolidado). En el siguiente gráfico, podemos ver qué porcentaje de población adulta en España, considerada como tal la que tiene entre 18 y 64 años, se encuentra en cada etapa de este proceso:

Gráfico 1.2.1. El proceso emprendedor en España en 2019



Fuente: GEM España, APS 2019.

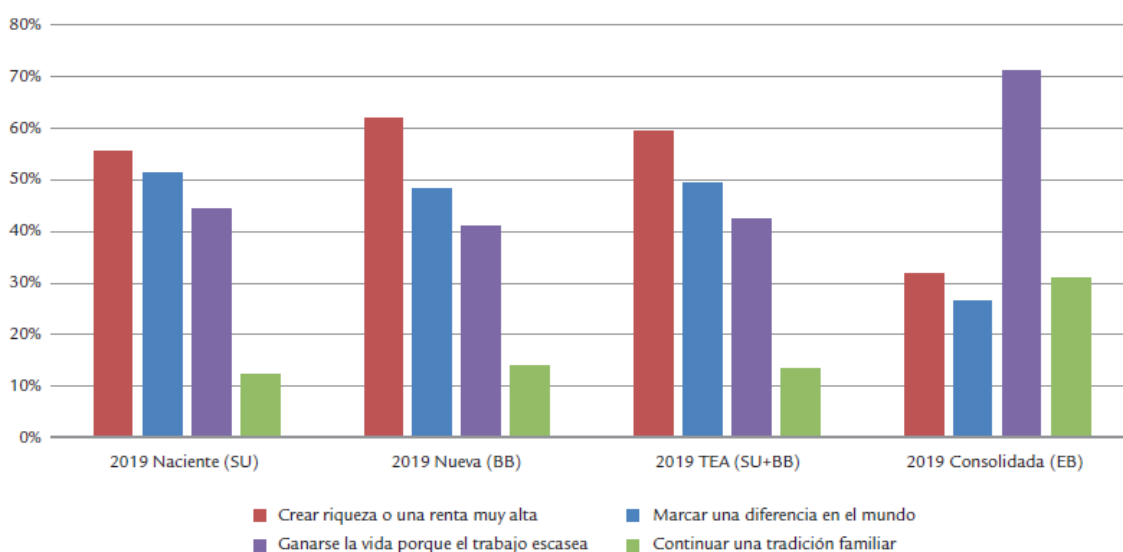
De todos estos indicadores, el más destacable es la tasa de actividad emprendedora total (TEA), que en el año 2019 supuso el 6'1%. Es decir, algo más de seis de cada cien personas con edad comprendida entre 18 y 64 años en España están involucradas en negocios que se encuentran en fase inicial sin haber pagado salarios durante más de 42 meses.

Otro dato a observar es porcentaje de población adulta considerada emprendedor potencial, que en España fue del 8'1% en el año 2019. Cabe decir que este porcentaje es mayor que el del año anterior, lo que apunta a una tendencia creciente del número de emprendedores potenciales en nuestro país.

La siguiente fase tras la inicial en el desarrollo de un negocio es su consolidación. En esta etapa, según los datos recogidos, el porcentaje de población adulta es de un 6'3%. Este dato muestra que la actividad emprendedora es similar tanto en la fase inicial como en la consolidación del negocio.

Sin embargo, no todos los proyectos son capaces de llegar a la etapa de consolidación. Hay negocios que, con el tiempo, son abandonados por las personas que los iniciaron. En este aspecto, los datos de 2019 muestran que el 1'6% de la población adulta interrumpió su negocio en los 12 meses anteriores a la recogida de los datos. Si comparamos este dato con el TEA, podemos observar que es relativamente inferior. En ciertos casos, estos negocios abandonados por sus precursores pasaron a otras manos, y en otros fueron cerrados definitivamente. Así, según este informe, el porcentaje de negocios que fueron cerrados definitivamente fue de 74'4%.

Otro dato interesante que extraemos de este informe son los motivos que tiene cada persona involucrada en un negocio en sus distintas etapas. El siguiente gráfico muestra, para cada etapa del proceso de emprendimiento, el porcentaje de adultos que estaban "de acuerdo" o "totalmente de acuerdo" con cada motivo. Es importante destacar que estos motivos no son excluyentes entre sí, por lo que es posible que una persona esté de acuerdo con varios motivos:

Gráfico 1.2.7. El proceso emprendedor en España en 2019, según el motivo para emprender

Fuente: GEM España, APS 2019.

De este gráfico se obtiene que, dentro de la etapa inicial (naciente/ nueva), la causa más común para llevar a cabo un proyecto emprendedor es “*crear riqueza o una renta muy alta*”. Las personas que estaban de acuerdo con este motivo corresponden a un 59’5% del indicador TEA. El segundo motivo más común entre los emprendedores que se encuentran en la etapa inicial fue “*marcar una diferencia en el mundo*”. Este motivo representa al 51’3% de los emprendedores en etapa naciente, y a un 48’3% en etapa nueva. Por tanto, podemos decir que los dos motivos principales en los emprendedores nacientes son la creación de riqueza o una renta muy alta y marcar una diferencia en el mundo.

Por otro lado, las motivaciones de la población emprendedora que se encuentra en la etapa consolidada son muy distintas a las de la población en la etapa inicial. Siendo así, para los dueños y gestores de negocios con más de 42 meses de antigüedad, la motivación más común para emprender es, con destacable diferencia sobre las demás, “*ganarse la vida porque el trabajo escasea*”, estando un 71’2% de los encuestados de acuerdo con este motivo. El siguiente motivo más importante en los emprendedores de esta etapa, aunque, como hemos destacado, con mucha diferencia de aceptación en comparación con la anterior, es “*crear riqueza o una renta muy alta*”, con un 32% de los encuestados de acuerdo.

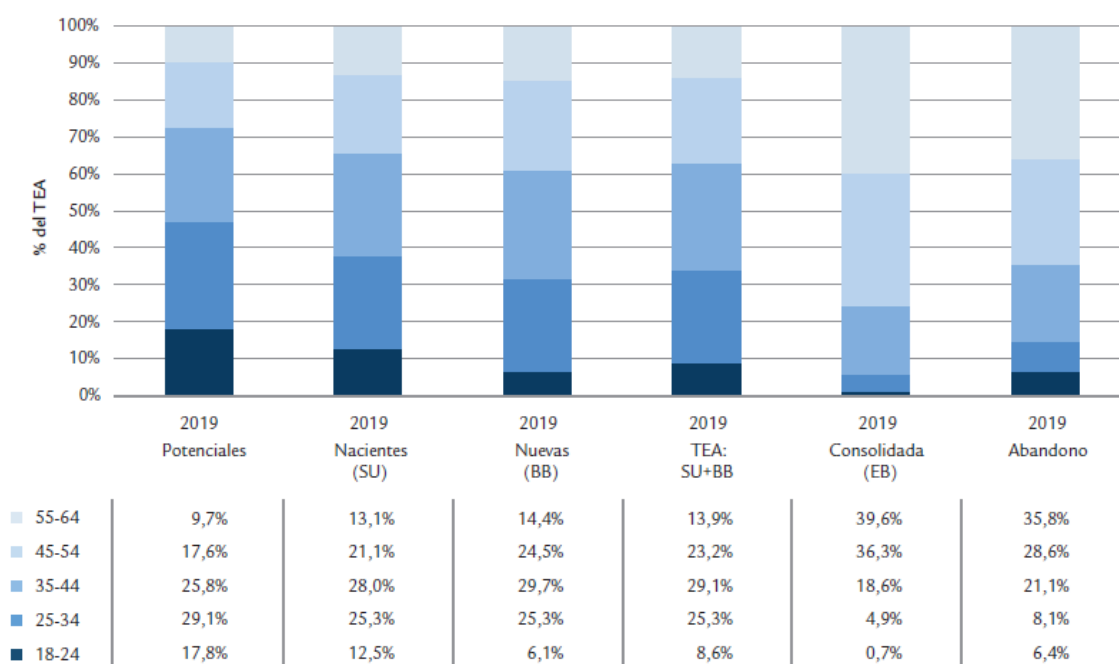
Como conclusión a este gráfico, podemos decir que la población emprendedora que va avanzando en su proyecto, ante las dificultades existentes va cambiando la percepción de su proyecto hasta convertirla prácticamente en “*conseguir subsistir*”.

Otro dato a considerar para contextualizarnos en el entorno empresarial en nuestro país es la edad de las personas emprendedoras. La edad es una variable importante en la decisión de emprender un negocio. Por una parte, la población joven suele carecer de experiencia y recursos, pero, como contrapartida, también suele tener un menor número de responsabilidades y cargas familiares que limiten su tiempo y capacidad de asunción de riesgos, además de tener un mejor conocimiento de las nuevas tecnologías y contar con más entusiasmo a la hora de emprender un negocio. Por otra parte, las personas con más edad poseen más experiencia y conocimientos que hacen más fácil identificar y explotar oportunidades de negocio.

La evidencia en nuestro país indica que la edad media es uno de los factores más representativos para identificar a las personas que se encuentran en cada etapa del proceso emprendedor. Así, en 2019, la población que fue identificada como emprendedores potenciales tenía una edad media de 37 años, mientras que la de la población emprendedora que se encontraba en la etapa inicial fue de 40'4 años. En la etapa consolidada, la edad media de su población fue de 50'8 años, y, en el caso de la población que abandonó un negocio, fue de 48'5 años.

El siguiente gráfico muestra la distribución por edad de la población en las distintas etapas del proceso de emprendimiento:

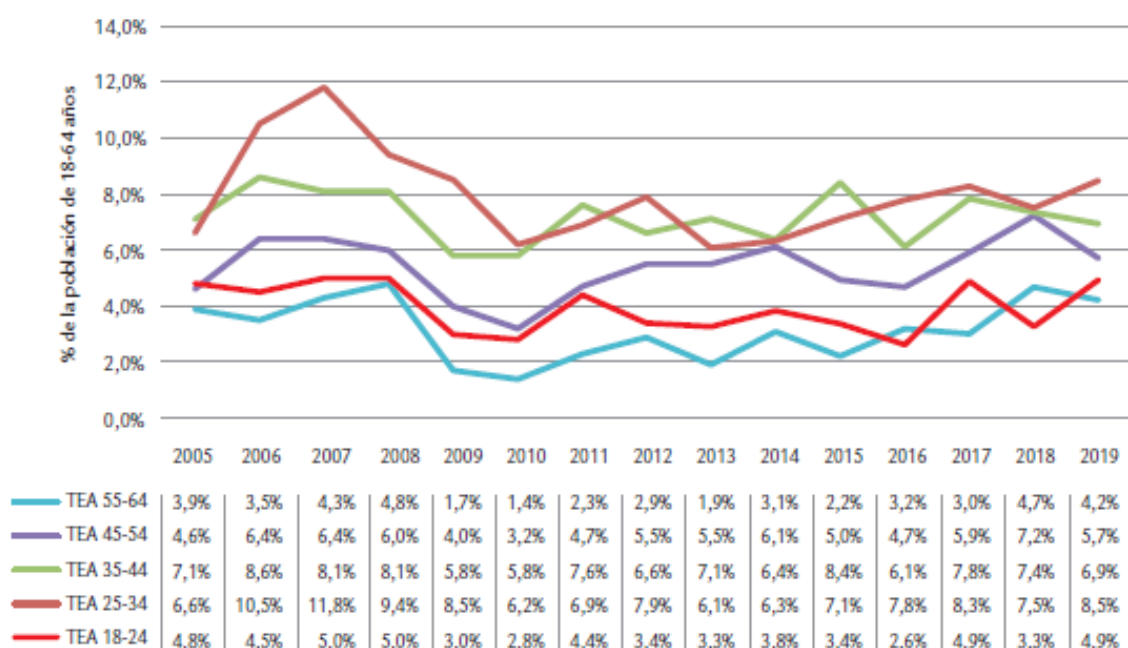
Gráfico 1.2.8. Distribución por edad de los colectivos emprendedores en España en 2019



Fuente: GEM España, APS 2019.

Según este gráfico, en la población de emprendedores potenciales el intervalo de edad predominante es de entre 25 y 34 años (29'1%), mientras que en la población de emprendedores en la etapa inicial es de entre 35 y 44 años (29'7%). Estos intervalos de edad contrastan con los predominantes en la etapa consolidada y en los que abandonaron el negocio, que es de entre 55 y 64 años en ambos casos.

