



EVALUACIÓN DE PROPUESTAS INNOVADORAS QUE INTEGRAN LA ORIENTACIÓN HACIA EL EMPRENDIMIENTO EN LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA: DIAGNÓSTICO DE LA CULTURA EMPRENDEDORA DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO

Línea Temática: 2. Innovación pedagógica y Calidad en la Universidad.

Jiménez Cortés, Rocío

Dpto. de Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación, Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad de Sevilla. C/ Pirotecnia, 410013, Sevilla, ESPAÑA rjimenez@us.es

Leiva Olivencia, Juan José

Dpto. de Didáctica y Organización Escolar, Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad de Málaga. Campus de Teatinos, s/n, C.P. 29071, Málaga, ESPAÑA juanleiva@uma.es

Castilla Mesa, María Teresa

Dpto. de Didáctica y Organización Escolar, Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad de Málaga. Campus de Teatinos, s/n, C.P. 29071, Málaga, ESPAÑA, mtdcm@uma.es

Resumen: Este estudio se enmarca en un proyecto de innovación educativa financiado y desarrollado en la Universidad de Málaga, cuyo objetivo general es desarrollar metodologías innovadoras para la integración de una perspectiva orientadora hacia el emprendimiento y el desarrollo de competencias profesionales en la formación universitaria. Concretamente esta ponencia se centra en: a) identificar desde la propia percepción del alumnado, el grado en que metodologías como el plan de gestión de carrera y el aprendizaje-servicio estimulan la cultura emprendedora en la formación universitaria. Así como también, b) conocer si existen diferencias significativas entre hombres y mujeres en cuanto a conciencia y visión de la cultura emprendedora en la actual formación universitaria. La metodología seguida es de carácter cuantitativo, basada en la recogida de información a través del diseño de un cuestionario estructurado construido al efecto. El método de investigación es un estudio descriptivo tipo encuesta o survey. Participan en la muestra un total de 149 estudiantes de las titulaciones de Pedagogía y Psicopedagogía, pudiendo observar resultados positivos en cuanto al impacto de estas metodologías innovadoras y una visión sobre la cultura emprendedora similar en mujeres y hombres.

Palabras Clave: Educación, emprendimiento, género, innovación, orientación.



Introducción

Este estudio forma parte del Proyecto de Innovación educativa que lleva por título “*Desarrollo y adquisición de competencias profesionales en la formación universitaria: Nuevos enfoques para el Prácticum, la orientación y la tutorización. El diseño del Plan de Gestión de Carrera y la incorporación del Aprendizaje Servicio como metodologías reflexivas, colaborativas y participativas*”, financiado en convocatoria competitiva por la Universidad de Málaga. Este proyecto se desarrolla en las titulaciones de Pedagogía y Psicopedagogía y pretende desarrollar propuestas metodológicas de alto impacto formativo en competencias profesionales a través del desarrollo de planes de gestión de carrera y de la incorporación del aprendizaje servicio. El Plan de Gestión de la Carrera centra su objetivo en la identificación de competencias profesionales por parte del alumnado localizándolas en la formación académica y en la práctica profesional al objeto de ir delimitando el perfil profesional y el diseño por el alumnado de manera individual y conjunta de la propia gestión de su trayectoria profesional. Permite elaborar un instrumento que ayuda al alumnado en el proceso de inducción en la práctica profesional y le permite analizar y constatar el pragmatismo del proceso formativo teórico y práctico a partir de la adquisición de competencias profesionales. Por su parte, en el Aprendizaje-Servicio los objetivos están vinculados al aprendizaje por competencias profesionales, ya que se propone que el alumnado investigue la realidad laboral en distintos contextos.

La ponencia que presentamos pretende exponer parte de los resultados evaluativos de este proyecto innovador, especialmente en lo que atañe al diagnóstico de la cultura emprendedora desde una perspectiva de género. Es decir, se centra en: a) identificar el grado en que estas metodologías estimulan la cultura emprendedora en la formación universitaria desde la propia percepción del alumnado. Así como también de b) conocer si existen diferencias significativas entre hombres y mujeres en cuanto a su visión de la cultura emprendedora en la actual formación universitaria.

