



PERCEPCIÓN DEL ALUMNADO UNIVERSITARIO SOBRE LA CONDUCTA EMPRENDEDORA. UN ESTUDIO EXPLORATORIO EN EL GRADO DE PEDAGOGÍA DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA.

Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad
de Sevilla

Grado de Pedagogía

Fernández Álvarez, Francisco

Trabajo de Fin de
Grado

Grado de Pedagogía
Universidad de Sevilla



Curso 2018/2019

TRABAJO FIN DE GRADO

**PERCEPCIÓN DEL ALUMNADO UNIVERSITARIO
SOBRE LA CONDUCTA EMPRENDEDORA. UN
ESTUDIO EXPLORATORIO EN EL GRADO DE
PEDAGOGÍA DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA**

Trabajo elaborado por:

Francisco Fernández Álvarez

Profesor tutor del trabajo:

Dr. Antonio Bernal Guerrero

Agradecimientos

En este apartado quiero aprovechar la ocasión para agradecer a todas las personas que a día de hoy han hecho que haya podido terminar de forma exitosa una de las etapas más importantes de mi vida.

En primer lugar, a mi familia, por haberme inculcado los valores del trabajo y del esfuerzo, por empujarme a formarme y a optar a poder tener una vida mejor. De verdad, muchísimas gracias.

En segundo lugar, quiero agradecer también este logro a mis amigos y amigas por haber sido parte fundamental en todo lo que hago, por creer en mí y quererme y aceptarme tal y como soy.

Por un lado, también quiero agradecer a mis compañeros de la Facultad, por haber compartido estos años tan maravillosos en los que hemos vivido multitud de cosas y donde nos hemos desarrollado y crecido no solo a nivel intelectual sino también como seres humanos.

Por otra parte, y como no podía ser menos, agradecer al doctor Antonio Bernal Guerrero, por ser fuente de inspiración constante, por ayudarme a llevar este proyecto adelante y por solventar mis incertidumbres.

A todas las personas que podáis llegar a leer este Trabajo de Fin de Estudios os doy también las gracias de corazón.

“La mayoría de lo que usted escucha hablar sobre emprendimiento...
está equivocado. No es mágico; no es misterioso; y no tiene
nada que ver con los genes. Es una disciplina y como
cualquier disciplina, puede aprenderse”
Peter Drucker, 1985.

RESUMEN:

Este trabajo presenta los resultados de una investigación sobre el emprendimiento en la universidad. El objetivo principal es conocer la orientación hacia el emprendimiento de los estudiantes del Grado de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación en la Universidad de Sevilla, indagando en la intención y capacidad emprendedora. Para ello, se aplica un cuestionario compuesto por ocho dimensiones, las cuales miden las actitudes hacia el emprendimiento y la intención emprendedora a 235 estudiantes del Grado de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla. Los resultados muestran que los y las estudiantes no presentan actitudes muy favorables hacia el emprendimiento en términos generales. Destaca la relación existente entre trabajar como profesional liberal y tener la aprobación de familiares y amigos con el hecho de ser emprendedor/a. Únicamente se hallan diferencias en función de la actividad profesional de los padres y madres del alumnado y su formación en materia emprendedora. Aun con las limitaciones de esta investigación, relacionadas con la selección de la muestra y la recogida de datos, nuestros resultados pueden incidir en la toma de conciencia por parte del profesorado de la relevancia del desarrollo de las habilidades emprendedoras del alumnado en la actual sociedad del conocimiento.

PALABRAS CLAVE: capacidad emprendedora, intención emprendedora, educación emprendedora, cultura emprendedora, identidad emprendedora.

ABSTRACT:

This paper presents the results of a research on entrepreneurship at the university. The main objective is to know the orientation towards the entrepreneurship of the students Degree of Pedagogy of the Faculty of Sciences of the Education in the University of Seville, investigating in the intention and the enterprising capacity. For this, a questionnaire composed of eight dimensions the means of communication oriented towards entrepreneurship and the entrepreneurial intention, is applied, to 235 students of the Degree of Pedagogy of the Faculty of Education Sciences of the University of Seville. The results are shown that the students haven't a high attitude toward entrepreneurship in general terms. Highlighting the relationship between working as a liberal professional and having the approval of family and friends with the fact of being an entrepreneur/a. The differences depending on the professional activity of parents and students and their training in entrepreneurship. Even with the limitations of this research, related to the selection of the sample and the collection of the data, our results may affect the teachers' awareness of the importance of the developing the entrepreneurial skills of students in the current society of the knowledge.

KEY WORDS: entrepreneurial capacity, entrepreneurial intention, entrepreneurship education, entrepreneurial culture, entrepreneurship identity.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	6
2. JUSTIFICACIÓN	7
3. MARCO TEÓRICO.....	10
3.1 Justificación y desarrollo de la cultura emprendedora	10
3.1.1 Emprendimiento y empleabilidad	11
3.1.2 El concepto de emprendedor	12
3.1.3 Competencia emprendedora: Marco General Europeo	14
3.1.4 Emprendimiento e identidad personal.....	18
3.1.5 Cultura emprendedora y valores	20
3.1.6 El emprendimiento personal. Proyecto vital.....	22
3.1.7 El emprendimiento socio-ambiental sostenible	24
3.2. Conceptualización y características de la Educación Emprendedora.....	25
3.2.1 Educación Emprendedora: Conceptualización	26
3.2.2 Efectos de la Educación Emprendedora	27
3.2.3 Características de la Educación Emprendedora.....	28
3.2.4 La figura docente en la Educación Emprendedora	29
3.2.5 Metodologías para formar en materia emprendedora	32
4. OBJETIVOS	35
4.1 Objetivo General	35
4.2 Objetivos Específicos e hipótesis de investigación	35
5. METODOLOGÍA	37
5.1 Participantes y tamaño muestral.....	38
5.2 Instrumento	42
5.3 Procedimiento.....	43
6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	44
6.1 Actitud emprendedora de estudiantes de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de Sevilla.....	47

6.1.1 Nivel de conocimiento en emprendimiento que posee el alumnado.....	48
6.1.2 Grado en capacidad emprendedora que muestra el alumnado.....	52
6.1.3 Grado de intención emprendedora que muestra el alumnado.....	55
6.1.4 Objetivos emprendedores que muestra el alumnado.....	57
6.2 Grado de Intención emprendedora de estudiantes de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de Sevilla en relación a la actividad y vocación profesional, impacto socio-familiar y formación en materia emprendedora	60
6.2.1 Relación entre trabajar como profesional liberal con el objetivo profesional de ser emprendedor/a.....	61
6.2.2 Relación entre tener la aprobación de familias y amigos con el objetivo profesional de ser emprendedor/a.....	62
6.2.3 Relación entre tener experiencia laboral con el hecho de querer ser una persona emprendedora	64
6.2.4 Relación entre tener formación en cuestión de emprendimiento con el hecho de querer ser una persona emprendedora	65
6.3 Diferencias en la capacidad emprendedora del alumnado en función de diversas variables sociodemográficas	66
6.3.1 Diferencias en la capacidad emprendedora del alumnado en función de la edad.....	67
6.3.2 Diferencias en la capacidad emprendedora del alumnado en función del género.....	68
6.3.3 Diferencias en la capacidad emprendedora del alumnado en función de la actividad profesional que desarrollan sus padres y madres.....	69
6.3.4 Diferencias en la capacidad emprendedora del alumnado en función de la actividad profesional que desarrollan sus padres y madres.....	70
7. CONCLUSIONES	71
7.1 Limitaciones y prospectiva de la investigación.....	72
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	73
9. ANEXOS.....	79

1. INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es una realidad cada vez más palpable en nuestra sociedad actual, lo cual exige un trabajo de reflexión acerca de su conceptualización y praxis, posibilidades y limitaciones del fenómeno. Y en ello focalizamos nuestra atención.

Desarrollamos en este Trabajo Fin de Grado una investigación destinada a conocer la orientación de estudiantes del Grado de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación hacia el emprendimiento, indagando en la intención y en la capacidad emprendedora de dicho alumnado. Para ello, hemos revisado cómo es y se desarrolla el fenómeno de emprendimiento centrado en la educación emprendedora y la identidad personal.

Hemos llevado a cabo un diagnóstico del emprendimiento a dicho alumnado, mediante un cuestionario adaptado. Se ha comprobado, mediante el cuestionario que dicho alumnado no presenta actitudes muy favorables hacia el emprendimiento en términos generales. Destaca principalmente lo difícil que consideran ser emprendedores/as y lo arriesgado que es tal actividad para merecer la pena.

Este estudio constituye un punto de partida para la indagación sobre los procesos de emprendimiento y todas sus implicaciones formativas. Todo un desafío planteado actualmente a la educación institucionalizada en todo el mundo.

2. JUSTIFICACIÓN

La elección de la temática, identidad e intención emprendedora, como eje central, se justifica desde varias perspectivas:

Desde el punto de vista académico, la Ley Orgánica de Educación (2006) establece las distintas competencias básicas que los ciudadanos europeos debemos poseer. Entre estas competencias nos encontramos con: *la competencia para la autonomía y la iniciativa personal*.

El desarrollo de los conocimientos, tácticas y valores que trae consigo la adquisición y puesta en práctica de este conjunto de competencias, lleva consigo a la educación y a la formación como elementos primordiales para poder llevar a cabo los elementos citados.

“En este sentido, se están desarrollando iniciativas y programas educativos para impulsar la competencia emprendedora, centrados en el emprendimiento tecnológico o económico, aunque también se contemple la iniciativa y la elaboración de proyectos personales” (Bernal, 2014, pp. 386-387).

De este entramado nace la Educación Emprendedora como herramienta fundamental para poder dar respuesta a los retos que nos ofrecen las cuestiones emprendedoras actualmente.

Sin embargo, siguiendo a Peña, Cárdenas, Rodríguez y Sánchez (2015):

No debemos olvidar que la incorporación del espíritu empresarial en los planes de estudio es un valor necesario, pero quizás insuficiente por sí solo. De ahí la importancia de crear toda una cultura política, educativa, y social en torno a este tema (p.29).

Estos autores nos muestran la realidad multidimensional que adquiere el potencial emprendedor y la competencia emprendedora. Estos elementos no solo se enmarcan dentro de una estructura educativa o social, sino que correlacionan con todas estas.

En esta primera parte, hemos sintetizado la importancia de formar en el emprendimiento. Ahora nos toca analizar desde el punto de vista socioeconómico la relevancia de esta formación.

Desde el punto de vista económico nos encontramos ante una economía globalizadora basada en el manejo y uso de la información y el conocimiento. Por lo tanto, siguiendo a Bernal, Delgado y Donoso (2014): “El crecimiento económico no puede

dependen, como antaño, de la sola combinación entre capital y trabajo, puesto que el agotamiento de los recursos conduce inevitablemente al decrecimiento” (p.169).

Siguiendo a Bernal et al. (2014), todos los elementos que conforman el espíritu emprendedor serán el eje central de un nuevo modelo económico, dando respuesta a los retos de la sociedad del conocimiento y de las nuevas tecnologías.

Dejando atrás la importancia que tiene la formación de personas con pretensiones emprendedoras que sean capaces de transformar la economía de las sociedades, debemos recalcar también cómo la formación de emprendedores puede transformar la realidad social en la que se encuentran inmersos.

En primer lugar, debemos afirmar que la formación de emprendedores de carácter social, trae consigo la educación de estas personas en una serie de valores tales como: el respeto a las diferencias, la solidaridad y la experiencia de la convivencia (Bernal y Donoso,2016).

La formación en estas actitudes debe desencadenar la construcción de una sociedad justa y equitativa. El desarrollo de este modelo social será capaz de combatir y detectar situaciones de exclusión, marginación y/o injusticia social.

Por lo tanto, la idea principal que debemos tener, tal y como afirman Alemany, Marina y Pérez (2013), puede sintetizarse en que:

Los proyectos de emprendimiento que están vinculados a la transformación social y al compromiso ético con una sociedad justa, solidaria y pacífica no sólo les preparan para ser autónomos y tener iniciativa propia, sino que son una inversión social para construir un futuro mejor para todos (p.56).

Por lo tanto, podemos incidir en la idea de que todo proyecto emprendedor que se denomine social lleva consigo el carácter ético, cívico y humanizador (Bernal y Donoso, 2016).

Hasta ahora hemos visto de forma breve y sintética la importancia que tiene trabajar las capacidades emprendedoras desde la perspectiva educativa, económica y social y cómo estas se relacionan entre sí para desarrollar de forma óptimas tales destrezas.

En este punto, no sobra aportar las razones personales por las cuales hemos elegido este tema.

En primer lugar, siempre ha despertado nuestra curiosidad el estudio de programas formativos y artículos científicos que hablen del desarrollo de la identidad personal.

En segundo lugar, el tema del mundo de la empresa y del trabajo siempre ha sido un tópico de inequívoco interés.

Por lo tanto, este trabajo pretende dar respuesta a estos intereses: la fusión entre la construcción de una buena identidad personal que nos permita evolucionar constantemente y la formación en aptitudes y actitudes laborales, hace que el concepto de sujeto emprendedor sea protagonista del presente estudio.

Para finalizar este apartado, también relacionaremos la elección de esta temática con las competencias generales y específicas indicadas en el Grado de Pedagogía de la Universidad de Sevilla.

Con respecto a las competencias generales, son las siguientes:

-Competencia General 01: *“Mostrar flexibilidad y capacidad de adaptación a nuevas situaciones”*.

Ya que el educar las capacidades emprendedoras trae consigo la adquisición por parte de los futuros emprendedores de actitudes proactivas y positivas que sean capaces de adaptarse permanentemente a situaciones de cambio, respondiendo a estas de forma innovadora.

-Competencia General 05: *“Liderazgo”*

El desarrollo de personalidades emprendedoras trae consigo la consolidación de habilidades de liderazgo, entre las que podemos destacar: influenciar y ser referente para los demás, promover el desarrollo de compañeros y colaboradores y conducir equipos profesionales.

-Competencia General 07: *“Orientación a resultados”*

Todo sujeto emprendedor debe ser capaz de planificar las acciones necesarias para alcanzar un objetivo y lograr responder con solvencia a éste, para ello la planificación formativa es fundamental.

-Competencia General 09: *“Fomentar el espíritu emprendedor”*

Esta competencia que desarrolla el Grado de Pedagogía en la Universidad de Sevilla, es la competencia fundamental en la cual se va a centrar todo nuestro trabajo, tanto de forma teórica como analítica.

Por último, referente a las competencias específicas, podemos señalar las siguientes:

-Competencia Específica 03: *“Comprender las bases del desarrollo personal, social y cultural y su incidencia en el proceso educativo”*

La formación de aptitudes y actitudes emprendedoras trae consigo el análisis personal y socio-cultural en la que el sujeto se encuentra inmerso con el objetivo de conseguir optimizar al máximo la formación de este.

-Competencia Específica 05: *“Diseñar, desarrollar, gestionar y evaluar planes, proyectos, programas, recursos y materiales para la acción educativa y/o formativa en distintos ámbitos y contextos”*

Relacionado con la competencia anterior, los formadores en materia de emprendimiento deben ser capaces de diseñar, desarrollar, gestionar y evaluar toda multitud de programas formativos según el ámbito requerido.

-Competencia Específica 012: *“Promover, planificar y gestionar la implantación de procesos de innovación educativa y de modelos de gestión de la calidad”*

Hablar de formar en materia de emprendimiento lleva consigo la adquisición por parte de futuros emprendedores de capacidades y actitudes innovadoras además del desarrollo por parte de estos de modelos de gestión de la calidad.

3. MARCO TEÓRICO

3.1 Justificación y desarrollo de la cultura emprendedora

En este primer apartado analizaremos de manera sintética la importancia del emprendimiento en la sociedad de hoy y qué elementos lo caracterizan. Para ello estudiaremos en primer lugar su relación con el ámbito laboral. Posteriormente, estableceremos los rasgos y características que definen a una persona emprendedora.

Analizados estos elementos, presentaremos aquellos que configuran la competencia emprendedora y cuáles son los indicadores para poder alcanzarlos. A

continuación, se analizará el binomio emprendimiento-identidad personal. Unido a todo ello se presentarán los valores y rasgos que conforman la cultura emprendedora.

Para finalizar este apartado se tratará el emprendimiento personal y proyecto vital culminando en el emprendimiento socio-ambiental sostenible.

3.1.1 Emprendimiento y empleabilidad

Como punto de partida debemos conocer la situación de empleabilidad en la sociedad de hoy.

A día de hoy son los avances de la digitalización, el desarrollo de la inteligencia artificial y la robótica, los factores que mayores cambios están introduciendo. Y que, junto con otros procesos como, por ejemplo, el cambio climático, los flujos migratorios y el envejecimiento de la población, auguran un futuro laboral de profundas, y también necesarias, transformaciones en la vida de las próximas generaciones (Santamaria, 2018, p.1).

Para adentrarnos en el terreno laboral debemos conocer los factores que condicionan esta realidad ya que ello nos permitirá entender cuáles son las opciones de nuestros jóvenes a optar a incorporarse en el ámbito laboral. Por ello, tal y como nos dice la autora, nuestra sociedad está cada vez más condicionada por las cuestiones tecnológicas.

A ello también debemos sumarle las cuestiones económicas. Nos encontramos ante un modelo económico globalizado vinculado a la era del conocimiento y de la información que a la vez pretende ser productivo (Bernal, Delgado y Donoso, 2014).

Si sumamos todos estos factores, es evidente pensar que la realidad del empleo es más compleja de lo que podíamos llegar a pensar. Todo ello desemboca en una situación más precaria para todas las partes.

Siendo conscientes de las incertidumbres del proceso en curso, sigue siendo necesario investigar las implicaciones de la precariedad y de los procesos de precarización, tanto de la precariedad más visible que se produce en el empleo (respecto a contratos de trabajo, jornadas, salarios, etc.) como de la precariedad, algo más oculta, que se produce en el trabajo (intensificación del trabajo, nuevas demandas laborales y formas de control) así como de aquella precariedad que trasciende el ámbito de lo laboral y de lo mercantil, que se produce en la esfera de la reproducción (responsabilidad del trabajo de cuidados, opciones de conciliación, etc.) (Santamaría, 2018, p.20).

Si tenemos en cuenta todos estos tipos de precariedades, la acción de emprender puede considerarse una opción realmente valiosa para hacer frente a estas realidades. Por lo tanto, debemos mencionar cuáles son los retos e intereses a los que se deberán enfrentar los emprendedores del mañana.

Entre estos, nos encontramos con: la percepción de oportunidades por parte de los emprendedores. Estos deberán ser capaces de reconocer opciones potencialmente útiles para desarrollar productos laborales. Por otro lado, nos encontramos con la red social de emprendimiento que proporcionará a las futuras personas emprendedoras de un colectivo que les respaldará en sus acciones. Por otra parte, posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender, la cual se consigue a través de una formación especializada y vinculada al terreno emprendedor con el objetivo de evitar el miedo al fracaso y superar las exigencias de una sociedad cada vez más competitiva. Además de considerar la actividad emprendedora como una vía laboral atractiva, la cual nos puede ofrecer a medio-largo plazo un buen status socioeconómico (Blanco, Mercado y Prado, 2012).

De todos estos retos que se promueven para crear una sociedad emprendedora que sea capaz de solventar las problemáticas que se presentan en el mundo laboral, el reto más importante es el tema formativo.

El elevado desempleo que existe en nuestro país representa un carácter estructural vinculado al desajuste entre el nivel educativo y la experiencia de la población respecto a las necesidades de la economía del conocimiento. Precisamos reconducir nuestro futuro desde la confianza fundada en la educación, en la innovación (Bernal et al., 2014, p. 173).

De la misma manera que justifican los autores la reconceptualización de la educación, dirigida a elementos como la creatividad, la predisposición a la acción y la conciencia crítica nos permitirá crear ciudadanos que sean capaces de emprender y solventar la precaria situación laboral en la que estamos socialmente inmersos.

3.1.2 El concepto de emprendedor

Para hablar del origen de este término debemos trasladarnos al escrito realizado por Richard Cantillon (1680-1734) en el año 1777 con el nombre: *An Essayon Economic Theory*, obra rescatada por el economista William Stanley.

Para el autor, la figura del emprendedor nace como mediador entre los consumidores y los productores, sumando a este proceso el valor de traslado y comercialización de estos bienes (Barroso, 2015).

De estos primeros ápices podemos vincular el concepto de emprendimiento al desarrollo económico y al nacimiento del sistema productivo de carácter capitalista.

Por lo tanto, el emprendedor debe poseer conocimientos económicos que le permitan identificar la dinámica económica, para poder anticiparse a ella y solventar cualquier tipo de dificultad.

Vinculado a lo reflejado anteriormente: “El autor dibuja dos posibles perfiles de emprendedores: aquellos que ponen en valor sus propias capacidades y no requerirán de capital externo para desarrollar sus actividades, y los emprendedores no independientes económicamente” (Barroso, 2015, p.135).

Tal y como ha formulado el autor, uno de los elementos que nos permitirá delimitar el concepto de emprendedor y caracterizarlo es la puesta en marcha de las capacidades del individuo. En este sentido, el emprendimiento no solo depende de factores externos, sino que las características personales también juegan un papel fundamental.

Hasta ahora hemos ido indagando en la conceptualización inicial del emprendedor; ahora bien, debemos analizar al emprendedor de nuestra sociedad. Un buen emprendedor, en la sociedad de hoy, podemos definirlo como aquella persona capaz de crear ideas de bienestar.

El emprendedor se forma a través de la sensibilización, creación y formación permanente en el campo del desarrollo empresarial; se propone que dicha formación (inicial y permanente) atienda a los necesarios desarrollos que hagan posible un empresario creativo, autónomo y confiado en el conocimiento de sus propias competencias para desarrollar prácticas innovadoras con el objetivo de impulsar el crecimiento económico (Barroso, 2015, p.137).

Por lo tanto, podemos afirmar que el sujeto emprendedor debe poseer capacidades, las cuales se desarrollan a través de la formación. Consecuentemente, podemos declarar sin ningún ápice de duda, la idea de que el tema formativo y el emprendedor están indispensablemente relacionados.

Hasta ahora hemos conceptualizado las características del sujeto emprendedor dentro de un marco de carácter económico, pero no podemos pasar por alto también los elementos que definen al sujeto emprendedor social. Elementos como la desigualdad

entre clases sociales, reparto injusto de los bienes o formación de los sujetos son realidades que no son para nada excluyentes con el individuo emprendedor.

