

Revista de Investigación Económica y Social de Castilla y León

Nº 12

Sumario

Trabajo seleccionado en
el Premio de Investigación
del Consejo Económico y Social
de Castilla y León

Edición 2009

Accésit

El desarrollo del potencial empresarial de
los estudiantes en las Universidades públicas de
la Comunidad Autónoma de Castilla y León

*D. José Luis Vázquez Burguete,
D. Pablo Gutiérrez Rodríguez, D.ª Ana Lanero Garrizo
y D.ª María Purificación García Miguélez.*

Año 2009

Comunidad de Castilla y León



Consejo Económico y Social

Revista de Investigación Económica y Social de Castilla y León

Sumario

Trabajo seleccionado en
el Premio de Investigación
del Consejo Económico y Social
de Castilla y León

Edición 2009

Accésit

El desarrollo del potencial empresarial de los estudiantes
en las Universidades públicas de la Comunidad
Autónoma de Castilla y León

*D. José Luis Vázquez Burguete,
D. Pablo Gutiérrez Rodríguez, D.ª Ana Lanero Garrizo
y D.ª María Purificación García Miguélez.*

El Jurado del Premio de Investigación 2009 del CES de Castilla y León, reunido el 24 de septiembre de 2009, otorgó los galardones correspondientes al mismo. Así, decidió unánimemente declarar desierto el Premio y otorgar un Accésit al trabajo "El desarrollo del potencial empresarial de los estudiantes en las Universidades públicas de la Comunidad Autónoma de Castilla y León", del que son autores D. José Luis Vázquez Burguete, D. Pablo Gutiérrez Rodríguez, D.ª Ana Lanero Garrizo y D.ª María Purificación García Miguélez.

Comunidad de Castilla y León



Consejo Económico y Social

Edición electrónica disponible en Internet:
www.cescyl.es/publicaciones/revista.php

La responsabilidad de las opiniones expresadas en las publicaciones editadas dentro de la Revista de Investigación Económica y Social de Castilla y León, incumbe exclusivamente a sus autores y su publicación no significa que el Consejo se identifique con las mismas.

La reproducción de esta publicación está permitida citando su procedencia.

© CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL DE LA COMUNIDAD DE CASTILLA Y LEÓN

Edita: Consejo Económico y Social de Castilla y León
C/ Duque de la Victoria, 8. 3ª y 4ª planta. 47001 Valladolid. España
Tel. 983 394 200 - Fax 983 396 538
cescyl@cescyl.es; www.cescyl.es

Números del año: Monográfico anual

ISSN: 1575-5835

Depósito Legal: VA-968/2009

Diseño y Maquetación: dDC, Diseño y Comunicación

COMPOSICIÓN DEL PLENO DEL CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL

A 24 DE SEPTIEMBRE DE 2009

Presidente: D. José Luis Díez Hoces de la Guardia
Vicepresidentes: D. Jesús María Terciado Valls. *Grupo Empresarial*
D. Agustín Prieto González. *Grupo Sindical*
Secretario General: D. José Carlos Rodríguez Fernández

Consejeros Titulares

GRUPO I. ORGANIZACIONES SINDICALES MÁS REPRESENTATIVAS

• Unión General de Trabajadores. UGT

D. Mariano Carranza Redondo
D.^a Patricia García de Paz
D. Óscar Mario Lobo San Juan
D.^a Nuria Pérez Aguado
D. Agustín Prieto González
D. Regino Sánchez Gonzalo

• Comisiones Obreras de Castilla y León. CCOO

D. Vicente Andrés Granado
D. Saturnino Fernández de Pedro
D.^a Bernarda García Córcoba
D. Ángel Hernández Lorenzo
D. Esteban Riera González
D.^a Ana M.^a Vallejo Cimarra

GRUPO II. ORGANIZACIONES EMPRESARIALES MÁS REPRESENTATIVAS

• Confederación de Organizaciones Empresariales de Castilla y León. CECALE

D. Roberto Alonso García
D. Santiago Aparicio Jiménez
D. Luis Javier Cepedano Valdeón
D. Avelino Fernández Fernández
D. Héctor García Arias
D. Ángel Herrero Magarzo
D. Juan Antonio Martín Mesonero
D. Pedro Palomo Hernangómez
D. Antonio Primo Sáiz
D. Manuel Soler Martínez
D. Roberto Suárez García
D. Jesús María Terciado Valls

GRUPO III

• Expertos designados por la Junta de Castilla y León

D. Francisco Albarrán Losada
D. José Luis Díez Hoces de la Guardia
D. Juan José Esteban García
D. Juan Carlos Gamazo Chillón
D. José Antonio Mayoral Encabo
D.^a Asunción Orden Recio

• Organizaciones Profesionales Agrarias

- Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores
de Castilla y León. ASAJA