Este análisis por tramos de edad manifiesta una tendencia que conviene destacar: Cuanta más edad tenga una persona emprendedora, más alta es la probabilidad de que se implique en una etapa más avanzada del proceso emprendedor. Es decir, existe una relación no lineal entre la inclinación por emprender y la edad, adoptando una forma de "U" invertida. Este patrón se observa mejor en el siguiente gráfico:

Gráfico 1.2.9. Evolución del índice TEA por tramos de edad en España durante el periodo 2005-2019

Fuente: GEM España, APS 2019.

En nuestro país, las personas de entre 24 y 44 años son las que comúnmente muestran más intención de emprender a lo largo del tiempo. Además, como se puede observar, a partir del tramo de edad de entre los 45 y 54 años, la propensión a emprender un negocio en etapa inicial decae, manteniéndose este patrón a lo largo del tiempo.

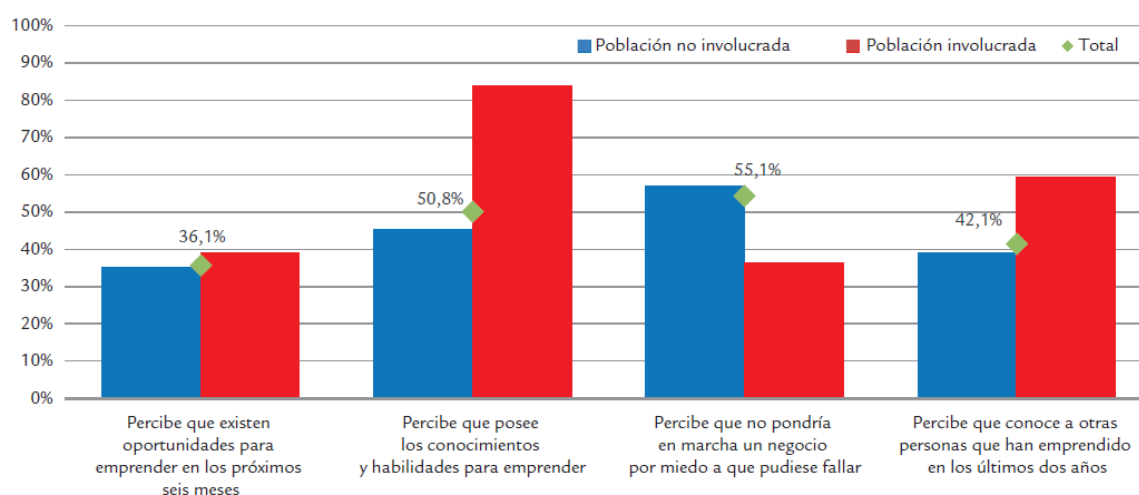
Para finalizar este subapartado, hablaré sobre la percepción que tiene la población española sobre sus aptitudes y valores para llevar a cabo un proyecto emprendedor. Tal y como hemos podido observar anteriormente, una de las etapas fundamentales en el proceso emprendedor es identificar una oportunidad de negocio. Por ello, saber qué percepción tiene la población sobre la existencia de estas oportunidades resulta especialmente importante a la hora de analizar el contexto emprendedor en nuestro país.

El informe GEM 2019-2020 analizó esta percepción de la existencia de oportunidades para emprender, lo que nos permite conocer la visión del porcentaje de personas en edad adulta (18-64 años) en este campo. En él, se contrastó que el 36% de la población en España percibe que existen oportunidades suficientes para emprender. Sin embargo, esta percepción es distinta si diferenciamos entre las personas involucradas en un proceso emprendedor de las que no lo están. En concreto, el 39'7% de las personas que están involucradas en algún negocio creen que en los meses venideros habrá buenas oportunidades de negocio, mientras que esta percepción sólo es aceptada por el 35'6% de la población no involucrada. Como se puede comprobar, existe una brecha de casi 4 puntos porcentuales entre ambas poblaciones. Pero este hecho tiene explicación. Tal y como apuntan autores como Kirzner (1979), las personas emprendedoras destacan por mostrar atención en lo que ocurre en el mercado, lo que hace que, por ende, perciban un mayor número de oportunidades de negocio.

Otra variable de vital importancia a la hora de emprender es el nivel de preparación propia que perciba la persona. Al margen de la formación académica que posea, que no está reñido con que sea importante, es necesario tener en cuenta este hecho; puede

darse el caso de que una persona objetivamente poco formada pueda percibirse a sí misma como capaz de crear un nuevo negocio, lo que aumentaría las probabilidades de que llevase a cabo un proyecto emprendedor. Por tanto, la variable fundamental es esta percepción de verse capacitado a uno mismo para emprender, aunque no sea del todo cierto. El proyecto GEM recoge una cuestión en esta dirección. En la edición del año 2019, el porcentaje de población española que cree que posee estas habilidades y conocimientos necesarios para llevar a cabo la creación de un negocio es del 50'8%. No obstante, al igual que ocurría anteriormente, este porcentaje varía dependiendo de si esa población es dueña de un negocio propio o no. En concreto, la población que está involucrada en un proyecto emprendedor (ya sea de nueva creación o un negocio consolidado), este porcentaje es del 85%, mientras que en la población no involucrada es del 45%. Se puede apreciar, por tanto, una diferencia muy considerable entre los dos colectivos (40 puntos porcentuales), lo que afirma que es un factor decisivo para explicar el comportamiento emprendedor. Mientras que la gran mayoría de las personas que ya han emprendido se ven perfectamente capacitadas para hacerlo, no es así con la población que aún no lo ha llevado a cabo. El nivel de confianza en sus capacidades es muy inferior. En el siguiente gráfico, podemos observar algunas cuestiones planteadas por el informe GEM 2019-2020 a sus encuestados para poder comparar entre estos dos colectivos (personas involucradas y no involucradas en un proyecto emprendedor):

Gráfico 1.1.1. Percepciones de la población española sobre sus valores y aptitudes para emprender, 2019



Fuente: GEM España, APS 2019.

2.2. El papel de las universidades en la adquisición de competencias emprendedoras.

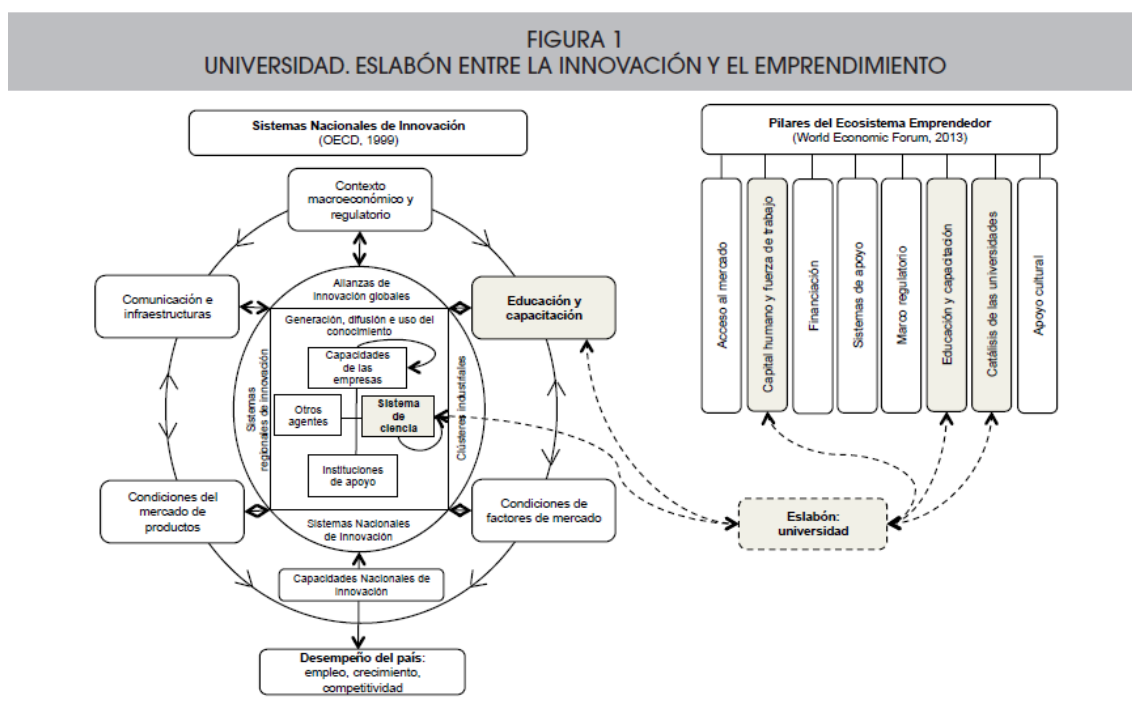
Continuando con el último aspecto del punto anterior, se puede plantear la siguiente pregunta: ¿Influyen, o podrían influir, las universidades en esta percepción de las capacidades propias para llevar a cabo un proyecto emprendedor? En este apartado, obtendremos las conclusiones al respecto.

Hoy en día, uno de los propósitos primordiales de las universidades es colaborar con la sociedad para promover la creación de empleo. Por ello, las universidades se encargan de transferir sus conocimientos y tecnología al mercado, favoreciendo con ello un cambio cultural en la población.

Para alcanzar un propósito como este, la creación de empleo, la universidad debe proporcionar a sus estudiantes esas competencias emprendedoras demandadas por la sociedad. Por ello, se considera de vital importancia la incorporación de materias centradas en adquirir estas competencias en los planes de estudio, además de charlas, seminarios, cursos, etc.

Pero no sólo debemos centrarnos en la fase de emprendimiento dentro del ámbito universitario, ya que éste va de la mano con la innovación. Este aspecto ha sido ampliamente analizado desde varias perspectivas y campos del conocimiento. Zahra y Wright (2011) afirman que la investigación sobre innovación, en especial la vinculada a los Sistemas Nacionales de Innovación (SNI), se ha enfocado en analizar las estructuras, realzando la complejidad entre las relaciones de comunicación, cooperación y retroalimentación de sus procesos entre los diversos organismos, mientras que el análisis del emprendimiento se ha encauzado más hacia la persona u organización emprendedora, estudiando sus iniciativas para llevar a cabo ese proyecto, ya sea dentro o fuera de la organización.

Análogamente, debido a la estrecha relación entre innovación y emprendimiento, en la práctica empresarial varios autores afirman una «casi inexistente e imaginaria línea divisoria» entre ambos campos de investigación (Autio *et al.*, 2014; Herrera *et al.*, 2016; Schmitz *et al.*, 2016). De hecho, Drucker (1985) afirmaba que el crecimiento económico está correlacionado de forma positiva al hecho de hacer las cosas de manera diferente, entendiendo como tal contar con una actitud más emprendedora. Bajo la misma línea de pensamiento, Baumol (2002) proyecta la notable relación entre emprendimiento e innovación, así como la aportación de ambos a la creación de ventajas competitivas y, por ende, al crecimiento económico de ciudades, regiones e incluso naciones. Como resultado, este hecho se ha traducido en una gran cantidad de proyectos gubernamentales que promueven el emprendimiento con base tecnológica (Mustar y Wright, 2010; Mosey *et al.*, 2016), el emprendimiento innovador (Autio *et al.*, 2014) y las políticas orientadas a consolidar la interacción entre individuos y organizaciones vinculados en las áreas de emprendimiento y de innovación. Aquí es donde la universidad juega un papel clave, sirviendo de eslabón de unión entre ambos campos, como se puede observar en la siguiente imagen:



Fuente: Basado en OECD (1999) y World Economic Forum (2013)

Una inconexión entre la innovación y el emprendimiento podría tener su explicación en cómo los ecosistemas se desarrollan en distintos contextos o espacios. Así, se entiende un ecosistema de emprendimiento e innovación como un conjunto de organizaciones o personas emprendedoras (ya sean potenciales o existentes) y de organizaciones innovadoras (como serían centros de investigación, universidades, parques tecnológicos, etc.) que están conectados entre sí para llevar a cabo proyectos generadores de valor económico y social, que a su vez contribuyen a la sostenibilidad, competitividad y crecimiento de la sociedad (Autio *et al.*, 2014; Grimaldi *et al.*, 2011; Mason and Brown, 2014). Los pilares comunes más destacables de estos ecosistemas emprendedores e innovadores son el acceso a la financiación público-privada, el talento humano, y la existencia de marcos regulatorios adecuados. Así, la universidad, mediante la docencia, la transferencia de conocimiento a la sociedad y la investigación ha tomado un papel esencial para el correcto funcionamiento de ambos ecosistemas, haciendo de lazo de unión entre ambos y facilitando la transformación de nuevos conocimientos en innovación (ya sea tecnológica o no), generando valor económico y social al lanzarlas al mercado a través del emprendimiento.