De modo que podemos conceptualizar de manera sistémica al sujeto emprendedor, no solo como el individuo capaz de promover espacios de acción con consecuencia y beneficio económico, sino que además proponga elementos de bienestar y disfrute socio-ambientales (Barroso, 2015).

“No se trata solamente de educar para el trabajo, sino de fomentar actitudes y valores que abran los caminos de la creatividad personal y lleven a nuevas formas de comprometer el trabajo individual y colectivo” (Lorenzo, Civila, Fernández-Salineró y Naval, 2015, p. 300).

Con ello resaltamos el papel personal que toma el sujeto emprendedor, el cual además debe ser capaz de desenvolverse laboralmente tanto individualmente como en equipo.

Azqueta (2017) afirma que: “El emprendimiento es una forma de pensar, razonar y actuar que busca dar respuesta a las necesidades, destaca oportunidades, calcula el riesgo, se adapta al cambio y a la multidisciplinariedad, se hace cargo de las situaciones con visión global” (p.33).

Para finalizar debemos tener en cuenta que la delimitación conceptual del fenómeno del emprendimiento es bastante complicada, por lo tanto, hemos tratado de exponer los rasgos comunes y más característicos de dicho fenómeno.

3.1.3 Competencia emprendedora: Marco General Europeo

En primer lugar, debemos afirmar que el desarrollo de la capacidad emprendedora de los ciudadanos y organizaciones europeas es uno de los objetivos de la Unión Europea durante todos estos años. Esto se debe a que existe una gran concienciación acerca de la necesidad de fomentar habilidades, conocimientos y actitudes emprendedores en la ciudadanía, lo cual repercutiría en una mejora y desarrollo en el ámbito personal, cultural y social (Bacigalupo, Kampylis, Punie y Van den Brande, 2016).

Después de recalcar la importancia que tiene el desarrollo de la competencia a nivel europeo, debemos preguntarnos como definir tal competencia: ¿Qué habilidades componen tal competencia? ¿Cuáles son los distintos niveles de desarrollo de la

competencia emprendedora? ¿Cómo se describen los indicadores a desarrollar dentro de la competencia emprendedora?

Como se puede observar, estas son solo algunas de las preguntas que podemos tener en mente a la hora de materializar esta competencia.

Komarkova, Conrads y Collado (2015) consideran que la competencia emprendedora está compuesta de tres elementos interrelacionados: conocimiento, habilidades y actitudes (KSA). El conocimiento estaría relacionado con las habilidades necesarias para reconocer las oportunidades necesarias para poder emprender y saber enfrentarse a los desafíos que pueda surgir durante el emprendimiento, por su parte las habilidades estarían enfocadas a la gestión y desarrollo de los proyectos emprendedores, sumando a esto habilidades de negociación y representación aparte del conjunto de fortalezas y debilidades personales. Y por último la actitud emprendedora hace referencia a la capacidad proactiva e inicial del sujeto para cumplimentar sus proyectos desde cualquiera de sus esferas: personal, laboral, social, etc. A partir de estos tres elementos principales se han ido desarrollando diversas subcategorías.

Lackeus (2015) establece un marco general de la competencia emprendedora en la que desarrolla distintas subcategorías o habilidades a desarrollar para cada uno de los elementos del esquema (KSA). Con respecto al conocimiento, este autor lo define como el desarrollo de modelos mentales, conocimiento declarado y autoconocimiento. Con respecto a las habilidades, el autor señala como propias en el tema de emprendimiento: habilidades de marketing, de gestión y obtención de recursos, de reconocer oportunidades, interpersonales, de aprendizaje y habilidades estratégicas. Por otra parte, con respecto a las actitudes, el autor considera fundamental; la perseverancia, pasión e identidad como emprendedor/a, autoeficacia, proactividad, innovación y tolerancia a los cambios.

Después de ver como algunos autores van configurando los componentes que definen la competencia emprendedora, vamos a poner el punto de mira en el marco competencial de emprendimiento fijado por Bacigalupo, Kampylis, Punie y Van den Brande (2016).

Áreas	Competencias	Definición	Descriptor
1. Ideas y oportunidades	1.1 Detectar oportunidades	Usarla imaginación y habilidades para identificar oportunidades para crear valor.	-Identificar y aprovechar las oportunidades para crear valor explorando el panorama social, cultural y económico. - Identificar las necesidades y los desafíos que deben cumplirse. -Establecer nuevas conexiones y reunir elementos dispersos del entorno para crear oportunidades y en consecuencia valor.
	1.2 Creatividad	Desarrollar ideas creativas y con propósito.	-Desarrollar varias ideas y oportunidades para crear valor, incluyendo mejores soluciones a los desafíos existentes y nuevos. -Explorar y experimentar con enfoques innovadores. -Combinar conocimientos y recursos para lograr resultados efectivos.
	1.3 Visión	Trabaja hacia la visión del futuro.	-Imaginar el futuro. -Desarrollar una visión para convertir ideas en acción. -Visualizar futuros escenarios para ayudar a guiar el esfuerzo y la acción.
	1.4 Valorar ideas	Aprovechar al máximo las ideas y oportunidades.	-Realizar qué valor tiene en términos sociales, culturales y económicos. -Reconocer el potencial que tiene una idea para crear valor e identificar formas adecuadas de aprovecharla al máximo.
	1.5 Pensamiento ético y sostenible	Evaluar las consecuencias y el impacto de las ideas, oportunidades y acciones.	- Evaluar 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.
2. Recurso	2.1 Autoconciencia y autoeficacia	Crear en ti mismo y seguir evolucionando.	-Reflexionar sobre las necesidades, aspiraciones y deseos a corto, medio y largo plazo.

			<ul style="list-style-type: none"> -Identificar y evaluar las fortalezas y debilidades individuales y grupales. -Crear en la capacidad personal para influir en el curso de los eventos, a pesar de la incertidumbre, los contratiempos y las fallas temporales.
	2.2 Motivación y perseverancia	Saber estar motivados en nuestros objetivos y no abandonar.	<ul style="list-style-type: none"> -Estar decidido a convertir las ideas en acción y satisfacer su necesidad de lograr. - Estar preparado para ser paciente y seguir intentando alcanzar los objetivos individuales o grupales a largo plazo. -Ser resistente bajo presión, adversidad y tiempo.
	2.3 Manejar recursos	Reunir y gestionar los recursos que se necesiten.	<ul style="list-style-type: none"> - Obtener y administrar los recursos materiales, no materiales y digitales necesarios para convertir ideas en acción. - Aprovechar al máximo los recursos limitados. - Obtener y administrar las competencias necesarias en cualquier etapa, incluidas las competencias técnicas, legales, fiscales y digitales.
	2.4 Formación financiera y económica	Desarrollar conocimientos financieros y económicos.	<ul style="list-style-type: none"> -Estimar el costo de convertir una idea en una actividad creativa y de valor. -Planificar, poner en marcha y evaluar decisiones financieras a lo largo del tiempo. -Gestionar la financiación para garantizar que la actividad emprendedora pueda durar a largo plazo.
	2.5 Movilizar a otros	Inspira, entusiasmar y conseguir que otros se sumen.	<ul style="list-style-type: none"> -Inspira y entusiasmar a las partes interesadas relevantes. -Obtener el apoyo necesario para lograr resultados valiosos. -Demostrar comunicación efectiva, persuasión, negociación y liderazgo.
3. Pasar a la acción	3.1 Tomar la iniciativa.	Ir a por las oportunidades emprendedoras.	<ul style="list-style-type: none"> -Iniciar procesos que crean valor. - Asumir retos. -Actuar y trabajar de forma independiente para lograr los objetivos, atenerse a las

			intenciones y llevar a cabo las tareas planificadas.
	3.2 Planificación y gestión.	Priorizar, organizar y seguir con los objetivos marcados.	-Establecer metas a largo, mediano y corto plazo. -Definir prioridades y planes de acción. -Adaptarse a los cambios imprevistos.
	3.3 Afrontar la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo.	Tomar decisiones frente a la incertidumbre, la ambigüedad y el aumento.	-Tomar 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, incluir procesos estructurados para probar ideas y prototipos desde las primeras etapas, para reducir los riesgos de fracaso. -Manejar situaciones de movimiento rápido con prontitud y flexibilidad.
	3.4 Trabajar con otros	-Formar equipo, colaborar y trabajar en red.	-Saber trabajar en equipo para desarrollar ideas y convertirlas en acción. -Red. - Resolver conflictos y enfrentar la competencia de manera positiva cuando sea necesario.
	3.5 Aprender a través de experiencias	Aprender a través de la acción.	-Utilizar cualquier iniciativa para la creación de valor como una oportunidad de aprendizaje. -Aprender con otros, incluyendo compañeros y mentores. - Reflexionar y aprender tanto del éxito como del fracaso.

Tabla 1: *Marco competencial de emprendimiento*. Recuperado de Bacigalupo et al. (2016). En esta tabla se incluyen las tres áreas competenciales fundamentales, las competencias derivadas de estas y los descriptores a desarrollar de estas competencias. Todo ello se desarrolla a través de un modelo progresivo el cual consta de 8 niveles.

3.1.4 Emprendimiento e identidad personal

El punto fundamental que queremos recalcar a lo largo de este apartado es la correlación existente entre la formación de la identidad personal y el proceso emprendedor de la persona.

“Conceptualizar la construcción de la identidad personal significa, por una parte, apelar a procesos dinámicos de interacción social, y por otra, referirse a la narración de los episodios que van aconteciendo en las trayectorias personales” (Bernal y Cárdenas, 2014, p.128).

Todo ello viene a significar que la construcción de la identidad personal depende de dos grandes esferas. La primera correspondiente a la esfera social, es decir, nuestro desarrollo e implicación en los procesos sociales nos definen como personas y, por otra parte, la segunda esfera hace referencia a nuestros recuerdos y al relato personal que verbalizamos y tenemos como propio a partir de nuestras vivencias.

Todo este proceso nos hace pensar que podemos ser quienes nos gustaría ser. Podemos hablar entonces de “personalidad escogida” fruto de nuestras expectativas y posibilidades como seres humanos (Bernal y Cárdenas, 2014).

El camino hacia la construcción de la identidad personal, es un arduo camino que pasa por diversas fases.

Según Bernal (2014), los diversos estatus de identidad en los que se puede encontrar el conjunto poblacional son los siguientes:

- Difusión de identidad: muestran una falta de compromiso en los dominios de la identidad.
- Identidad hipotecada: Han adoptado un compromiso personal, sin un proceso de búsqueda.
- Identidad moratoria: Están en fase de exploración, pero sin alcanzar ningún compromiso aún.
- Logro de identidad: Presentan compromisos fuertes tras haber pasado un período de crisis (p.391).

Desde estos estatus de identidad podemos inferir la evolución que desarrolla nuestra identidad, desde modelos identitarios de carácter pasivo referentes a la difusión de la identidad e identidad hipotecada a modelos identitarios de carácter más activos como el modelo de identidad moratoria y el logro de identidad.

Hasta ahora hemos estado analizando cómo se construye la identidad personal y cuáles son las distintas fases y estatus que atraviesa nuestro proceso de edificación de la identidad personal.

Al hilo de ello tenemos que señalar uno de los ámbitos más importantes que condiciona nuestra identidad: la escuela.

La importancia de tratar este ámbito reside en su carácter socializador, debemos recordar que la escuela es una de las instituciones más tempranas que conoce el individuo para poder desarrollarse en sociedad, en la cual pasará bastante tiempo de su vida. En definitiva, la trayectoria formativa del individuo implica una serie de cambios en diversos niveles: físico, psicológico, cultural, normativo, intelectual y afectivo (Bernal y Cárdenas, 2014).

La inclusión de la educación emprendedora en la educación básica puede jugar un papel primordial en la configuración de una identidad personal, la cual sea de carácter emprendedor (Bernal y Liñán, 2018).

Por lo tanto, podemos afirmar que no solo la escuela juega un papel primordial en el desarrollo de nuestra identidad, sino que propicia además el desarrollo de nuestra capacidad emprendedora.

En palabras de Azqueta (2017):

Ampliar la significación del emprendimiento se presenta como tarea imprescindible para hacer frente a los desafíos educativos de las próximas décadas y para su correcta inclusión en las aulas. A su vez esta tarea también es importante para facilitar que el emprendimiento se asiente como disciplina científica y como materia educativa (p. 34).

Podemos inferir de esta forma una relación indiscutible entre formación, identidad y emprendimiento.

3.1.5 Cultura emprendedora y valores

En primer lugar, debemos de abrir este apartado con la siguiente idea: la cultura emprendedora es una realidad que contiene pautas, valores y comportamientos; los cuales pueden ser adquiridos a través de la formación (Cámara, 2015).

Partiendo de esta idea es interesante que dediquemos cierto espacio a relatar los valores fundamentales que conlleva una actitud emprendedora.

Tal y como expresa Marina (2010): la competencia emprendedora está íntimamente ligada a los fines personales y sociales que posee cada individuo, definidos en un conjunto de valores compartidos.

Con esta afirmación, el autor enmarca el conjunto de actitudes de carácter emprendedor en el marco ético-social, lo cual nos ayuda a entender mejor por qué se emprende y qué se valora de este conjunto de actividades.

Dentro del marco social debemos conocer qué habilidades son necesarias para el desarrollo vital y laboral de los distintos sujetos.

Buxarrais (2013) distingue entre las habilidades blandas y las habilidades duras. Las habilidades duras hacen referencia a aquellas habilidades que son aprendidas en la escuela. Es decir, podemos relacionarlo con las habilidades tradicionales.

Las habilidades blandas son aquellas que permiten poner en práctica valores que contribuyen a que la persona se desarrolle adecuadamente en los distintos ámbitos de acción, como trabajar duro bajo presión, tener flexibilidad y posibilidad de adaptarse a los distintos escenarios, contar con habilidades para aceptar y aprender de las críticas, disponer de autoconfianza y capacidad de ser confiable, lograr una comunicación efectiva, mostrar habilidades para resolver problemas, poseer un pensamiento crítico y analítico, saber administrar adecuadamente el tiempo, saber trabajar en equipo, tener proactividad e iniciativa, tener curiosidad e imaginación y disponer de voluntad para aprender, además de saber conciliar la vida personal, familiar, social y laboral, entre otras (Buxarrais, 2013, p. 57).

Hemos querido mencionar estas habilidades ya que podemos ver una relación bastante clara entre las habilidades blandas y las actitudes necesarias para el emprendimiento. Los valores de emprendimiento en resumidas cuentas no son más que aquellas características personales que permite nuestro desarrollo integral en cualquier ámbito

De todas ellas se debe destacar la autoconfianza como elemento clave para el progreso, pilar fundamental de cualquier actitud emprendedora. Además de saber trabajar en equipo y aportar ideas, nuevas habilidades que son necesarias hoy para el correcto progreso social.

Con todo lo expuesto hasta ahora no es descabellado que diferenciamos entre valores correspondientes a la dimensión personal y a la dimensión social.

Con respecto a las capacidades interpersonales: “esta capacidad implica el desarrollo de la competencia personal y la racionalidad, el conocimiento de valores instrumentales y finalistas, que se expresan en el estudio del autoconcepto, la autoestima y la autonomía” (Cámara, 2015, p.114).

Aunque estas y tal y como hemos ido enumerando a lo largo del escrito no tienen sentido sin la adquisición de competencias relacionadas con el fin social.

“Las competencias interpersonales permiten desarrollar capacidades sociales no solo para interactuar con corrección cívica, sino también para preocuparse por pensar en los demás, para ayudarles de manera comprensiva y ocupacional” (Cámara, 2015, p.114).

Todas estas competencias nos permitirán desarrollarnos íntegramente ya no solo como seres emprendedores sino como seres humanos. Tal y como hemos ido redactando el entramado para la construcción de valores que permitan la actitud emprendedora, es una realidad bastante compleja. Conseguir este objetivo no es fácil, pero si de algo podemos estar seguros es que esta tarea comienza en la escuela.

Como expresa Buxarrais (2013): educar para desarrollar a la persona, formar en el autoconocimiento para lograr la autorrealización, desarrollar las capacidades intelectuales múltiples, inculcar una conciencia ambiental y sostenible. Además de formar para el bien común y la responsabilidad ética son los grandes retos que han de superarse para desarrollar personas emprendedoras en la realidad social de hoy.

3.1.6 El emprendimiento personal. Proyecto vital

Siguiendo con lo visto en el punto anterior, debemos constatar que: “La cultura emprendedora está estrechamente ligada a la iniciativa y a la acción. Las personas somos seres dotados de espíritu emprendedor” (Civila, 2017, p.29).

Esta afirmación reitera la idea de que todos tenemos o podemos desarrollar actividades y proyectos de carácter emprendedor. Partiendo de esta idea no es nada descabellado pensar en que estas acciones emprendedoras también pueden estar orientadas al desarrollo de nuestro proyecto vital.

El proyecto de vida de una persona debe estar conformado esencialmente por su propósito vital y social, por los objetivos que se marca para ello, por sus decisiones o posturas ante las diversas situaciones de su existencia y de sus relaciones, por los recursos personales o materiales de que dispone, por los valores que le marcan la conducta, el pensamiento, por la manera de actuar y comportarse, y, por último, por su propia definición como ser individual dentro de una comunidad (Civila, 2017, p.27).

Tal y como expresa la autora no podemos hablar de desarrollo de un proyecto vital sin tener en cuenta los objetivos vitales de cada persona, su forma de entender las cosas, sus decisiones y su papel dentro de la unidad social.

La construcción del proyecto vital es un proceso bastante largo y costoso en la que juegan los siguientes factores: factores cognitivos referentes al conjunto de conocimiento que vamos adquiriendo a lo largo de nuestro ciclo vital; factores psicológicos, los cuales están relacionados con nuestros sentimientos, conductas; factores físicos, relacionados con el cuidado de nuestro cuerpo y nuestra alimentación; factores espirituales, vinculados a nuestra moralidad y ética; y por último, los factores sociales, referentes a nuestra posición y relación con el entorno social (Civila, 2017).

En todo este proceso de construcción de nuestro proyecto vital debemos tener muy presente la vertiente emocional ya que ser y sentirse agentes y protagonistas de nuestras vivencias no solo implica el llevar acabo nuestras propuestas personales sino también saber regular correctamente nuestras emociones para ejecutar estas acciones de una forma coherente (Bernal, Ceresia y Liñán, 2018).

Como hemos ido recalcando a lo largo del escrito, la escuela juega un papel fundamental en el proceso de emprendimiento. En este espacio analizaremos las habilidades y actitudes que debe fomentar la escuela sobre todo en los niveles más básicos que permitan que los sujetos sean protagonistas y puedan desarrollar su proyecto vital con total solvencia.

Enciso (2010) afirma que como habilidades individuales deben trabajarse:

- ✓ “Motivación al logro
- ✓ Asunción de riesgos
- ✓ Autoconfianza
- ✓ Tolerancia al fracaso
- ✓ Habilidad para identificar oportunidades
- ✓ Capacidad de aprender de las experiencias” (p.70).

Civila (2017) destaca por otra parte el desarrollo de las siguientes habilidades para una correcta edificación del proyecto vital del alumnado: la autonomía, vinculada a la correcta elección y desarrollo de las metas personales donde el grado de responsabilidad social del individuo es determinante; la creatividad, sujeta al desarrollo de personalidades únicas y decididas a tomar acción; la versatilidad, referente al grado de apertura que se muestra ante todo tipo de situaciones; la innovación, como elemento fundamental que permite evolucionar y dinamizar todo tipo de proyectos; y por último la actitud

proyactiva, referente a la capacidad de gestión de los recursos a largo plazo para la consecución de objetivos.

Para concluir, podemos afirmar que nos encontramos ante un paradigma complicado, diverso y bastante reciente, en el cual debemos trabajar con el objeto de crear sujetos autónomos, responsables y protagonistas de sus propias vivencias.

3.1.7 El emprendimiento socio-ambiental sostenible

Para introducir este punto, debemos tener en cuenta lo que afirman Navarro y Vilches (2017):

Emprender supone un riesgo, pues se invierte capital, energías, esperanzas y tiempo, y nadie puede asegurarte el éxito del proyecto. Es necesario que, desde jóvenes, se conozcan y comprendan los retos y peligros, pero también las estrategias y compensaciones del emprendimiento como vía de empleo y desarrollo, tanto personal como social y profesional (p.76).

De esta cita, se debe destacar el riesgo socio-ambiental que se deriva de la actividad emprendedora, puesto que se ponen en juego recursos naturales y sociales que pueden determinar el progreso y bienestar tanto personal como comunitario.

Teniendo en cuenta esta información, es vital concebir también el emprendimiento como herramienta para tratar estas problemáticas socio-ambientales.

Como conjunto de problemáticas ambientales, Diamond (2006) establece:

Los cuatro primeros de esos doce grupos de problemas consisten en la destrucción o la pérdida de recursos naturales; los tres siguientes afectan a los límites de los propios recursos naturales; los tres posteriores se refieren a sustancias o cosas perjudiciales que producimos o trasladamos; y los dos últimos afectan a cuestiones demográficas (p.395).

Hasta este momento hemos podido destacar el porqué es necesario incluir la temática socioambiental en materia de emprendimiento, además de analizar de forma breve las grandes problemáticas ambientales.

Ahora nuestro foco de atención, está en delimitar de manera sencilla qué es y caracteriza el emprendimiento socio-ambiental.

Las empresas sociales y ambientales son aquellas cuyo fin primordial es resolver un problema y/o necesidad social y/o medioambiental. Estas empresas hacen uso de las estrategias de mercado para alcanzar un objetivo de cambio social y/o ambiental, pero el beneficio económico no es ya la principal motivación, sino el medio para crear valor

socioambiental y propiciar un cambio positivo para la ciudadanía. Además, el emprendimiento social y ambiental tiene el potencial y la capacidad para empoderar a la ciudadanía como agente activo del cambio (Navarro y Vilches, 2017, p. 84).

De lo expuesto, se debe señalar como especialmente importante el papel activo que juega la ciudadanía en la resolución de estas situaciones, es decir, el fomento de una ciudadanía sostenible implica la educación y formación de sujetos con conciencia crítica, educados en valores democráticos y con recursos para pasar a la acción.

Por lo tanto, este modelo emprendedor se caracteriza por: el papel protagonista de la ciudadanía y el medio ambiente, el talante democrático como base de actuación, valores y principios como: solidaridad, colaboración, participación responsabilidad y cohesión social; además de equiparar las necesidades socio-ambientales por encima de las de carácter económico (Navarro y Vilches, 2017).

