

EL EMPRENDIMIENTO COMO PROPUESTA DE CAMBIO Y HERRAMIENTA CLAVE PARA ACERCAR LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA A LA REALIDAD SOCIAL DEL MERCADO LABORAL*

Presentación A. Caballero-García^{a1}, Esmeralda Guillén Tortajada^a y M^a Pilar Jiménez Martínez^a

^a *Facultad de Educación, Universidad Camilo José Cela, C/ Castillo de Alarcón, 49. Urb. Villafranca del Castillo. 28692, Madrid, España*

Resumen:

La discusión relativa a si la formación universitaria prepara para la realidad del mercado laboral, siempre ha despertado gran interés en nuestra sociedad y es una necesidad sin resolver en la actualidad. A pesar de los cambios que ha traído consigo la convergencia europea a la Universidad española, la formación de nuestros estudiantes sigue careciendo de las herramientas que les demanda la sociedad del siglo XXI y el mundo empresarial. El espíritu emprendedor transmitido por los docentes en las aulas, respondería a esa necesidad y ayudaría a ese acercamiento al mundo laboral de los estudiantes universitarios que tanto se demanda. Pero la capacidad emprendedora ¿es enseñable? ¿Se puede evaluar? La revisión de la literatura más reciente es ambigua respecto a qué evaluar (actitud, valor, competencia, habilidad, rasgo de personalidad, intención), y eso dificulta el diseño de planes efectivos de desarrollo del emprendimiento entre nuestro alumnado. El trabajo que presentamos se posiciona razonadamente en el aspecto a medir y plantea una propuesta de innovación dirigida a fomentar en los alumnos universitarios las competencias emprendedoras, y junto a ellas, la inteligencia emocional, la felicidad y la creatividad como elementos facilitadores del rendimiento académico y herramientas clave para su incorporación al mercado laboral.

Palabras clave: *Emprendimiento; inteligencia emocional; rendimiento académico; formación universitaria y acceso al mercado laboral.*

* Trabajo desarrollado por el GdI ASE, dentro del Proyecto I+D titulado HACKER & HAPPY. Originales, Audaces e inteligentes, N° expediente: 2015-22, financiado por la Universidad Camilo José Cela, en su IV Convocatoria de Ayudas a la Investigación.

(1) Autor para correspondencia: Presentación A. Caballero-García
Correo electrónico: pcaballero@ucjc.edu

Abstract:

The discussion on the potential role of Higher education to prepare for the labour market has always given a great interest in our society and it is an unresolved need today. Despite of the changes promoted by the European convergence process to the Spanish universities, the student training still lacks the skills demanded by the 21st century society and the business world. The entrepreneurial spirit transmitted by the teachers in the classrooms would respond to this social necessity and would help to introduce university students to the working world that is in a high demand nowadays. But is the entrepreneurial capacity teachable? Can it be evaluated? The review of the most recent literature is ambiguous about its evaluation (attitude, value, competence, ability, personality trait, intention), and this difficulties an effective design about entrepreneurship development plans among our students. The work we present is reasonably positioned in the aspect to be measured and offers a proposal for innovation aimed to encourage the entrepreneurial competences in the university students, and taken together, the emotional intelligence, happiness and creativity as facilitator elements for a higher academic performance and as key tools for their incorporation into the labour market.

Keywords: *Entrepreneurship; emotional intelligence; academic achievement; university education and labour market.*

1. INTRODUCCIÓN

La sociedad actual sigue reclamando cambios en el contexto educativo y formadores que preparen a los alumnos universitarios para la realidad profesional exigida en el mercado laboral que les espera fuera del mundo académico (Torres y Quintero, 2016; Uribe Orellana, 2015; Ventura, 2005).

En ese proceso de transformación del proceso de enseñanza aprendizaje, en el que estamos inmersos desde que en el año 2009 la Universidad Española asumiera el proceso de convergencia europea, se hace necesario, más que nunca, incluir competencias que acerquen a los estudiantes a la realidad del mundo laboral. Esta transformación afecta a qué enseñamos, a cómo lo enseñamos, a los valores que

queremos transmitir conjuntamente con los contenidos académicos, a cómo aprenden nuestros alumnos universitarios y a cómo son evaluados. Estos cambios tienen que tener un reflejo visible en la Universidad como institución encargada de formar a los nuevos ciudadanos. Pero, estos cambios ¿son reales y visibles? ¿En qué medida están afectando a la calidad de la formación que reciben nuestros alumnos? El profesorado ¿tiene la actitud y está realmente preparado para esta nueva forma de enseñar? Lo que enseña ¿se está ajustando a las nuevas necesidades?

En particular, la demanda al profesorado de acciones que faciliten el rendimiento académico de los alumnos y les proporcionen herramientas que le ayuden a su incorporación al mundo laboral, se ha visto incrementada en los últimos años (Lucas, 2007).

Nuestra propuesta parte de la importancia que tiene en estos nuevos ajustes, fomentar recursos como la inteligencia emocional, la felicidad y la creatividad, junto con las competencias emprendedoras en las aulas universitarias. Las preguntas que pueden surgirnos ahora son ¿estos aspectos son enseñables? ¿Resultan verdaderamente útiles para satisfacer estas necesidades? Si no están suficientemente expresos en nuestros planes de estudios, ¿cómo podemos incorporarlos al currículum académico y convertirlos en una realidad habitual de nuestra práctica diaria?

A lo largo de la historia, diferentes maestros congenian en esa idea afirmativa. Grandes expertos han considerado, como Vigotsky en 1981, que la creatividad existe potencialmente en todos los seres humanos, es susceptible de desarrollar, o sea, no es privativa de los genios, sino que está presente en cualquier ser humano que imagine, transforme o cree algo, por insignificante que sea, en comparación con las grandes personalidades creativas de la historia (citado por Peñaherrera y Cobos, 2012).