Una vez analizada la posición que ocupa la universidad dentro del fenómeno emprendedor, pasaremos a analizar cómo puede influir la universidad en sus estudiantes para promover las capacidades emprendedoras, además de desarrollar su actuación anteriormente descrita como eslabón entre el emprendimiento y la innovación.

En cualquier rama de conocimiento, la oferta docente debe contemplar tres tipos de factores en la etapa universitaria que son determinantes para llegar a ser emprendedor: gerenciales, psicológicos y socioculturales.

Los factores psicológicos se corresponden con características de la personalidad que debe poseer un estudiante para llegar a ser emprendedor, tales como la búsqueda de independencia o la necesidad de logros. En este aspecto, las universidades pueden ofrecer jornadas sobre motivación empresarial. En cuanto a los aspectos socioculturales, se engloba la influencia de factores políticos, familiares, económicos y, especialmente, qué tanto apoyo institucional tiene el emprendedor para llevar a cabo la creación de una empresa por cuenta propia. Aquí, la universidad tiene el papel de informar, asesorar y facilitar contactos para que estos estudiantes sigan adelante con su idea. Esto se suele llevar a cabo en parques tecnológicos o viveros de empresas asociados a las universidades. Finalmente, el enfoque gerencial se centraría en las habilidades y conocimientos adquiridos sobre el campo de la economía y la dirección empresarial. Para ello, se hace necesario que las universidades contengan en sus planes de estudios formaciones complementarias enfocadas en el mundo empresarial que favorezcan el desarrollo de las capacidades de trabajo en equipo, autoconocimiento continuado y pensamiento crítico.

Profundizando en el último enfoque, el gerencial, los aspectos psicológicos más comúnmente analizados en relación con el propósito emprendedor han sido 3: la propensión al riesgo, la proactividad y la autoeficacia. Otro enfoque a mencionar es el de Covin y Slevin (1989), en el que afirman que las tres dimensiones de la conocida como orientación emprendedora son la propensión al riesgo junto con la innovación y la proactividad. Este modelo puede ser útil para proyectar la formación de los estudiantes hacia el emprendimiento.

Podemos entender la autoeficacia como la convicción personal de que se es capaz de organizar y ejecutar de forma correcta las acciones necesarias para obtener unos resultados requeridos (Bandura, 1997; Chen, Greene y Crick, 1998). La autoeficacia influye en la elección de la acción a llevar a cabo y en el esfuerzo que se aplica en ella (Waung, 1995), siendo ésta la principal guía individual en la elección de una carrera.

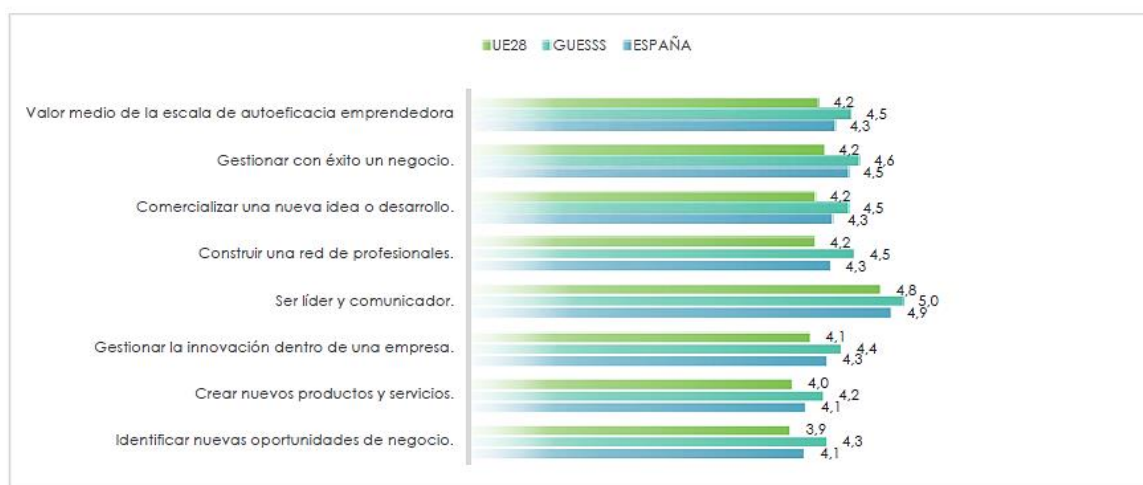
La propensión al riesgo se asocia con la tendencia o disposición del individuo a asumir riesgos. El hecho de llevar a cabo un proyecto emprendedor trae consigo la posibilidad de fracaso, por lo que está relacionado con la asunción de riesgos. Pero, en este contexto, no debemos entender como emprendedor a aquella persona que en general se percibe más propensa a asumir riesgos, sino las que encuentra determinadas situaciones de riesgo como más positivas, es decir, es capaz de encontrar oportunidades en ellas.

Por último, una personalidad proactiva se caracteriza por tender a iniciar y continuar acciones que afectan directamente al ambiente circundante. Seibert, Kraimer y Crant (2001), demostraron que existe relación entre la proactividad definida en un contexto emprendedor y el desarrollo empresarial, por una parte, y una carrera exitosa, por otra.

Una vez que conocemos los factores clave que debe poseer un individuo para tener una alta intención emprendedora, y cómo influye en ellos la enseñanza universitaria, se nos plantea la siguiente pregunta: ¿En qué situación se encuentra el ámbito universitario español en este contexto?

El último informe GUESSS España, correspondiente al período 2018-2020, realizó un estudio sobre la autoeficacia percibida por los universitarios españoles, desglosando la misma en distintos aspectos personales, con el objetivo de conocer a qué nivel poseen nuestros universitarios esta característica. Estos fueron los resultados:

Ilustración 21. Indicadores de la escala de autoeficacia. Valores medios



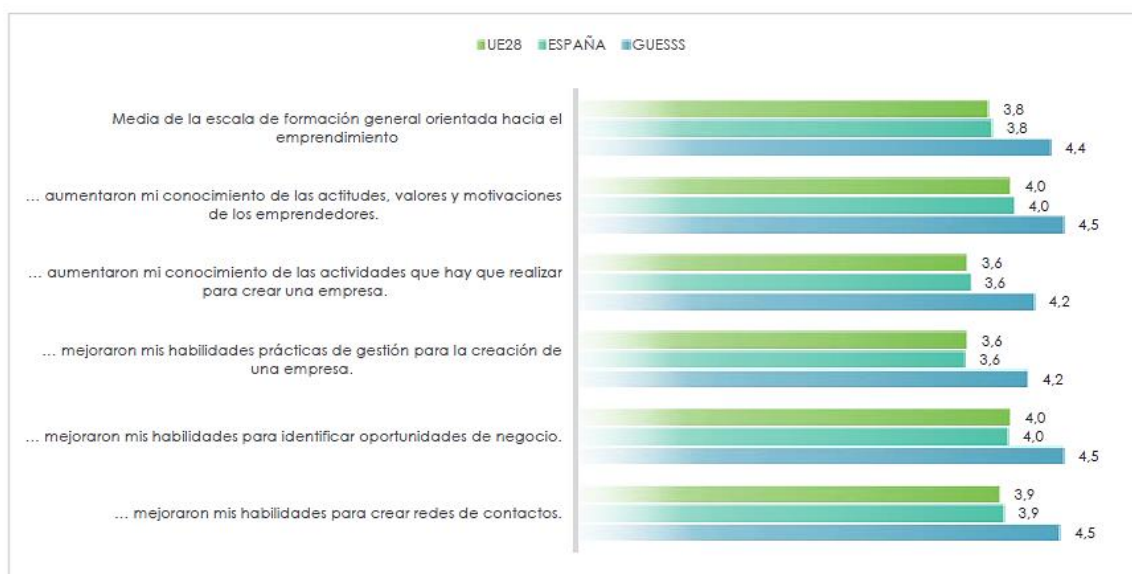
Fuente: Informe GUESSS España 2018-2020

Como se puede observar en este gráfico, el valor medio de los indicadores en la escala de autoeficacia de España (4'3) es ligeramente superior al de la UE (4'2), pero inferior a la media de los países que han sido partícipes del informe GUESSS 18-20 (4'5). Realmente, este resultado no se puede interpretar como negativo, ya que nuestra puntuación estaría por encima de la media europea. Pero, si nos fijamos en los indicadores que han compuesto este valor, podemos observar que la puntuación más elevada se corresponde con la capacidad de liderazgo y comunicación (4'9), y, la más baja, en indicadores que están estrechamente relacionados, que son la capacidad para crear nuevos productos y servicios (4'1) y la identificación de oportunidades de negocio (4'1). De este hecho podría interpretarse que nuestros universitarios se perciben altamente preparados en habilidades sociales, como lo es el liderazgo y la comunicación, pero tienen una baja confianza en sus habilidades para adentrarse en la

creación de un nuevo producto o identificar una oportunidad de negocio realmente buena, factores que son clave para el emprendimiento.

Otro estudio interesante que encontramos en este informe es si los estudiantes universitarios consideran que la formación en general recibida estaba de alguna manera orientada hacia el emprendimiento. Para ello, fue utilizada la escala de Souitaris et al. (2007), que evalúa cinco atributos de esta variable:

Ilustración 30. Formación general orientada al emprendimiento. Valores medios



Fuente: Informe GUESSSS España 2018-2020

Como se puede observar en este gráfico, la percepción general en los universitarios españoles de haber recibido una formación general en cierta manera orientada al emprendimiento no alcanza el valor medio de la escala, aunque sí es ligeramente superior al de la Unión Europea. En cualquier caso, no deja de ser muy inferior a la de los países que participaron en esta edición el informe GUESSSS. Entre las habilidades obtenidas con los indicadores más altos destacan las características personales emprendedoras (actitudes, valores y motivaciones) (4'0) y la capacidad para identificar oportunidades de negocio (4'0). Como contrapartida, los indicadores más bajos se encuentran en habilidades como saber gestionar la creación de una empresa (3'6) y qué trámites hay que realizar para ello (3'6).

De estos resultados, se puede deducir que las habilidades para gestionar la creación de una empresa y los trámites necesarios para ello, que son las dos habilidades que los universitarios españoles perciben como insuficientes en su formación general de emprendimiento, están exclusivamente reservadas para estudiantes de Economía o Administración y Dirección de Empresas. Pero, ¿hasta qué punto la formación empresarial impartida en estos grados está enfocada hacia el emprendimiento, y no sólo en la gestión/dirección de empresas ya establecidas? ¿Son las competencias orientadas al empleo compatibles, o complementarias, con las orientadas a emprender?

2.3. Competencias para el empleo vs. Competencias para el emprendimiento ¿Son complementarias o excluyentes?

Savaneviciene expone las competencias laborales como “*el conjunto de conocimientos, habilidades, destrezas y aptitudes necesarias para el trabajo efectivo de un individuo en un ambiente específico de trabajo*” (2008, p. 81).

Según el artículo “*El emprendimiento y el bien común: ¿competencias complementarias o excluyentes?*” de Juan David Enciso-Congote (2010), del cual uno de sus objetivos es el análisis de la discusión entre competencias laborales y competencias para el emprendimiento, concluye que ambas competencias difieren mayoritariamente en la percepción del riesgo: Mientras que en el emprendimiento el riesgo es intrínseco al proyecto, la burocracia clásica se caracteriza precisamente por eliminarlo. La persona emprendedora pone en juego sus recursos a cambio de conseguir ser “dueño” de su proyecto, lo que incluye a las personas que trabajan en él, sin ningún tipo de garantía de que finalmente acabe saliendo adelante.

En la situación de que todo el ámbito formativo gire entorno al aseguramiento del empleo, de forma progresiva se irá desviando la atención de las competencias necesarias para la creación de una empresa hacia las demandadas por el mercado laboral, y con ello reduciendo el número de personas dispuestas a intentarlo (emprendedores potenciales), lo que a su vez disminuye la posible creación de puestos de trabajo.