Todo ello debe empezar a trabajarse desde la infancia, en la familia, en el grupo de iguales, pero sobre todo y no menos importante en la escuela.

Un objetivo claro de la educación emprendedora consiste en fortalecer la predisposición y la orientación hacia métodos de aprendizaje que consigan que los ciudadanos logren construir un modelo de sociedad sostenible (Lindner, 2018).

En esta línea las escuelas deberán ser capaces de dar respuesta a los grandes retos socio-ambientales a los que la población se enfrenta día a día fomentando en el alumnado del mañana las capacidades, conocimientos y sobre todo actitudes que permitan que pueda llegar a adquirir espíritu emprendedor.

3.2. Conceptualización y características de la Educación Emprendedora

En este segundo bloque expondremos las diferentes formas de conceptualizar la Educación Emprendedora, además de establecer sus diversas características, principios y propósitos.

Seguidamente analizaremos los efectos que provoca la formación en materia emprendedora, también en este bloque, con las características que el docente debe poseer para formar en emprendimiento.

Para finalizar, expondremos los diversos métodos y metodologías que se pueden emplear para que el alumnado adquiriera las diversas competencias emprendedoras.

3.2.1 Educación Emprendedora: Conceptualización

En primer lugar, tal y como afirman Peña, Cárdenas, Rodríguez y Sánchez (2015): “Bajo la óptica educativa, la educación emprendedora, de un modo u otro, ha ido constituyéndose a la misma vez que las teorías económicas del emprendimiento. Siempre ha estado el interés por formar a personas emprendedoras” (p. 22).

Es decir, la cultura formativa ha avanzado progresivamente según los pasos que ha dado la teoría emprendedora, recalándose la importancia que tiene la formación en todo el proceso.

Ahora bien, debemos indagar sobre qué entendemos por educación emprendedora. A continuación, pondremos algunas de las definiciones más actuales que se barajan:

“La Educación Empresarial pretende formar profesionales con la mentalidad y las habilidades para generar ideas originales en respuesta a las necesidades y carencias identificadas, y la capacidad de actuar en ellos. En definitiva, tener una idea y hacerla realidad. Las habilidades empresariales incluyen la iniciativa, toma de decisiones intuitiva, lo que hace que las cosas sucedan, redes, identificación de oportunidades, resolución creativa de problemas, innovación, pensamiento estratégico y efectividad. La educación empresarial se extiende más allá de la adquisición de conocimientos a una amplia gama emocional, intelectual, social y habilidades prácticas” (QAA, 2012, p. 7).

Con esta definición dejamos constancia de que educar en emprendimiento exige formar en diversas esferas más allá de la teórica, con el objetivo clave de poner en marcha iniciativas en la vida real.

“La educación empresarial es la aplicación de habilidades empresariales específicamente a la creación y el crecimiento de las organizaciones, con la educación empresarial se centra el desarrollo de habilidades y la aplicación de una mentalidad emprendedora en los contextos específicos de la creación de una nueva empresa, desarrollo y crecimiento de un negocio existente, o el diseño de una organización empresarial” (Williamson, Beadle & Stephanie, 2013, p.15).

En esta otra los autores hacen hincapié en las capacidades y habilidades técnicas que deben desarrollar las personas emprendedoras durante su formación en este ámbito.

Por último, también presentaremos la siguiente definición:

“Se trata de un fenómeno humano que comprende un amplio espectro de competencias, conocimientos y actitudes, cualidades y valores. Asumir riesgos, ser innovador, tener dotes de persuasión, negociación y pensamiento estratégico también se incluyen dentro de las competencias que deben ser movilizadas en la juventud para contribuir a formar

ciudadanos dotados de capacidad para el emprendimiento. [...]La competencia “sentido de iniciativa emprendedora y espíritu emprendedor”, asociada a esta materia, incide no solo en la pura actividad económica sino en la contribución a la sociedad por parte de los individuos, la inclusión social y el aseguramiento del bienestar de la comunidad” (BOE, 2015, p.505).

Todas estas definiciones, aunque tienen sus distintos rasgos y entienden la educación en materia emprendedora comparten un pilar fundamental: fomentar la intención emprendedora en el alumnado.

Por lo tanto, tal y como afirma Luis, de la Torre, Escolar, Palmero y Jiménez (2017):

La promoción del espíritu empresarial ha de funcionar a tres niveles: la persona, la empresa y la sociedad. Los individuos han de percibir ser empresario como una profesión atrayente bien valorada por la sociedad. A través de la formación y de las competencias adecuadas podrán convertir sus ambiciones en éxito dentro de un marco de condiciones idóneas. Si reducimos el temor al fracaso y la estigmatización a la quiebra aumentará el número de emprendedores. Además, es ineludible el acceso a conocimientos, a los contactos pertinentes y a los servicios de apoyo empresarial de alto nivel para lograr montar una empresa. El sistema educativo ha de contribuir a aportar tanto competencias como un acercamiento a las empresas lo que redundará en fomentar el espíritu empresarial (p. 45).

Para finalizar este apartado, podemos dejar constancia de la relación existente entre la formación, el emprendimiento y la posterior intención de llevar a cabo acciones de carácter emprendedoras.

3.2.2. Efectos de la Educación Emprendedora

Después de examinar qué relación existe entre la cultura emprendedora y la formación, analizaremos que efectos y consecuencias se extraen de formarse en materia emprendedora.

Becker (1975) define el capital humano como el total de las capacidades productivas que un individuo adquiere por acumulación y posterior puesta en práctica de conocimientos generales o específicos.

Es innegable afirmar que estas capacidades pueden desarrollarse a través de la formación emprendedora. Tal y como afirman Morales, Pineda y Dorado (2014): “a través de la educación los individuos acumulan conocimientos y desarrollan habilidades

que les permitirán enfrentarse a la vida laboral y generar un mayor o menor nivel de ingresos” (p.183).

Sumado a esto, debemos tener en cuenta que la intención emprendedora está condicionada por una serie de factores entre los cuales se encuentra: la actividad emprendedora previa del individuo, factores psicológicos y de personalidad y factores formativos (Ceresia, 2018).

En consecuencia, se debe afirmar que existe una relación entre los siguientes elementos: identidad emprendedora, intención emprendedora y educación emprendedora.

El entramado de estas relaciones es complementario ya que la identidad emprendedora se vincula positivamente a la intención emprendedora y a la utilidad percibida por parte de la sociedad de la educación emprendedora, como medio para poder lograr este fin. A su vez esta idea está vinculada a que quienes consideren útil la formación emprendedora tengan la intención de ponerse manos a la obra, lo cual repercutirá en un incremento de la intención emprendedora de los individuos (Liñán y Bernal, 2018).

Para concluir y finalizar este apartado. tal y como afirman Liñán, Rodríguez y Rueda (2011): la educación emprendedora debe ser capaz de proporcionar al alumnado el conocimiento sobre el entorno emprendedor, las habilidades necesarias para convertir a este alumnado en emprendedores, fomentar en consecuencia la intención de que estos lo sean y que reconozcan la importancia de esta figura.

3.2.3 Características de la Educación Emprendedora

En primer lugar, debemos tener en cuenta cuáles son los principios en los que se sustenta la educación emprendedora. Estos son:

La capacidad emprendedora no es una habilidad innata, es decir, puede ser adquirida a través de la formación correspondiente con ello se puede afirmar que la experiencia no es la única vía para tener conocimiento en materia emprendedora, en consecuencia, puede adquirirse a través de diversos cursos formativos, señalándose como ejemplo: la formación universitaria (Klandt y Volkman, 2006).

En segundo lugar, debatiremos acerca de los diversos propósitos que puede fomentar el formarse en materia emprendedora. Entre estos nos encontramos:

Fomentar el desarrollo de habilidades y conocimientos necesarios para implementar una idea y lanzar un negocio, fortalecer la actitud y mentalidad

empresarial, además de conseguir desarrollar al alumnado la formación necesaria para entender cómo funcionan las instituciones empresariales (Lindner, 2018).

A continuación, expondremos las características principales en las que se basa la formación emprendedora:

- Énfasis en el proceso; aprender a aprender
- Apropiación del aprendizaje por parte del participante
- El instructor como facilitador y educando: los participantes generan el conocimiento
- Sesiones flexibles y orientadas a necesidades
- Objetivos del aprendizaje negociados
- Centrada en la formación de competencias: saber ser, saber hacer, saber estar y saber convivir
- Coyunturas y pensamiento divergentes; vistos como parte del proceso creativo
- Influencia de la comunidad e importancia de la formación emocional
- Educación vista como proceso que dura toda la vida donde la relación entre alumnos y profesorado es fundamental
- Errores como fuente de conocimiento (Gutiérrez, 2011, pp. 60-61).

Tal y como podemos deducir, la educación emprendedora es un fenómeno extraordinariamente complejo que implica la interrelación de multitud de factores, entre los que se encuentran los mencionados en la cita anterior.

Una enseñanza que haga del error parte del aprendizaje, que fomente la autonomía personal, la inclinación al riesgo ponderado, a la innovación y adopción de iniciativas aplicables es el caldo de cultivo adecuado para impregnar a los escolares de una actitud emprendedora en el sentido más propio de la palabra, como entorno para comprender la importancia social de la actividad empresarial y, en su caso, propiciar que en el futuro puedan adoptarla como opción personal (Núñez y Núñez, 2016, p.1083).

Como afirman los autores, debemos entrenar en el alumnado habilidades vinculadas a la innovación y a la iniciativa, todo ello permitirá al alumnado llegar a ser agentes emprendedores de su propia vida.

3.2.4 La figura docente en la Educación Emprendedora

Hasta ahora hemos debatido acerca de la situación general de la educación emprendedora como objetivo educativo, su finalidad y qué la caracteriza. Todo ello nos lleva también a analizar de forma detallada el rol que juega el docente en relación a la realidad emprendedora. Con respecto a la figura docente, tal y como afirma Briasco (2014):

Es necesario contar con docentes capacitados, para ello sugerimos diseñar acciones en las que el profesorado deba transitar por situaciones similares a las que se le proponga al alumnado, con el fin de generar un escenario que les permita construir las competencias necesarias para encarar el desarrollo de proyectos de fomento de la cultura emprendedora (p.91).

Con ello queremos afirmar que el carácter de la docencia del profesorado debe ser activo, participativo y resolutivo. Todo ello es lógico si partimos de la premisa de que nuestro fin es formar a personas con estas capacidades.

Por lo tanto, si el docente quiere conseguir un alumnado con actitudes emprendedoras, sus métodos didácticos deberán tener rasgos característicos de elementos emprendedores.

Sumado a lo que hemos expuesto hasta ahora, debemos conocer cuáles son los rasgos que definen al docente formador en emprendimiento. Para sintetizar y organizar la información se propone la siguiente tabla:

N.º	Característica/competencia	Definición
1	Conocimiento	Genera las condiciones para el desarrollo del aprendizaje significativo en los estudiantes mediante la transmisión de orientaciones, medios, experiencias, estrategias y recursos pedagógicos desde un proceso reflexivo de construcción del conocimiento.
2	La enseñanza se centra en el alumno	Orienta al alumno hacia la autonomía y la autodirección del proceso de construcción de conocimiento, proporcionando las bases requeridas y favoreciendo los espacios de reflexión, crítica, trabajo en equipo y autoformación.
3	Promotor del trabajo en grupo	Asume el grupo como el contexto idóneo para el desarrollo de las habilidades de los estudiantes, por lo que favorece la solidaridad, la tolerancia, la interacción entre los estudiantes, la motivación, el sentido de responsabilidad, la discusión y el análisis.
4	Facilitador	Contribuye a que el estudiante desarrolle sus competencias mediante la motivación, la orientación y las herramientas de ayuda para el desarrollo efectivo del proceso de aprendizaje.
5	Problematizador	Genera preguntas o situaciones que estimulan la capacidad de análisis, la

		indignación y la reflexión de los estudiantes como mecanismo para la construcción del conocimiento.
6	Identifica adecuadamente las necesidades de los estudiantes	Capacidad de desarrollar el proceso de enseñanza en concordancia con los aspectos requeridos y las expectativas de los estudiantes.
7	Trabajan bajo enfoques sistemáticos y sustentables	Desarrollan el proceso de enseñanza desde enfoques sistemáticos y sustentables relacionados con la comunidad local.
8	Planifican el proceso de aprendizaje	Establece anticipadamente los objetivos del proceso de enseñanza, definiendo los contenidos, las metodologías, las estrategias necesarias y los criterios de evaluación para el dominio de las competencias por parte de los estudiantes.
9	Evalúan y controlan los procesos y los resultados	Incluye dentro de la metodología de proceso de enseñanza-aprendizaje, la realización de acciones de verificación de los objetivos planteados con el objeto de garantizar la calidad del proceso y tomar las decisiones de mejora necesarias.
10	Capacidad de enseñar en procesos y contextos prácticos (reales)/ (Ausencia de clases magistrales)	Fundamenta los procesos de enseñanza-aprendizaje en las experiencias previas y en la generación de situaciones que permitan al estudiante la construcción del conocimiento mediante la interacción con el contexto práctico.
11	Capacidad de trabajar en equipo	Establece relaciones de cooperación con su entorno con el objeto de lograr metas comunes de manera efectiva.
12	Comunicación	Capacidad para transmitir efectivamente las ideas a los estudiantes.
13	Promotor	Incentiva el desarrollo de trabajos y proyectos donde el estudiante aplica y pone a prueba sus conocimientos y habilidades.
14	Flexibilidad	Introduce modificaciones y ajustes a la planificación en función de la evolución del proceso de enseñanza, integrando los temas y las prácticas de interés por parte de los estudiantes.
15	Adaptabilidad	Se muestra receptivo a enfrentar situaciones o realizar actividades diferentes a las planificadas dentro del proceso de enseñanza.
16	Empatía	Capacidad de ponerse en el lugar de los estudiantes, comprendiendo sus necesidades y emociones, y asumiendo una actitud abierta al diálogo y al cambio a fin

		de lograr una interacción positiva con los estudiantes.
17	Capacidad de aprender	Realiza permanente procesos de cualificación y actualización dentro de su disciplina para obtener un resultado efectivo del proceso enseñanza-aprendizaje.
18	Tolerancia	Promueve dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje el respeto hacia las ideas o prácticas diferentes o contrarias a las propias.
19	Respeto	Promueve espacios de discusión y análisis fundamentados en el reconocimiento y la importancia de las ideas de los involucrados en el proceso de enseñanza-aprendizaje.
20	Responsabilidad	Promueve dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje que los estudiantes asuman las consecuencias de sus actos.
21	Innovador	Genera cambios en el desarrollo de los procesos de enseñanza-aprendizaje, proporcionando en los estudiantes una nueva forma de observar el entorno y las oportunidades que este ofrece.
22	Motivador	Impulsa a los estudiantes a llevar a cabo sus iniciativas.

Tabla 2: *Características del docente formador en emprendimiento*. Recuperado de Pertuz, Rojas, Navarro y Quintero (2016).

Estas características y competencias mostradas en el cuadrante son las que todo docente emprendedor debe poseer.

Tal y como afirma Briasco (2014):

Como mencionábamos, es incipiente el ingreso de la temática sobre emprendimiento en las agendas públicas de educación y, comienzan a encontrarse algunos programas de apoyo a la construcción de cultura emprendedora dirigido a docentes. La clave de esta formación es la adopción por parte de los docentes de la actitud proactiva inherente a la cultura emprendedora (p.94).

3.2.5 Metodologías para formar en materia emprendedora

En el punto anterior hemos analizado las características y competencias que debe poseer un buen docente que se predisponga a formar en cuestión de emprendimiento. En este apartado haremos hincapié en las herramientas y procedimientos de los cuales puede servirse el profesorado para lograr tal objetivo.

Primeramente, es necesario establecer los distintos métodos existentes para formar en materia emprendedora. Entre estos nos encontramos:

Métodos	Descripción	N° de programas	Ejemplos de programas documentados
Métodos tradicionales de enseñanza	La educación empresarial se enseña a través de conferencias, haciendo exámenes y enseñanzas de escritura.	36	*Licenciado en Finanzas, Informática y Empresa.
Simulación de negocios	El establecimiento y gestión de negocios se está simulando a través de programas asistidos por ordenador. Esta categoría incluye también la utilización del estudio de caso en la enseñanza.	34	*El proyecto del girasol *Sucesor del negocio de Hernstein.
Talleres	En este contexto significa por ejemplo trabajo en grupo, discusiones de grupos y trabajo de proyecto.	26	*Campus Programa de desarrollo de la empresa.
Asesoramiento/ Mentoring	Se brinda tutoría y/o grupal para que los participantes aprendan de las opciones de carrera potenciales y sus propias capacidades y posibilidades relacionadas para guiar la puesta en marcha de negocios y operaciones de negocios o proyectos. Los mentores pueden ser profesores, empresarios u otros expertos.	22	*Premios Enterprise Irlanda. *Entrar en la empresa.
Visitas de estudio	Los participantes son llevados a visitar empresas u otras organizaciones. Los emprendedores o miembros de otros grupos de interés visitan las escuelas con el fin de fortalecer las relaciones escuela-trabajo y familiarizar a los participantes con el mundo del trabajo. En algunos programas también se realizaron visitas de estudio en el extranjero.	18	*Iniciativa de logros junior. *Universidad de verano (curso: Emprendimiento y creación de empresas).
Creación de un negocio	Las empresas reales se crean y administran dentro de los programas.	20	*Proyectos empresariales como Europrise.
Juego y competencias	Se aplican juegos y competencias para aumentar el atractivo del espíritu empresarial e interés hacia las pequeñas empresas.	9	*Shell Livewire.

Entrenamiento	Los estudiantes trabajan durante un periodo de tiempo en una empresa real como parte del programa.	9	*La escuela Gründer.
----------------------	--	---	-------------------------

Tabla 3: *Métodos de enseñanza*. Recuperado de Donoso (2017).

Es necesario en primer lugar reconceptualizar las metodologías de enseñanzas hacia procedimientos de carácter más activo donde el alumnado sea el centro del proceso formativo y el rol del docente derive al de guía (Paños, 2017).

Además, la experiencia del alumnado es fundamental. Se debe partir de su experiencia y de sus situaciones cotidianas y a través de ahí dirigir el proceso didáctico del alumnado (Linder, 2018).

Siguiendo con Linder (2018), es fundamental que estos procedimientos estén basados en procesos de comunicación no violenta y en el diálogo constructivo y que a ser posible presten un servicio a la comunidad.

Hasta ahora hemos argumentado de forma concisa cuáles son los principales procedimientos para poder formar en cuestión emprendedora. A continuación, vamos a presentar algunas de las herramientas más relevantes para ello:

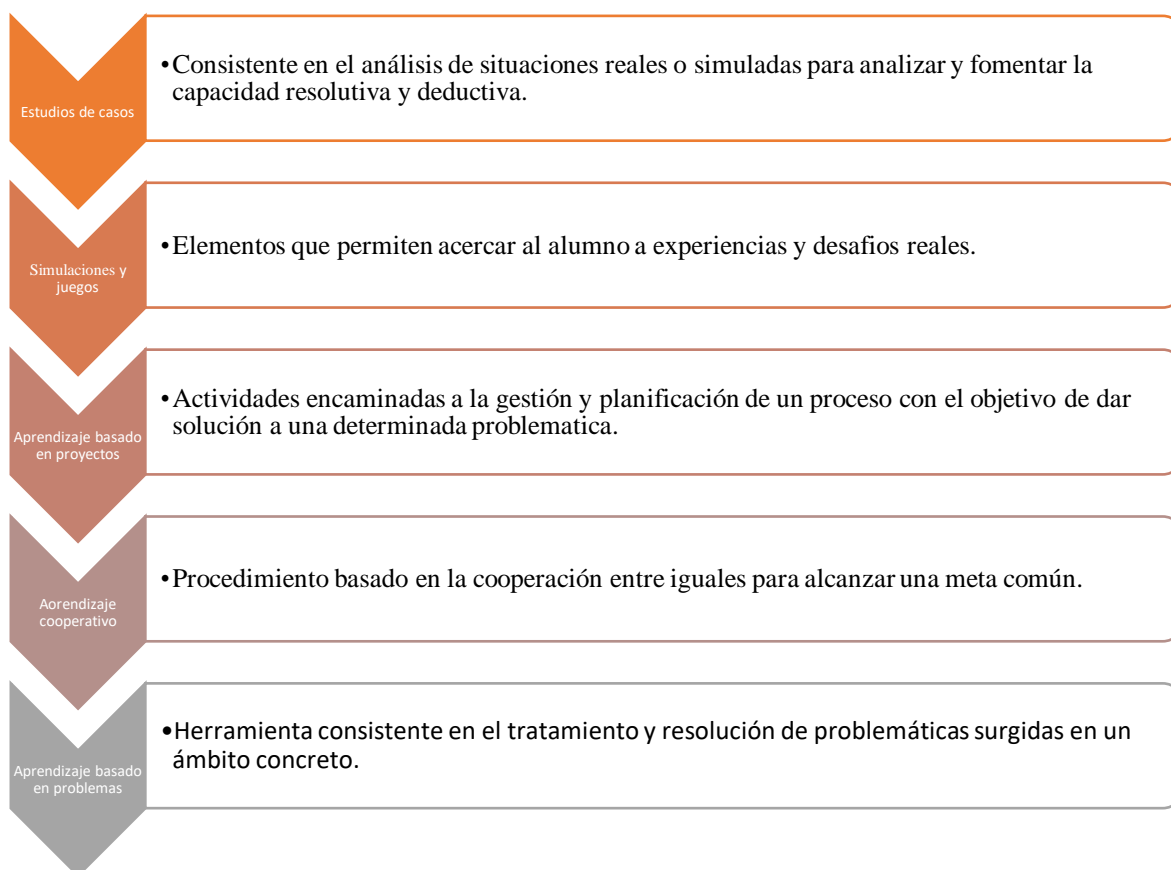


Figura 1. Metodologías para el desarrollo de la competencia emprendedora. Basada en Paños (2017).

Como podemos observar, se analizan herramientas que a priori pueden resultar muy familiares, aunque si tenemos en cuenta todo lo expuesto podemos llegar a la conclusión de que la formación en materia emprendedora pasa por emplear técnicas dinámicas y activas.