Por otro lado, en el contexto de la educación superior, la felicidad, denominada también como bienestar subjetivo, ha sido asociada positivamente a la productividad de profesores universitarios (Fredman y Doughney, 2012), al éxito académico de sus estudiantes (Heikkila, Lonka, Niemen y Niemivirta, 2012), y la permanencia de estos últimos en los primeros años de estudio (González, Castro y Martín, 2011).

Esto apoya la idea de que el desempeño académico del estudiante es producto tanto de sus conocimientos y habilidades, como de su estado de bienestar (Muñoz, Zueck, Gastelum y Guedea, 2012). La importancia de tener en cuenta el estado de bienestar de nuestros estudiantes y de fomentarlo en las actividades del aula se ve apoyada por numerosos autores, como Velásquez et al. (2008), quienes afirman que las condiciones que producen la sensación subjetiva de bienestar proveen un contexto propicio para llevar a cabo tareas lectivas, logrando así rendimientos académicos más favorables.

La educación superior se enfrenta, por tanto, a un gran desafío, potenciar la felicidad en los alumnos dentro de las aulas universitarias, buscando las mejores herramientas para poder realizarlo (Ramírez y Fuentes, 2013).

Otros autores establecen, como Damasio en 1994, que la inteligencia emocional no es sólo ser conscientes de nuestras emociones, sino asumir que éstas a su vez actúan sobre nuestros pensamientos y nuestro modo de procesar la información de manera funcional. Las emociones sirven para modelar y mejorar el pensamiento al dirigir nuestra atención hacia la información significativa de modo más rápido. Además, las emociones facilitan el cambio de perspectiva, la formación de juicios y la consideración de nuevos puntos de vista de los problemas, debido a las continuas fluctuaciones emocionales. Por ejemplo, ser capaz de anticipar cómo uno se sentiría si cierto acontecimiento sucediera, puede ayudar a elegir decisiones acertadas en el momento oportuno (citado por Extremera y Fernández Berrocal, 2003). Lo que, sin duda alguna, beneficia a la hora de acercar a nuestros alumnos a lograr sus metas profesionales.

Recientes estudios como los de Hatten (1993), Laukkanen (2000), Martínez Méndez (2007) y Uribe Toril, Valenciano, y Bonilla (2013), entre otros, defienden que el espíritu emprendedor es enseñable, y señalan la importancia de incluirlo en las aulas. Por lo que queda en manos de los educadores el hecho de alimentar y avivar dichas destrezas. En esta línea, Martínez Méndez (2007) afirma que la educación puede contribuir a impulsar el espíritu emprendedor fomentando una actitud favorable hacia él, aumentando la sensibilización hacia las salidas profesionales como empresario o trabajador por cuenta propia, y proporcionando las competencias empresariales necesarias para este fin. Uribe Toril et al. (2013), por su parte, añaden que “las cualidades personales pertinentes para el espíritu empresarial, como la creatividad, la capacidad de iniciativa y el sentido común, pueden ser útiles para todos, tanto en la actividad laboral como en la vida cotidiana” (p. 653).

Para las Universidades, el hecho de formar emprendedores es considerado un motor de desarrollo (Laukkanen, 2000). La educación tiene, por ende, una responsabilidad central en la identificación y el desarrollo de las personas que puedan ser emprendedoras (Hatten, 1993). Nuestra postura pasa por defender programas en esta línea. Pero no podemos trabajar el emprendimiento en el aula universitaria sin medirlo. Llegados a este punto, nuestro centro de análisis se desplaza a estudiar ¿cómo se ha medido el emprendimiento? ¿Qué programas de intervención se han desarrollado con estudiantes universitarios? ¿Cuáles son los más eficaces?

A la hora de evaluar el emprendimiento, la revisión de la literatura más reciente es ambigua respecto a qué evaluar (actitud, valor, competencia, habilidad, rasgo de personalidad, intención) y eso dificulta el diseño de planes efectivos de desarrollo del emprendimiento entre nuestros alumnos. El trabajo que presentamos se posiciona razonadamente en el aspecto a medir y presenta una propuesta de innovación dirigida a fomentar en los alumnos universitarios las competencias emprendedoras, y junto a ellas, la inteligencia emocional, la felicidad y la creatividad como elementos facilitadores del rendimiento académico y herramientas clave para su incorporación al mercado laboral.

2. EL EMPRENDIMIENTO, UNA NECESIDAD SOCIAL Y EDUCATIVA

El emprendimiento es un buen medio para generar riqueza y crear empleo debido a la creciente globalización (Minniti, 2012). Está claro que las sociedades actuales en un mundo globalizado necesitan de emprendedores, pero sobre todo, emprendedores internos o intraemprendedores, ya que es una de las actividades menos fomentadas –al menos en España- (Escat y Romo, 2015). Estos intraemprendedores revolucionan las organizaciones, y no sólo por las ideas y proyectos que promueven. Dentro de las propias compañías, los intraemprendedores se revelan también como agentes de cambio. La renovación que provocan sus ideas y proyectos tiene un efecto transformador (Fernández, 2013).

Recientes meta-análisis han encontrado efectos positivos de la educación empresarial en bienes de capital humano y los resultados de emprendimiento (Bae, Qian, Miao y Fiet, 2014). Sin embargo, reportan una considerable heterogeneidad en los resultados anteriores e interpretan esto como un signo de posibles moderadores (Gonzales, 2017).