Estado de la investigación sobre formación universitaria, género y emprendimiento

El fenómeno emprendedor se está considerando un eje vertebrador de la innovación, la competitividad y el desarrollo económico de las sociedades e impacta en diferentes esferas de desarrollo. Como tópico de investigación, el estudio desarrollado por Green et al. (2003) considera que las diferencias entre hombres y mujeres en cuanto al fenómeno del emprendimiento se empezaron a abordar como objeto de estudio con lentitud, lo cual, repercutió en la identificación de las características diferenciadoras desde una perspectiva de género del fenómeno emprendedor. En la actualidad la diversidad de trabajos que parten de una perspectiva de género se ha ampliado (Donoso, Figuera y Moreno, 2011, Díaz-García y Jiménez-Moreno, 2010).

Concretamente en el área de la formación universitaria se muestra prolifera una línea de trabajo centrada en las actitudes y la cultura emprendedora de los jóvenes universitarios y las diferencias de percepción entre mujeres y hombres con respecto a la creación de empresas. Los estudios centrados en este tema (Fuentes y Sánchez, 2010; Veciana, Aponte y Urbano, 2005) muestran diferencias significativas en la opinión sobre el deseo de crear una empresa por parte de los estudiantes universitarios hombres frente a un porcentaje inferior de estudiantes mujeres. Asimismo, el estudio de Álvarez, Noguera y Urbano (2012), muestran cómo la influencia de la sociedad en la percepción de competencias emprendedoras en función del género de la persona emprendedora resulta clave.

Estudios como el Movahedi y Yaghoubi-Farani (2012) se ocupan de las competencias para el emprendimiento desde una perspectiva de género. Aunque se realizan de forma integrada en el marco de otros factores característicos del fenómeno emprendedor. Los resultados y conclusiones alcanzadas por estos estudios sugieren la posibilidad de iniciar la formación para el espíritu emprendedor en los años de formación. Especialmente el sistema universitario ha de asumir la responsabilidad de una orientación para el emprendimiento en el marco de la formación que provee.



La cultura emprendedora desde una perspectiva de género

La educación para el emprendimiento debe centrarse en conceptos clave de la iniciativa empresarial. Los avances actuales señalan una diferenciación conceptual y teórica entre la acción de emprender y la intención de hacerlo (Ventura y Quero, 2012). La tabla 1, muestra una visión panorámica de las diferentes teorías y corpus científicos que abordan el fenómeno emprendedor y cuyas aportaciones conceptuales resultan relevantes desde el punto de vista educativo, para comprender y dimensionar la cultura emprendedora desde una perspectiva de género. Son diversos los autores (Veciana, 1999, 2007, Rani y Rao, 2007) que consideran importante realizar la clasificación de los marcos teóricos en emprendimiento en función a tres niveles (macro, meso y micro), también entendemos que esta estructura permite sistematizar las dimensiones conceptuales en pro de una mayor comprensión del fenómeno emprendedor.

| Teorías y modelos conceptuales | Perspectiva de género | Perspectiva empresarial | Perspectiva educativa y de orientación profesional |
|---|---|---|--|
| Micro (Factores individuales que hacen que una persona emprenda) | Modelos conceptuales de empoderamiento de las mujeres Teoría del Aprendizaje de género | Modelos de intencionalidad empresarial (por ej. Shapero y Sokol, 1982) Teoría de la carrera empresarial de Dyer (Elección de carrera, socialización de carrera, Orientación de carrera, Progresión de carrera) | Modelos de toma de decisiones y orientación vocacional Modelos de orientación de la carrera |
| Meso (Factores institucionales) | Teoría del aprendizaje de género | | Modelos de aprendizaje por competencias |
| Macro (factores sociales y económicos que potencian la aparición del emprendimiento) | Teoría de los roles de género Teoría feminista Teoría del aprendizaje de género | Teoría de la carrera empresarial de Dyer | Teoría del aprendizaje social (Bandura) |