Para finalizar, tal y como afirma Paños (2017):

Indiscutiblemente las metodologías son el vehículo para desarrollar las competencias. Independientemente de la competencia que se quiera trabajar, estas deberían ser activas, centradas en el estudiante, participativas, donde se les ofrezca a los alumnos múltiples situaciones contextualizadas, reales y variadas. Evidentemente, para adquirir las competencias el alumno tiene que experimentarlas en primera persona. Con todo ello, las instituciones educativas deberían ir ayudando en esta dirección y apuntar por el cambio metodológico activo y participativo en sus aulas (p. 44).

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo General

El presente estudio se marca como objetivo general conocer la orientación de los estudiantes del Grado de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla hacia el emprendimiento, indagando en la intención y capacidad emprendedora de dicho alumnado.

4.2 Objetivos Específicos e hipótesis de investigación

Para dar respuesta al objetivo general anteriormente descrito, nos planteamos los siguientes objetivos específicos:

-OE.1. Conocer la actitud emprendedora del alumnado del Grado de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla.

- ✓ OE.1.1. Identificar el nivel de conocimiento en emprendimiento del alumnado del Grado de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla.
- ✓ OE.1.2. Analizar el grado de capacidad emprendedora que muestran las y los estudiantes del Grado de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla.

- ✓ OE.1.3. Conocer el grado de intención emprendedora que muestran las y los estudiantes del Grado de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla.
- ✓ OE.1.4. Analizar los objetivos emprendedores que posee el alumnado del Grado de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla.

-OE.2. Probar si existe relación entre el grado de intención emprendedora por parte del alumnado del Grado de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla con respecto al grado de vocación profesional, experiencia laboral, capacidad emprendedora y formación en dicha materia.

- ✓ H.2.1. Se corrobora relación existente entre trabajar como profesional liberal con el objetivo profesional de ser emprendedor/a.
- ✓ H.2.2. Se corrobora relación existente entre tener la aprobación de las familias y amigos con el grado de intención emprendedora del alumnado del Grado de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla.
- ✓ H.2.3. Se corrobora relación existente entre tener experiencia laboral con el hecho de querer llegar a ser una persona emprendedora.
- ✓ H.2.4. Se corrobora relación existente entre poseer formación en materia emprendedora por parte del alumnado del Grado de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla con el hecho de querer llegar a ser una persona emprendedora.

-OE.3. Demostrar si hay diferencias en la capacidad emprendedora del alumnado del Grado de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla en función de diversas variables sociodemográficas.

- ✓ H.3.1. Se observan diferencias estadísticamente significativas en la capacidad emprendedora en función de la edad del alumnado del Grado de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla.
- ✓ H.3.2. Se observan diferencias estadísticamente significativas en la capacidad emprendedora en función del género del alumnado del Grado

de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla.

- ✓ H.3.3. La capacidad emprendedora del alumnado del Grado de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla es diferente en función de la actividad profesional desarrollada por los padres y madres del alumnado del grado de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla.
- ✓ H.3.4. La capacidad emprendedora del alumnado del Grado de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla es diferente en función de si éste posee formación en materia emprendedora.

5. METODOLOGÍA

Esta investigación se plantea como un estudio exploratorio en profundidad en el Grado de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla. Para la realización del estudio, hemos aplicado un diseño de investigación mixto basado en procedimientos cuantitativos y revisión bibliográfica.

Para Hernández, Fernández y Baptista (2006) el enfoque cuantitativo “usa la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (p.4).

Según Gálvez (2002), la revisión bibliográfica se define como “procedimiento estructurado cuyo objetivo es la localización y recuperación de información relevante para un usuario que quiere dar respuesta a cualquier duda relacionada con su práctica” (p.25).

En primer lugar, se aplica un diseño ex post facto basado en encuestas para conocer si el alumnado del Grado de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla muestra un alto nivel de actitud e intención emprendedora.

En segundo lugar, se parte de la revisión bibliográfica especializada en cuestiones de emprendimiento para recoger información sobre la percepción que el alumnado pueda tener sobre dicho tema.

En tercer y último lugar se enlazan los resultados obtenidos mediante el análisis cuantitativo y la revisión bibliográfica para obtener relaciones y diferencias entre la

información obtenida por ambas partes y así poder responder a los objetivos e hipótesis fijadas en el estudio.

5.1 Participantes y tamaño muestral

La selección de los sujetos participantes en el estudio en un proceso analítico es crucial, tal y como corrobora Gerring (2014), la selección de la muestra es el criterio más importante en el inicio del proceso de estudio.

Participan en el estudio 235 estudiantes del Grado de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla. La selección de la muestra se ha llevado de forma intencional aplicando un procedimiento de estratificación por cuotas, considerando el curso académico y el género.

La tabla 4 resume las características del alumnado participante:

Variables	Categorías	Frecuencia	Porcentajes
CURSO	1º Curso	100	42,6%
	2ª Curso	75	31,9%
	3º Curso	20	8,5%
	4ª Curso	40	17%
GÉNERO	Femenino	208	88,5%
	Masculino	27	11,5%
EDAD	18-23 años	182	77,4%
	24-30 años	49	20,9%
	>30 años	4	1,7%
NIVEL DE ESTUDIO DE SUS PADRES Y MADRES	Primaria	113	24%
	Secundaria	129	27,4%
	Formación Profesional	156	33,2%
	Universidad	54	11,5%
	Otros	18	3,8%
ACTIVIDAD PROFESIONAL DE	Empleado/a en el sector privado	123	26,2%
	Empleado/a en el sector público	114	24,3%

SUS PADRES Y MADRES	Autónomo o emprendedor/a	65	13,8%
	Desempleado/a	84	17,9%
	Jubilado/a	22	4,6%
	Otras	62	13,2%
EXPERIENCIA LABORAL	Si	128	54,5%
	No	107	45,5%
INTENCIÓN EMPRENDEDORA	Si	122	51,9%
	No	113	48,1%
FORMACIÓN EN EMPRENDIMIENTO	Si	47	20%
	No	188	80%

Tabla 4: Características del alumnado participante. Elaboración propia

Curso

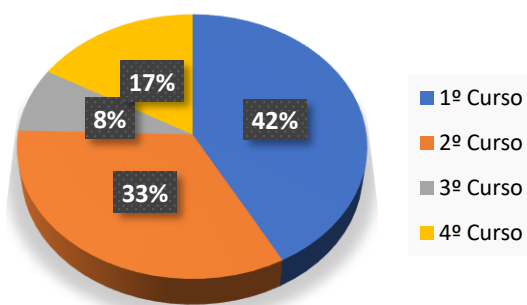


Figura 2: Curso en el que están matriculados el alumnado participante. Elaboración propia

Género

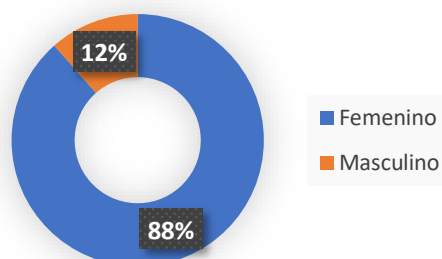


Figura 3: Género del alumnado participante. Elaboración propia.

Edad

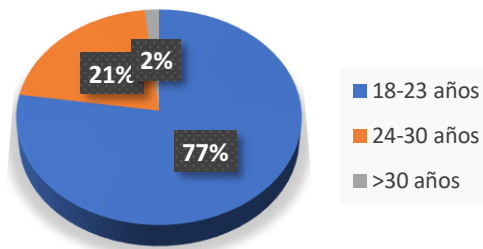


Figura 4: Edad del alumnado participante. Elaboración propia.

Nivel de estudios de sus padres y madres

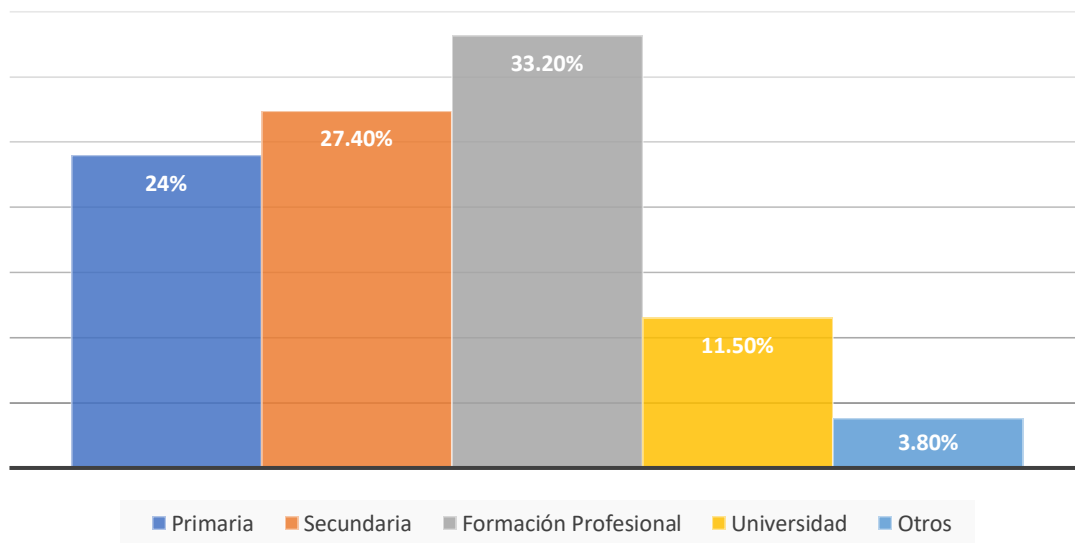


Figura 5: Nivel de estudios de los padres y madres del alumnado participante. Elaboración propia.

Actividad profesional de sus padres y madres

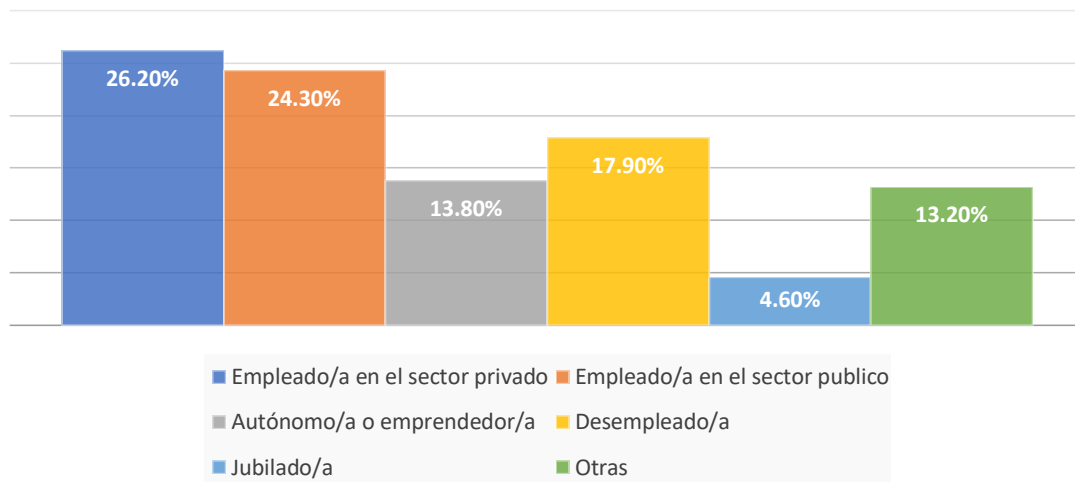


Figura 6: Actividad profesional de los padres y madres del alumnado participante. Elaboración propia.

Experiencia laboral

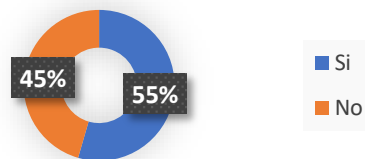


Figura 7: Experiencia laboral del alumnado participante. Elaboración propia

Intención emprendedora

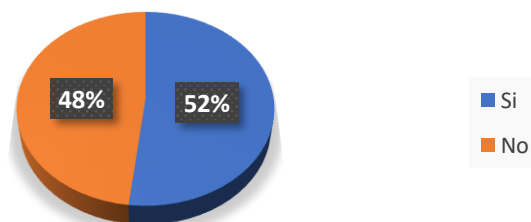


Figura8: Intención emprendedora del alumnado participante. Elaboración propia

Educación emprendedora

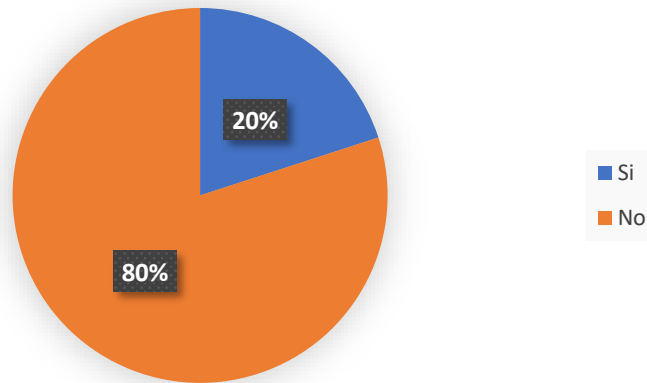


Figura 9: Formación en materia emprendedora del alumnado participante. Elaboración propia

5.2 Instrumento

En el presente estudio se aplica la encuesta como técnica para la recogida de información.

La técnica de encuesta se realiza mediante la aplicación de un cuestionario adaptado (Anexo-2) fruto de la investigación “Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education” (Liñán et. al.,2011). Tal como puede comprobarse en la Tabla 5, dicho cuestionario incluye diferentes dimensiones cuyos ítems se responderán en distintas modalidades de escala Likert, respuesta dicotómica, diferentes opciones de respuestas y algunas cuestiones abiertas.

Dimensión	Tipo de cuestiones
Datos personales	-Datos demográficos. -Características del núcleo familiar.
Formación y experiencia laboral	-Razones de elección del grado. -Experiencia laboral.
Conocimiento emprendedor	-Relación con sujetos emprendedores. -Conocimiento acerca de la creación de empresas.
Vocación profesional	-Vocación y motivación del alumnado. -Percepción del emprendimiento como salida laboral.
Impacto socio-familiar	-Visión de familiares y amigos en cuestión emprendedora. -Tópicos acerca de la actividad emprendedora.

Capacidad emprendedora	-Habilidades técnicas para el lanzamiento de proyectos emprendedores. -Desarrollo de capacidades emprendedoras.
Intención emprendedora	-Grado de intención emprendedora.
Objetivos emprendedores	-Acciones de desarrollo empresarial.
Educación emprendedora	-Cursos de formación en materia de emprendimiento. -Formación y desarrollo de habilidades emprendedoras.

Tabla 5: *Dimensiones del cuestionario*. Elaboración propia.

5.3 Procedimiento

Para la realización del trabajo de campo se han seguido varios procedimientos:

En primer lugar, se pasó el cuestionario en formato digital (realizado a través de Google Formulario) a los distintos delegados del Grado de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla, a través de la Delegación de Estudiantes. Toda esta acción se desarrolló en la segunda quincena del mes de marzo de 2019.

Una vez comprobado que no obteníamos los cuestionarios necesarios, debido a las desventajas que proporciona el emplear cuestionarios en formato digital, se decidió pasarlos presencialmente.

Para realizar este trámite, se ha seguido un procedimiento de acción concertada con el profesorado que imparte docencia en el Grado de Pedagogía en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla.

Para ello, consultamos los planes de estudio del Grado de Pedagogía, concretamente los de primer y segundo curso, para conocer el profesorado que impartía docencia en el segundo cuatrimestre del curso académico 2018-2019, seleccionando a docentes de las asignaturas obligatorias. Nos pusimos en contacto con estos mediante correo electrónico y personalmente, pidiendo colaboración para encuestar a su alumnado de forma presencial en horario de clase. Cinco profesores/as mostraron su disposición a colaborar y facilitar el proceso de encuestación a su alumnado. Desde aquí queremos agradecer su colaboración y disposición para facilitar el acceso y contacto con el alumnado.

A continuación, acudimos al aula correspondiente para la recogida de datos, informando a los participantes sobre la finalidad del estudio, presentando junto al cuestionario un documento de consentimiento informado (Anexo-1), que fue debidamente cumplimentado por el alumnado.

Asimismo, se informó que es un estudio anónimo, confidencial y voluntario. Este proceso de recogida de datos se llevó a cabo durante finales del mes de marzo de 2019 y principios del mes de abril del mismo año. La realización del cuestionario duró aproximadamente unos 15 minutos. Además, los participantes interesados en conocer los resultados del estudio, podían recibir información mediante correo electrónico.

Cuando los datos fueron recogidos, estos se introdujeron y analizaron a través del paquete estadístico SPSS (versión 24).

En primer lugar y para responder al primer objetivo específico, se realizaron análisis exploratorios de las variables estudiadas para conocer su distribución, a partir de frecuencias, porcentajes, medidas de dispersión y de tendencia central.

En segundo lugar y para responder al segundo objetivo específico, se realizaron análisis correlacionales de las variables seleccionadas para conocer su relación, a partir de la correlación de Spearman y Phi.

En tercer lugar y para responder al tercer objetivo específico se realizaron análisis de contraste de las variables escogidas para conocer si existen diferencias, a partir de la prueba H de contraste de Krustal-Wallis y la prueba U de Mann-Whitney.

6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Una vez recogidos los datos mediante los instrumentos previstos y realizados los análisis oportunos, se detallan a continuación los principales resultados obtenidos en cada uno de los objetivos marcados en el presente estudio:

En primer lugar, antes de entrar en el análisis de las cuestiones pertinentes a cada ítem, analizaremos las cuestiones referentes a los tópicos y pensamientos preconcebidos acerca de la actividad emprendedora, para corroborar el nivel de acercamiento inicial que muestra el alumnado hacia el emprendimiento.

Comencemos pues con el análisis de los ítems que conforman esta dimensión:

N	Válido	235
	Perdidos	1
Media		3,23
Mediana		3,00
Moda		2 ^a
Desviación estándar		1,657
Mínimo		1
Máximo		7

Tabla 6. Estadísticos del ítem 45

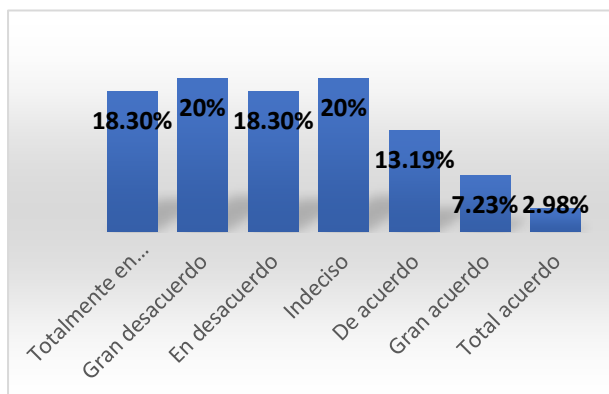


Figura 10. “La actividad emprendedora choca con la cultura de su entorno social”

En cuanto al ítem 45 “La actividad emprendedora choca con la cultura de su entorno social” como se puede comprobar en la figura 10, el 56,6% está en desacuerdo con la afirmación frente a un 20% indeciso y un 23,2% que está de acuerdo. La media obtenida en el presente ítem es de 3,23 con una desviación típica de 1,657 tal como puede comprobarse en la Tabla 6, lo cual indica una gran diversidad de opiniones con respecto a este tema.

N	Válido	235
	Perdidos	1
Media		4,32
Mediana		4,00
Moda		4
Desviación estándar		1,655
Mínimo		1
Máximo		7

Tabla 7. Estadísticos del ítem 46

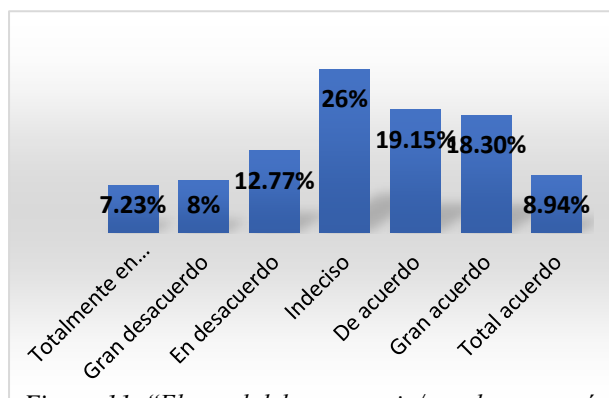


Figura 11. “El papel del empresario/a en la economía no está suficientemente reconocido”

En cuanto al ítem 46 “El papel del empresario/a en la economía no está suficientemente reconocido” como se puede comprobar en la figura 11, el 28% está en desacuerdo con la afirmación frente a un 25,6% indeciso y un 46,4% que está de acuerdo. La media obtenida en el presente ítem es de 4,32 con una desviación típica de 1,655 tal como puede comprobarse en la Tabla 7, lo cual indica una gran diversidad de opiniones con respecto a este tema inclinándose mayormente al acuerdo con esta afirmación.

N	Válido	235
	Perdidos	1
Media		5,95
Mediana		6,00
Moda		7
Desviación estándar		1,236
Mínimo		1
Máximo		7

Tabla 8. Estadísticos del ítem 47

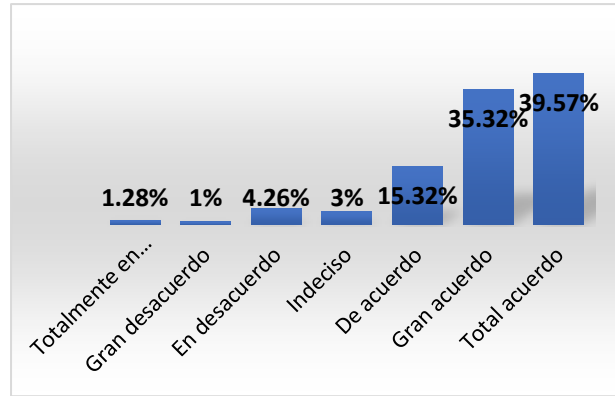


Figura 12. “Muchas personas consideran difícil ser emprendedor/a”

En cuanto al ítem 47 “*Muchas personas consideran difícil ser emprendedor/a*” como se puede comprobar en la figura 12, el 6,8% está en desacuerdo con la afirmación frente a un 3% indeciso y un 90,2% que está de acuerdo. La media obtenida en el presente ítem es de 5,95 con una desviación típica de 1,236 tal como puede comprobarse en la Tabla 8, lo cual indica que prácticamente todo el alumnado está de acuerdo con esta idea.