Esa forma de pensar “garantista” caló en los cánones de la formación enfocada al emprendimiento, hecho que se puede comprobar si nos fijamos en programas que suelen dar preferencia a aspectos racionales y técnicos sobre comportamentales y sociales. A la hora de llevar a cabo un proyecto, se pretende demostrar su factibilidad de forma integral, pero la realidad es que un plan de negocio estructurado nos puede ayudar a descartar ideas en el caso de que se demuestre su inviabilidad, pero en ningún caso nos asegura el éxito. Por muchas previsiones positivas que haya sobre el papel, no hay nada que asegure su cumplimiento.

La cultura del empleo, cuyo origen proviene de la mentalidad burocrática moderna, ha acabado por introducir hábitos contrarios a los requeridos para desarrollar talentos empresariales. La consideración de la empresa al margen de la sociedad es una de las consecuencias de la desintegración entre conocimiento y organización; las personas que creen que la empresa existe por y para los intereses de los accionistas avivaron esta tendencia. Como resultado, se han construido visiones que separan el concepto de mercado y el de sociedad, haciendo que se creen conflictos funcionales dentro de las organizaciones, y que pueden llegar a trasladarse de manera inconsciente a los programas académicos.

Sin embargo, la tendencia creciente en las relaciones laborales a dar protagonismo a los diferentes stakeholders que conforman una organización obliga a las personas que la constituyen a aprender competencias prácticas nuevamente, lo que les permite adquirir habilidades en el ambiente de vínculos volátiles y cambios acelerados de los mercados. Entre estas competencias se encuentran las habilidades para relacionarse, la capacidad para diferenciar entre objetivos personales, del equipo y de la organización, y las interacciones entre estas tres perspectivas, además de la adquisición de la autoconfianza (autoeficiencia) mencionada anteriormente gracias a la salida del individuo de su zona de confort. El riesgo mencionado anteriormente ya no es concebido como una amenaza, sino como una característica del entorno a la que es necesario adaptarse para poder continuar.

Por tanto, podemos concluir que la mayor divergencia entre competencias para el mercado laboral y competencias para el emprendimiento viene de la asunción de

riesgos. Pero, como se ha comprobado, la universidad tiene un papel influyente en este aspecto, teniendo la capacidad de incluir en sus planes formativos aspectos que trabajen las competencias emprendedoras. Igualmente, si estas competencias no son adquiridas por el individuo en el ámbito formativo, el propio ambiente característico del mercado laboral le “obligará” a adquirirlas para poder adaptarse a él. Por ello, si la universidad fomenta esas competencias, estará preparando a sus alumnos en competencias útiles tanto para emprender como para desarrollar una carrera en el ámbito laboral, es decir, dadas las características del mercado laboral actual, se hace necesario que la persona posea tanto habilidades características del emprendimiento como habilidades técnicas y conocimientos. Por ende, podemos considerar que ambas son complementarias entre sí.

A continuación, se analizará el nivel de adquisición de competencias emprendedoras en el grado de Administración y Dirección de Empresas en la Universidad de Sevilla. Para ello, se recurrirá al Marco Europeo de Competencias de Emprendimiento (EntreComp), y se comparará con las competencias establecidas en el plan de estudios del grado.

2.4. Las competencias emprendedoras en la Unión Europea.

Como se ha afirmado anteriormente, es posible, y se debe, desarrollar las distintas competencias emprendedoras en el ámbito universitario. Para ello, una herramienta de referencia es el Marco Europeo para la Competencia Emprendedora (EntreComp), que la Unión Europea creó en 2016 para, entre otros objetivos, establecer las pautas de un puente de unión entre la comunidad educativa y el mundo laboral. A continuación, analizaremos este documento con detenimiento.

2.4.1. El Marco Europeo para la Competencia Emprendedora (EntreComp).

Para realizar este análisis me basaré, además del propio EntreComp, en el artículo *“Entrecomp: marco competencial para el emprendimiento. Una revisión sistemática de la literatura sobre su uso y aplicación”* de Pedro Baena-Luna y Esther García-Río, profesores de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Sevilla, en colaboración con Mauricio Monge-Agüero, del Instituto Tecnológico de Costa Rica (2020).

EntreComp diferencia entre 3 grupos de 5 competencias emprendedoras cada uno, es decir, establece 15 competencias básicas emprendedoras en total, que son los siguientes:

1. Ideas y oportunidades. Las cinco habilidades emprendedoras que se agrupan aquí son:

- Detección de oportunidades de mercado que creen valor.
- Creatividad a la hora de desarrollar soluciones a problemas tanto existentes como nuevos.
- Visión de futuro, para predecir los distintos escenarios que se puedan producir con el fin de guiar las acciones.
- Consideración de ideas, aprovechando su máximo potencial para generar valor.

- Pensamiento ético y sostenible, siendo consciente de las consecuencias de las acciones a llevar a cabo y actuando de forma responsable.

2. Recursos. En este grupo, nos encontramos con:

- Autoconocimiento y autoeficacia. Característica emprendedora clave que analizamos anteriormente.
- Motivación y perseverancia. Mantenerse fiel a tu objetivo y no rendirse ante cualquier adversidad, siendo resiliente en el proceso.
- Movilizar recursos, reuniendo y gestionando todo lo necesario para llevar a cabo el proceso emprendedor.
- Conocimientos financieros, necesarios para estimar cuánto costará llevar a cabo la idea empresarial, así como para hacer planificaciones económicas y tomar decisiones.
- Movilizar a otros, siendo un eficaz comunicador y líder, además de un buen negociador, para persuadir al resto de *stakeholders* a unirse al proyecto y conseguir resultados.

3. Pasar a la acción. Aquí se agrupan:

- Tomar la iniciativa. Esto incluye aceptar retos, iniciar procesos que creen valor, y trabajar de forma constante llevando a cabo tareas planificadas.
- Planificación y gestión. Se corresponde con planificar, organizar y hacer un seguimiento de las metas a alcanzar a corto, medio y largo plazo, sabiéndose adaptar a los cambios imprevistos.
- Bregar con la incertidumbre. Como decíamos anteriormente, la asunción de riesgos es una característica emprendedora básica.
- Cooperación. Saber trabajar en equipo, crear una red y colaborar con terceros para desarrollar ideas y llevarlas a cabo.
- Aprendizaje a través de la experiencia (*learning by doing*). Tener una actitud positiva ante situaciones fuera de la zona de confort y tomarlas como métodos de aprendizaje, al igual que aprender de otras personas, y aplicar esto tanto para los éxitos como para los fracasos.



Fuente: Marco Europeo para Competencias Emprendedoras (EntreComp)

En cada una de estas 15 competencias hay una serie de “hilos” que describen lo que significa la competencia en particular en términos prácticos. Cada uno de estos hilos tiene resultados de aprendizaje asociados mapeados a través de 8 niveles de progresión distintos (desde nivel bajo hasta intermedio, avanzado y experto).

Pero, a pesar de la importancia del campo abordado a través de EntreComp y del objetivo que pretende alcanzar la Unión Europea con él, el impacto que ha tenido en la literatura científica ha sido escaso. Destaca principalmente como base para realizar trabajos empíricos, en los que las competencias establecidas en este marco se usan de referencia para analizar los distintos ámbitos relacionados con la formación emprendedora.

Además, existe una escasa conexión entre la información técnica asociada a EntreComp y el desarrollo de políticas enfocadas en el emprendimiento, las competencias emprendedoras y su instrucción por parte de las fuerzas públicas implicadas, a pesar de que este era uno de los objetivos a alcanzar cuando la Unión Europea lo publicó.

Por ende, podemos concluir que, aunque Entrecomp es un documento elaborado y apto para basar en él determinados ámbitos de un plan de formación o aplicarlo en casos prácticos y no sólo empíricos, esto no está ocurriendo de manera generalizada. Pero, ¿cuál es la posición del grado en ADE en la Universidad de Sevilla con respecto a esto? ¿Incluye este grado entre sus competencias las establecidas en Entrecomp?

2.4.2. Comparación de las competencias proporcionadas en el grado en ADE en la Universidad de Sevilla y las establecidas en Entrecomp.

Dentro de los datos del grado en ADE de la Universidad de Sevilla podemos encontrar un total de 58 competencias, de las cuales 26 son generales y 32 específicas.

Para realizar la comparación de estas 58 competencias con Entrecomp, usaré tablas en las que se muestran los hilos anteriormente mencionados de estas competencias del Marco Europeo para la Competencia Emprendedora, y señalaré cuáles son las

competencias descritas en el plan de estudios del grado en ADE de la Universidad de Sevilla que se corresponderían a las mismas, si las hubiese.

Cabe destacar que, en referencia al emprendimiento propiamente dicho, en las competencias del plan de estudio del grado en ADE en la US hay dos que lo mencionan de forma genérica. Se trata de las competencias G26 y E25, las cuales dicen textualmente:

- *“G26: Fomentar el espíritu emprendedor”.*

- *“E25: Comprender los procesos de aparición, innovación y desarrollo de la empresa y fomento del espíritu emprendedor, así como de la ética empresarial”.*

Por ende, se podría entender que en estas dos competencias engloban todo, o al menos gran parte, del contenido de Entrecomp. Pero hay otras muchas específicas del grado en ADE que son perfectamente adaptables a las que presenta este documento, las cuales apuntaremos a continuación.

Tabla 1. Áreas competenciales y competencias específicas Entrecomp. (Bacigalupo et al., 2016)

Áreas	Competencias	Recomendaciones	Descriptor
1. Ideas y oportunidades	Identificar oportunidades	Usa tu imaginación y habilidades para identificar oportunidades y crear valor.	Identifique y aproveche las oportunidades para crear valor explorando el panorama social, cultural y económico / Identifique las necesidades y los desafíos que deben cumplirse / Establezca nuevas conexiones y reúna a los elementos del paisaje para crear oportunidades para crear valor.
	Creatividad	Desarrollar ideas creativas y útiles.	Desarrolle varias ideas y oportunidades para crear valor, incluidas mejores las soluciones a los desafíos nuevos y existentes / Explore y experimente con enfoques innovadores / Combine conocimientos y recursos para lograr efectos valiosos.
	Visión	Trabajar con una visión de futuro.	Imagine el futuro / Desarrolle una visión para convertir ideas en acción / Visualice escenarios futuros para ayudar a guiar el esfuerzo y la acción.
	Evaluar ideas	Aprovecha al máximo las ideas y oportunidades.	Juzgue qué valor tiene en términos sociales, culturales y económicos / Reconozca el potencial que tiene una idea para crear valor e identifique formas adecuadas de aprovecharla al máximo.
	Pensamiento ético y sostenible	Evaluar las consecuencias y el impacto de ideas, oportunidades y acciones.	Evalúe las consecuencias de las ideas que aportan valor y el efecto de la acción empresarial en la comunidad objetivo, el mercado, la sociedad y el medio ambiente. / Reflexionar sobre cómo son los objetivos sociales, culturales y económicos sostenibles a largo plazo, y el curso de acción elegido / Actuar responsablemente.

Fuente: Baena-Luna, P., García-Río, E., & Monge-Agüero, M. (2020)

En este primer grupo de competencias de Entrecomp, que son las relacionadas con ideas y oportunidades, podemos asociar las siguientes competencias del grado en ADE de la US:

- *“G7: Ser capaz de reunir e interpretar datos e información relevantes en el área de Administración y Dirección de Empresas para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética”.*

- *“G12: Ser capaz de tomar decisiones”.*

- *“E28: Conocer e interpretar el impacto en las empresas de las relaciones productivas, comerciales y financieras que se dan en el contexto nacional e internacional”.*

Como se puede observar, estas competencias están estrechamente relacionadas con las competencias de Entrecomp “Evaluar ideas” y “Pensamiento ético y sostenible”, pero no hay ninguna que se pueda asociar directamente con “Identificar oportunidades”, “Creatividad” y “Visión” que, precisamente, como se detallaba en el subapartado 2.1. de este capítulo, junto con el 2.2., son competencias básicas para aumentar el número de potenciales emprendedores (proactividad y asunción de riesgos).

Pasemos a la segunda agrupación de competencias de Entrecomp, que son los recursos.