Tabla 1. Marcos teóricos en la investigación sobre género y emprendimiento

Desde la perspectiva empresarial, los desarrollos teóricos sobre emprendimiento están más consolidados que los de otras perspectivas directamente relacionadas. Concretamente, los modelos de intencionalidad empresarial como el de Shapero y Sokol (1982) entienden que la percepción de deseabilidad de emprender, es una manifestación de valores culturales, de conductas aprendidas durante el proceso formativo. Esto fomenta el refuerzo o el rechazo de actitudes proclives al fenómeno del emprendimiento. Estos autores han aportado el soporte teórico a posteriores investigaciones sobre la intención de emprender. Y consideran que la intención de emprender dependerá la valoración personal como una opción viable. Por tanto, los constructos teóricos implicados en la intencionalidad serían la deseabilidad percibida y la viabilidad percibida. El deseo percibido de emprender hace referencia a la valoración de los resultados que se van a obtener y la percepción de la viabilidad está relacionada con la percepción sobre las propias competencias para emprender. Hay estudios que ponen de manifiesto el sesgo que existe entre las capacidades reales que tienen las mujeres emprendedoras y la percepción que ellas mismas tienen sobre sus propias capacidades. Así como la percepción sobre las propias competencias y la intención de emprender. Autores como Ventura y Quero (2012) consideran que las habilidades relacionadas con el fenómeno



emprendedor se refieren a la capacidad para reconocer oportunidades de negocio, resolver problemas, ejercer liderazgo y los conocimientos relacionados con la gestión empresarial.

Este enfoque traza conceptos afines con los modelos de aprendizaje por competencias en educación. Marina (2010) expone las distintas definiciones de la competencia de emprender, que provienen de los informes de la OCDE y de la Unión Europea, y que explicita la Ley Orgánica de Educación. Según este autor, esta competencia está enfocada al emprendimiento no solo económico o tecnológico, sino también a la iniciativa, capacidad de riesgos, elaboración de proyectos personales de vida en las escuelas y centros educativos.

Desde el modelo teórico de Dyer y los estudios que ha realizado (Dyer, 1993) se observa como la orientación que las mujeres den a su carrera empresarial provoca un fuerte impacto en sus vidas. Se observó que las mujeres estudiadas cambiaban la orientación a su carreras dependiendo de cómo percibían sus roles en relación con su familia y trabajos. A su vez, este modelo teórico converge con los planteamientos de la teoría de los roles de género. En este sentido, estudios como el Eddleston y Powell (2008) ponen de manifiesto que la identidad de género representada por las creencias y estereotipos de masculinidad y feminidad actúa como un mecanismo cognitivo que contribuye a las diferencias en la satisfacción de las expectativas emprendedoras de hombres y mujeres. Para Ortiz, Duque y Camargo (2008) los estudios sobre emprendimiento femenino muestran la socialización de género en las responsabilidades y tareas del hogar, el sesgo en el rol de género y el equilibrio trabajo-vida como preocupación para las mujeres con y sin hijos, el impacto del género en la autoimagen emprendedora, entre otros.

Objetivos y diseño de la investigación

El estudio trata de abordar las potencialidades de las metodologías propuestas para integrar propuestas de orientación al emprendimiento en la formación universitaria. Esta potencialidad de las metodologías basadas en el Plan de gestión de la carrera y en el Aprendizaje Servicio supone la posibilidad de estimular el fenómeno del emprendimiento y fomento de nuevos yacimientos de empleo y autoempleo. Lo que se hace considerando la responsabilidad que en ello debe asumir la orientación educativa y profesional en la Universidad. Dado que en esta aportación al congreso se aborda sólo parte del estudio evaluativo, formulamos los siguientes objetivos de carácter más concreto:

- a) Identificar el grado en que estas metodologías estimulan la cultura emprendedora en la formación universitaria desde la propia percepción del alumnado y desde una perspectiva de género.
- b) Así como también conocer si existen diferencias significativas entre hombres y mujeres en cuanto a su visión de la cultura emprendedora en la actual formación universitaria.

Metodología de la investigación.

Procedemos al abordaje de los objetivos científicos con una metodología cuantitativa (estudio basado en encuesta a partir de la realización de un cuestionario estructurado que incluye las principales dimensiones del estudio). Por lo tanto, la investigación se plantea como un estudio de encuesta o de tipo survey. Este diseño de investigación diagnóstica persigue evaluar el impacto de las metodologías desarrolladas en la toma de conciencia del alumnado sobre la necesidad de una cultura de emprendimiento en la formación universitaria, detectando competencias y aptitudes para el emprendimiento y vías para su fomento mediante procesos de orientación educativa y profesional desde una perspectiva de género.