La educación para el emprendimiento tiene en cuenta en qué medida son incorporados a los sistemas educacionales y de capacitación, el conocimiento, las destrezas y habilidades para crear o dirigir negocios pequeños, nuevos o en crecimiento (León y Barrera, 2017). Por eso, es importante un movimiento científico e investigador que procure generar y promover iniciativas, para que entren en

escena personas creativas y se sumen a los empresarios existentes con sentido de pertenencia al sector del autoempleo, además de estar comprometidos con la profesionalización de su empresa en el área que desempeñe su labor productiva. En este sentido, el nuevo empresario actuaría como un instrumento para dinamizar las economías y promover la flexibilidad del tejido productivo a través de la creatividad, la innovación, etc., y junto con otras políticas de fortalecimiento económico, generaría un cambio estructural en la economía local, regional y nacional (Peñaherrera y Cobos, 2012). Todo ello, sin duda alguna, apoyaría la creación de una sociedad más predispuesta a emprender, más creativa, con un mayor dominio de sus emociones y, por lo tanto, con un mayor estado de bienestar.

3. EMPRENDIMIENTO: DELIMITACIÓN CONCEPTUAL Y CONSIDERACIONES EVALUATIVAS

En los últimos años, la Unión Europea ha venido considerando que el fomento del espíritu emprendedor es clave en la creación de empleo, en la mejora de la competitividad y el crecimiento económico. Por ello, ha instado a los Estados miembros a fomentar las actitudes empresariales desde la escuela, pidiéndoles iniciativas para promover la cultura empresarial desde los sistemas educativos. Ya en el Consejo Europeo de Lisboa de marzo de 2000, se definía la educación en el espíritu emprendedor como el motor para una cultura empresarial más dinámica. Un año después, el Consejo de Ministros de Educación de la Unión Europea, celebrado en febrero de 2001, señalaba entre los objetivos futuros de los sistemas educativos, el refuerzo de los vínculos entre instituciones educativas y empresas, así como el desarrollo del espíritu de empresa en la educación y en la formación (citado por Fernández y Reyes, 2016).

Para la Comisión Europea (2008) el emprendimiento es la capacidad de transformar las ideas en acción. Se considera una competencia transversal y clave para todos los seres humanos, útil en todos los ámbitos de la vida, tanto personal, social como profesional (Comisión Europea, 2016). En concreto, el Libro Verde de dicha Comisión, define el emprendimiento como un modelo mental y el proceso de crear y desarrollar una actividad económica combinando con cierto talante gerencial, y riesgo con creatividad y/o innovación, bien sea, en una organización nueva o en una ya existente. Dicho modelo ha estado vinculado con riqueza, empresa, cambio, empleo, valor, crecimiento, pero posiblemente, la perspectiva más asociada ha sido la de innovación (citado por Toca, 2010). Este vínculo con la

innovación es otra de las razones que nos ayudan a defender el interés por trabajar la competencia emprendedora en nuestra práctica universitaria.

Si este es nuestro reto, tendremos que tener en cuenta que el diseño de planes de actuación en las aulas, efectivos para el desarrollo de las destrezas del emprendedor en nuestros alumnos es complejo puesto que, a pesar del intento de unificar los criterios respecto a qué evaluar, los autores de los estudios más recientes tienen división de opiniones, que dificultan la medida de esta variable y la estimación de su desarrollo cuando se diseñan programas de intervención.

Históricamente el término *entrepreneur* tiene su origen en Francia, data del siglo XVII, y se traduce literalmente como “encargarse de” (Jennings, 1994). Sin embargo, la definición de la palabra *entrepreneur* o emprendedor, tal como la conocemos en castellano actualmente, se remonta a finales del siglo XX; fecha en que se hace popular y se inicia el interés en el estudio del concepto, sus significados y, en particular, sus características distintivas. En estos tiempos, el concepto de emprender ha adquirido múltiples significados, muchos de los cuales han sido adecuados dependiendo del contexto en el que se han utilizado (Alcaraz, 2011).

Etimológicamente la palabra emprendedor deriva del vocablo latino *prenderé*, que significa “acometer” e “intentar” y se utilizó para referirse a los pioneros de proyectos que decidían correr riesgos o lanzarse a una aventura (Orrego, 2008). En este sentido, hay quien afirma que el vocablo emprendedor tiene origen francés y se refiere a quien asume riesgos, persigue algún beneficio y trabaja individual o colectivamente (Bruneau y Machado, 2006).

Otros autores definen emprender como la capacidad para utilizar adecuadamente los recursos disponibles (Drucker, 1989). También hay posturas, como la de Finley (1990), que describen al emprendedor como aquel que se aventura en una nueva actividad de negocios, o como la de Harper (1991), que lo identifican como una persona capaz de detectar oportunidades y con las habilidades necesarias para desarrollar, a partir de ellas, una nueva forma de manejar problemas de negocios.

Pero son autores como Siropolis (1990), Longenecker, Moore y Petty (1994) quienes dan un nuevo significado al término emprendedor, definiendo así a la persona que hace negocios exitosos y desarrolla nuevas ideas o nuevas formas de enfocar el mercado, posee aptitud para innovar y disposición para asumir el riesgo. En este sentido, Toca (2010) añade que el emprendedor “innova, identifica y crea oportunidades; establece y coordina nuevas combinaciones de recursos; y concibe

nuevas formas de hacer las cosas” (p.49). Los economistas, por su parte, enriquecieron el término hasta llegar a identificarlo con la innovación constante.