Áreas	Competencias	Recomendaciones	Descriptor
2. Recursos	Autoconocimiento y confianza en si mismo	Crear en ti y seguir desarrollándose.	Reflexione sobre sus necesidades, aspiraciones y deseos a corto, mediano y largo plazo / Identifique y evalúe las fortalezas y debilidades individuales y grupales / Cree en su capacidad para influir en el curso de los eventos, a pesar de la incertidumbre, los contratiempos y las fallas temporales.
	Motivación y perseverancia	Mantener la concentración y no darse por vencido.	Esté determinado a convertir ideas en acción y satisfacer su necesidad de lograr. / Esté preparado para ser paciente y seguir intentando alcanzar sus objetivos individuales o grupales a largo plazo. / Ser resistente bajo presión, adversidad y falla temporal.
	Movilizar recursos	Recopilar y gestionar los Recursos que se necesitan.	Obtenga y administre los recursos materiales, no materiales y digitales necesarios para convertir ideas en acción / Aproveche al máximo los recursos limitados / Obtenga y administre las competencias necesarias en cualquier etapa, incluidas las competencias técnicas, legales, fiscales y digitales
	Educación financiera y económica	Desarrollar conocimientos financieros y económicos.	Estime el costo de convertir una idea en una actividad de creación de valor / Planifique, aplique y evalúe las decisiones financieras a lo largo del tiempo / Administre los recursos financieros para asegurarse de que mi actividad de creación de valor pueda durar a largo plazo
	Movilizar a otras personas	Inspira, entusiasmar y atraer a otras personas a bordo.	Inspira y entusiasma a las partes interesadas relevantes / Obtenga el apoyo necesario para lograr resultados valiosos / Demuestre comunicación, persuasión, negociación y liderazgo efectivos

Fuente: Baena-Luna, P., García-Río, E., & Monge-Agüero, M. (2020)

En este grupo de competencias, que son las enfocadas al campo de los recursos, podemos encontrar una relación directa con las siguientes competencias de GADE:

- “G3: Tener capacidad de análisis y síntesis”.
- “G4: Tener capacidad de organizar y planificar”.
- “G5: Ser capaz de usar el tiempo de forma efectiva”.
- “G12: Ser capaz de tomar decisiones”.
- “G13: Ser capaz de coordinar actividades”.
- “G16: Ser capaz de negociar de forma eficaz”.
- “G17: Sr capaz de transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado en el área de Administración y dirección de Empresas como no especializado.
- “G22: Poseer competencias propias de los administraciones y directores de empresas y que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas”.

- “E20: Adquirir habilidades y dominar herramientas informáticas aplicadas a la gestión financiera-contable”.

- “E26: Ser capaz de aplicar los conocimientos técnicos, metodológicos y de técnicas (del área de la administración y dirección de empresas) de forma conjunta, adquirida a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de administración y dirección de empresas”.

- “E28: Conocer e interpretar el impacto en las empresas de las relaciones productivas, comerciales y financieras que se dan en el contexto nacional e internacional”.

Estas competencias se pueden asociar con “Educación financiera y económica”, “Movilizar recursos” y “Movilizar a otras personas” de Entrecamp, pero, al igual que ocurría en la agrupación anterior, hay dos competencias de Entrecamp que no tienen lazo directo con ninguna competencia del grado en ADE en la US, que son “Autoconocimiento y confianza en sí mismo” y “Motivación y perseverancia”.

Pasemos a analizar la tercera agrupación de Entrecamp, que son las competencias relacionadas con tomar la iniciativa (pasar a la acción).

Áreas	Competencias	Recomendaciones	Descriptor
3. Pasar a la acción	Tomar la iniciativa	Ir a por ello.	Iniciar procesos que creen valor / asumir retos. / Actuar y trabajar de forma independiente para lograr los objetivos, atenerse a las intenciones y llevar a cabo las tareas planificadas.
	Planificación y gestión	Priorizar, organizar y hacer seguimiento.	Establezca metas a largo, mediano y corto plazo / Defina prioridades y planes de acción / Adáptese a cambios imprevistos
	Manejar la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo	Tomar decisiones frente a la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo	Tome decisiones cuando el resultado de esa decisión sea incierto, cuando la información disponible sea parcial o ambigua, o cuando exista un riesgo de resultados no deseados / Dentro del proceso de creación de valor, incluya formas estructuradas de probar ideas y prototipos desde las etapas iniciales. para reducir los riesgos de fallar / Manejar situaciones de rápido movimiento de manera rápida y flexible
	Trabajar con otras personas	Trabajar y colaborar en red.	Trabaje junto con otros y coopere para desarrollar ideas y convertirlas en acción / Red / Resolver conflictos y enfrentar la competencia de manera positiva cuando sea necesario
	Aprender de la experiencia	Aprender haciendo	Use cualquier iniciativa para la creación de valor como una oportunidad de aprendizaje / Aprenda con otros, incluyendo compañeros y mentores / Reflexione y aprenda del éxito y el fracaso

Fuente: Baena-Luna, P., García-Río, E., & Monge-Agüero, M. (2020)

En este caso, las competencias de GADE que podemos asociar con esta agrupación son:

- “G4: Tener capacidad de organizar y planificar”.

- “G14: Ser capaz de trabajar en equipo”.

- “G23: Ser capaz de trabajar de forma autónoma”.

Al analizar estas competencias, podemos observar que las mismas tienen relación directa con “Tomar la iniciativa”, “Planificación y gestión” y “Trabajar con otras personas” de Entrecomp, pero, al igual que ocurre con las dos agrupaciones anteriores, las competencias “Manejar la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo” y “Aprender de la experiencia” no tienen relación directa con ninguna competencia de GADE en la US.

Tras este análisis, podemos concluir que las competencias de Entrecomp “Identificar oportunidades”, “Creatividad”, “Visión”, “Autoconocimiento y confianza en sí mismo”, “Motivación y perseverancia”, “Manejar la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo” y “Aprender de la experiencia”, que son las que no tienen asociación directa con ninguna competencia del grado en ADE de en la US, quedan incluidas de forma generalizada en las competencias “G26: Fomentar el espíritu emprendedor” y “E25: Comprender los procesos de aparición, innovación y desarrollo de la empresa y fomento del espíritu emprendedor, así como de la ética empresarial”, y, precisamente, debido a esta generalidad, que el alumno de GADE adquiera estas competencias, total o parcialmente, depende, en la mayoría de los casos, del profesorado, ya que no existe un contenido claro ni unas pautas a seguir en las mismas.

En el siguiente capítulo, se medirá el nivel de adquisición de estas competencias en los alumnos que se han graduado en Administración y Dirección de Empresas en la Universidad de Sevilla.

CAPÍTULO 3

INVESTIGACIÓN EMPÍRICA

3.1. Encuesta a los alumnos: ¿cuál es el nivel de adquisición de estas competencias?

Para comprobar qué nivel tienen los alumnos que terminan el grado en Administración y Dirección de Empresas en la Universidad de Sevilla en estas competencias (“Identificar oportunidades”, “Creatividad”, “Visión”, “Autoconocimiento y confianza en sí mismo”, “Motivación y perseverancia”, “Manejar la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo” y “Aprender de la experiencia”), se realizó una encuesta a los que se encuentran en el último curso (cuarto) compuesta por un total de 19 preguntas asociadas a las mismas. La muestra obtenida fue de 50 personas, y se usó una escala likert de rango 1-5, donde 1 significaba “muy poco” y 5 “mucho”, de la cual se obtuvieron los siguientes resultados:

Las preguntas en las que el 50% o más de los encuestados están entre la franja 4 y 5 son las siguientes:

- ¿Crees que serías capaz de mejorar un producto ya existente o crear una mejor solución a un problema?
- ¿Te gusta explorar y experimentar nuevos enfoques de tu entorno?
- ¿Crees que combinando tus conocimientos y recursos podrías crear valor para la sociedad?
- ¿Has reflexionado sobre tus necesidades, aspiraciones y deseos a corto, medio y largo plazo?
- ¿Sabrías identificar tus fortalezas y debilidades?
- Cuando hay contratiempos, incertidumbres o fallas en tu entorno, ¿crees en ti mismo para salir adelante?
- ¿Eres determinante/perseverante a la hora de conseguir tus metas?
- ¿Puedes trabajar bajo presión o con adversidades?
- Antes de tomar una decisión, ¿te planteas todos los escenarios posibles para así reducir tus posibilidades de poder equivocarte?
- ¿Te adaptas rápidamente a los cambios inesperados? ¿Sabrías improvisar decisiones con seguridad?
- ¿Consideras que situaciones con cierta incertidumbre o riesgo a fallar son valiosas experiencias de aprendizaje?
- ¿Sueles aprender de las personas que te rodean?
- ¿Has reflexionado sobre por qué has tenido éxito o fracaso en algún campo de tu vida?

Por otra parte, las preguntas en las que el 50% o más de los encuestados se encontraban entre las franjas 1, 2 y 3 son las siguientes:

- ¿Crees que eres capaz de identificar oportunidades de mercado?

- ¿Sabrías identificar qué necesitas y a qué debes enfrentarte para iniciar un negocio propio?
- ¿Sabrías crear conexiones y reunir los distintos elementos de tu entorno para poder identificar oportunidades de negocio?
- ¿Crees que tienes una visión de futuro realista, o eres capaz de anticiparte a acontecimientos?
- Cuando desees algo, ¿sueles convertir tus visiones en acciones?
- Eres capaz de tomar una decisión aun no teniendo toda la información que desees o no conociendo con certeza el resultado que obtendrás?

A continuación, se analizará con una tabla-resumen los resultados de la encuesta asociados a cada competencia analizada.

1- Identificar oportunidades de mercado

Niveles/Preguntas	¿Crees que eres capaz de identificar oportunidades de mercado?	¿Sabrías identificar qué necesitas y a qué debes enfrentarte para iniciar un negocio propio?	¿Sabrías crear conexiones y reunir los distintos elementos de tu entorno para poder identificar oportunidades de negocio?	MEDIA
1	2%	2%	4%	2'6%
2	14%	24%	36%	24'6%
3	38%	44%	32%	38%
4	42%	20%	24%	28'6%
5	4%	10%	4%	6%

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar, la mayoría de las respuestas asociadas a esta competencia oscilan entre los niveles 3 (38%) y 4 (28'6%), siendo los niveles extremos (1 y 5) los que menos cantidad de alumnos poseen. Esto hace que el nivel de adquisición de esta competencia por parte de los alumnos sea medio-alto.

Aun así, más del 90% de los alumnos se concentran en los niveles 2, 3 y 4, siendo la diferencia máxima entre ellos de menos de 10 puntos porcentuales, lo que deja entrever la diferencia de adquisición de esta competencia entre los alumnos encuestados.

2- Creatividad

Niveles/Preguntas	¿Crees que serías capaz de mejorar un producto ya existente o crear una mejor solución a un problema?	¿Te gusta explorar y experimentar nuevos enfoques o alternativas de tu entorno?	¿Crees que combinando tus conocimientos y recursos podrías crear valor para la sociedad?	MEDIA
1	2%	0%	0%	0'6%
2	16%	14%	8%	12'6%
3	32%	18%	26%	25'3%
4	42%	40%	52%	44'6%
5	8%	28%	14%	16'6%

Fuente: Elaboración propia

En este caso, casi la mitad de los alumnos encuestados (44'6%) se sitúa en el nivel 4, lo que correspondería a un nivel de adquisición alto. Sólo el 16'6% considera que tiene un nivel de creatividad muy alto, frente a la cercana cifra del 13'2% que considera que tiene un nivel bajo o muy bajo.

Al contrario de lo que ocurre en la competencia anterior, sí hay una clara diferencia de aglomeración entre los niveles, destacando notablemente el 4 (alto) con un 44'6% de los encuestados, seguido del 3 (medio) con un 25'3%, habiendo casi 20 puntos porcentuales de diferencia entre ambos.

3- Visión

Niveles/Preguntas	¿Crees que tienes una visión de futuro realista, o eres capaz de anticiparte a acontecimientos?	Cuando deseas algo, ¿sueles convertir tus visiones en acciones?	MEDIA
1	2%	0%	0'6%
2	14%	20%	17%
3	42%	36%	39%
4	24%	32%	28%
5	18%	12%	15%

Fuente: Elaboración propia

En este caso, la mayoría de los encuestados se encuentran entre los niveles 3 (39%) y 4 (28%), por lo que se considera que la adquisición de esta competencia es media-alta. Sólo el 0'6% piensa que posee una capacidad de visión prácticamente nula. En contra, un 15% cree que su capacidad de visión es muy alta.