Procedimientos de muestreo y participantes

La muestra está constituida por 149 estudiantes (29 hombres y 120 mujeres) de las Titulaciones de Ldo. en Pedagogía y Psicopedagogía de cuarto y quinto curso. El procedimiento de muestreo es incidental. El planteamiento en estas titulaciones supone articular la propuesta metodológica en diversas asignaturas seleccionadas principalmente por la dinámica que se está siguiendo en el planteamiento del componente práctico de las mismas, por la vinculación directa con la temática y por la disponibilidad e implicación que el profesorado ha manifestado para el diseño y posible desarrollo de este proyecto.

Técnicas de recogida de datos

La recogida de datos se realiza mediante la técnica de encuesta aplicando un cuestionario diseñado al efecto. Este cuestionario está destinado a recoger las percepciones del alumnado sobre: a) el carácter de la formación universitaria actual en base al modelo de competencias profesionales y b) el diseño, desarrollo e impacto formativo de la propuesta didáctica, basada en metodologías como el Plan de Gestión de Carrera y el APs (Aprendizaje-Servicio), en la cultura emprendedora. El cuestionario es de carácter estructurado e incorpora diferentes dimensiones que adoptan técnicamente la estructura de escalas tipo lickert. Estas dimensiones contempladas son: A) Conciencia sobre el perfil emprendedor (profesional), B) puntos fuertes y débiles de la formación universitaria para su adaptación al modelo por competencias profesionales C) valoración del prácticum desde las perspectivas metodológicas propuestas D) grado de consecución de competencias profesionales. Desde un punto de vista transversal se consideran variables que teóricamente constituyen el constructo: E) Cultura emprendedora. La tabla 2. Muestra el constructo contemplado y los indicadores que lo dimensionan.

| Constructo | Indicadores |
|-------------------------|---|
| E. Cultura emprendedora | <ol style="list-style-type: none">1. Tengo conocimientos para poder crear una empresa relacionada con el ámbito de la pedagogía y la formación.2. Tengo aptitudes para poder mostrar mi empleabilidad a diferentes empresas o instituciones.3. Conozco aspectos básicos de las funciones como futuro profesional de la educación.4. Tengo conciencia de la relevancia que tiene en este momento actual el carácter emprendedor.5. He participado en actividades universitarias directa o indirectamente relacionadas con la cultura emprendedora.6. Soy capaz de indagar en los sectores de empleo emergente en el ámbito pedagógico.7. Soy capaz de crear mi propio plan individual de carrera, para conseguir el puesto de trabajo que quiero en el ámbito de la formación. |

Tabla 2. Indicadores del constructo "Cultura emprendedora"

Análisis de datos

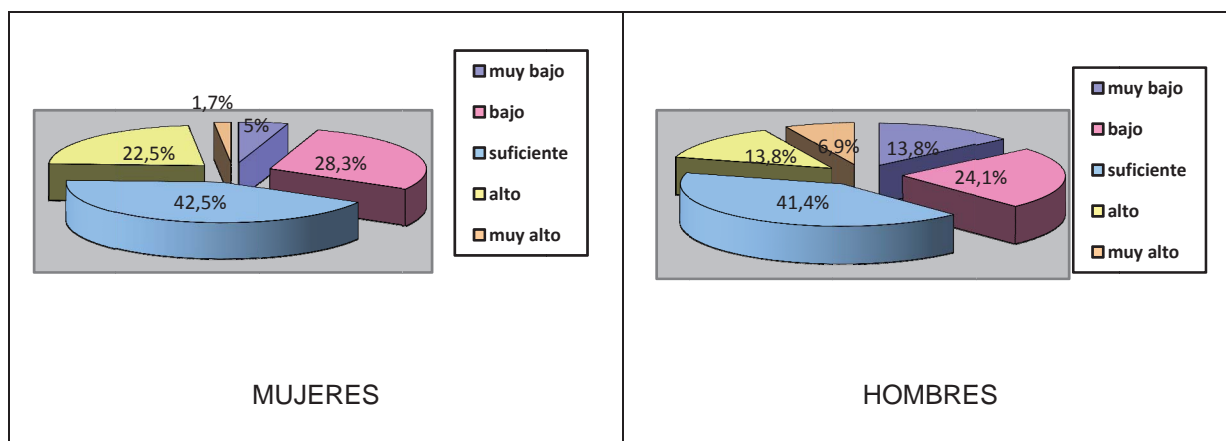
Se analizan los datos cuantitativos aplicando estudios descriptivos y correlacionales con SPSS, lo que nos permite valorar las respuestas del conjunto de la muestra. Se realiza un análisis de carácter exploratorio de carácter descriptivo por estratos (hombre, mujer), así como un análisis basado en la comparación de medias, utilizando como variable de agrupación el sexo. A continuación presentamos los resultados más destacables.