Otros autores como Ronstadt (1985), señalan que emprender denota más un perfil, un conjunto de características que motivan a la acción a una persona de una manera determinada y que, de ese modo, muestra competencias para visualizar, definir y alcanzar objetivos. Varela y Bedoya (2006), coinciden en la idea de que el emprendedor tiene unos rasgos de personalidad definibles, observables y medibles y unas características comunes. Lanzas, Lanzas y Lanzas (2009) las definen como: “Un conjunto de atributos (motivaciones, actitudes, valores, autoconceptos, conocimientos y habilidades) de la persona que (...) están causalmente vinculados con un desempeño superior en la acción empresarial” (p.270). Nos referimos a un comportamiento individual y colectivo, que implica atributos y competencias básicas y algunas extraordinarias que viabilizan la posibilidad de la acción por emprender (Guerrero, Urbano, Ramos, Ruiz-Navarro, Neira y Fernández-Laviada, 2008).

García-Gutiérrez y Fernández Guadaño (2005) describen el emprendimiento como una capacidad para realizar proyectos de acción en un entorno de oportunidades identificadas, con la suficiente determinación para organizar los medios y recursos para aplicarlo.

Guerrero et al. (2008), hablan de la existencia de modelos de roles empresariales en su contexto familiar y laboral, y de la predisposición personal del emprendedor de tomar riesgos calculados y experiencia en creación de empresas, entre otras.

Para Loli, Del Carpio y Vergara (2012), el emprendedor es aquel que detecta una oportunidad, la analiza, la estudia y sabe encontrar oportunidades. Además cree en sus ideas, en que es capaz de llevarlas a cabo y de encontrar la manera de materializar sus sueños. Y finalmente, un emprendedor es alguien que aprende de sus errores, que no se inmoviliza o abandona cuando se equivoca o fracasa, y que siempre intenta salir adelante, pese a las dificultades que encuentra.

Las relaciones entre rasgos de personalidad y comportamiento emprendedor son frecuentemente analizadas en las investigaciones sobre emprendimiento. En su revisión de la literatura, Sánchez García (2010) afirma que existe cierto escepticismo sobre la intensidad de esta relación. Algunos autores concluyen que existe una relación positiva (Chell, Haworth, y Brearley, 1991; Rauch y Frese, 2000); otros, sin embargo, no encuentran esa relación (Brockhaus y Horwitz, 1986; Gartner, 1989; Low y MacMillan, 1988). A este respecto, meta-análisis recientes proporcionan evidencia de la validez predictiva de los rasgos de personalidad (Collins, Hanges, y Locke, 2004; Rauch y Frese, 2007; Stewart

y Roth, 2004; Zhao y Seibert, 2006) y sugieren el análisis de contingencias que puedan impactar en el tamaño de esta relación (Sánchez García, 2010).

Krueger, Reilly y Carsrud (2000) basan sus investigaciones en la intención de emprendimiento, definida dicha intención como el deseo de poseer un negocio propio o la intención de iniciar un negocio. Esta intención de emprender es considerada como un factor anticipado y eficaz que afecta el comportamiento emprendedor o la toma de decisiones para convertirse en empresario y encontrar un nuevo negocio, donde las decisiones del empresario podrían ser parte de la conducta planificada (Pérez López, 2016).

También se une a la variedad de conceptos evaluables sobre el emprendimiento, las “habilidades adquiridas”, que se suman a los atributos personales para generar la motivación del emprendedor y, esta motivación, junto con los factores ambientales, llevan al emprendedor a manifestar conductas. Con esta representación se entiende el proceso de emprendimiento como un proceso dinámico (Guerrero et al., 2008).

McGee, Peterson, Mueller y Sequeira (2009) incluyen la autoeficacia emprendedora como un constructo que mide la creencia de una persona en sus habilidades y capacidades para lograr con éxito las metas empresariales. La autoeficacia emprendedora se relaciona con el concepto de control percibido, que tiene su base en la teoría social del aprendizaje, que a su vez está influenciada por cuatro fuentes principales de información: logros de desempeño; experiencia vicaria; persuasión; y juicios de los estados fisiológicos propios, como la activación emocional (Pérez López, 2016).

Es en este contexto, diverso en cuanto a los aspectos a considerar vinculados al emprendimiento de la persona, donde las competencias profesionales desempeñan cada vez más un papel crucial, ya que constituyen una de las claves necesarias para acceder al mercado del trabajo y el complemento perfecto a un currículum académico, enmarcado dentro del proceso de convergencia europea que se nos demanda. Autores como Guerrero et al., (2016), entre otros, dan respuesta a esta nueva exigencia de capacitación y desarrollo de los trabajadores en este contexto global, complejo y cambiante, situándose en el nuevo enfoque de formación basado en “la gestión de competencias”, vinculado a la formación y desarrollo de los recursos humanos, con el que está alineada nuestra propuesta.

Lo expuesto hasta ahora confirma nuestra tesis inicial de que hay disparidad en la definición y el tratamiento de esta variable. El término emprender es un concepto amplio, polisémico (Damián, 2013), complejo y que carece de cualquier noción de linealidad (Neck y Greene, 2011). Como se observa, actualmente no existe una definición estándar (Paños, 2017). Unos autores prefieren hablar de actitud, rasgo de personalidad, intención, otros autores prefieren el término de orientación emprendedora, autoeficacia, actividad; finalmente hay autores que optan por los términos de capacidad, habilidad y competencia emprendedora. Sin embargo, un análisis de frecuencia de uso de esta variable en estos estudios nos permite afirmar que la competencia emprendedora junto con los rasgos de personalidad de un emprendedor son los aspectos más trabajados en investigados.