Aquí, la diferencia de aglomeración entre niveles es media, destacando el nivel 3, pero lejos de estar en mayoría.

4- Autoconocimiento y confianza en sí mismo

Niveles/Preguntas	¿Has reflexionado sobre tus necesidades, aspiraciones y deseos a corto, medio y largo plazo?	¿Sabes identificar tus fortalezas y debilidades?	Cuando hay contratiempos, incertidumbres o fallas en tu entorno, ¿crees en ti mismo para salir adelante?	MEDIA
1	0%	2%	2%	1'3%
2	4%	0%	10%	4'6%
3	10%	16%	20%	15'3%
4	22%	56%	40%	39'3%
5	64%	26%	28%	39'3%

Fuente: Elaboración propia

En esta competencia, casi el 80% de los encuestados se encuentran entre los niveles 4 y 5, distribuidos de forma totalmente equitativa (39'3% cada uno), por lo que consideramos que el nivel de adquisición de esta competencia es alto-muy alto. Sólo el 5'9% considera que su nivel de autoconfianza es bajo o muy bajo.

Aquí, destacamos el curioso caso de que la aglomeración de los niveles 4 y 5 es exactamente la misma, lo que hace ver, de nuevo, una diferencia de nivel de adquisición entre los alumnos de esta competencia.

5- Motivación y perseverancia

Niveles/Preguntas	¿Eres determinante/ perseverante a la hora de conseguir tus metas?	¿Puedes trabajar bajo presión o con adversidades?	MEDIA
1	0%	0%	0%
2	12%	12%	12%
3	28%	18%	23%
4	28%	40%	34%
5	32%	30%	31%

Fuente: Elaboración propia

En esta competencia, la mayoría de los alumnos (más del 60%) se concentran en los niveles 4 y 5, por lo que se podría considerar que su nivel de adquisición es alto-muy alto. Aun así, la aglomeración entre los niveles 3, 4 y 5 es muy parecida, y es donde se concentra casi el 90% de los encuestados. En este caso, ningún alumno considera que tenga un nivel muy bajo de adquisición.

Esta aglomeración similar o cercana entre los niveles medios y superiores deja, de nuevo, ver las diferencias en la adquisición de esta competencia entre los alumnos encuestados.

6- Manejar la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo

Niveles/Preguntas	¿Eres capaz de tomar una decisión aun no teniendo toda la información que deseas o no conociendo con certeza el resultado que obtendrás?	Antes de tomar una decisión, ¿te planteas todos los escenarios posibles para así reducir tus posibilidades de poder equivocarte?	¿Te adaptas rápidamente a cambios inesperados? ¿Sabrías improvisar decisiones con seguridad?	MEDIA
1	0%	0%	0%	0%
2	16%	10%	14%	13'3%
3	42%	22%	24%	29'3%
4	30%	38%	48%	38'6%
5	12%	30%	14%	18'6%

Fuente: Elaboración propia

En este caso, la mayoría de los encuestados se encuentran, de nuevo, entre los niveles 3, 4 y 5, destacando entre ellos el 4 con casi un 40% de los encuestados. Aunque en este caso sí hay más diferencia de aglomeración entre los niveles destacados que en la competencia anterior, ninguno llega por sí solo a la mayoría simple, lo que vuelve a dejar ver la diferencias entre los alumnos con respecto a la adquisición de esta competencia.

Al igual que ocurría en el caso anterior, ningún alumno encuestado considera que tiene un nivel muy bajo o nulo de adquisición en su forma de manejar la incertidumbre, la ambigüedad o el riesgo, aunque una cantidad poco despreciable (13'3%) sí considera que su nivel es bajo.

7- Aprender de la experiencia

Niveles/Preguntas	¿Consideras que situaciones con cierta incertidumbre o riesgo a fallar son valiosas experiencias de aprendizaje?	¿Sueles aprender de las personas que te rodean?	¿Has reflexionado sobre por qué has tenido éxito o fracaso en algún campo de tu vida?	MEDIA
1	0%	2%	0%	0'6%
2	2%	2%	2%	2%
3	14%	12%	12%	12'6%
4	44%	28%	38%	36'6%
5	40%	56%	48%	48%

Fuente: Elaboración propia

En esta competencia, nos encontramos con el curioso resultado de que casi el 50% de los encuestados se encuentra en el nivel 5, es decir, su nivel de adquisición en esta competencia es muy alto. Más del 80% de los encuestados se encuentran distribuidos

entre los niveles 4 y 5, cosa que no había ocurrido con ninguna competencia analizada hasta ahora. Sólo un 0'6% considera que su nivel de aprendizaje de la experiencia es muy bajo o nulo, lo que se podría considerar un valor prácticamente residual.

Debido a la peculiar aglomeración que poseen los niveles en esta competencia, podemos decir que, de las 7 analizadas en total, es en la que mejor se desenvuelven los alumnos encuestados.

En el anexo 1 de este documento se adjuntan las gráficas asociadas a los resultados de la encuesta realizada.

3.2. Análisis de los resultados.

Tras la observación de los datos obtenidos en la encuesta, podemos establecer una serie de conclusiones con respecto a los mismos.

Teniendo en cuenta la aglomeración de las respuestas de los distintos niveles de la escala Likert, en la cual el rango de valores era del 1 al 5, en la que 1 significaba “muy poco/nulo” y 5 “mucho”, se puede establecer un orden de nivel de adquisición para las competencias estudiadas. Así, según la aglomeración en los distintos rangos de cada competencia, se asoció un nivel de cualificación descrito en los comentarios sobre las tablas anteriormente presentadas (muy bajo, bajo, medio, alto y muy alto), el cual está asociado al rango de la escala Likert usada. A partir de aquí, podemos establecer un orden de las competencias estudiadas para saber cuál de ellas es la que ha sido mejor adquirida por los alumnos, frente a la que peor se desenvuelven.

Con esto, el orden, de competencia mejor asimilada a peor, sería el siguiente:

- 1- Aprender de la experiencia.
- 2- Autoconocimiento y confianza en sí mismo.
- 3- Motivación y perseverancia.
- 4- Creatividad.
- 5- Manejar la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo.
- 6- Visión.
- 7- Identificar oportunidades de mercado.

Así, identificar oportunidades de mercado, junto con la visión y manejar la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo son las competencias en las que los alumnos se auto-perciben con más carencias, mientras que aprender de la experiencia, el autoconocimiento y confianza en ellos mismos y la motivación y perseverancia son, en ese orden, en las que creen estar más capacitados.

CAPÍTULO 4

CONCLUSIONES GENERALES

4. Conclusiones generales.

Tras el estudio tanto teórico como empírico del entorno emprendedor, su concepto y su aplicación en el ámbito universitario, podemos extraer una serie de conclusiones, que son las que se exponen a continuación.

En España, la mayoría de las personas emprendedoras en etapa inicial lo hacen con la intención de *“crear riqueza o una renta muy alta”*, seguido de *“marcar una diferencia en el mundo”*. Prácticamente la mitad de los emprendedores que se encuentran en las fases iniciales de un proyecto emprendedor se sentían identificados con estos motivos. En cuanto a los emprendedores consolidados, la principal motivación es *“ganarse la vida porque el trabajo escasea”*, por lo que, comparando las motivaciones en cada etapa, se puede ver una notoria diferencia entre ellas, concluyendo que, conforme la persona va avanzando en su proyecto emprendedor, su percepción de él va cambiando hasta convertirse prácticamente en *“conseguir subsistir”*.

Por otro lado, la percepción que tiene la población española sobre sí misma en cuanto a su capacidad para emprender tiende a ser baja. Más de la mitad de la población que nunca se ha involucrado en un proyecto emprendedor piensa que no tiene ni los conocimientos ni las habilidades necesarias para hacerlo, ni tampoco conoce a ninguna persona que haya emprendido en los últimos años.

La edad media de una persona emprendedora en España, independientemente de la fase en la que se encuentre, oscila entre los 37 y los 50 años, por lo que el perfil de emprendedor no se identificaría con alguien joven, considerando como tal a una persona menor de 35 años. Así, cuanto más edad tenga una persona, más probabilidades existen de que se involucre en una etapa más avanzada (consolidada) de un proyecto emprendedor.

Todos estos factores hacen que la universidad tenga un papel clave y muy necesario para que la personalidad emprendedora sea promovida entre los jóvenes, proporcionándoles los conocimientos y habilidades necesarias para ello (principal causa por las que las personas que nunca han emprendido no dan el paso), y, como resultado, haciendo que se involucren en proyectos emprendedores antes de la edad media obtenida en los estudios anteriormente citados, aumentando la TEA nacional.

Pero estas competencias asociadas al emprendimiento no son solo útiles en su campo. Dada la volatilidad y los cambios acelerados del mercado laboral actual, las habilidades necesarias para permanecer en él son similares a las que se necesitan para llevar a cabo un negocio propio. Por ello, la formación basada en competencias asociadas al emprendimiento también es aplicable y constructiva para el ámbito laboral o profesional.

En cuanto a la determinación de estas competencias, la Unión Europea creó Entrecomp, un documento donde se recogen 3 grupos de 5 competencias cada uno, es decir, se establece 15 competencias básicas emprendedoras en total, que sirve para sentar las bases de una formación orientada al emprendimiento. Al comparar las competencias que se proporcionan en el grado en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad de Sevilla con las establecidas en Entrecomp, obtenemos como resultado que, de las 58 competencias establecidas en total en GADE, hay 7

competencias de Entrecomp que no tienen asociación directa con ninguna, obviando las competencias “G26: *Fomentar el espíritu emprendedor*” y “E25: *Comprender los procesos de aparición, innovación y desarrollo de la empresa y fomento del espíritu emprendedor, así como la ética empresarial*”. Podemos considerar que estas 7 competencias de Entrecomp están incluidas aquí, pero dada la generalidad con la que se abarca el concepto de estas competencias, no están claros los pasos a seguir ni las herramientas que se usarán para que los alumnos las adquieran, por lo que quedan limitadas a los criterios del profesor pertinente.

Tras realizar la encuesta para medir el nivel de adquisición de estas competencias en los alumnos de GADE en la Universidad de Sevilla, se pudo percibir el grado de desigualdad en la asimilación algunas de ellas, debido a una aglomeración similar de respuestas principalmente en los niveles 3, 4 y 5 de la escala Likert que se estableció para ello. El nivel de adquisición general de estas 7 competencias es entre medio y muy alto, pudiéndose establecer un orden en el nivel de adquisición que, ordenado de mayor a menor, es el siguiente:

- 1- Aprender de la experiencia.
- 2- Autoconocimiento y confianza en sí mismo.
- 3- Motivación y perseverancia.
- 4- Creatividad.
- 5- Manejar la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo.
- 6- Visión.
- 7- Identificar oportunidades de mercado.

La competencia con mayor nivel de adquisición es “aprender de la experiencia”, mientras que la que posee un menor nivel de adquisición es “identificar oportunidades de mercado”.

Esta última competencia va unida al hecho de que, según el informe GEM 2019, menos del 40% de la población española, incluyendo tanto población involucrada en un proyecto emprendedor como no involucrada, piensa que existen oportunidades para emprender los próximos seis meses, o, dicho de otro modo, el 60% de la población no es capaz de identificar una oportunidad de negocio que se pueda dar a corto plazo en España.

Por tanto, la competencia que más se debe trabajar en el ámbito universitario para que tenga repercusión en el entorno emprendedor español es la identificación de oportunidades de negocio, seguido de la visión y del manejo de la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo.