Resultados

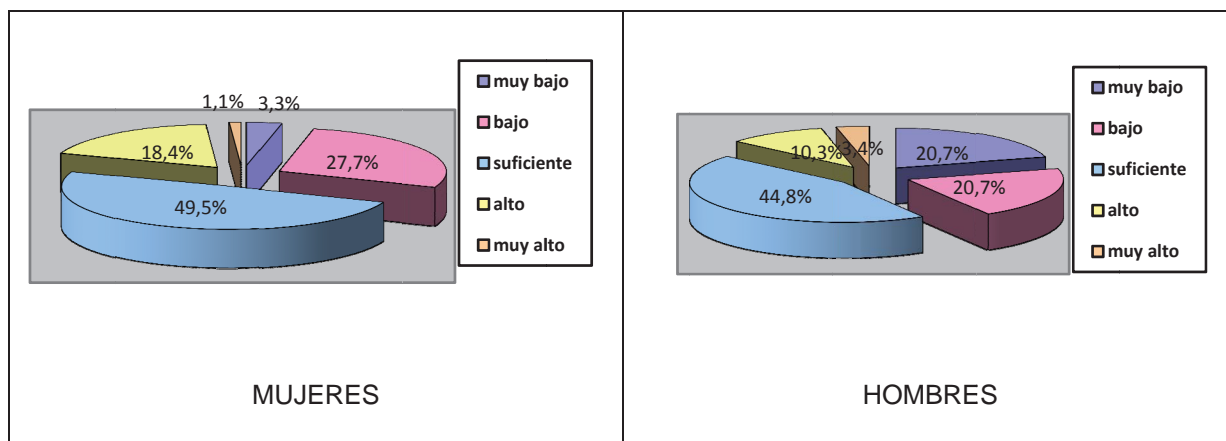
Se muestra la organización de los resultados en torno a los objetivos planteados. Por un lado, el grado en que las metodologías didácticas propuestas estimulan la cultura emprendedora desde una perspectiva de género y por otro, diferencias en la visión sobre la cultura emprendedora de hombres y mujeres en la formación universitaria.

Los resultados muestran que tanto hombres como mujeres consideran que son capaces de crear sus propios planes individuales de carrera, para conseguir el puesto de trabajo que quieren en el ámbito de la pedagogía y de la formación. Así, el 42.5% de las mujeres considera que se ha desarrollado esta habilidad suficientemente, siendo un 22.5% las que consideran que se ha alcanzado un alto grado en la capacidad de crear los propios planes de carrera. De forma similar el 41.4% de los estudiantes (hombres) consideran que se ha desarrollado suficientemente la capacidad para crear este tipo de herramienta para la orientación.



Gráficas 1. Grado en que son capaces de crear los propios planes individuales de carrera, para conseguir el puesto de trabajo deseado en el ámbito de la formación.

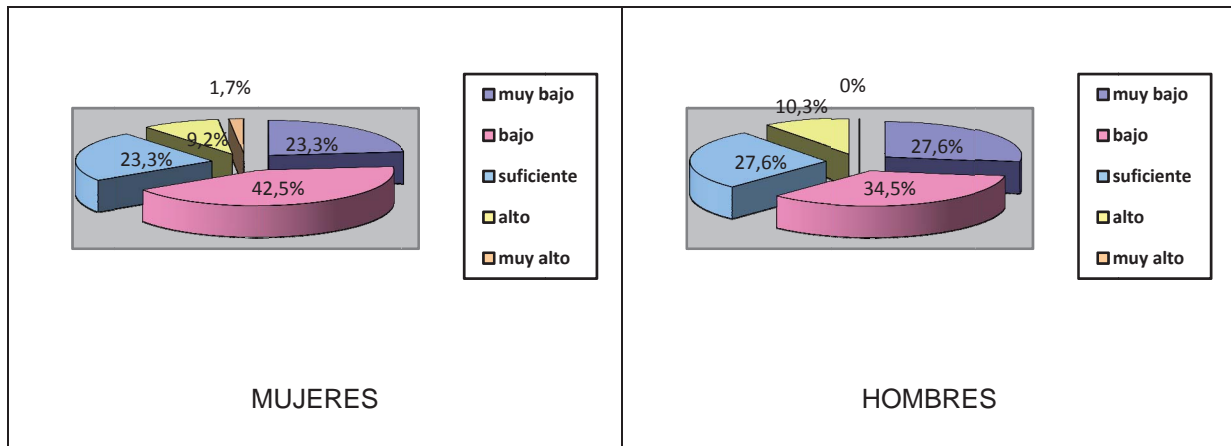
Se observa también en los resultados que el alumnado se siente capacitado para indagar en los sectores de empleo emergente en el ámbito pedagógico, un 49.2% de las mujeres consideran que se ha alcanzado esta capacidad de forma suficiente, frente a un 30.8% que considera que se alcanza de forma baja o muy baja. Se aprecian diferencias con respecto a la percepción de los estudiantes (hombres) donde un 41.4% considera en un grado bajo o muy bajo haber alcanzado esta capacidad de indagación en nuevos yacimientos de empleo en la profesión.