Entre las distintas conductas y acciones que realiza el individuo que emprende, de acuerdo con los autores antes señalados, se encuentran, las siguientes (Alcaraz, 2011): Creación e innovación; generación y explotación comercial de nuevos productos, servicios procesos, mercados, sistemas de organización, etc. Administración general: capacidad para dirigir apropiadamente, para lograr una buena utilización de recursos; aceptación del riesgo y mejor desempeño: mantenerse y perseverar en el intento por lograr altos niveles de desempeño o de crecimiento. Por tanto, tratando de establecer una definición que sirva de marco común, se puede decir que una persona emprendedora tiene la capacidad de generar y establecerse metas, así como de trabajar ardua y perseverantemente en el logro de las mismas; aquella que tiene habilidad para crear e iniciar un negocio, utilizar sus competencias para optimizar recursos o solucionar problemas de manera innovadora y aprovechar áreas de oportunidad que otros no han visualizado.

Si como argumentábamos en el apartado anterior, la educación tiene una responsabilidad central en identificar y fomentar el desarrollo de los que pueden ser emprendedores (Hatten, 1993), el ideal buscado es desarrollar competencias emprendedoras en los estudiantes, de forma que un número significativo de graduados creen su propia empresa, se desarrollen como emprendedores y de esta forma contribuyan al desarrollo del país y a la generación de empleos (Krauss, 2011).

Consideramos necesario, por tanto, en este periodo de transformación educativa, la implantación de planes de acción innovadores en la Universidad que fomenten dicha competencia junto con una buena

gestión de la inteligencia emocional, la creatividad y la felicidad, facilitando así el rendimiento académico de nuestros alumnos a la vez que les preparamos para su inclusión en el mundo laboral actual. La propuesta que presentamos a continuación tiene como finalidad, precisamente, potenciar el espíritu emprendedor en el aula universitaria, ofreciendo un marco metodológico eficaz e innovador que integre la inteligencia emocional, el bienestar subjetivo y la creatividad, como elementos facilitadores del rendimiento académico y de la competencia profesional emprendedora que el mercado laboral exige.

4. “EMPRENDE, CREA Y EMOCIONA”: UNA PROPUESTA DE INTERVENCIÓN PARA EL AULA UNIVERSITARIA

El emprendimiento se ha consolidado como una de las disciplinas que más atención ha recibido por parte de gobernantes y académicos, y con ello ha crecido el interés por fomentar dicha competencia emprendedora entre los diferentes alumnos en las aulas de educación superior (Hinojosa y Albornoz, 2013).

La educación para el emprendimiento se refiere a la medida en que son incorporados a los sistemas educacionales y de capacitación, el conocimiento, las destrezas y habilidades para crear o dirigir negocios pequeños, nuevos o en crecimiento (León y Barrera 2017).

Por ello, el emprendimiento es el primer acercamiento de los estudiantes al mundo empresarial y los prepara para la vida en sociedad, contribuyendo así a su desarrollo más personal vinculado a su desarrollo profesional. Importa por tanto, su inclusión en el mundo universitario, puesto que es allí donde los alumnos determinan sus intereses, realizan los primeros contactos, se les motiva y encuentran la fuente de inspiración necesaria para impulsar su espíritu emprendedor hacia la sociedad en la que conviven (Ramírez y Fuentes, 2013).

Los estudios nos ofrecen la posibilidad de integrar, junto a aspectos relacionados con el espíritu empresarial, otros elementos que faciliten el logro académico (Covington y Omelich, 1984), tales como la inteligencia emocional, el sentido subjetivo de bienestar y la creatividad.

Tomando como referencia los trabajos de Alcaraz (2004), Labarca y Pérez (2009) y Díaz-García, Sáez-Martínez y Jiménez-Moreno (2015), entre otros, planteamos un modelo formativo, diseñado a partir de las necesidades detectadas tras una evaluación inicial de las competencias emprendedoras y dirigido al desarrollo de competencias específicas de la personalidad emprendedora (Caballero-García, Guillén y Jiménez, 2017): Creatividad, Auto-confianza, Perseverancia, Capacidad para afrontar el riesgo, Capacidad para manejar problemas, Iniciativa, Energía y Capacidad de trabajo, Liderazgo, Necesidad de logro y Tolerancia al cambio, a las que añadimos otras competencias para desarrollar el optimismo y la inteligencia emocional, facilitadoras del rendimiento.

La formación que proponemos, podría estructurarse en torno a cuatro módulos: Motivación de logro, Inteligencia emocional y Liderazgo, Creatividad y generación de ideas, Planificación, Desarrollo y Evaluación de un plan de negocios. Su contenido podría desarrollarse por medio de actividades prácticas basadas en el aprendizaje participativo y cooperativo, en las que los estudiantes internalizarían los diferentes contenidos del programa, bien de manera individual o en grupo, y en el entorno de una verdadera comunidad de aprendizaje. Sería fundamental que la acción pedagógica se adaptase al contexto educativo en el que se desarrolla, a la etapa educativa, fuera rigurosa y de carácter práctico, al tiempo que tendría que ir acompañada de procesos de seguimiento y *mentoring* que aseguraran una acción eficaz y efectiva, progresiva, duradera y mejorable en el tiempo.

Nuestra propuesta de innovación para el aula universitaria tiene en cuenta todos estos aspectos y plantea actividades dinámicas que motiven al alumno y le ayuden al desarrollo de su creatividad, su felicidad, y con ello, sus competencias emocionales y emprendedoras, facilitadoras del buen clima de aula y su rendimiento académico y laboral.