N	Válido	235
	Perdidos	1
Media		5,18
Mediana		6,00
Moda		6
Desviación estándar		1,498
Mínimo		1
Máximo		7

Tabla 9. Estadísticos del ítem 48

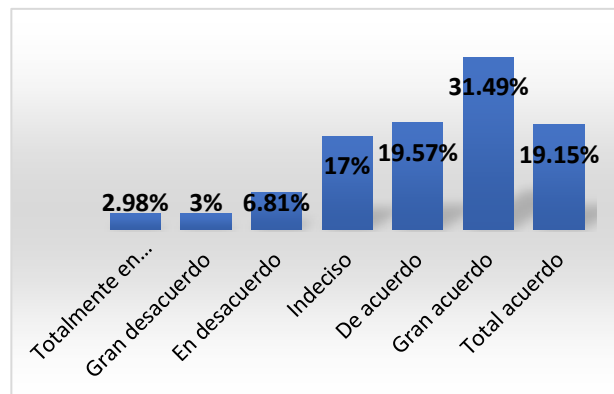


Figura 13. “La actividad emprendedora es considerada demasiado arriesgada para valer la pena”

En cuanto al ítem 48 “*La actividad emprendedora es considerada demasiado arriesgada para valer la pena*” como se puede comprobar en la figura 13, el 12,8% está en desacuerdo con la afirmación frente a un 17% indeciso y un 70,2% que está de acuerdo. La media obtenida en el presente ítem es de 5,18 con una desviación típica de 1,498 tal como puede comprobarse en la Tabla 9, lo cual indica que casi tres cuartos del alumnado está de acuerdo con esta idea.

N	Válido	235
	Perdidos	1
Media		3,49
Mediana		3,00
Moda		2
Desviación estándar		1,824
Mínimo		1
Máximo		7

Tabla 10. Estadísticos del ítem 49

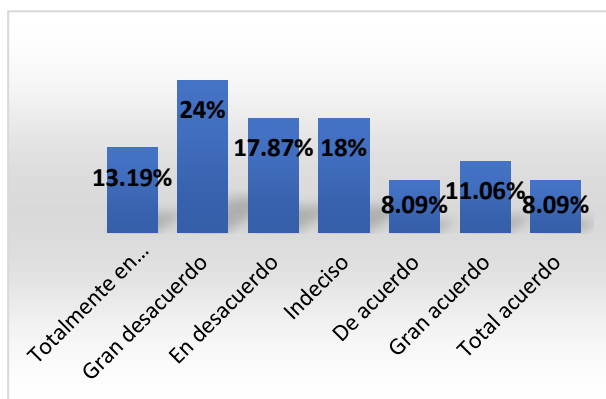


Figura 14. "Se suele pensar que los emprendedores/as se aprovechan de los demás"

En cuanto al ítem 49 "Se suele pensar que los emprendedores/as se aprovechan de los demás" como se puede comprobar en la figura 14, el 54,9% está en desacuerdo con la afirmación frente a un 18% indeciso y un 27,1% que está de acuerdo. La media obtenida en el presente ítem es de 3,49 con una desviación típica de 1,824 tal como puede comprobarse en la Tabla 10, lo cual indica una gran diversidad de opiniones con respecto a este tema inclinándose mayormente al desacuerdo con esta afirmación.

Después de analizar las cuestiones referentes a los tópicos y pensamientos preconcebidos acerca de la actividad emprendedora, podemos afirmar que el alumnado muestra una gran diversidad de opiniones con respecto a las distintas afirmaciones, mostrándose más de acuerdo con la idea de que muchas personas consideran difícil ser emprendedor y que la actividad emprendedora es demasiado arriesgada para valer la pena.

Una vez realizado este análisis, entraremos a resolver las cuestiones planteadas en los distintos objetivos de esta investigación.

6.1 Actitud emprendedora de estudiantes de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de Sevilla

Para conocer la actitud emprendedora del alumnado del grado de Pedagogía se ha llevado a cabo un estudio de tipo descriptivo a partir de un cuestionario con valores en escala del 1-7, donde "1" =Totalmente en desacuerdo y "7" =Totalmente de acuerdo.

El constructo utilizado para medir la actitud emprendedora del alumnado del Grado de Pedagogía se divide en cuatro dimensiones: conocimiento en materia emprendedora, grado de capacidad emprendedora, intención emprendedora y objetivos emprendedores.

6.1.1 Nivel de conocimiento en emprendimiento que posee el alumnado

En primer lugar, mostraremos si el alumnado conoce o no personalmente a alguien emprendedor y si es así qué relación tiene con esa persona.

¿Conoces personalmente a algún emprendedor/a?

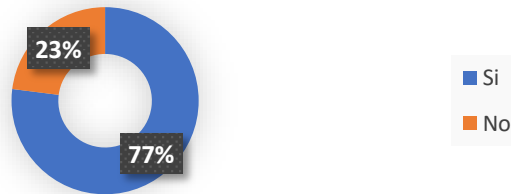


Figura 15. “¿Conoces personalmente a algún emprendedor?”

¿Qué relación tiene con esa persona emprendedora?

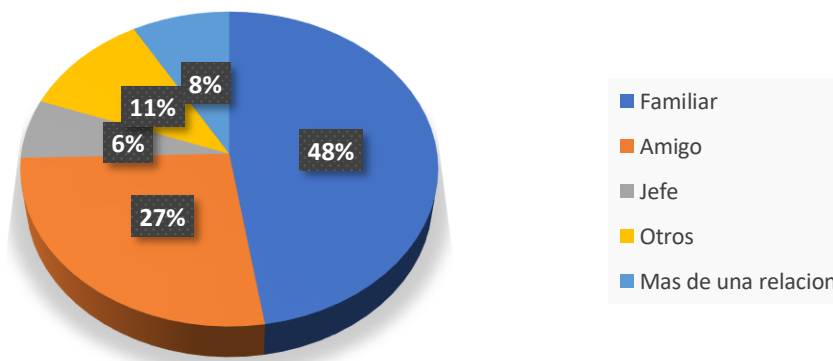


Figura 16. “¿Qué relación tiene con esa persona emprendedora?”

N	Válido	178
	Perdidos	0
Media		4,88
Mediana		4,00
Moda		6,00
Desviación estándar		2,145
Mínimo		2
Máximo		7

Tabla 11. Estadísticos del ítem 19

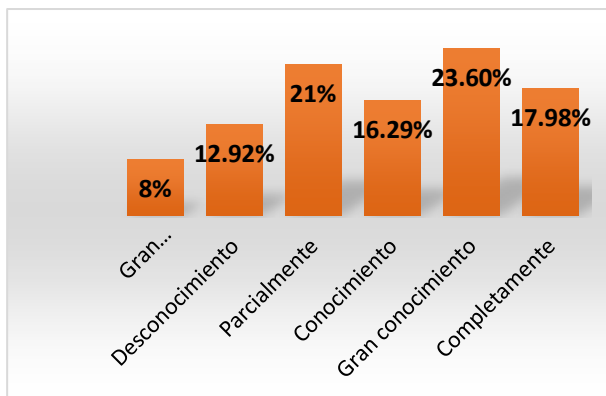


Figura 17. "Hasta que punto conoce su actividad como emprendedor"

N	Válido	178
	Perdidos	1
Media		4,94
Mediana		5,00
Moda		6,00
Desviación estándar		2,216
Mínimo		2
Máximo		7

Tabla 12. Estadísticos del ítem 20

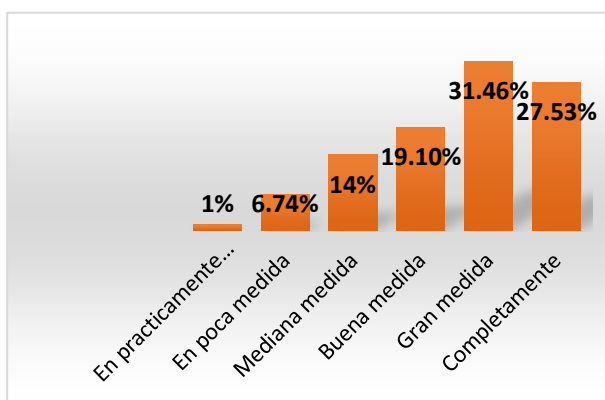


Figura 18. "¿En que medida puede ser considerado un buen emprendedor/a?"

Tal y como podemos observar en las figuras 15 y 16 mas de tres cuartas partes del alumnado encuestado conoce a alguien emprendedor, resultando ser un familiar o amigo en un 75% de los casos.

En cuanto al ítem 19 "¿Hasta qué punto conoce su actividad como emprendedor/a?" como se puede comprobar en la figura 17, el 20,92% no conoce su actividad emprendedora, frente a un 21% que la conoce parcialmente y un 57,87% que muestra cierto nivel de conocimiento. La media obtenida en el presente ítem es de 4,88 con una desviación típica de 2,145 tal como puede comprobarse en la Tabla 11, lo cual indica que algo más de la mitad de la población encuestada conoce la actividad emprendedora de sus familiares, amigos, jefes, etc.

En cuanto al ítem 20 "¿En qué medida puede ser considerado un buen emprendedor/a?" como se puede comprobar en la figura 18, el 7,74% está en desacuerdo con la afirmación, frente a un 14% que se muestra indeciso y un 78,09% que si está de acuerdo con la afirmación. La media obtenida en el presente ítem es de 4,94 con una

desviación típica de 2,216 tal como puede comprobarse en la Tabla 12, lo cual indica que más de tres cuartas partes del alumnado encuestado consideran que sus amigos, familiares y jefes son buenos emprendedores.

N	Válido	235
	Perdidos	1
Media		2,78
Mediana		3,00
Moda		1
Desviación estándar		1,662
Mínimo		1
Máximo		7

Tabla 13. Estadísticos del ítem 21

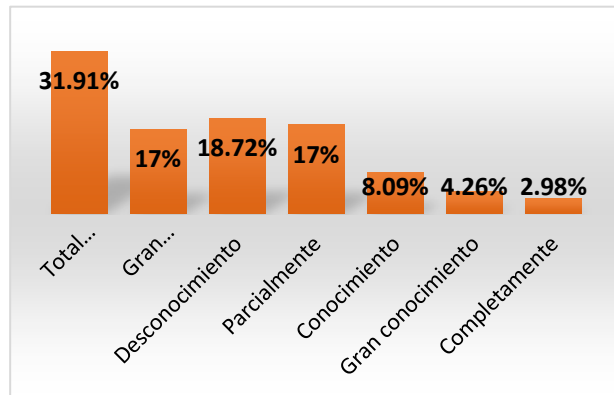


Figura 19. "¿Asociaciones empresariales"

En cuanto al ítem 21 "Asociaciones empresariales" como se puede comprobar en la figura 19, el 67,23% no las conoce, frente a un 18,72% que la conoce parcialmente y un 15,33% que muestra cierto nivel de conocimiento. La media obtenida en el presente ítem es de 2,78 con una desviación típica de 1,662 tal como puede comprobarse en la Tabla 13, lo cual indica que casi dos tercios de la población encuestada desconoce las asociaciones empresariales.

N	Válido	235
	Perdidos	1
Media		2,57
Mediana		2,00
Moda		1
Desviación estándar		1,547
Mínimo		1
Máximo		7

Tabla 14. Estadísticos del ítem 22

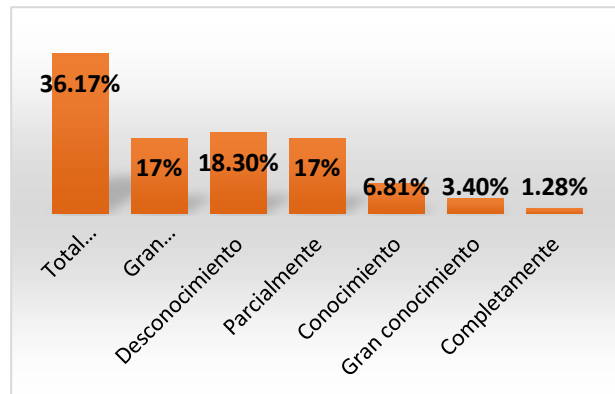


Figura 20. "Organismos de apoyo"

En cuanto al ítem 22 "Organismos de apoyo" como se puede comprobar en la figura 20, el 71,47% no los conoce, frente a un 17% que los conoce parcialmente y un 11,49% que muestra cierto nivel de conocimiento. La media obtenida en el presente ítem es de 2,57 con una desviación típica de 1,547 tal como puede comprobarse en la Tabla 14, lo cual indica que casi dos tercios de la población encuestada desconoce los organismos de apoyo.

		23. Formación específica para jóvenes emprendedores	24. Prestamos en condiciones especialmente favorables	25. Ayudas técnicas para iniciar el negocio	26. Centros de negocios	27. Servicios de consultoría en condiciones favorables
N	Válido	235	235	235	235	235
	Perdidos	1	1	1	1	1
Media		3,09	2,66	2,66	2,51	2,42
Mediana		3,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Moda		2	1	1	1	1
Desviación estándar		1,669	1,629	1,655	1,556	1,549
Mínimo		1	1	1	1	1
Máximo		7	7	7	7	7

Tabla 15. Estadísticos de los ítems 23,24,25,26 y 27

MEDIDAS PARA RESPALDAR LA CREACIÓN DE EMPRESAS

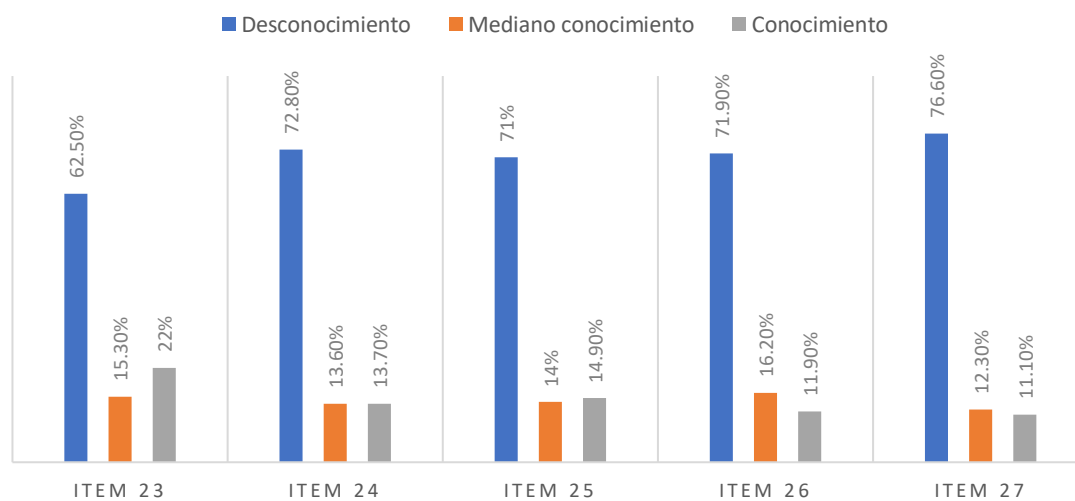


Figura 21. “Medidas para respaldar la creación de empresas”

En cuanto a los ítems 23,24,25,26 y 27 referidos a las medidas para respaldar la creación de empresas, como se puede comprobar en la figura 21, más del 70% las desconoce, frente a un intervalo del 12%-16% que las conoce parcialmente. Aproximadamente un 25% del alumnado muestra cierto nivel de conocimiento. La media obtenida en los ítems ronda el valor de 2,67 con una desviación típica promedia de 1,611 tal como puede comprobarse en la Tabla 15, lo cual indica que más del 70% de la población encuesta desconoce las medidas para respaldar la creación de empresas.

Después de analizar las cuestiones referentes al bloque de conocimiento emprendedor del alumnado encuestado, podemos afirmar que el alumnado que conoce a alguien emprendedor suelen ser sus familiares y amigos. Relacionado a esto consideran que medianamente conocen la actividad emprendedora de estas personas y los consideran bastante buenos emprendedores. Aunque aproximadamente tres cuartos del alumnado encuestado muestran un gran desconocimiento hacia las asociaciones empresariales, organismos de apoyo y las medidas para respaldar la creación de empresas.

Una de las posibles razones por las que el alumnado del Grado de Pedagogía no posee un gran conocimiento del entramado emprendedor es, como afirman Valencia, Montoya y Montoya (2016), que la educación universitaria influye positivamente en la elección de la carrera emprendedora y contrastando con los datos obtenidos el alumnado del Grado considera que no está formado en cuestión emprendedora y, en consecuencia, no tendrá muchas posibilidades de convertirse en emprendedores.

En investigaciones como la de Toapanta, Paucar, Chango, Córdova, Guerrero y Cedeño (2018), se considera la importancia de formar desde los diversos centros educativos en materia de emprendimiento ya que permitirá que el alumnado tenga un grado de conocimiento alto en aspectos empresariales que permitirá que éste sea capaz de mantener su espíritu emprendedor y alentar sus posibles proyectos emprendedores.

6.1.2 Grado en capacidad emprendedora que muestra el alumnado

En primer lugar, comenzaremos analizando las afirmaciones correspondientes a las habilidades para el lanzamiento de proyectos emprendedores:

		50. Montar una empresa y mantenerla en funcionamiento sería fácil para usted	51. Esta preparado para crear una empresa viable	52. Puede controlar el proceso de creación de una nueva empresa	53. Conoce los detalles prácticos necesarios para hacer funcionar una empresa	54. Sabe como desarrollar un proyecto emprendedor	55. Si tratara de crear una empresa, tendría una alta probabilidad de éxito
N	Válidos	235	235	235	235	235	235
	Perdidos	1	1	1	1	1	1

Media	3,10	2,95	3,00	2,58	2,94	3,32
Mediana	3,00	3,00	3,00	2,00	3,00	3,00
Moda	2	2	2	1	1	4
Desviación estándar	1,435	1,525	1,499	1,582	1,751	1,552
Mínimo	1	1	1	1	1	1
Máximo	7	7	7	7	7	7

Tabla 16. Estadísticos de los ítems 50,51,52,53,54

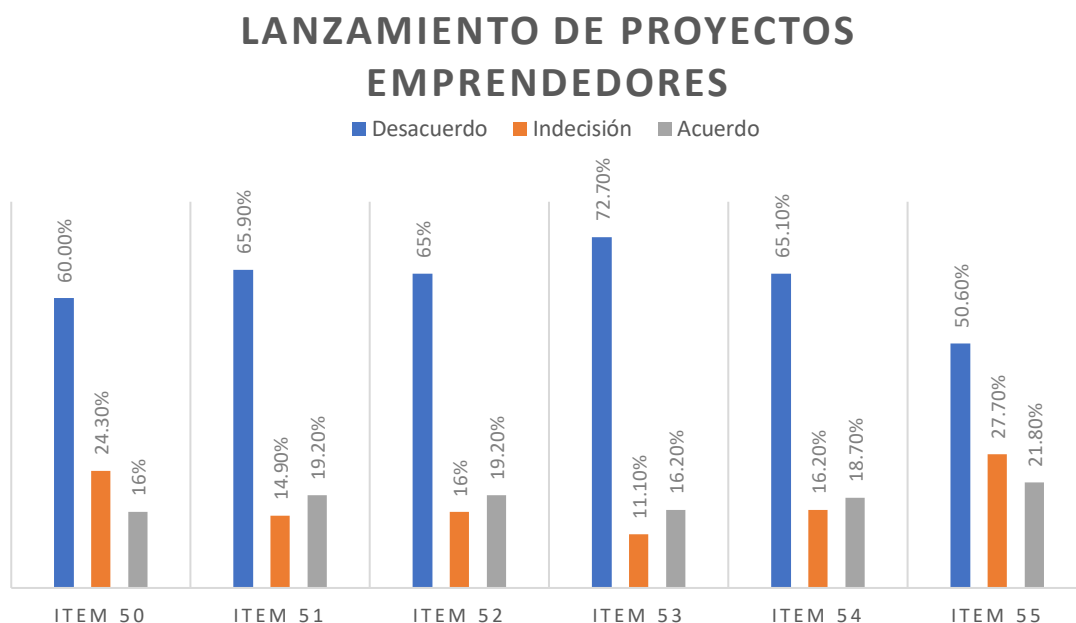


Figura 22. “Lanzamiento de proyectos emprendedores”

En cuanto a los ítems 50,51,52,53,54 y 55 referidos al lanzamiento de proyectos emprendedores, como se puede comprobar en la figura 22, más de la mitad de la población encuestada está en desacuerdo con las afirmaciones, frente a un intervalo del 11%-28% que se muestra indeciso. Aproximadamente un 22% está de acuerdo con estas afirmaciones. La media obtenida en los ítems ronda el valor de 3,58 con una desviación típica promedio de 1,869 tal como puede comprobarse en la Tabla 16, lo cual indica que gran parte del alumnado encuestado no posee las habilidades técnicas para el lanzamiento de proyectos emprendedores.

A continuación, analizaremos de manera pormenorizada las capacidades y habilidades personales relacionadas con la actitud emprendedora.