Gráficas 2. Grado en que son capaces de indagar en los sectores de empleo emergente en el ámbito pedagógico

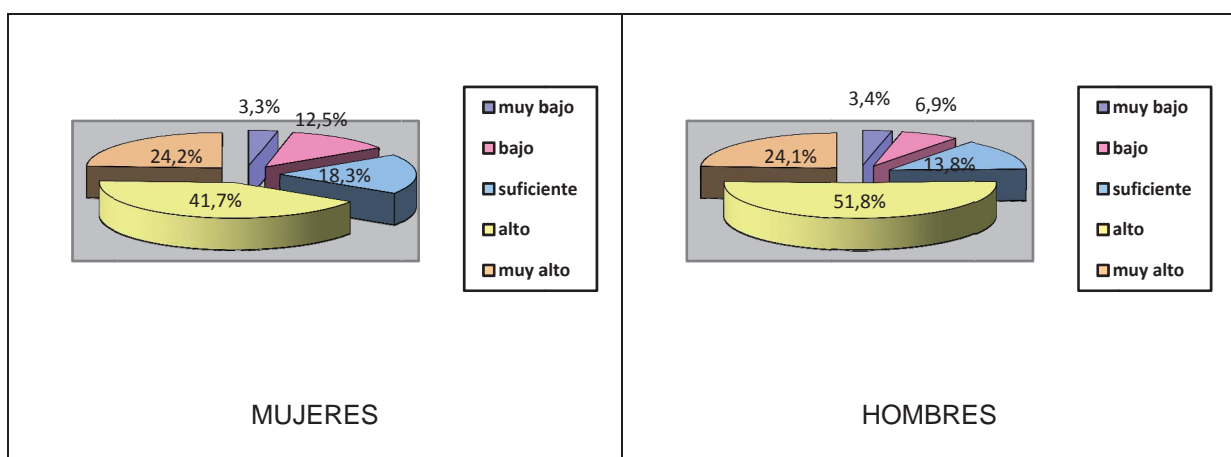


Un aspecto relevante ha resultado la percepción del alumnado con respecto a los conocimientos que poseen para poder crear una empresa relacionada con el ámbito de la pedagogía y la formación. En este sentido, tanto hombres como mujeres tienen esa misma percepción. El 65.8% de las estudiantes (mujeres) considera en grado bajo o muy bajo tener este tipo de conocimientos, de forma similar el 62.1% de los estudiantes hombres, lo considera también en grado bajo o muy bajo. Este aspecto denota la carencia que presenta la formación universitaria en orientación hacia el emprendimiento. Este aspecto contrasta con la percepción que tiene el alumnado sobre la relevancia actual del carácter emprendedor.



Gráficas 3. Grado en que tienen conocimientos para poder crear una empresa relacionada con el ámbito de la pedagogía y la formación

Se puede apreciar en el siguiente conjunto de gráficas que hay leves diferencias en cuanto al grado de conciencia entre hombres y mujeres con respecto a la relevancia que tiene en el momento actual el carácter emprendedor. Así, el 41.7% de las mujeres considera que es consciente en alto grado de la relevancia actual del espíritu emprendedor, así como un 51.7% de los estudiantes (hombres). No obstante contrasta este dato con la formación y los conocimientos de que disponen para emprender. Mostrando una conciencia alta de lo que supone este valor añadido en la formación universitaria actual y especialmente en su enfoque para el empleo y el autoempleo en ciencias de la educación.