En línea con lo expuesto, proponemos un juego de cambio de roles entre los estudiantes, que les enfrente a una situación real, les induzca a unas ideas y unos pensamientos que difieran de los suyos propios, y donde puedan abrirse nuevas vías profesionales empresariales. Los alumnos realizarán un plan de acción para cuya materialización será necesaria la búsqueda de información y la realización de un proyecto de negocio realista que incluya unos objetivos concretos, una metodología cooperativa y de investigación, una previsión de recursos, unos mecanismos de seguimiento y evaluación y una temporalización. La

inteligencia emocional, la creatividad, el espíritu emprendedor, la felicidad y la creatividad, quedarán engranados y trabajados en la dinámica de la actividad propuesta y en su evaluación.

Autores como Ramírez y Fuentes (2013), han demostrado que actividades que ayudan a los alumnos a enfrentarse a situaciones de la vida real, combinadas con metodologías de innovación que fomentan la creatividad y favorecen la implicación y motivación de los estudiantes, ayudan al desarrollo personal y profesional haciendo que se sientan más felices y creando ilusiones, así como mejoran el rendimiento académico de los alumnos. Además de contribuir al desarrollo del espíritu emprendedor en la formación académica universitaria.

5. CONCLUSIÓN

El objetivo de esta comunicación ha sido la revisión y la exposición de la bibliografía más reciente sobre el concepto del emprendimiento, con el fin de entenderlo en su perspectiva más global y aproximarnos a los aspectos evaluables de esta variable, para aplicarlos en los alumnos universitarios, y proponer una dinámica de clase efectiva, dirigida a fomentar en ellos el espíritu emprendedor necesario para su futura incorporación al mercado laboral, y avivar su creatividad, felicidad e inteligencia emocional.

En nuestro análisis del término, hemos encontrado un uso amplio y diverso del concepto de emprendimiento dependiendo del contexto, que ha llevado a los autores a evaluar diferentes aspectos del mismo en las personas (actitud, valor, competencia, habilidad...) y ha dificultado tener un criterio único a la hora de diseñar programas de intervención dirigidos a trabajar la competencia emprendedora en las aulas universitarias.

En nuestra propuesta de intervención, hemos optado por un modelo basado en competencias, que consideramos alineado con los planteamientos de la Comisión Europea y con la demanda actual de

cambio educativo a la Universidad, hacia propuestas más creativas, que capaciten a los alumnos para su incorporación al mercado laboral.

A lo largo de esta comunicación hemos argumentado que las investigaciones más recientes han demostrado que la inteligencia emocional y la felicidad son factores que facilitan el rendimiento más óptimo, y cómo ese bienestar subjetivo mejora la creatividad y las habilidades de emprendimiento de los alumnos.

Autores como Fernández Batanero y Reyes Rebollo (2017) destacan la urgencia del desarrollo de políticas que fomenten el espíritu emprendedor, aspecto clave en la creación de empleo y en la mejora de la competitividad y el crecimiento económico de las sociedades. Al inicio de este trabajo enunciábamos que un crecimiento sostenible, basado en la innovación y la excelencia exige un número creciente de universitarios creativos y con capacidades de emprendimiento.

Apostamos por una formación universitaria en línea con estos planteamientos. Entendemos el papel del profesor universitario como facilitador de la cultura emprendedora entre sus alumnos y como factor de cambio en los centros educativos. Se hace necesaria, por tanto, la promoción de una cultura de innovación y emprendimiento en el entorno universitario, que desarrolle en la persona competencias relacionadas con el liderazgo, el trabajo en equipo, la comunicación, la creatividad y la planificación (Tinoco, 2014).

Se necesita una formación del profesorado en estrategias metodológicas, alineadas con estas dinámicas y prácticas educativas en las aulas universitarias, que favorezcan generar emprendimientos exitosos y sostenibles, que atiendan a la demanda laboral especializada que se reclama a la universidad desde los diferentes sectores de la actividad económica, y contribuyan al desarrollo personal y profesional de nuestros estudiantes, a su calidad de vida y la de la sociedad en la que se desenvuelven (Caballero-García et al., 2017).

BIBLIOGRAFÍA

- Alcaraz Rodríguez, R. E. (2004). *Efectividad del curso de emprendedores, en el desarrollo del perfil emprendedor del alumno*. México: Departamento Académico de Administración [DAF]. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey [RIEEE]. Recuperado de <http://www.mty.itesm.mx/rectoria/dda/rieee/pdf-II/s1/01DAFRafaelAlcarazFinal.pdf>
- Alcaraz Rodríguez, R.E. (2011). Perfil del Emprendedor, un estudio comparativo entre estudiantes de países de Iberoamérica. Propuesta de un modelo formativo universitario de emprendedores a partir del diseño de un instrumento de medición de características emprendedoras. *Tesis doctoral*. San Sebastián: Universidad de Deusto.
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C. y Fiet, J. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217-254
- Brockhaus, R. H. y Horwitz, P. S. (1986). The psychology of the entrepreneur. In D. L., Sexton y R. W., Smilor (Eds.), *The Art and Science of Entrepreneurship* (25-48). Cambridge, MA: Ballinger.
- Bruneau, J. y Machado, H.V. (2006). Emprendedorismo nos países da América latina baseado nos indicadores do Global Entrepreneurship Monitor (GEM). *Panorama Socioeconómico*, 24(33), 18-25.
- Caballero García, P.A., Guillén Tortajada, E. y Jiménez Martínez, P. (2017). Creativity, entrepreneurship and happiness: ingredients for a High Education change. *Actas de la 21st World Multi-Conference on Systemics, Cybernetics and Informatics (WMSCI 2017)*, July 8 - 11, Orlando, Florida, U.S.A.
- Chell, E. Haworth, J. y Brearley, SA (1991). *La personalidad emprendedora*. Londres: Rutledge.
- Collins, C.J, Hanges, P.J., y Locke, E.A. (2004). *La relación entre la motivación de logro y el comportamiento empresarial: un metanálisis* [Versión electrónica]. Recuperado de la Universidad de Cornell, en <http://digitalcommons.ilr.cornell.edu/articles/x>
- Comisión Europea (2008). *Entrepreneurship in higher education, especially in non-business studies*. Bruselas: Comisión Europea.
- Comisión Europea (2016). *EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework*. Recuperado de <http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC101581/Ifna27939enn.pdf>