Bibliografía

- Acevedo, M. A. R. (2017). La Importancia del emprendimiento estudiantil universitario. *Negocios, Emprendimiento e Innovación*, 1(1), 96-98.
- Baena-Luna, P., García-Río, E., & Monge-Agüero, M. (2020). Entrecomp: marco competencial para el emprendimiento. Una revisión sistemática de la literatura sobre su uso y aplicación. *Información tecnológica*, 31(2), 163-172.
- Congote, J. D. E. (2010). El emprendimiento y el bien común: ¿competencias complementarias o excluyentes?. *Educación y educadores*, 13(1), 4.
- Espejo, I. G., & Pascual, M. I. (2006). Competencias para el empleo. Demandas de las empresas y medición de los desajustes. *Revista internacional de sociología*, 64(43), 139-168.
- Fonseca, P. E. C. (2018). Importancia del emprendimiento en el ámbito educativo. *Letras ConCiencia Tecnológica*, 50-59.
- García, J. C. S., Caggiano, V., & Sánchez, B. H. (2011). Competencias emprendedoras en la educación universitaria. *International Journal of Developmental and Educational Psychology: INFAD. Revista de Psicología*, 3(1), 19-28.
- Guerrero, M., & Urbano, D. (2017). Emprendimiento e innovación: realidades y retos de las universidades españolas. *Economía industrial*, (404), 21-30.
- Informe GEM España 2019-2020 (Vol. 244).
- Informe GUESSS España 2018.
- Marco Europeo para las Competencias Emprendedoras (EntreComp) (2016).
- Mesa Arzola, L. M. (2020). Emprendimiento en España. Diagnóstico desde la perspectiva universitaria.

Monjarás, L. M. Q., Landeta, J. M. I., & Rojas, L. R. (2010). Factores endógenos y exógenos de mujeres y hombres emprendedores de España, Estados Unidos y México. *Investigación y Ciencia*, 18(46), 57-63.

Moreno, J. A. V. (2015). El emprendimiento empresarial: La Importancia de ser emprendedor. IT Campus Academy.

Ovalles-Toledo, L. V., Freites, Z. M., Urbina, M. Á. O., & Guerra, H. S. (2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(81), 217-234.

Pérez, L., Nina, D., & Erazo, N. (2020). LOS DETERMINANTES DEL EMPRENDIMIENTO. UNA APROXIMACIÓN TEÓRICA Y SUS APLICACIONES. *Revista Inclusiones*, 20-33.

Prados, M. Á. H., Muñoz, J. S. Á., & Moreno, C. Q. JÓVENES, EMPRENDIMIENTO Y UNIVERSIDAD.

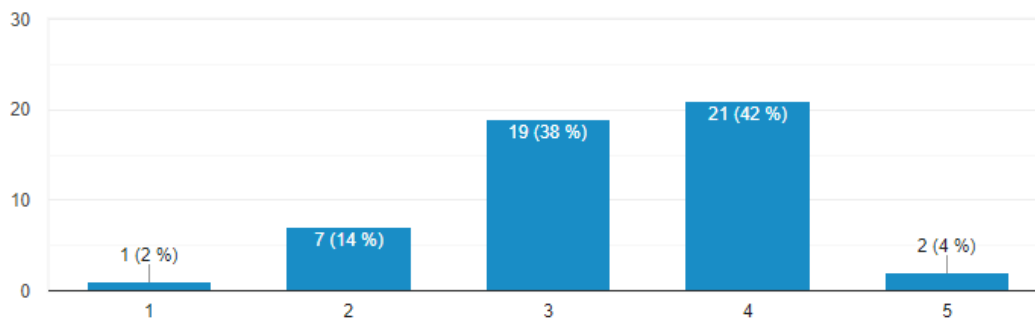
Torres, C. T. (2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades. *Estudios gerenciales*, 26(117), 41-60.

Anexos

Anexo 1- Gráficas asociadas a la encuesta realizada a los alumnos.

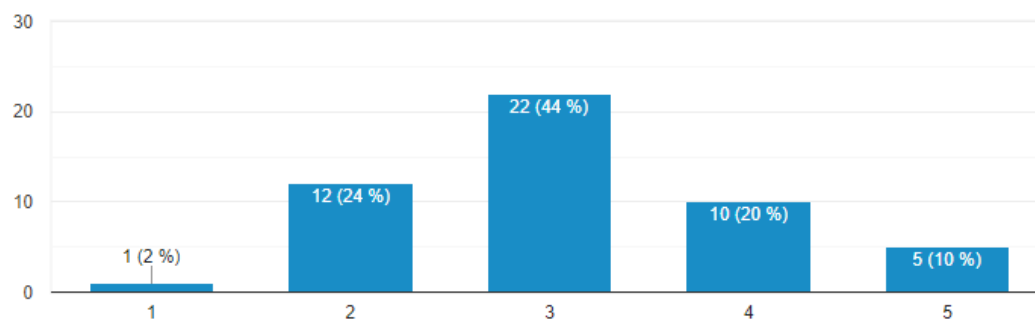
¿Crees que eres capaz de identificar oportunidades de mercado?

50 respuestas



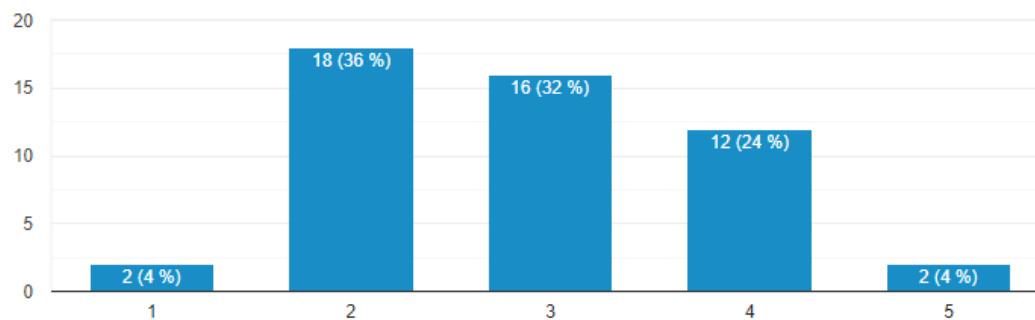
¿Sabrías identificar qué necesitas y a qué debes enfrentarte para iniciar un negocio propio?

50 respuestas



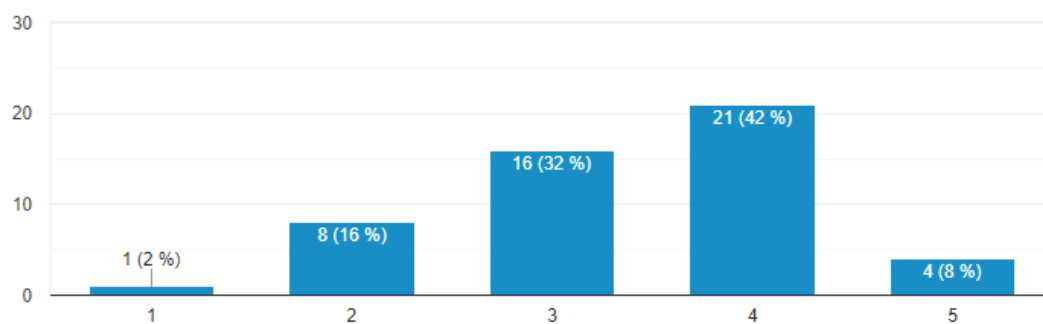
¿Sabrías crear conexiones y reunir los distintos elementos de tu entorno para poder identificar oportunidades de negocio?

50 respuestas



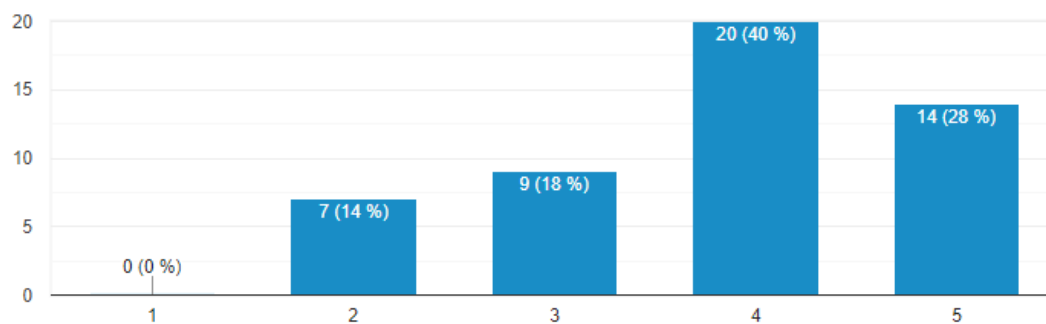
¿Crees que serías capaz de mejorar un producto ya existente o crear una mejor solución a un problema?

50 respuestas



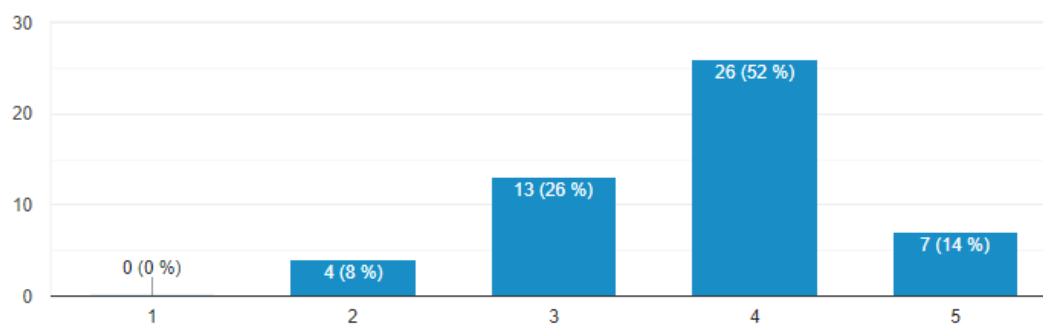
¿Te gusta explorar y experimentar nuevos enfoques o alternativas de tu entorno?

50 respuestas



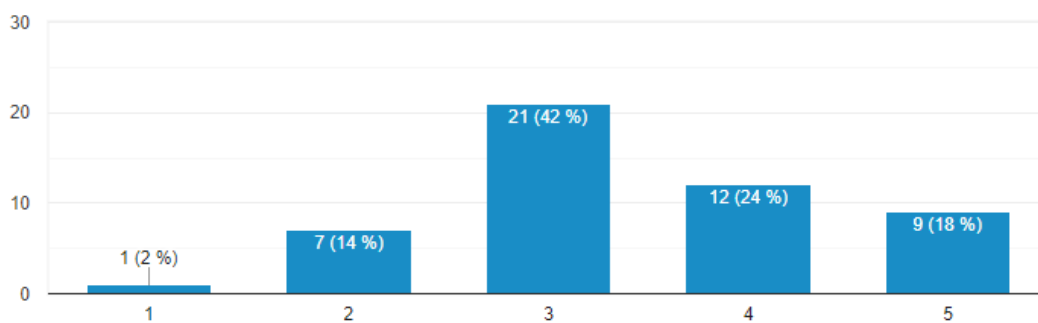
¿Crees que combinando tus conocimientos y recursos podrías crear valor para la sociedad?

50 respuestas



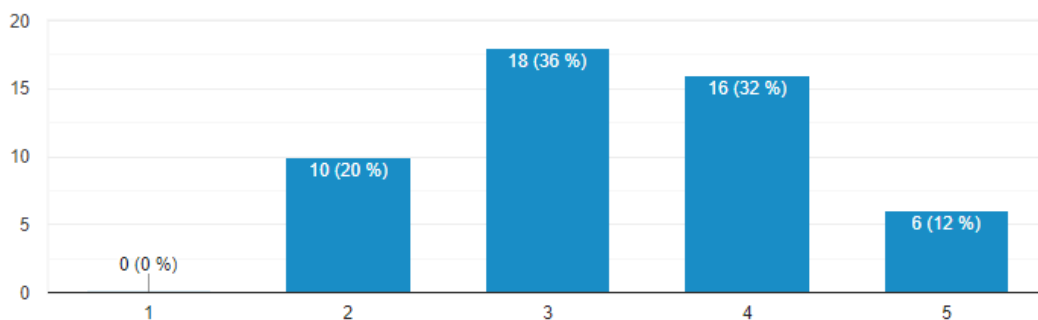
¿Crees que tienes una visión de futuro realista, o eres capaz de anticiparte a acontecimientos?