Gráficas 4. Grado en que tienen conciencia de la relevancia que tiene en este momento actual el carácter emprendedor.

Los resultados muestran también que el 53.3% de las estudiantes (mujeres) considera haber participado poco o muy poco en actividades universitarias directa o indirectamente relacionadas con la cultura emprendedora.



Se aplica la prueba t de Student, dado que la población estudiada sigue una distribución normal pero el tamaño muestral del grupo de estudiantes hombres es pequeño (29) como para que el estadístico en el que está basada la inferencia esté normalmente distribuido, por ello, se utiliza una estimación de la desviación típica en lugar del valor real. Se desarrolla la prueba t para dos muestras independientes, con diferentes tamaños muestrales e igual varianza. La prueba de Levene para la igualdad de varianzas confirma que se puede asumir la igualdad de varianzas para las diferentes variables consideradas.

| VARIABLES | Prueba de Levene para la igualdad de varianzas | | Prueba T para la igualdad de medias | |
|--|--|-------|-------------------------------------|------|
| | F | Sign. | t | Sgn. |
| Tengo conocimientos para poder crear una empresa relacionada con el ámbito de la pedagogía y la formación. | .087 | .768 | .132 | .895 |
| Tengo conciencia de la relevancia que tiene en este momento actual el carácter emprendedor | 1.757 | .187 | -.703 | .483 |
| He participado en actividades universitarias directa o indirectamente relacionadas con la cultura emprendedora | .013 | .908 | .587 | .558 |

Tabla 3. Contraste de medias para dos grupos independientes

La visión sobre la formación emprendedora es igual en alumnos y en alumnas, no detectando diferencias significativas según el sexo. Tampoco se aprecian diferencias significativas entre estudiantes según género en cuanto a sus perfiles y conciencia sobre la relevancia actual de la cultura emprendedora. Ambos tienen una misma visión y percepción similar de lo que ello supone para el empleo y el autoempleo en el momento actual. Así como tampoco hemos hallado diferencias significativas en el grado de participación de hombres y mujeres en actividades universitarias directa o indirectamente relacionadas con la cultura emprendedora.

Conclusiones

Como conclusiones básicas podemos señalar dos ideas principales: a) la necesaria inclusión de la orientación para el emprendimiento en la formación universitaria, dada la relevancia que otorga el alumnado y la sociedad actual al fenómeno emprendedor como vía para una mejor gestión del empleo y el autoempleo. La formación universitaria ha de incorporar metodologías activas que estimulen el desarrollo de la cultura emprendedora en el marco de las materias regladas y en actividades e iniciativas vinculadas a la propia universidad con especial calado en el estudiantado. Dentro de este planteamiento destacaríamos la necesidad de una formación específica y concreta sobre el proceso de gestión empresarial y sobre los elementos implicados en la creación de empresas en el ámbito de la pedagogía (idea de negocio, plan de explotación, propuesta de financiación,...), que son competencias excepcionales en tanto que no están representadas en el marco de la formación universitaria actual. Así como también, b) la predisposición y la visión del alumnado sobre la cultura emprendedora y su necesidad es similar en mujeres y hombres, por lo que implica poder formular propuestas formativas que partan de un mismo grado de sensibilización y de conciencia hacia el emprendimiento. Esta idea es especialmente relevante dados los resultados de estudios previos (Ortiz, Duque y Camargo, 2008) que ponen de manifiesto el impacto de género en la autoimagen para el emprendimiento.



A partir de estas conclusiones es posible articular propuestas metodológicas en la formación universitaria similares a las propuestas en el marco de este proyecto innovador que estimulen el desarrollo de las potencialidades emprendedoras. Una orientación, social y educativa, hacia el emprendimiento en la Universidad es posible con el apoyo de políticas públicas y privadas, la formación del profesorado y la mayor participación de los sectores sociales y productivos en la formación universitaria.