- Covington M.V. y Omelich C.L. (1984). Taskoriented versus competitive learning structures: motivational and performance consequences. *J. Educ. Psychol.*, 76, 1038–50.
- Damián, J. (2013). Sistematizando experiencias sobre educación en emprendimiento en escuelas de nivel primaria. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 18, 159-190.
- Díaz-García, C., Sáez-Martínez, F. y Jiménez-Moreno, J. (2015). Evaluación del impacto del programa educativo “Emprendedores” en la intención emprendedora de los participantes. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 12(3), 17-31.
- Drucker, P. (1989). *La innovación y el empresariado innovador*. México: Ed. Hermes.
- Escat, M. y Romo, M. (2015) Emprendimiento y personalidad creativa en estudiantes universitarios. *Creatividad y Sociedad*, 23, 64-99.
- Extremera, N. y Fernández-Berrocal, P. (2003). La inteligencia emocional en el contexto educativo: hallazgos científicos de sus efectos en el aula. *Revista de Educación*, 332, 97-116.
- Fernández Batanero, J. M. y Reyes Rebollo, M. M. (2017). Competencias emprendedoras del alumnado de educación permanente de Andalucía. Percepción del profesorado. *Educación XX1*, 20(1), 253-275, doi: 10.5944/educXX1.11368
- Fernández, T. (octubre, 2013). Los emprendedores internos revolucionan las empresas. *Expansión.com*. Recuperado de <http://www.expansion.com/2013/10/04/emprendedores-empleo/emprendimiento/1380909427.html>
- Finley, L. (1990). *Entrepreneurial strategies*. USA: Ed. PWS-Kent Publishing Co.
- Fredman, N y Doughney, J. (2012). Academic Dissatisfaction, Managerial Change and Neo-Liberalism. *Higher Education*, 64(1), 41-58,
- García-Gutiérrez Fernández, C. y Fernández Guadaño, J. (2005). El empresario individual: situación actual y propuestas de actuación futuras. CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 52, 245-261.
- Gartner, W. (1989). Who is an entrepreneur? Is the wrong question. *Entrepreneurship theory and practice*, 13(4), 47-68.
- Gonzales Peralta, P. (2017). *Investigando la relación entre educación y la iniciativa empresarial: el caso del eslabón perdido*. Tesis doctoral. Perú: Universidad ESAN.

- González, M., Castro, P. y Martín, M. (2011). Personalidad Eficaz en Estudiantes Chilenos de Ingeniería de Primer Año. *Formación Universitaria*, 4(5), 3-12.
- Guerrero, M., Urbano, D., Ramos, A., Ruiz-Navarro, J., Neira, I. y Fernández-Laviada, A. (2008). The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(1), 35-50.
- Harper, S. (1991). *The McGraw-Hill guide to starting your own business*. USA: Ed. McGraw-Hill.
- Hatten, T. (1993). *Student attitude toward entrepreneur-ship as affected by participation in small business institute program*. Michigan: UMI Dissertation Services.
- Heikkila, A., Lonka, K., Niemen, J., Niemivirta, D. (2012). Relations between Teacher Students' Approaches to Learning, Cognitive and Attributional Strategies, Well-Being, and Study Success. *Higher Education*, 64(4), 455-471.
- Hinojosa Martínez, S. y Albornoz Pardo, C. (2013). Ganas de emprender y felicidad: un estudio exploratorio a partir del Global Entrepreneurship Monitor en Chile. *Journal of technology management & innovation*, 8, 76-89.
- Jennings, D. (1994). *Multiple perspectives of entrepreneurship*. USA: Ed. South-western Publishing Co.
- Krauss, C. (2011). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay. *Dimensión empresa*. 9(1), 28-40.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., y Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(1), 411-432.
- Labarca, I., y Pérez, L. (2009). *Cómo fomentar la intención emprendedora en los estudiantes de ingeniería y arquitectura de la Unet*. Seventh LACCEI Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology (LACCEI'2009). Junio 2-5. San Cristóbal, Venezuela. Recuperado de <http://www.laccei.org/LACCEI2009-Venezuela/p94.pdf>
- Lanzas Duque, V.E., Lanzas Duque, F.D. y Lanzas Duque, A.M. (2009). Propuesta para medir el perfil de los emprendedores de base tecnológica. *Scientia Et Technica*, 15(43), 267-272.
- Laukkanen, M. (2000). Exploring alternative approaches in high-level entrepreneurship education: creating microchanisms for endogenous regional growth. *Entrepreneurship y Regional Development*, 8(1), 25-48.