50 respuestas



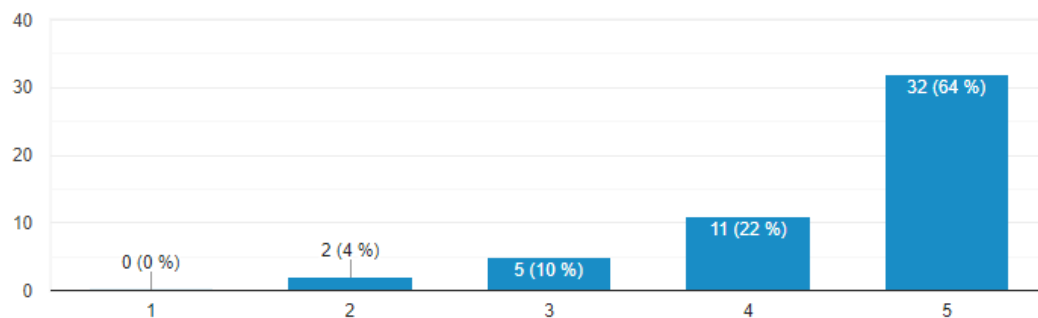
Cuando deseas algo, ¿sueles convertir tus visiones en acciones?

50 respuestas



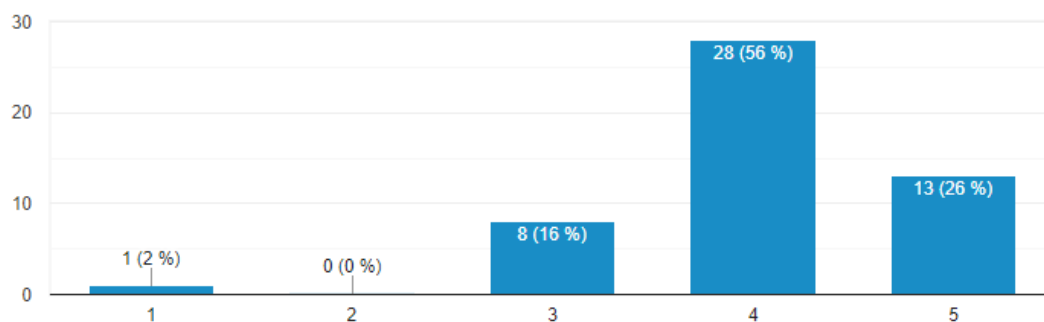
¿Has reflexionado sobre tus necesidades, aspiraciones y deseos a corto, medio y largo plazo?

50 respuestas



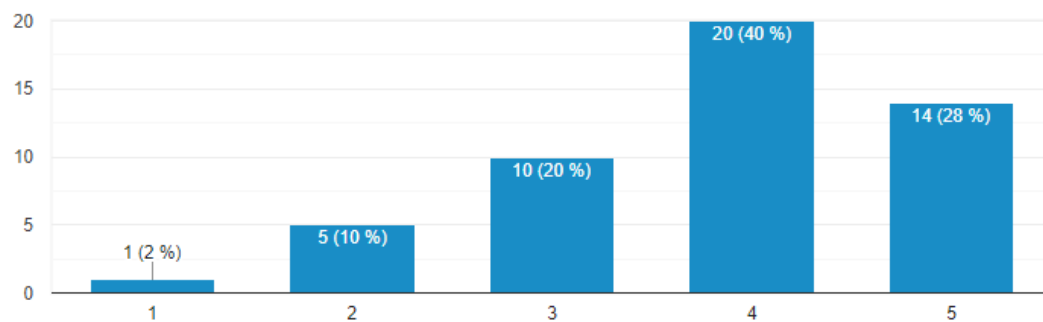
¿Sabrías identificar tus fortalezas y debilidades?

50 respuestas



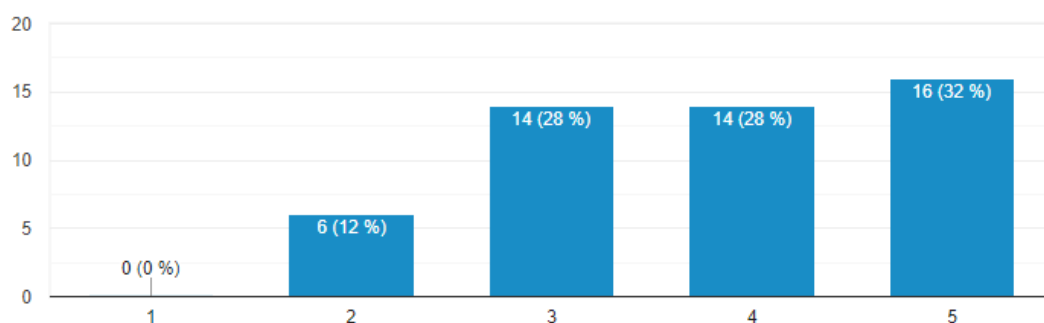
Cuando hay contratiempos, incertidumbres o fallas en tu entorno, ¿crees en ti mismo para salir adelante?

50 respuestas



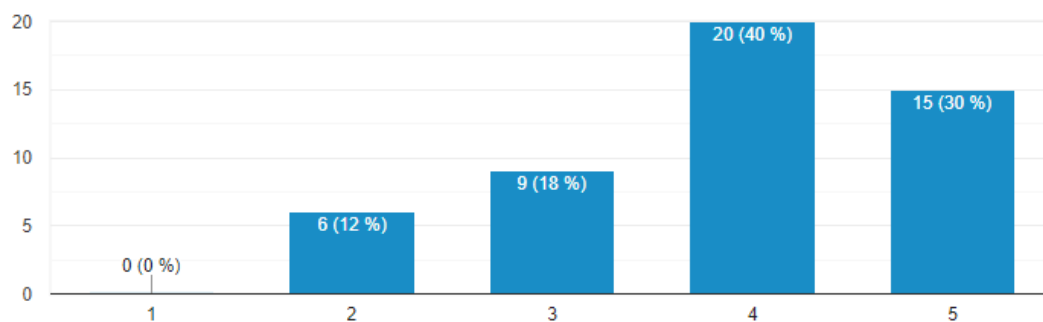
¿Eres determinante/perseverante a la hora de conseguir tus metas?

50 respuestas



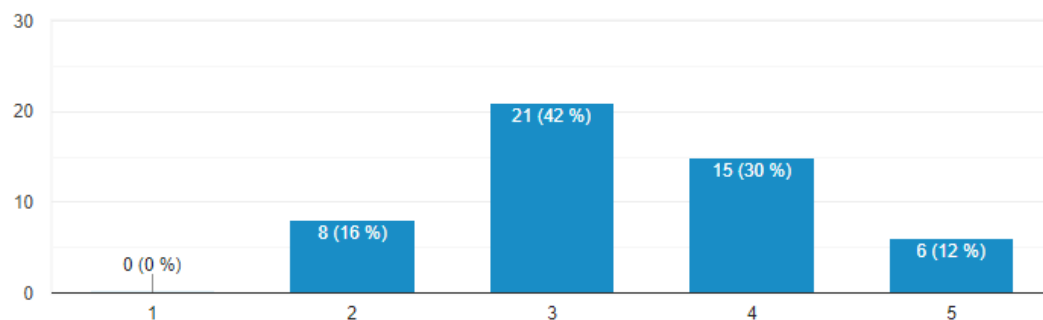
¿Puedes trabajar bajo presión o con adversidades?

50 respuestas



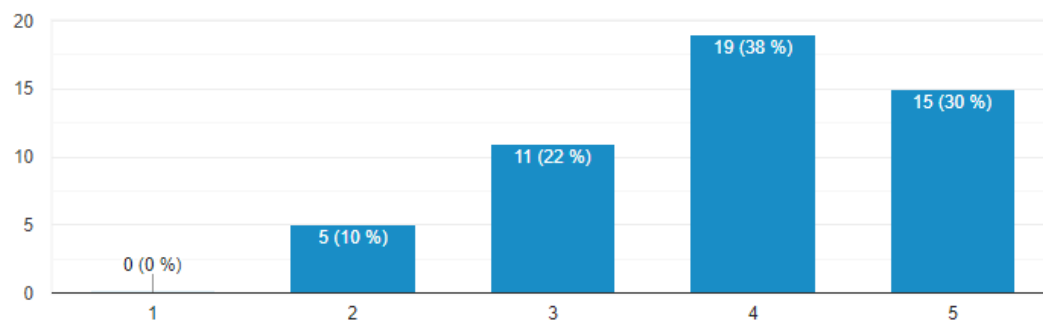
¿Eres capaz de tomar una decisión aun no teniendo toda la información que deseas o no conociendo con certeza el resultado que obtendrás?

50 respuestas



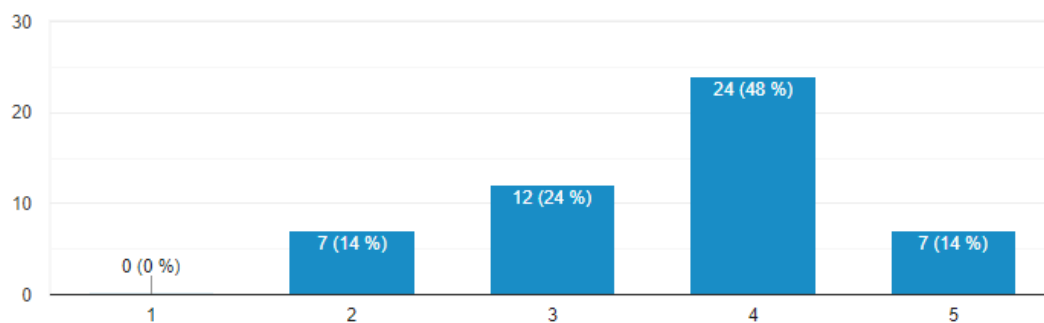
Antes de tomar una decisión, ¿te planteas todos los escenarios posibles para así reducir tus posibilidades de poder equivocarte?

50 respuestas



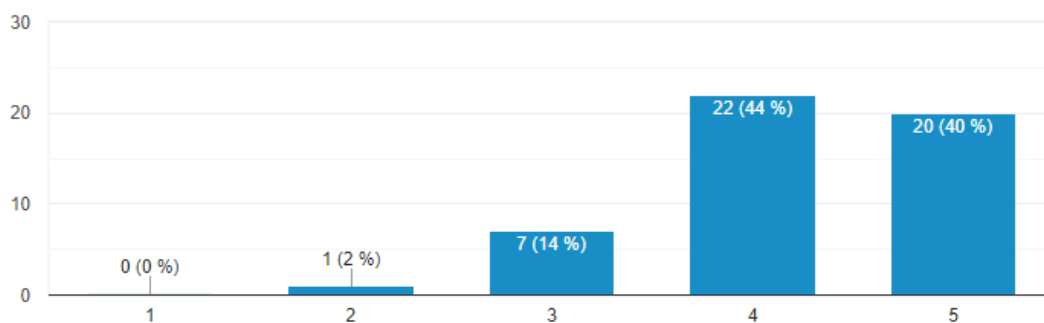
¿Te adaptas rápidamente a los cambios inesperados? ¿Sabrías improvisar decisiones con seguridad?

50 respuestas



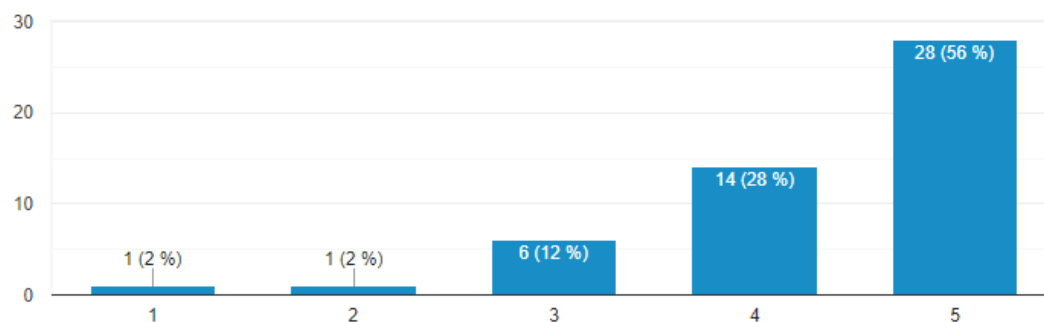
¿Consideras que situaciones con cierta incertidumbre o riesgo a fallar son valiosas experiencias de aprendizaje?

50 respuestas



¿Sueles aprender de las personas que te rodean?

50 respuestas



¿Has reflexionado sobre por qué has tenido éxito o fracaso en algún campo de tu vida?

50 respuestas