		56. Reconocer oportunidades	57.Creatividad	58.Resolución de problemas	59. Liderazgo y habilidades comunicativas	60. Desarrollo de productos y servicios	61. Redes y contactos profesionales
N	Válidos	235	235	235	235	235	235
	Perdidos	1	1	1	1	1	1
Media		4,55	5,14	5,41	5,08	4,37	4,57
Mediana		5,00	5,00	6,00	5,00	4,00	5,00
Moda		5	7	6	6	4	5
Desviación estándar		1,405	1,547	1,134	1,443	1,430	1,643
Mínimo		1	1	2	1	1	1
Máximo		7	7	7	7	7	7

Tabla 17. Estadísticos de los ítems 56,57,58,59,60 y 61

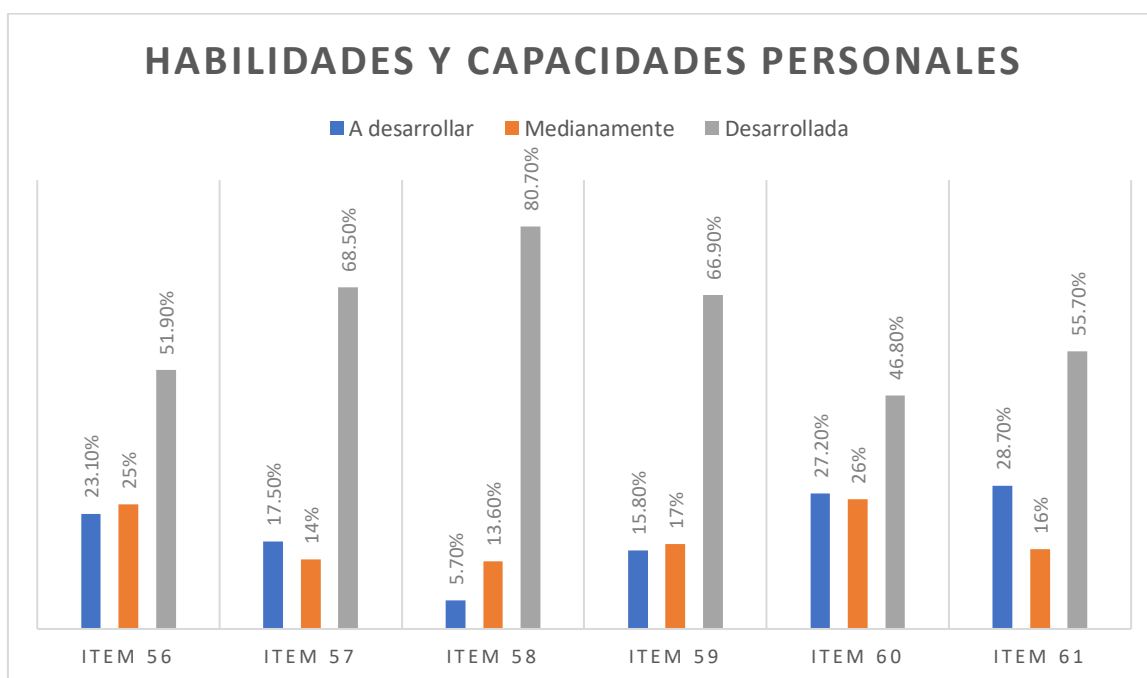


Figura 23. Habilidades y capacidades personales

En cuanto a los ítems 56,57,58,59, 60 y 61 referidos al lanzamiento de proyectos emprendedores, como se puede comprobar en la figura 23, aproximadamente menos de un cuarto de la población encuestada cree que tiene poco desarrollada estas habilidades, frente a un intervalo del 14%-26% que cree tenerlas desarrollada medianamente. Aproximadamente más de la mitad de los encuestados considera que tienen desarrolladas estas capacidades 22%. La media obtenida en los ítems ronda el valor de 4,85 con una

desviación típica promedia de 1,433 tal como puede comprobarse en la Tabla 17, lo cual indica que gran parte del alumnado encuestado considera que posee dichas habilidades.

Después de analizar las cuestiones referentes al bloque de capacidad emprendedora del alumnado encuestado, podemos afirmar que más de la mitad del alumnado encuestado afirma no poseer las habilidades técnicas para el lanzamiento de proyectos emprendedores. Sin embargo, aproximadamente la mitad de los y las estudiantes consideran que si presentan desarrolladas habilidades personales relacionadas con la actitud emprendedora destacando entre ellas la resolución de problemas, creatividad, liderazgo y habilidades comunicativas.

La importancia del desarrollo de estas habilidades también se muestra relevante en investigaciones como la de Morales, Giménez y Morales (2018), quienes defienden que la autoeficacia emprendedora está directamente vinculada con las variables de afrontamiento y resolución de problemas, habilidades características de la personalidad emprendedora.

Estudios como los de Castillo, Álvarez, Alfaro, Sánchez y Pizarro (2018), añaden como significativo que, sumado a la personalidad creativa, el alumnado debe tener formación orientada a la gestión de proyectos y a la teoría del capital humano para incrementar su capacidad emprendedora.

6.1.3 Grado de intención emprendedora que muestra el alumnado

A continuación, mostraremos el grado de intención emprendedora que muestra el alumnado del Grado de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla.

		63. Esta listo para hacer cualquier cosa para convertirse en una persona emprendedora	64. Su objetivo profesional es ser emprendedor/a	65. Hará todo lo posible para iniciar y dirigir su propia empresa	66. Esta decidido/a a crear una empresa en el futuro	67. Ha pensado muy seriamente en crear una empresa	68. Tiene la firme intención de crear una empresa a algún día
N	Válidos	235	235	235	235	235	235
	Perdidos	1	1	1	1	1	1
Media		3,28	2,94	3,24	3,20	3,06	3,14
Mediana		3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00

Moda	3	1	2	1	1	1
Desviación estándar	1,576	1,732	1,868	1,825	1,919	1,906
Mínimo	1	1	1	1	1	1
Máximo	7	7	7	7	7	7

Tabla 18. Estadísticos de los ítems 63,64,65,66,67 y 68

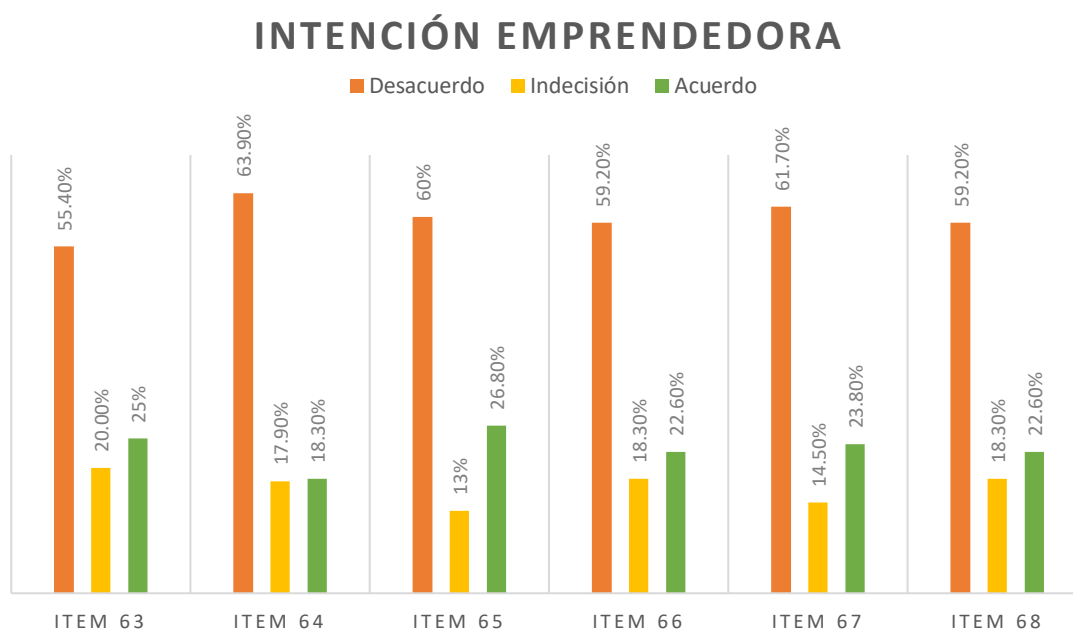


Figura 24. Grado de intención emprendedora

En cuanto a los ítems 63,64,65,66,67 y 68 referidos al grado de intención emprendedora del alumnado encuestado, como se puede comprobar en la figura 24, más de la mitad de la población encuestada está en desacuerdo con las afirmaciones, frente a un intervalo del 13%-20% que se muestra indeciso. Menos de una cuarta parte de los alumnos y alumnas del grado encuestados está de acuerdo con estas afirmaciones. La media obtenida en los ítems ronda el valor de 3,14 con una desviación típica promedia de 1,804 tal como puede comprobarse en la Tabla 18, lo cual indica que algo más de la mitad del alumnado no presenta mucha iniciativa e intención para poner en marcha proyectos emprendedores.

Para concluir con el apartado y tal y como hemos afirmado anteriormente, algo más del 60% del alumnado encuestado considera no presentar mucha iniciativa e intención para poner en marcha proyectos emprendedores mostrándose especialmente

reacios a tener como objetivo profesional ser emprendedor/a y crear una empresa en el futuro.

Teniendo en cuenta la investigación de Oliveras, Vigier y Porras (2014), a medida que aumenta la percepción de factibilidad y deseabilidad, aumenta en consecuencia la intención de emprender. Se puede extraer de estos resultados que el alumnado del Grado de Pedagogía no considera suficientemente viable emprender.

Sumado a lo afirmado anteriormente, estudios como el de Oliver, Galiana y Gutiérrez (2016) vinculan el desarrollo de la intención emprendedora del alumnado universitario a efectos madurativos desde una perspectiva de psicología del desarrollo.

6.1.4 Objetivos emprendedores que muestra el alumnado

En primer lugar, analizaremos el tipo de empresa que le gustaría crear al alumnado:

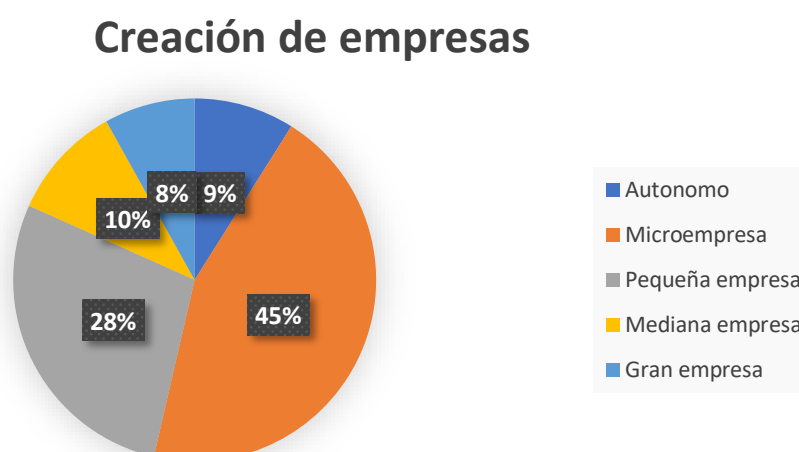


Figura 25. Creación de empresas

Tal y como podemos observar en la figura 25, casi el 75% del alumnado encuestado se decantaría por crear empresas pequeñas: microempresa (hasta 10 empleados) y pequeña empresa (de 10 a 50 empleados).

Después de analizar el tipo de empresas que al alumnado le gustaría crear, pasaremos a comentar la opinión que muestra los y las alumnas del grado de Pedagogía acerca de los factores que corresponden al éxito empresarial y a las acciones de desarrollo empresarial.

		70. Competir duro en los mercados internacionales	71. Alcanzar un alto nivel de ingresos	72. Realizar el tipo de trabajo que realmente le gusta	73. Lograr un gran reconocimiento social	74. Ayudar a resolver los problemas de su comunidad	75. Mantener un camino de desarrollo positivo y continuo en su empresa
N	Válidos	235	235	235	235	235	235
	Perdidos	1	1	1	1	1	1
Media		4,58	5,11	6,03	5,70	5,83	6,04
Mediana		5,00	5,00	7,00	6,00	6,00	6,00
Moda		5	5	7	7	7	7
Desviación estándar		1,709	1,379	1,335	1,383	1,408	1,224
Mínimo		1	1	1	1	1	1
Máximo		7	7	7	7	7	7

Tabla 19. Estadísticos de los ítems 70,71,72,73,74 y 75

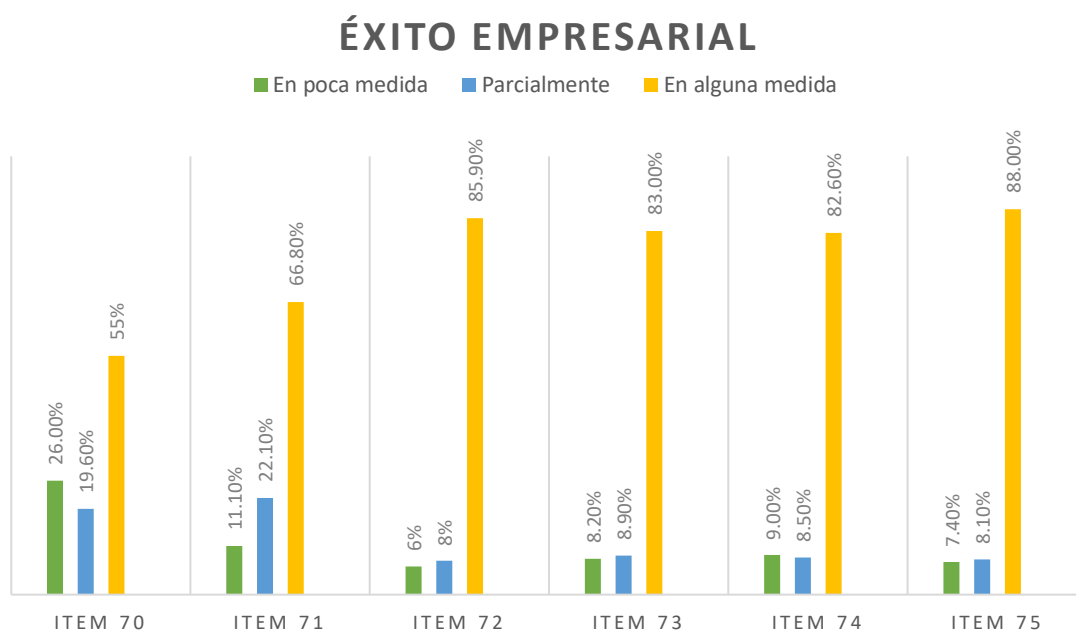


Figura 26. Factores correspondientes al éxito empresarial

En cuanto a los ítems 70,71,72,73,74 y 75 referidos a los factores correspondientes al éxito empresarial, tal y como se puede comprobar en la figura 26, menos de un 25% de la población encuestada está en desacuerdo con las afirmaciones, frente a un intervalo del 8%-22% que se muestra indeciso. Más del 60% de los alumnos y alumnas del grado encuestados está de acuerdo con estas afirmaciones. La media obtenida en los ítems ronda

el valor de 5,55 con una desviación típica promedio de 1,406 tal como puede comprobarse en la Tabla19, lo cual indica que la mayor parte del alumnado está de acuerdo con que los factores citados son importantes para el éxito empresarial.

		76. Exportar una parte significativa de la producción	77. Introducir regularmente nuevos proyectos y servicios para sus clientes	78. Añadir regularmente nuevos proyectos o sistemas de producción	79. Desarrollar proyectos de I+D	80. Planificar los diversos departamentos de la empresa con detalle	81. Alcanzar acuerdos de cooperación y/o asociación con otras empresas	82. Ofrecer formación especializada para empleados	83. Ampliación de su empresa (personal, locales, etc.).
N	Válido	235	235	235	235	235	235	235	235
	Perdidos	1	1	1	1	1	1	1	1
Media		4,17	5,25	5,10	5,25	5,33	5,39	5,84	5,32
Mediana		4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	6,00	6,00	6,00
Moda		5	6	5	6	5	6	7	6ª
Desviación estándar		1,434	1,311	1,322	1,435	1,426	1,414	1,393	1,532
Mínimo		1	1	1	1	1	1	1	1
Máximo		7	7	7	7	7	7	7	7

Tabla 20. Estadísticas de los ítems 76,77,78,79,80, 81,82 y 83

ACCIONES DE DESARROLLO EMPRESARIAL

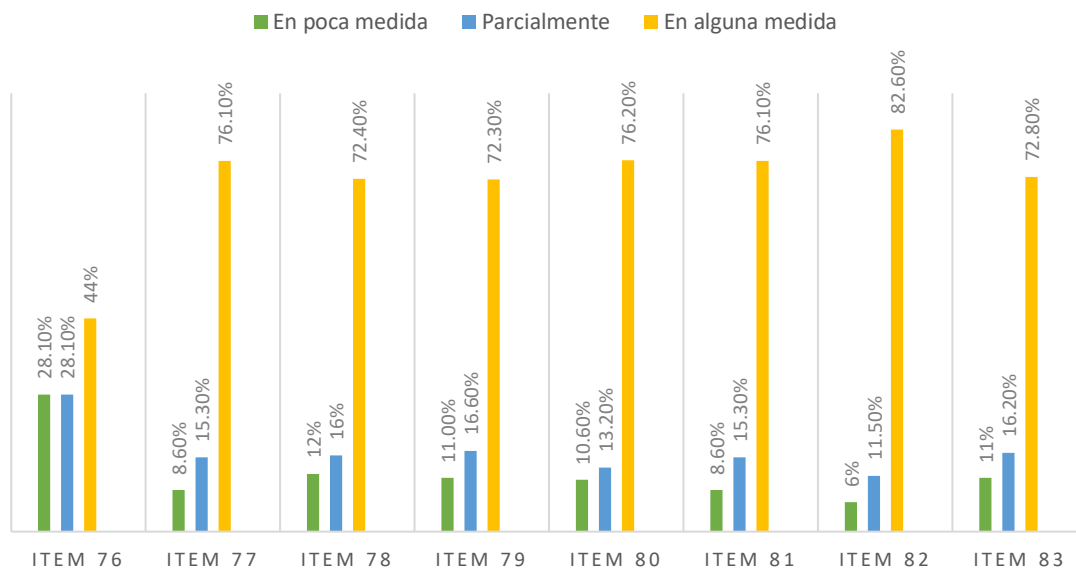


Figura 27. Acciones correspondientes al desarrollo empresarial.

En cuanto a los ítems 76,77,78,79,80,81,82 y 83 referidos a las acciones correspondientes al desarrollo empresarial, tal y como se puede comprobar en la figura 27, menos de un 28% de la población encuestada está en desacuerdo con las afirmaciones, frente a un intervalo del 11%-28% que se muestra indeciso. Más del 60% de los alumnos y alumnas del grado encuestados está de acuerdo con estas afirmaciones. La media obtenida en los ítems ronda el valor de 5,21 con una desviación típica promedia de 1,232 tal como puede comprobarse en la Tabla 20, lo cual indica que la mayor parte del alumnado está de acuerdo con que las acciones citadas corresponden al desarrollo empresarial.

Después de analizar las cuestiones referentes al bloque de objetivos emprendedores del alumnado encuestado, podemos afirmar la mayor parte del alumnado se decantaría por la creación de pequeñas empresas y que gran parte de estudiantes opina como factor de éxito empresarial: realizar el tipo de trabajo que realmente guste y el mantener un camino de desarrollo positivo y continuo en la empresa. Además de ello consideran el ofrecer formación especializada para empleados como acción para el desarrollo continuo de las empresas.

En contraste con los datos obtenidos, estudios como el de Arrieta (2018) consideran que los objetivos emprendedores que se deben estipular para lograr que las empresas logren un gran desempeño competitivo son: capacidades de marketing, técnicas de innovación y capacidades directivas.

Complementando lo anterior, investigaciones como la de Naranjo, Jiménez y Sanz (2012), consideran la cultura organizativa como uno de los principales factores organizativos que inciden en la innovación en la empresa, desarrollando como puntos principales relativos a las metas emprendedoras: el desarrollo de los vínculos organizativos y la gestión del personal.

6.2 Grado de Intención emprendedora de estudiantes de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de Sevilla en relación a la actividad y vocación profesional, impacto socio-familiar y formación en materia emprendedora

Para conocer si existe relación entre el objetivo profesional de ser emprendedor/a (intención emprendedora) del alumnado del grado de Pedagogía y la vocación

profesional, impacto socio-familiar, experiencia laboral y educación emprendedora se ha llevado a cabo un estudio de tipo correlacional.

Para interpretar los resultados nos basaremos en la tabla de valores de Bisquerra:

Valores	Interpretación
r=1	Correlación perfecta
0,80<r<1	Correlación muy alta
0,60<r<0,80	Correlación alta
0,40<r<0,60	Correlación moderada
0,20<r<0,40	Correlación baja
0<r<0,20	Correlación muy baja
r=0	Correlación nula

Tabla 21. *Tabla de valores de Bisquerra (1987)*

Para responder a la primera y segunda hipótesis formuladas para este objetivo emplearemos el coeficiente de Spearman puesto que se trata de variables medidas en escala ordinal: “*su objetivo profesional es ser emprendedor/a*” en relación a la vocación profesional y el impacto socio-familiar (afirmaciones del cuestionario medidas en escala ordinal de 1-7).

Para responder a la tercera y cuarta hipótesis formuladas para este objetivo emplearemos el coeficiente de Phi ya que nos encontramos ante variables dicotómicas: “*¿Alguna vez ha considerado seriamente llegar a ser una persona emprendedora?*” en relación a “*¿Tiene experiencia laboral?*” y “*¿Ha tomado algún curso o módulo que pueda considerarse educación para el emprendimiento?*” (ítems medidos en escala nominal: Si o No).

6.2.1 Relación entre trabajar como profesional liberal con el objetivo profesional de ser emprendedor/a

La Tabla 22 recoge el coeficiente de correlación de Spearman para las variables “*profesional liberal*” y la “*su objetivo profesional es ser emprendedor/a*”

H₀: No existe correlación entre las variables: “*profesional liberal*” y “*su objetivo profesional es ser emprendedor/a*”

H_{2.1}: Si existe correlación entre las variables: “*profesional liberal*” y “*su objetivo profesional es ser emprendedor/a*”

			Profesional liberal	Su objetivo profesional es ser emprendedor/a
Rho de Spearman	Profesional liberal	Coeficiente de correlación	1,000	,316**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	235	235
	Su objetivo profesional es ser emprendedor/a	Coeficiente de correlación	,316**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	235	235

Tabla 22. Coeficiente de Spearman para las variables “profesión liberal” y “su objetivo profesional es ser emprendedor/a”

Tal y como podemos observar en la tabla 22, el grado de significación obtenido (valor p) para el coeficiente rs (,000) es inferior a 0,01 (nivel de significación), por lo que podemos afirmar con un nivel de confianza del 99% que existe correlación entre querer convertirse en un profesional liberal y tener como objetivo profesional ser emprendedor. Atendiendo al valor del coeficiente (,316) y al signo del mismo (+) podemos afirmar, tomando como referencia la tabla de valores de Bisquerra (1987) que existe una tendencia baja por parte del alumnado encuestado entre querer ser un profesional liberal y además emprendedor.

Investigaciones como la de Soria, Zuniga y Ruíz (2016), confirman esta hipótesis. Ya que consideran que los estudiantes con competencias empresariales mejor desarrolladas y con mayor acercamiento a experiencias laborales como profesional liberal probablemente muestren una mayor intención por emprender.

Sin embargo, otros artículos científicos como el de Oliver et al. (2016), nos hacen reflexionar acerca de que la realidad es mucho mas compleja, puesto que estos afirman la necesidad de cambiar nuestro sistema educativo ya que la parte laboral no es por sí sola suficiente para que estos muestren interés por emprender.

6.2.2 Relación entre tener la aprobación de familias y amigos con el objetivo profesional de ser emprendedor/a

La Tabla 23 recoge el coeficiente de correlación de Spearman para las variables “su familia cercana” y “sus amigos y amigas” con respecto a: “su objetivo profesional es ser emprendedor/a”.