- León Tamayo, A.L. y Barrera Sánchez, L.D. (2017). *El bienestar psicológico y el rendimiento académico en los estudiantes de la escuela de psicología de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato*. Proyecto de Investigación. PUCESA Repositorio.
- Loli, A., Del Carpio J. y Vergara A. (2012). Actitudes de emprendimiento, necesidad de logro y la intención de desarrollar un negocio en estudiantes de universidades públicas de Lima metropolitana. *Iipsi*. 15(1), 61-81.
- Longenecker J., Moore, C., Petty, W. (1934). *Small Business management* (9th Edition). USA: Ed. South-western Publishing Co.
- Low, M.B., y MacMillan, I.C. (1988). Entrepreneurship: Past research and future challenges. *Journal of Management*, 14(2), 139-161.
- Lucas Mangas, S. (2007). Desarrollo de competencias desde la Enseñanza Universitaria. Armonización con la Educación Secundaria y el mercado de trabajo, desde la Psicología Social de la Educación. *Electronic Journal of Research in Education-al Psychologyvol*, 5(1), 125-158.
- Martínez Méndez, S. (2007). El uso de las TIC como recurso didáctico para el fomento del espíritu emprendedor. En S. Marín Hernández, F., Ballina Ríos y J. Tagua Gómez (Coords.). *Las competencias profesionales relacionadas con las TIC y el espíritu emprendedor*. Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia, Subdirección General de Información y Publicaciones, Secretaría General Técnica.
- McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., y Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial self-efficacy: Refining the measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4), 965.
- Minniti, M. (2012). El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones. *Economía industrial*, 383, 23-30.
- Muñoz, F., Zueck, M., Gastelum, G. y Guedea, J. (2012). Composición Factorial de una Escala de Autoeficacia en el Ámbito Sociocultural en Universitarios de Ingeniería. *Formación Universitaria*, 5(5), 39-50.
- Neck, H.M. y Greene, P.G. (2011). Entrepreneurship Education: Known Worlds and New Frontiers. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 55-70.
- Orrego, C.I. (2008) La dimensión humana del emprendimiento. *Revista Ciencias Estratégicas*, 16(20), 225-235.

- Paños Castro, J. (2017). Educación emprendedora y metodologías activas para su fomento. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 20 (3), 33-48. DOI: <http://dx.doi.org/10.6018/reifop.20.3.272221>
- Peñaherrera León, M. y Cobos Alvarado, F. (2012). La creatividad y el emprendimiento en tiempos de crisis. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 10(2), 238-247.
- Pérez López, J. M. (2016). *Emprendimiento académico: estudio sobre las actitudes e intenciones de la facultad universitaria en el desarrollo de iniciativas empresariales*. Universidad del Turabo: Gurabo (Puerto Rico). Recuperado de http://bv.ut.suagm.edu/sites/default/files/resource_files/Version%20Final%20Revizada%20y%20Aprovada%20CEGI%2006062016.pdf
- Ramírez, P. y Fuentes, C. (2013). Felicidad y Rendimiento Académico: Efecto Moderador de la Felicidad sobre Indicadores de Selección y Rendimiento Académico de Alumnos de Ingeniería Comercial. *Formación Universitaria*: 6(3), 21-30.
- Rauch, A. y Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16, 353–385.
- Rauch, A. y Frese, M. (2000). Psychological approaches to entrepreneurial success. A general model and an overview of findings. In C.L. Cooper y I.T. Robertson (Eds.), *International Review of Industrial and Organizational Psychology* (pp. 101-142). Chichester: Wiley.
- Ronstadt, R. (1985). *Entrepreneurship: Text, Cases and Notes*. Dover: Lord Publishing.
- Sánchez García, J.C. (2010). Evaluación de la Personalidad Emprendedora: Validez Factorial del Cuestionario de Orientación Emprendedora (COE). *Revista Latinoamericana de Psicología*, 42 (1), 41-52.
- Schumpeter, J.A. (1961). *The Theory of Economic Development*. Oxford University.
- Siropolis, N. (1990). *Small Business Management (a guide to entrepreneurship)* (4th Edition), USA: Ed. Houghton Mifflin Co.
- Stewart, W.H., y Roth, P.L. (2004). Data Quality Affects Meta-Analytic Conclusions: A Response to Miner and Raju (2004) Concerning Entrepreneurial Risk Propensity. *Journal of Applied Psychology*, 89(1), 14-21. doi:10.1037/0021-9010.89.1.14

- Tinoco, O. (2014). Medición de la Capacidad Emprendedora de ingresantes a la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM. *Industrial Data*, 11(2), 018-023.
- Toca Torres, C. (2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades. *Revista Estudios Gerenciales*, 26,41-60.
- Torres, F.A. y Quintero, J. (2016). *Transformación de las prácticas pedagógicas universitarias Psicología y Educación: Presente y Futuro*. ACIPE: asociación científica de psicologías y educación.
- Uribe Orellana, M. (2015). *Relación entre la calidad del desempeño docente y el rendimiento académico en los estudiantes de la escuela profesional de enfermería de la universidad privada Antenor Orrego*. Tesis Doctoral leída en el Departamento de Teoría e Historia de la Educación de la Facultad de Educación de la Universidad de Trujillo, Perú.
- Uribe Toril, J., Valenciano, J.P. y Bonilla Martínez, J.J. (2013). El desarrollo local y empresarial: La formación como factor básico para orientar al emprendedor. *Intangible Capital*, 9(3), 644-677.
- Varela, R., y Bedoya, A, (2006). Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. *Estudios Gerenciales*, 22(100), 21-47. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232006000300001&lng=en&tlng=es
- Velásquez, C., Montgomery, W., Montero, V., Pomalaya, R., Dioses, A., Velásquez, N., Araki, R. y Reynoso, D. (2008). Bienestar psicológico, asertividad y rendimiento académico en estudiantes universitarios Sanmarquinos. *Revista de Investigación en Psicología*, 1 (2), 139-152.
- Ventura Blanco, J. (2005). *El Prácticum en los estudios pedagógicos y la inserción laboral. Nuevos enfoques ante el reto europeo*. Tesis Doctoral leída en el Departamento de Teoría e Historia de la Educación de la Facultad de Pedagogía de la Universidad de Barcelona.
- Zhao, H., y Seibert, S.E. (2006). The Big Five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 259-271. doi:10.1037/0021-9010.91.2.259