D. Donaciano Dujó Caminero
D. José María Llorente Ayuso

- Unión de Campesinos de Castilla y León. UCCL
D. Ignacio Arias Ubillos

- Unión de Pequeños Agricultores
de Castilla y León. UPA
D. Julio López Alonso

• Asociaciones o Federaciones de Asociaciones de Consumidores de Ámbito Regional

- Unión de Consumidores de Castilla y León. UCE
D. Prudencio Prieto Cardo

• Cooperativas y Sociedades Laborales

- Asociación de Empresas de Trabajo Asociado.
Sociedades Laborales de Castilla y León. AEMTA
D. Santiago Molina Jiménez

Consejeros Suplentes

GRUPO I. ORGANIZACIONES SINDICALES MÁS REPRESENTATIVAS

• Unión General de Trabajadores. UGT

D. Modesto Chantre Pérez
D.^a Luz Blanca Cosío Almeida
D. Gabriel Gómez Velasco
D. Manuel López García
D.^a Agustina Martín Viñas
D. Jesús María Sanz Cobos

• Comisiones Obreras de Castilla y León. CCOO

D.^a Elsa Caballero Sancho
D. Luis Miguel Gómez Miguel
D.^a Montserrat Herranz Sáez
D. Carlos Julio López Inclán
D.^a Yolanda Rodríguez Valentín
D.^a Beatriz Sanz Parra

GRUPO II. ORGANIZACIONES EMPRESARIALES MÁS REPRESENTATIVAS

• Confederación de Organizaciones Empresariales de Castilla y León. CECALE

D.^a Sofía Andrés Merchán
D. Bernabé Cascón Nogales
D. Luis de Luis Alfageme
D. Carlos Galindo Martín
D.^a Sonia González Romo
D.^a Mercedes Lozano Salazar
D.^a Sonia Martínez Fontano
D.^a Emiliana Molero Sotillo
D. Luis Carlos Parra García
D. Félix Sanz Esteban
D. José Luis de Vicente Huerta
D. Jaime Villagrà Herrero

GRUPO III

• Expertos designados por la Junta de Castilla y León

D. Carlos Manuel García Carbayo
D.^a M.^a del Rosario García Pascual
D. Modesto Martín Cebrián
D.^a M.^a Jesús Maté García
D. Joaquín Rubio Agenjo
D.^a Isabel Villa Santamarta

• Organizaciones Profesionales Agrarias

- Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores
de Castilla y León. ASAJA

D. Lino Rodríguez Velasco
D.^a Nuria Ruiz Corral

- Unión de Campesinos de Castilla y León. UCCL
D. José Ignacio Falces Yoldi

- Unión de Pequeños Agricultores
de Castilla y León. UPA
D.^a M.^a Luisa Pérez San Gerardo

• Asociaciones o Federaciones de Asociaciones de Consumidores de Ámbito Regional

- Unión de Consumidores de Castilla y León. UCE
D.^a Dolores Vázquez Manzano

• Cooperativas y Sociedades Laborales

- Federación de Cooperativas de Trabajo
de Castilla y León. Coop
D. Alberto Boronat Martín

COMPOSICIÓN DE LAS COMISIONES DEL CES

A 24 DE SEPTIEMBRE DE 2009

COMISIÓN PERMANENTE

Presidente	D. José Luis Díez Hoces de la Guardia	EXPERTOS
Vicepresidentes	D. Jesús María Terciado Valls D. Agustín Prieto González	CECALE UGT
Consejeros	D. Ignacio Arias Ubillos D. Juan Carlos Gamazo Chillón D. Héctor García Arias D. Ángel Hernández Lorenzo D. Esteban Riera González D. Roberto Suárez García	UCCL EXPERTOS CECALE CCOO CCOO CECALE
Secretario General	D. José Carlos Rodríguez Fernández	

COMISIONES DE TRABAJO

1. ECONOMÍA

Presidente

D. Ángel Herrero Magarzo.
CECALE

Vicepresidente

D. Manuel Soler Martínez.
CECALE

Consejeros

D. Roberto Alonso García.
CECALE

D. Vicente Andrés Granado.
CCOO

D. Donaciano Dujo Caminero.
ASAJA

D. Óscar Mario Lobo
San Juan. UGT

D. Julio López Alonso.
UPA

D. José Antonio Mayoral
Encabo. EXPERTOS

D. Régino Sánchez Gonzalo.
UGT

Secretaria

(por delegación
del Secretario General)

D.^a Cristina García Palazuelos.
CES de Castilla y León

2. MERCADO LABORAL

Presidenta

D.^a Bernarda García Córcoba.
CCOO

Vicepresidente

D. Saturnino Fernández de
Pedro. CCOO

Consejeros

D. Santiago Aparicio Jiménez.
CECALE

D. Mariano Carranza Redondo.
UGT

D. Luis Javier Cepedano
Valdeón. CECALE

D. Juan José Esteban García.
EXPERTOS

D. José M.^a Llorente Ayuso.
ASAJA

D. Santiago Molina Jiménez.
AEMTA

D. Antonio Primo Sáiz. CECALE

Secretaria

(por delegación
del Secretario General)