Referencias Bibliográficas

- ÁLVAREZ, C., NOGUERA, M. Y URBANO, D. (2012). Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino. Un estudio cuantitativo en España. *Economía Industrial*, 383, 43-52.
- DÍAZ-GARCÍA, M.C. y JIMÉNEZ-MORENO, J. (2010). Entrepreneurial intention: The role of gender. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 6 (3), 261-283
- DONOSO, T., FIGUERA, P., MORENO, M.L.R (2011). Barreras de género en el desarrollo profesional de la mujer universitaria. *Revista de Educación*, 355, 187-212.
- DYER, G. (1993). Toward a theory of entrepreneurial careers. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19 (2): 7-21.
- EDDLESTON, K.A. AND POWELL, G.N. (2008): The role of gender identity in explaining sex differences in business owners career satisfier preferences. *Journal of Business Venturing*. 23(2), 24.
- FUENTES, F.J. Y SÁNCHEZ, S. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de Economía Aplicada*, 28 (3) 1-28.
- GREEN, P., HART, M., GATEWOOD, E., BRUSH, C. Y CARTER, N. (2003): Women Entrepreneurs: Moving front and Center: An overview of research and theory. United States Association for Small Business and Entrepreneurship. (Disponible en: http://www.unm.edu/~asalazar/Kauffman/Entrep_research/e_women.pdf)
- MARINA, J. A. (2010). La competencia de emprender. *Revista de Educación*, 351, 49-71.
- MOVAHEDI, R. Y YAGHOUBI-FARANI, A. (2012). Analysis of the barriers and limitations for the development of rural women's entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. 15 (4), 469-487.
- ORTIZ, C., DUQUE Y. Y CAMARGO, D. (2008). Una revisión a la investigación en emprendimiento femenino. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y reflexión*, XVI (1), 86-124.
- RANI S. Y RAO, K. (2007). Perspective on women and entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Development*, 4 (4), 16-27.
- SHAPERO, A. y SOKOL, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship, en Kent, Sexton y Vesper (eds.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs: Prentice.
- Hall (pp. 72-90).VECIANA, J. M. (1999): Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8 (3), 11-36.
- VECIANA, J. M. (2007). Entrepreneurship as a scientific research programme, en Cuervo, A. et al. (Eds.): *Entrepreneurship, Concepts, Theory and Perspective*, Springer-Verlag: Berlin, Heidelberg.
- VECIANA, J. M.; APONTE, M. Y URBANO, D. (2005): University student's attitudes towards entrepreneurship: a two countries comparison. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1, 165-182.
- VENTURA, R. Y QUERO, Mª J. (en prensa). Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género. *Cuadernos de gestión*. (Disponible en <http://www.ehu.es/cuadernosdegestion/documentos/100271rv.pdf>).



Reseña Curricular de la autoría

Rocío Jiménez Cortés es Doctora en Pedagogía, profesora del departamento de Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación de la Universidad de Sevilla, implicada en distintas líneas de investigación relacionadas con Tecnología, género y educación, así como en proyectos de innovación docente relacionados con el aprendizaje de competencias profesionales. Actualmente, desarrolla una línea de trabajo sobre emprendimiento y género en el marco del Grupo de Investigación e Innovación de Modelos Educativos (DIME) promovida por el profesor Rafael García Pérez, cuyos avances se muestran en proyectos de investigación en curso y distintas aportaciones recientes como la coordinación de un simposium sobre “Orientación para el Emprendimiento desde una Perspectiva de Género: Empoderamiento de las mujeres para el desarrollo profesional y la creación de empleo” en el marco del I Congreso Interuniversitario Internacional e Interuniversitario de Orientación Educativa y Profesional en la Universidad de Málaga.

Juan José Leiva Olivencia, Licenciado en Pedagogía y Doctor en Psicopedagogía por la Universidad de Málaga. Máster European Counsellor for Multicultural Affairs por el State College of Teacher Education de Linz (Austria). Especialista en convivencia escolar, formación del profesorado, interculturalidad y educación inclusiva, tiene numerosas publicaciones sobre estos y otros temas educativos. En la actualidad es Profesor de Didáctica y Organización Escolar en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Málaga.

María Teresa Castilla Mesa es Profesora de Didáctica y Organización Escolar en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Málaga y Coordinadora del Proyecto de Innovación Educativa denominado “*Desarrollo y adquisición de competencias profesionales en la formación universitaria: Nuevos enfoques para el Prácticum, la orientación y la tutorización. El diseño del Plan de Gestión de Carrera y la incorporación del Aprendizaje Servicio como metodologías reflexivas, colaborativas y participativas*” (PIE10-149), financiado por el Servicio de Innovación Educativa de la Universidad de Málaga.