H₀: No existe correlación entre las variables: “su familia cercana” y “amigos y amigas” con respecto a “su objetivo profesional es ser emprendedor/a”

H_{2.2}: Si existe correlación entre las variables: “su familia cercana” y “amigos y amigas” con respecto a “su objetivo profesional es ser emprendedor/a”

			Su objetivo profesional es ser emprendedor/a	Su familia cercana	Sus amigos y amigas
Rho de Spearman	Su objetivo profesional es ser emprendedor/a	Coeficiente de correlación	1,000	,157*	,161*
		Sig. (bilateral)	.	,016	,013
		N	235	235	235
	Su familia cercana	Coeficiente de correlación	,157*	1,000	,733**
		Sig. (bilateral)	,016	.	,000
		N	235	235	235
	Sus amigos y amigas	Coeficiente de correlación	,161*	,733**	1,000
		Sig. (bilateral)	,013	,000	.
		N	235	235	235

Tabla 23. Coeficiente de Spearman para las variables “su familia cercana”, “sus amigos y amigas” y “su objetivo profesional es ser emprendedor/a”

Tal y como podemos observar en la tabla 23, el grado de significación obtenido (valor p) para los coeficientes rs (,016 y ,013) es inferior a 0,05(nivel de significación), por lo que podemos afirmar con un nivel de confianza del 95% que existe correlación entre poseer la aprobación de aprobación de familiares y amigos/as y tener como objetivo profesional ser emprendedor. Atendiendo al valor del coeficiente (,157 y,161) y al signo del mismo (+) podemos afirmar, tomando como referencia la tabla de valores de Bisquerra (1987) que existe una tendencia muy baja por parte del alumnado encuestado entre tener dicha aprobación y querer convertirse en alguien emprendedor.

Estos resultados en cambio son totalmente distintos en estudios como el de Bretones y Radrigán (2018), los cuales consideran que la socialización familiar no es ningún indicativo de que el alumnado pueda llegar a emprender. Éstos consideran la Universidad como un elemento fundamental para lograr tal objetivo.

Sin embargo, investigaciones como la de Ornelas, Contreras, Silva y Liquino (2015), aunque consideran fundamental el papel de la formación para el fortalecimiento del espíritu emprendedor, además añaden la dimensión familiar como un elemento fundamental para el desarrollo de éste.

6.2.3 Relación entre tener experiencia laboral con el hecho de querer ser una persona emprendedora

La Tabla 24 y 25 recoge el coeficiente de correlación de Phi para las variables “*tener experiencia laboral*” y “*¿Alguna vez ha considerado seriamente llegar a ser una persona emprendedora?*”

H₀: No existe correlación entre las variables: “*tener experiencia laboral*” y “*¿Alguna vez ha considerado seriamente llegar a ser una persona emprendedora?*”

H_{2.3}: Si existe correlación entre las variables: “*tener experiencia laboral*” y “*¿Alguna vez ha considerado seriamente llegar a ser una persona emprendedora?*”

		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Phi	,174	,028
	V de Cramer	,174	,028
N de casos válidos		235	

Tabla 24. Coeficiente de Phi para las variables “*tener experiencia laboral*” y “*¿Alguna vez ha considerado llegar a ser una persona emprendedora?*”

		¿Alguna vez ha considerado llegar a ser una persona emprendedora?		
		Si	No	Total
¿Tiene experiencia laboral?	Si	76	52	128
	No	46	61	107
Total		122	113	235

Tabla 25. Contingencia experiencia laboral*intención emprendedora

Tal y como podemos observar en la tabla 24 y 25, el grado de significación obtenido (valor p) para el coeficiente phi (,028) es inferior a 0,05 (nivel de significación), por lo que podemos afirmar con un nivel de confianza del 95% que existe correlación entre tener experiencia laboral y la intención emprendedora del alumnado encuestado. Atendiendo al valor del coeficiente (,174) podemos afirmar, tomando como referencia la tabla de valores de Bisquerra (1987) que la correlación existente es muy baja y teniendo en cuenta el signo del coeficiente (+), los alumnos que si tienen experiencia laboral

muestran mayor intención de convertirse en ciudadanos emprendedores que los que no tienen dicha experiencia.

Estos datos también se observan en investigaciones como la de González y Pérez (2017), donde los resultados muestran que la experiencia laboral en los estudiantes es un factor favorecedor de las intenciones de emprender, así como otras variables relacionadas con el espíritu emprendedor.

En esta misma línea, Castillo et al. (2017) consideran la experiencia laboral como un factor condicionante para que el alumnado muestre mayor intención emprendedora, ya que esta experiencia influye positivamente en el desarrollo de las capacidades emprendedoras de dicho alumnado.

6.2.4 Relación entre tener formación en cuestión de emprendimiento con el hecho de querer ser una persona emprendedora

La Tabla 26 y 27 recoge el coeficiente de correlación de Phi para las variables “¿Ha tomado algún curso o módulo que pueda considerarse educación para el emprendimiento?” y “¿Alguna vez ha considerado seriamente llegar a ser una persona emprendedora?”

H₀: No existe correlación entre las variables: “¿Ha tomado algún curso o módulo que pueda considerarse educación para el emprendimiento?” y “¿Alguna vez ha considerado seriamente llegar a ser una persona emprendedora?”

H_{2.4}: Si existe correlación entre las variables: “¿Ha tomado algún curso o módulo que pueda considerarse educación para el emprendimiento?” y “¿Alguna vez ha considerado seriamente llegar a ser una persona emprendedora?”

		Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal	Phi	,122	,175
	V de Cramer	,122	,175
N de casos válidos		235	

Tabla 26. Coeficiente de Phi para las variables “tener formación en emprendimiento” y “¿Alguna vez ha considerado llegar a ser una persona emprendedora?”

		¿Alguna vez ha considerado llegar a ser una persona emprendedora?		Total
		Si	No	
	Si	30	17	47

¿Ha tomado algún curso o modulo que pueda considerarse educación para el emprendimiento?	No	92	96	188
Total		122	113	235

Tabla 27. *Contingencia formación en materia emprendedora*intención emprendedora*

Tal y como podemos observar en la tabla 26 y 27, el grado de significación obtenido (valor p) para el coeficiente phi (ϕ ,175) es superior a 0,05 (nivel de significación), por lo que se mantiene la hipótesis nula, por lo tanto, no existe correlación entre las variables “formación en emprendimiento” e “intención emprendedora”.

De haber existido una correlación significativa, dado el valor de coeficiente (ϕ ,122) podemos afirmar que según los valores de la tabla de Bisquerra (1987) que la correlación existente es muy baja y teniendo en cuenta el signo del coeficiente (+), los alumnos que si tienen formación en dicha materia muestra mayor intención de convertirse en ciudadanos emprendedores que los que no tienen esta formación.

En contraste con los datos obtenidos, estudios como el de Bretones y Mandrigan (2018) consideran que las Universidades juegan un papel fundamental, ya que consideran la formación como una herramienta básica para el fomento del espíritu y la práctica emprendedora.

Sin embargo, autores como Liñán, Bernal y Ceresia (2018), consideran que, aunque exista relación entre la intención emprendedora y la formación, el desarrollo de una identidad emprendedora no tiene por qué estar relacionada ni con tener experiencia en este ámbito ni con la formación en etapas postobligatorias de educación, priorizando la configuración de la identidad emprendedora a formaciones específicas posteriores.

6.3 Diferencias en la capacidad emprendedora del alumnado en función de diversas variables sociodemográficas

Para conocer si existen diferencias entre saber cómo desarrollar un proyecto emprendedor (capacidad emprendedora) del alumnado del grado de Pedagogía en función de las siguientes variables sociodemográficas: edad, género, actividad profesional de los padres y madres y formación emprendedora, se ha llevado a cabo un estudio de tipo inferencial o de contraste.

Para responder a la primera y tercera hipótesis formuladas para este objetivo emplearemos la prueba H de Kruskal-Wallis ya que nos encontramos con más de dos

muestras independientes (edad y actividad profesional de los padres) donde la variable dependiente (“*sabe cómo desarrollar un proyecto emprendedor*”) está medida en escala ordinal.

Para responder a la segunda y cuarta hipótesis formuladas para este objetivo emplearemos la prueba U de Mann-Whitney ya que nos encontramos con dos muestras independientes (género y formación en materia emprendedora) donde la variable dependiente (“*sabe cómo desarrollar un proyecto emprendedor*”) está medida en escala ordinal.

6.3.1 Diferencias en la capacidad emprendedora del alumnado en función de la edad

Las Tablas 28 y 29 recogen la prueba de contraste: H de Kruskal-Wallis para las variables “*sabe como desarrollar un proyecto emprendedor*” y la edad del alumnado.

H₀: No existe diferencias entre las variables: “*sabe cómo desarrollar un proyecto emprendedor*” y la edad del alumnado

H_{3.1}: Si existe correlación entre las variables: “*sabe cómo desarrollar un proyecto emprendedor*” y la edad del alumnado

	Sabe como desarrollar un proyecto emprendedor
Chi-cuadrado	1,077
Gl	2
Sig. Asintótica	,584

Tabla 28. Resultados de la prueba H de Kruskal-Wallis

	Edad	N	Rango promedio
Sabe como desarrollar un proyecto emprendedor	1-23	182	116,54
	24-30	47	125,73
	<30	6	101,75
	Total	235	

Tabla 29. Rangos promedio

Como podemos apreciar en la tabla 28, Chi-Cuadrado vale 1,077 y a ese valor le corresponde una significación de 0,584 ($0,57 > 0,05$) luego se mantiene H₀ lo que conlleva afirmar que no existen diferencias estadísticamente significativas entre “Sabe cómo desarrollar un proyecto emprendedor” y la edad del alumnado.

Observando los rangos promedios de la tabla 29, en el caso de que hubiesen existido diferencias estadísticamente significativas las diferencias encontradas se producen al menos entre el alumnado que tiene entre 24-30 y los mayores de 30 años

docentes, siendo el grupo de alumnos y alumnas de 24 años aquellos que son más capaces para desarrollar un proyecto emprendedor.

Sumado a lo obtenido y teniendo en cuenta la investigación de Herrera (2012), la mayor capacidad emprendedora se sitúa en jóvenes de 25 a 34 años, los cuales se encuentran en una etapa altamente productiva, atraídos por los riesgos y oportunidades. Por otra parte, los encuestados de mayor edad consideran que el desarrollo de esta capacidad fue gracias a su dedicación, persistencia y asesorías recibidas en la unidad de emprendimiento.

6.3.2 Diferencias en la capacidad emprendedora del alumnado en función del género.

Las Tablas 30 y 31 recogen la prueba de contraste: U de Mann-Whitney para las variables “*sabe como desarrollar un proyecto emprendedor*” y el género del alumnado.

H₀: No existe diferencias entre las variables: “*sabe cómo desarrollar un proyecto emprendedor*” y el género del alumnado

H_{3.2}: Si existe correlación entre las variables: “*sabe cómo desarrollar un proyecto emprendedor*” y el género del alumnado

	Sabe como desarrollar un proyecto emprendedor
U de Mann-Whitney	2540,000
W de Wilcoxon	24276,000
Z	-,823
Sig. asintótica (bilateral)	,411

Tabla 30. Resultados de la prueba U de Mann-Whitney

	Genero	N	Rango promedio	Suma de rangos
Sabe como desarrollar un proyecto emprendedor	Masculino	27	127,93	3454,00
	Femenino	208	116,71	24276,00
	Total	235		

Tabla 31. Rangos promedio

Como podemos apreciar en la tabla 30, U vale 2540,000 y a ese valor le corresponde una significación de 0,411 ($0,411 > 0,05$) luego se mantiene H₀ lo que conlleva afirmar que no existen diferencias estadísticamente significativas entre “Sabe cómo desarrollar un proyecto emprendedor” y el género del alumnado.

Observando los rangos promedios de la tabla 31, en el caso de que hubiesen existido diferencias estadísticamente significativas los hombres poseerían una capacidad mayor que las mujeres para desarrollar proyectos emprendedores.

Estos resultados se materializan en investigaciones como la de Bretones y Radrihan (2018), los cuales afirman que: elementos como el riesgo y el poder tradicionalmente han estado más asociados al género masculino, mostrando estos mayor capacidad en cuestión emprendedora.

Sin embargo, otros estudios como el de Rodríguez-Díaz, Jiménez-Cortés y Rebollo-Catalán, (2016) destacan cómo la mujer va incorporándose cada vez mejor al mundo empresarial, rompiéndose por tanto la brecha de género en cuestión de emprendimiento.

6.3.3 Diferencias en la capacidad emprendedora del alumnado en función de la actividad profesional que desarrollan sus padres y madres.

Las Tablas 32 y 33 recogen la prueba de contraste: H de Kruskal-Wallis para las variables “*sabe cómo desarrollar un proyecto emprendedor*” y la actividad profesional que desarrollan los padres y madres del alumnado encuestado.

H₀: No existen diferencias entre las variables: “*sabe cómo desarrollar un proyecto emprendedor*” y la edad del alumnado

H_{3.3}: Si existe correlación entre las variables: “*sabe cómo desarrollar un proyecto emprendedor*” y la edad del alumnado

	Sabe como desarrollar un proyecto emprendedor
Chi-cuadrado	13,350
Gl	5
Sig. Asintótica	,020

Tabla 32. Resultados de la prueba H de Kruskal-Wallis

	Actividad profesional de los padres y madres	N	Rango promedio
Sabe como desarrollar un proyecto emprendedor	Empleado/a en el sector público	47	114,12
	Empleado/a en el sector privado	57	112,11
	Autónomo/a o emprendedor/a	19	163,74
	Desempleado/a	59	105,44
	Jubilado/a	5	154,50
	Otras	48	122,33
	Total	235	

Tabla 33. Rangos promedio

Tomando en consideración los resultados de la tabla 32, Chi-Cuadrado vale 13,350 y a ese valor le corresponde una significación de 0,020 ($0,020 < 0,05$) podemos afirmar, con un nivel de confianza del 95%, que existen diferencias estadísticamente significativas entre la actividad profesional de los padres y madres del alumnado con la capacidad emprendedora que estos demuestran.

Observando los rangos promedio de la tabla 33, el alumnado de padres y madres autónomos/as y emprendedores/as poseen mayor capacidad para desarrollar proyectos de carácter emprendedor.

Estudios como el de Soria, Zuniga y Ruiz (2016) confirman también esta hipótesis. Los resultados de esta investigación muestran cómo el alumnado cuyos padres tienen ingresos más altos podría estar en mayor contacto con emprendedores y, en consecuencia, por esta vía podría desarrollar una mayor autoeficacia.

Otras investigaciones como la de Castillo et al. (2018) consideran además de la actividad profesional, las redes, los amigos y el ámbito de desarrollo como factores externos fundamentales para el desarrollo de las capacidades emprendedoras del alumnado.

6.3.4 Diferencias en la capacidad emprendedora del alumnado en función de la actividad profesional que desarrollan sus padres y madres.

La Tabla 34 y la 35 recogen la prueba de contraste: U de Mann-Whitney para las variables “*sabe cómo desarrollar un proyecto emprendedor*” y el género del alumnado.

H₀: No existe diferencias entre las variables: “*sabe cómo desarrollar un proyecto emprendedor*” y la formación en emprendimiento del alumnado

H_{3.4}: Si existe correlación entre las variables: “*sabe cómo desarrollar un proyecto emprendedor*” y la formación en emprendimiento del alumnado

	Sabe como desarrollar un proyecto emprendedor
U de Mann-Whitney	2917,000
W de Wilcoxon	20683,000
Z	-3,673
Sig. asintótica (bilateral)	,000

Tabla 34. Resultados de la prueba U de Mann-Whitney

	¿Ha tomado algún curso o módulo que pueda considerarse educación para el emprendimiento?	N	Rango promedio	Suma de rangos

Sabe como desarrollar un proyecto emprendedor	Si	47	149,94	7047,00
	No	188	110,02	20683,00
	Total	235		

Tabla 35. Rangos promedio

Tomando en consideración los resultados de la tabla 34, U vale 2917,000 y a ese valor le corresponde una significación de 0,000 ($0,020 < 0,01$) podemos afirmar, con un nivel de confianza del 99%, que existen diferencias estadísticamente significativas entre aquellos alumnos que tienen formación en emprendimiento con respecto a su capacidad emprendedora.

Observando los rangos promedio de la tabla 35, el alumnado que si posee formación en materia emprendedora posee mayor capacidad para desarrollar proyectos de carácter emprendedor que los que no tienen dicha formación.

Estos resultados coinciden con las conclusiones de otros estudios como el de Valencia et al. (2016), donde se demuestra que el diseño de nuevas estrategias pedagógicas influye en el desarrollo de las capacidades e intención emprendedora del alumnado universitario.

Investigadores como Toapanta et al. (2018) señalan la importancia del rol que ejercen los centros educativos para la formación de estudiantes emprendedores, a través de la formación en estrategias, ideas innovadoras e iniciativas de negocio, entre otras cualidades.

7. CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos respecto a nuestro objetivo de investigación (“conocer la orientación de los estudiantes del Grado de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla hacia el emprendimiento, indagando en su intención y capacidad emprendedora”) muestran que dicho alumnado no presenta actitudes muy favorables hacia el emprendimiento, en términos generales.

Destaca principalmente lo difícil que consideran ser emprendedores/as y lo arriesgado que es tal actividad para merecer la pena. Todo ello proviene del alto nivel de desconocimiento que posee dicho alumnado en materia de creación de empresas.

De ello se extrae que no posean las habilidades técnicas necesarias para desarrollar un proyecto de carácter emprendedor y que se muestren especialmente reacios a tener como objetivo profesional convertirse en emprendedores/as y a crear negocios en un futuro.

En relación con la intención emprendedora, aunque podemos afirmar que existe correlación entre los factores externos y el entorno del alumnado, como la experiencia laboral y la aprobación de familiares y amigos con el hecho de querer convertirse en una persona emprendedora, debemos tener presente que estos factores por sí solos no transformarán a los estudiantes en personas emprendedoras.

Los estudios previamente señalados demuestran la importancia que tienen otras variables relacionadas con el espíritu emprendedor, señalando especialmente la importancia de formar al alumnado en materia emprendedora.

Por otra parte, y con respecto a la capacidad emprendedora no se observaron diferencias estadísticamente significativas entre los y las estudiantes del Grado de Pedagogía según la edad y el género. No obstante, cabe destacar la inclusión cada vez mayor de la mujer al área del emprendimiento.

Sí se observaron diferencias estadísticamente significativas entre el alumnado del Grado de Pedagogía según la actividad profesional de sus padres y madres y en función de si han obtenido formación o no en emprendimiento.

Para finalizar, podemos afirmar que el estudio de la conducta emprendedora debe hacerse desde una perspectiva holística y multifactorial, ya que durante el estudio hemos observado que las diversas variables por sí solas no son capaces de predecir ni justificar si nos encontramos ciertamente ante personas emprendedoras.

7.1 Limitaciones y prospectiva de la investigación

Los datos recogidos no podrán generalizarse al conjunto de la población debido a que hemos empleado un muestreo intencional lo que hace que probablemente no hayamos obtenido una muestra estadísticamente representativa.

Por otra parte, las limitaciones temporales en la obtención de información han hecho que la mayor proporción de estudiantes de las titulaciones ha procedido del primer y segundo curso del grado debido a que el alumnado de cursos superiores estaba en periodo de prácticas y ha sido bastante más difícil acceder a él.

Sumado a esto, la colaboración del alumnado de forma online para participar ha sido escasa, teniendo que recolectar los resultados de forma presencial.

Además de ello, el instrumento empleado es una adaptación fruto de una investigación realizada en otro idioma por lo que hemos podido perder cierto grado de fiabilidad y validez a la hora de recoger y analizar los datos.

No obstante, a pesar de las limitaciones observadas, consideramos que este estudio aporta información de interés y utilidad para adecuar la formación y orientación del alumnado del Grado de Pedagogía en materia de emprendimiento, dando algunas claves educativas para fortalecer la docencia que nos ofrece la Facultad de Ciencias de la Educación de Sevilla.

En primer lugar, toda la comunidad de la Facultad debe hacer un ejercicio de autorreflexión para ajustar las diversas asignaturas a la demanda del mercado laboral y a las necesidades de los propios usuarios dando espacio a cursos formativos encaminados a la formación del futuro.

En segundo y último lugar, sumado a lo anteriormente dicho además de proporcionar otras formas para completar nuestra formación, debemos encaminar la formación obligatoria al desarrollo de capacidades como: creatividad, reconocimiento de oportunidades, resolución de problemas, liderazgo y habilidades comunicativas para incrementar el espíritu emprendedor del alumnado del Grado.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alemany, L., Marina, J.A. y Pérez Díaz-Pericles, J.M. (dirs.) (2013). *Aprender a emprender. Cómo educar el talento emprendedor*. Barcelona: Fundación Príncipe de Girona/aula Planeta.
- Arrieta, D. (2018). Influencia de los factores internos en la competitividad actual y futura en el sector comercial y servicios. Análisis multivariante perceptual. *Ricea*, 7(13), 1-19. Doi: 10.23913/ricea. v7i13.110.
- Azqueta Díaz de Alda, A. (2017). El concepto de emprendedor: origen, evolución e introducción. En Simposio Internacional *El Desafío de Empezar en la Escuela del Siglo XXI* (21-39), Sevilla, España: Universidad de Sevilla.
- Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y., & Van den Brande, L. (2016). *EntreComp: The entrepreneurship competence framework*. JRC Science for Policy Report. Luxembourg.

- Barrera Lucenilla, E. (2017). *Actitudes y orientación emprendedora de estudiantes universitarias-os: un estudio exploratorio en la Facultad de Ciencias de la Educación*. (Trabajo Fin de Máster Inédito). Universidad de Sevilla, Sevilla.
- Barroso, C. (2015). Emprendedor: Cuando el término es más que una palabra. L. Núñez Cubero (Coord.), *Cultura Emprendedora y Educación*. pp. 133-142. Sevilla, Editorial Universidad de Sevilla.
- Becker, G. S. (1975). *Human capital: a theoretical and empirical analysis, with special reference to education*. Chicago: University of Chicago Press
- Bernal-Guerrero, A. (2014). Competencia emprendedora e identidad personal. Una investigación exploratoria con estudiantes de Educación Secundaria Obligatoria. *Revista de Educación*, 363, Enero-Abril, 386-411. DOI:10.4438/1988-592X-RE-2012-363-192.
- Bernal, A., y Cárdenas, A.R. (2014). La formación de emprendedores en la escuela y su repercusión en el ámbito personal. Una investigación narrativa centrada en el programa EME. *Revista Española de Pedagogía*, 72(257), 125-143.
- Bernal Guerrero, A., Delgado Granados, P. y Donoso González, M. (2014). Economía del conocimiento, cultura emprendedora y empleabilidad en el ámbito educativo. Una aproximación al caso español. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 139, 168-174.
- Bernal, A., & Liñán, F. (2018). The personal dimension of an entrepreneurial competence: An approach from the Spanish basic education. In A. Fayolle (Ed.), *A Research Agenda for Entrepreneurship Education*. Cheltenham, U.K.; Northampton, M.A: Edward Elgar Pub.
- Blanco, A., Mercado, J. y Prado, A. (2012). Perfil y motivación de la juventud emprendedora española. *Revista de Estudios de Juventud*, (99), 23-34.
Recuperado de http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/46/publicaciones/revista99_capitulo2.pdf
- Boletín Oficial del Estado (BOE), (2015). *Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial*. Sección I, N°3, 505.

- Bretones, F.D. y Radrigán, M. (2018). Actitudes hacia el emprendimiento: el caso de los estudiantes universitarios chilenos y españoles. *CIRIEC-España*, (94), 11-30. Doi: 10.7203/CIRIEC-E.94.12668.
- Briascó, I. (2014). *El desafío de emprender en el siglo XXI. Herramientas para desarrollar la competencia emprendedora*. Madrid, España: Narcea Ediciones.
- Buxarrais, M.^a. R. (2013). Nuevos valores para una nueva sociedad: un cambio de paradigma en educación. *Edetania: estudios y propuestas socio-educativas*, 43, 53-65.
- Cámara, A. M.^a. (2015). Los valores de emprender. L. Núñez Cubero (Coord.), *Cultura Emprendedora y Educación*. pp. 111-117. Sevilla, Editorial Universidad de Sevilla.
- Castillo, M., Álvarez, A., Alfaro, M., Sánchez, J. y Pizarro, I. (2018). Factores clave en el desarrollo de la capacidad emprendedora de estudiantes universitarios. *Revista de métodos cuantitativos para la economía y la empresa*, (25), 119-125.
- Ceresia, F. (2018). El papel de la educación en emprendimiento en el fomento de las intenciones y actuaciones emprendedoras: reseña de 30 años de investigación. *Equidad y Desarrollo*, (31), 47-66. Doi: <https://doi.org/10.19052/ed.4380>
- Civila Salas, A.C. (2017). Emprendimiento, proyecto de vida y transferencia del conocimiento. En Simposio Internacional *El Desafío de Emprender en la Escuela del Siglo XXI* (23-38), Sevilla, España: Universidad de Sevilla.
- Diamond, J. (2006) *Colapso. Por qué unas sociedades perduran y otras desaparecen*. Barcelona, España: Penguin Random House Grupo Editorial.
- Donoso González, M. (2017). *Evaluación de la educación emprendedora en la adolescencia: incidencia del programa ÍCARO en la identidad emprendedora*. (Tesis Doctoral Inédita). Universidad de Sevilla, Sevilla.
- Enciso-Congote, J.D. (2010). El emprendimiento y el bien común: ¿competencias complementarias o excluyentes? *Revista Educación y Educadores*, 13(1), 63-76. doi: 10.5294/edu.2010.13.1.4.

- Galvez, A. (2002). La revisión bibliográfica: usos y utilidades. *Matronas profesión*, (10), 25-31. Recuperado de: <https://www.federacion-matronas.org/wp-content/uploads/2018/01/vol3n10pag25-31.pdf>
- Gerring, J. (2014). *Metodología de las Ciencias Sociales*. Madrid: Alianza Editorial.
- González-Serrano, M.H., Crespo, J., & Pérez-Campos, C. (2017). Influencia de la experiencia laboral y del entorno social próximo en las intenciones de emprender de los estudiantes de ciencias de la actividad física y el deporte. *Journal of Sports Economics & Management*, 7(1), 14-29.
- Gutiérrez, G. (2011). Educación emprendedora en la universidad: educando para el futuro. *Retos: Revista de Ciencias de la Administración y la Economía*, 1(2), 49-68. Doi: <https://doi.org/10.17163/ret.n2.2011.05>
- Heinz Klandt & Christine Volkmann. (2006). Development and Prospects of Academic Entrepreneurship Education in Germany. *Higher Education in Europe*, 31(2), 195-208, DOI: 10.1080/03797720600940880.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006). Similitudes y diferencias entre los enfoques cuantitativo y cualitativo. *Metodología de la investigación* (pp. 3-30). México: McGraw Hill C.I. Recuperado de http://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- Herrera, C.E. (2012). Una investigación en emprendimiento: Caracterización del emprendedor. *Económicas CUC*, 33(1), 191-204.
- Komarkova, I., Conrads, J., & Collado, A. (2015). *Entrepreneurship Competence: An Overview of Existing Concepts, Policies and Initiatives. In-depth case study report*. Luxemburgo. Recuperado de: http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC96531/jrc96531_final.pdf
- Lackeus, M. (2015). *Entrepreneurship in Education. What, Why, When, How*. Paris. Recuperado de: https://www.oecd.org/cfe/leed/BGP_Entrepreneurship-in-Education.pdf

- Lindner, J. (2018). Entrepreneurship Education for a Sustainable Future. *Discourse and Communication for Sustainable Education*, 9(1), 115-127. doi: <https://doi.org/10.2478/dcse-2018-0009>.
- Liñán, F., Ceresia, F., & Bernal, A. (2018). Who Intends to Enroll in Entrepreneurship Education? Entrepreneurial Self-Identity as a Precursor. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 1(3), 222–242. Doi: <https://doi.org/10.1177/2515127418780491>.
- Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C., & Rueda Cantuche, J. M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: A role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 195-218. doi: 10.1007/s11365-010-0154-z.
- Lorenzo, M., Civilá, A., Fernández-Salinero, C. y Naval, C. (2015). Programas de emprendimiento en contextos educativos formales. L. Núñez Cubero (Coord.) *Cultura emprendedora y Educación*. pp. 299-325. Sevilla, Editorial Universidad de Sevilla.
- Luis Rico, M.I., Torre Cruz, T., Escolar Llamazares, M.C., Palmero Cámara, C. y Jiménez Eguizabal, A. (2017). Educación para el emprendimiento: situación actual y perspectivas de futuro. En Simposio Internacional *El Desafío de Emprender en la Escuela del Siglo XXI* (41-57), Sevilla, España: Universidad de Sevilla
- Marina, J.A. (2010). La competencia de emprender. *Revista de Educación*, 351, 49-71.
- Morales, F.M., Giménez, J.M. y Morales, A.M. (2018). Relaciones entre autoeficacia emprendedora y otras variables psico-educativas en universitarios. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*, 8(2), 91-102. Doi: 10.30552/ejihpe.v8i2.247.
- Morales, S., Pineda, U., y Dorado, J.E. (2014). Factores del servicio y del perfil del emprendedor que inciden en la supervivencia empresarial: una revisión crítica. *Revista LaSallista de Investigación*, 2(2), 181-194. Doi: <http://dx.doi.org/10.22507/rli.v11n2a19>

- Naranjo, J.C., Jiménez, D. y Sanz, R. (2012). ¿Es la cultura organizativa un determinante en la innovación en la empresa? *Cuadernos de Economía y Dirección de Empresas*, 15(2), 63-72. Doi: 10.1016/j.cede.2011.07.004.
- Navarro Díaz, M. y Vilches Alonso, J.M. (2017). Educación para el emprendimiento: un enfoque social y medioambiental. En Simposio Internacional *El Desafío de Emprender en la Escuela del Siglo XXI* (75-89), Sevilla, España: Universidad de Sevilla.
- Núñez, L., y Núñez, M. (2016). Noción de emprendimiento para una formación escolar en competencia emprendedora. *Revista Latina de Comunicación Social*, (71), 1069-1089. Doi: 10.4185/RLCS-2016-1135.
- Oliver, A., Galiana, L. y Gutierrez, M. (2016). Diagnóstico y políticas de promoción del emprendimiento en estudiantes. *Anales de Psicología*, 32(1), 183-189. Doi: <http://dx.doi.org/10.6018/analesps.32.1.186681>.
- Oliveras, G., Vigier, H.P., y Porras, J.A. (2014). Analizando la influencia de la educación universitaria en el perfil emprendedor de los estudiantes. *Escritos Contables y de Administración*, 5(2), 15-47.
- Ornelas, C.E., Contreras, L.E., Silva, M.A. y Liquino, M.C. (2015). El Espíritu Emprendedor y un Factor que Influencia su Desarrollo Temprano. *Conciencia Tecnológica*, (49), 46-51.
- Paños, 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>
- Peña Calvo, J.V.; Cárdenas Gutiérrez, A.; Rodríguez Martín, A. y Sánchez Lissen, E. (2015). La cultura emprendedora como objetivo educativo: marco general y estado de la cuestión. L. Núñez Cubero (Coord.). *Cultura emprendedora y educación*. pp. 19-59. Sevilla, Editorial Universidad de Sevilla.
- Pertuz, V., Rojas, G., Navarro, A. y Quintero, L. (2016). Perfil docente y fomento de la cultura del emprendimiento: búsqueda de una relación. *Educ. Educ.*, 19(1), 29-45. Doi: 10.5294/edu.2016.19.1.2.

- Rodríguez Díaz, R., Jiménez Cortés, R. & Rebollo Catalán, M.A. (2016). Gestión y liderazgo empresarial con perspectiva de género. Voces y experiencias. Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia. *Revistas universidad de León*. Nº 11, 2016 – e-ISSN: 2444-0221 - pp. 329-350
- Santamaría, E. (2018). Jóvenes, crisis y precariedad laboral: una relación demasiado larga y estrecha. *Encrucijadas: Revista Crítica de Ciencias Sociales*, 15, 1-24. Recuperado de: <http://www.encrucijadas.org/index.php/ojs/article/view/431/0>
- Soria, K., Zuniga, S. y Ruiz, S. (2016). Educación e Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Un Caso de Estudio. *Formación Universitaria*, 9(1), 25-34. Doi: 10.4067/S0718-50062016000100004.
- The Quality Assurance Agency For Higher Education (QAA) (2012). *Enterprise and entrepreneurship education: guidance for UK higher education providers*. Recuperado de: <https://www.qaa.ac.uk/>
- Toapanta, G.M., Paucar, A.G., Chango, M.E., Córdova, A.M., Guerrero, M.R. y Cedeño, D.M. (2018). El estudiante universitario emprendedor como factor de cambio social. *Didasc@lia: Didáctica y Educación*, IX (1), 71-80.
- Valencia, A., Montoya, I, y Montoya, A. (2016). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un estudio bibliométrico. *OmniaScience*, 12(4), 881-992. Doi: <http://dx.doi.org/10.3926/ic.730>
- Williamson, N., Beadle, S. y Charalambous, S. (2013). Enterprise education impact in higher education and further education: final report. *Departamen tfor Business, Innovation & Skills*, 2013, 15.

9. ANEXOS

Anexo-1: Consentimiento informado

1. Información

Se os propone participar en un estudio acerca del emprendimiento en la universidad, cuyo objetivo es el de conocer si en el Grado de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de Sevilla se fomenta el perfil emprendedor entre los estudiantes y si ellos tienen una actitud emprendedora hacia su futuro profesional. Para ello, se pide vuestra colaboración a través de la realización del cuestionario que se os entrega. Este es anónimo, por lo que vuestra aportación no conlleva ningún riesgo para la vida y no afectará a vuestra imagen personal pública. Los resultados que se obtengan serán

generalizados al conjunto de la muestra. El estudio se llevará a cabo en la titulación de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla, bajo el seguimiento de Francisco Fernández Álvarez.

2. Aspectos a conocer

- El cuestionario es anónimo, en ningún momento se revelará su identidad.
- El investigador se compromete a proteger sus datos y a no utilizarlos con otra finalidad.
- Los resultados obtenidos tras el estudio podrán ser divulgados a la comunidad científica, ya sea a través de un artículo, comunicación o conferencia.
- Si en algún momento desea abandonar la investigación, puede retirar su consentimiento a través de un correo electrónico a: fraferalv2@alum.us.es
- Si para firmar este documento desea más información, no dude en consultarla.

3. Consentimiento

Yo, D. /D^a _____,
expongo:

- Haber sido informado/a de los objetivos del estudio de investigación en el que participaré, así como de la ausencia de riesgos que asumo al formar parte de él.
- Haber sido informado/a de mi derecho a retirar este consentimiento cuando lo estime oportuno y por los motivos que precise, sin necesidad de justificarlos, y sin que ello derive ninguna consecuencia adversa a mi persona.
- Haber comprendido perfectamente todo lo anterior y estar de acuerdo. Por ello, doy mi consentimiento para colaborar en este estudio, respondiendo a un cuestionario.

Nombre:

DNI:

Firma:

En Sevilla, a ____ de _____ de 2019

*Si desea recibir información sobre los resultados de este estudio, indíquenos su correo electrónico:

Anexo-2: Cuestionario adaptado

Cuestionario: Actitudes e intención emprendedoras en estudiantes universitarios (Adaptación Liñán et al. 2011)

Datos personales

-Edad:

-Género:

- Masculino
 Femenino

Otro

-Número de personas que viven actualmente en su hogar (incluido/a usted mismo/a)

- ¿Qué nivel de estudios poseen sus padres?

	Padre	Madre
Primaria		
Secundaria		
Formación Profesional		
Universidad		
Otros		

- ¿Qué actividad profesional desarrollan sus padres actualmente?

	Padre	Madre
Empleado/a en el sector privado		
Empleado/a en el sector publico		
Autónomo/a o emprendedor/a		
Desempleado/a		
Jubilado/a		
Otras		

Bloque I: Formación y experiencia laboral

1- ¿Qué grado Universitario esta estudiando?

¿En que curso se encuentra?

- 1° curso
- 2° curso
- 3° curso
- 4° curso

2- Indique la importancia de las siguientes razones para la elección de su grado, teniendo en cuenta que 1 equivale a que no es importante en absoluto y 7 que es realmente importante.

	1	2	3	4	5	6	7
Vocación							
Oportunidades laborales							
Consejo de familiares o amigos							

3- ¿Tiene experiencia laboral? (esta trabajado o ha trabajado recientemente)?

- Si
- No

Si ha tenido experiencia laboral:

A. ¿Qué trabajos ha desempeñado?

B. ¿Ha estado a cargo de otras personas?

- Si
- No

C. ¿Cuánta experiencia laboral posee? (numero de años o de meses)

4- ¿Alguna vez ha trabajado por cuenta propia? (siendo trabajador independiente o propietario de una empresa)

- Si
- No

Bloque II: Conocimiento emprendedor

5- ¿Conoce personalmente a algún emprendedor/a?

- Si

No

En caso afirmativo, ¿Qué relación tiene con esa persona emprendedora?

Familiar

Amigo

Jefe

Otros

Si tiene relación con esa persona emprendedora, valore las siguientes preguntas de 1 (en ninguna medida) a 7 (completamente)

	1	2	3	4	5	6	7
¿Hasta qué punto conoce su actividad como emprendedor/a?							
¿En qué medida puede ser considerado un "buen emprendedor/a"?							

6- Indique su nivel de conocimiento sobre asociaciones empresariales y organismos de apoyo desde 1 (desconocimiento) hasta 7 (gran conocimiento).

	1	2	3	4	5	6	7
Asociaciones empresariales							
Organismos de apoyo							

7- Para cada una de las siguientes medidas para respaldar la creación de empresas, indique su nivel de conocimiento detallado de 1 (ignorancia absoluta) a 7 (conocimiento completo).

	1	2	3	4	5	6	7
Formación específica para jóvenes emprendedores							
Prestamos en condiciones especialmente favorables							
Ayudas técnicas para iniciar el negocio							
Centros de negocios							
Servicios de consultoría en condiciones favorables							

Bloque III: Vocación profesional

8- ¿Qué le gustaría hacer inmediatamente después de terminar su carrera? Valore las siguientes opciones de 1 (preferencia mínima) a 7 (preferencia máxima).

	1	2	3	4	5	6	7
Trabajar como empleado/a							
Poner en marcha una empresa							
Seguir su formación y preparación profesional							

9- En medio y largo plazo, considerando todas las ventajas y desventajas (económicas, personales, reconocimiento social, estabilidad laboral, etc.), indique su nivel de atracción hacia cada una de las siguientes opciones profesionales de 1 (atracción mínima) a 7 (atracción máxima).

	1	2	3	4	5	6	7
Trabajo asalariado							
Profesional liberal							
Emprendedor/a							

10- Indique su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones de 1 (total desacuerdo) a 7 (total acuerdo).

	1	2	3	4	5	6	7
Ser emprendedor/a implica más ventajas que desventajas para usted.							
Una carrera como emprendedor/a es atractiva para usted.							
Si tuviese la oportunidad y los recursos, le gustaría montar una empresa							
Ser emprendedor/a le traería grandes satisfacciones							

Entre varias opciones, prefiere ser un emprendedor/a							
--	--	--	--	--	--	--	--

Bloque IV: Impacto socio-familiar

11- En su entorno más cercano, ¿cree que la actividad emprendedora se valora peor o mejor que otras actividades y carreras? Indique de 1 (muy por debajo de otras actividades) a 7 (muy por encima de otras actividades).

	1	2	3	4	5	6	7
En su familia cercana							
Entre sus amigos y amigas							
Entre sus compañeros y compañeras							

12- Si decidiera crear una empresa, las personas de su entorno cercano aprobarían esa decisión. Indique de 1 (totalmente en desacuerdo) a 7 (totalmente de acuerdo).

	1	2	3	4	5	6	7
Su familia cercana							
Sus amigos y amigas							
Sus compañeros y compañeras							

13- Indique su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones de 1 (totalmente en desacuerdo) a 7 (totalmente de acuerdo).

	1	2	3	4	5	6	7
La actividad emprendedora choca con la cultura de su entorno social							
El papel del empresario/a en la economía no está suficientemente reconocido							
Muchas personas consideran difícil ser emprendedor							
La actividad emprendedora es considerada demasiado arriesgada para valer la pena							
Se suele pensar que los emprendedores/as se aprovechan de los demás							

Bloque V: Capacidad emprendedora

14- ¿En qué medida está de acuerdo con las siguientes afirmaciones con respecto a su capacidad emprendedora? Valórelas de 1 (totalmente en desacuerdo) a 7 (totalmente de acuerdo).

	1	2	3	4	5	6	7
Montar una empresa y mantenerla en funcionamiento sería fácil para usted							
Este preparado para crear una empresa viable							
Puede controlar el proceso de creación de una nueva empresa							
Conoce los detalles prácticos necesarios para hacer funcionar una empresa							
Sabe como desarrollar un proyecto emprendedor							
Si tratara de crear una empresa, tendría una alta probabilidad de éxito							

15- ¿Crees que posee un buen nivel de desarrollo en las siguientes capacidades? Indique de 1 (capacidad muy poco desarrollada) a 7 (capacidad muy desarrollada).

	1	2	3	4	5	6	7
Reconocer oportunidades							
Creatividad							
Resolución de problemas							
Liderazgo y habilidades comunicativas							
Desarrollo de productos y servicios							
Redes y contactos profesionales							

Bloque VI: Intención emprendedora

16- ¿Alguna vez ha considerado seriamente llegar a ser una persona emprendedora?

- Si
- No

17- Indique su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones desde 1 (totalmente en desacuerdo) a 7 (totalmente de acuerdo)

	1	2	3	4	5	6	7
Esta listo para hacer cualquier cosa para convertirse en una persona emprendedora							
Su objetivo profesional es ser emprendedor/a							
Hará todo lo posible para iniciar y dirigir su propia empresa							
Esta decidido/a a crear una empresa en el futuro							
Ha pensado muy seriamente en crear una empresa							
Tiene la firme intención de crear una empresa algún día							

Bloque VII: Objetivos emprendedores

18- Si alguna vez quisiera crear una empresa, ¿Cómo le gustaría que fuese?

- Autónomo (sin empleados)
- Microempresa (hasta 10 empleados)
- Pequeña empresa (de 10 a 50 empleados)
- Mediana empresa (de 50 a 250 empleados)
- Gran empresa (mas de 250 empleados)

19- ¿En qué medida considera que los siguientes factores corresponden al éxito empresarial? Indique de 1 (en ninguna medida) a 7 (en total medida).

	1	2	3	4	5	6	7
Competir duro en los mercados internacionales							
Alcanzar un alto nivel de ingresos							
Realizar el tipo de trabajo que realmente le gusta							
Lograr un gran reconocimiento social							
Ayudar a resolver los problemas de su comunidad							
Mantener un camino de desarrollo positivo y continuo en su empresa							

20- ¿Hasta qué punto llevaría a cabo las siguientes acciones para desarrollar su empresa? Indique de 1 (en ninguna medida) a 7 (en total medida).

	1	2	3	4	5	6	7
Exportar una parte significativa de la producción							
Introducir regularmente nuevos procesos y servicios para sus clientes							
Añadir regularmente nuevos procesos o sistemas de producción							
Desarrollar proyectos de I+D							
Planificar los diversos departamentos de la empresa con detalle							
Alcanzar acuerdos de cooperación y/o asociación con otras empresas							
Ofrecer formación especializada para empleados							
Ampliación de su empresa (personal, locales, etc.).							

Bloque VIII: Educación emprendedora

21- ¿Hasta qué punto cree que es posible ofrecer cursos de formación emprendedora que desarrollen los siguientes aspectos? Indique de 1 (imposible) a 7 (totalmente posible).

	1	2	3	4	5	6	7
Conocimiento sobre el entorno emprendedor							
Mayor reconocimiento de la figura emprendedora							
Preferencia por ser emprendedor/a							
Habilidades necesarias para ser emprendedor/a							
Intención de ser emprendedor/a							

22- ¿Ha tomado algún curso o módulo que pueda considerarse educación para el emprendimiento?

- Si
- No

En caso afirmativo:

A. Indique cuál (es):

B. ¿En qué medida te ha ayudado a desarrollar alguno de esos aspectos? Indique de 1 (en ninguna medida) a 7 (en gran medida)

	1	2	3	4	5	6	7
Conocimiento sobre el entorno emprendedor							
Mayor reconocimiento de la figura emprendedora							
Preferencia por ser emprendedor/a							
Habilidades necesarias para ser emprendedor/a							
Intención de ser emprendedor/a							