D.^a Beatriz Rosillo Niño.
CES de Castilla y León

3. CALIDAD DE VIDA Y PROTECCIÓN SOCIAL

Presidenta

D.^a Asunción Orden Recio.
EXPERTOS

Vicepresidente

D. Francisco Albarrán Losada.
EXPERTOS

Consejeros

D. Avelino Fernández
Fernández. CECALE

D.^a Patricia García de Paz. UGT

D. Juan Antonio Martín
Mesonero. CECALE

D. Pedro Palomo
Hernangómez. CECALE

D.^a Nuria Pérez Aguado. UGT

D. Prudencio Prieto Cardo. UCE

D.^a Ana María Vallejo Cimarra.
CCOO

Secretaria

(por delegación
del Secretario General)

D.^a Susana García Chamorro.
CES de Castilla y León



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL

COMUNIDAD DE CASTILLA Y LEÓN

ÚLTIMAS PUBLICACIONES

Informes anuales

Situación Económica y Social de Castilla y León de los años 2003 al 2008

Informes a Iniciativa Propia del CES

- IIP 1/03** El Empleo de los Jóvenes en Castilla y León
- IIP 2/03** Repercusiones y Expectativas Económicas generadas por la Ampliación de la UE en los Sectores Productivos de Castilla y León
- IIP 3/03** Investigación, Desarrollo e Innovación en Castilla y León
- IIP 1/04** Las Mujeres en el Medio Rural en Castilla y León
- IIP 2/04** Crecimiento Económico e Inclusión Social en Castilla y León
- IIP 1/05** Las Empresas Participadas por Capital Extranjero en Castilla y León
- IIP 2/05** La Situación de los Nuevos Yacimientos de Empleo en Castilla y León
- IIP 1/06** La Inmigración en Castilla y León tras los procesos de regularización: aspectos poblacionales y jurídicos
- IIP 2/06** La Evolución de la Financiación Autonómica y sus repercusiones para la Comunidad de Castilla y León
- IIP 3/06** La Cobertura de la Protección por Desempleo en Castilla y León
- IIP 4/06** La Gripe Aviar y su Repercusión en Castilla y León
- IIP 1/07** Incidencia y Expectativas Económicas para los Sectores Productivos de Castilla y León generadas por "la Ampliación a 27" y "el Programa de Perspectivas Financieras 2007-2013" de la Unión Europea
- IIP 2/07** La Conciliación de la vida personal, laboral y familiar en Castilla y León
- IIP 1/08** La Relevancia de los Medios de Comunicación en Castilla y León
- IIP 2/08** El régimen impositivo al que están sometidas las empresas de Castilla y León y su relación con el de otras Comunidades Autónomas
- IIP 1/09** Perspectivas del envejecimiento activo en Castilla y León
- IIP 2/09** Expectativas del sector de la Bioenergía en Castilla y León



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL

COMUNIDAD DE CASTILLA Y LEÓN

ÚLTIMAS PUBLICACIONES

Colección de Estudios

- N.º 6 Aspectos Comerciales de los Productos Agroalimentarios de Calidad en Castilla y León
- N.º 7 El sector de Automoción en Castilla y León. Componentes e Industria Auxiliar
- N.º 8 Aplicación del Protocolo de Kioto para Castilla y León
- N.º 9 Desarrollo Agroindustrial de Biocombustibles en Castilla y León
- N.º 10 Satisfacción de los ciudadanos con el servicio de las Administraciones Públicas
- N.º 11 El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas en Castilla y León desde la perspectiva de género. Una propuesta a favor de las mujeres asalariadas

Memorias anuales de Actividades

Memoria de Actividades de los años 2003 al 2008

Revista de Investigación Económica y Social

Revista nº 1 Enero/junio 1999

- La necesidad de indicadores Sociales y Económicos para el Estudio de la Evolución de la Sociedad de la Información.
- Fomento del espíritu empresarial y Nuevos Proyectos Empresariales: Claves de Desarrollo de Futuro.
- Análisis de la eficiencia Técnica Hospitalaria del Insalud G.D. en Castilla y León.
- Evolución Demográfica Reciente y Ordenación del Territorio en Castilla y León.

Revista nº 2 Julio/diciembre 1999

- Reflexiones sobre la situación y el desarrollo tecnológico de Castilla y León.
- Eficiencia de la dotación en infraestructura y equipamientos en Castilla y León a través del Análisis Envoltante de Datos.
- La incidencia de los estilos de vida en la segmentación del mercado turístico: Aplicación a la población urbana de Castilla y León.
- Impacto de la Agenda 2000 sobre el sector de cultivos herbáceos de Castilla y León.
- La Agricultura y la Ganadería de Castilla y León: un enfoque axiomático de medición de la productividad.
- La participación laboral de la mujer en Castilla y León.
- Dos décadas de inversión industrial en la provincia de Salamanca (1975-1994).



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL

COMUNIDAD DE CASTILLA Y LEÓN

ÚLTIMAS PUBLICACIONES

Revista de Investigación Económica y Social

Revista nº 3 Enero/junio 2000

- Pobreza e Igualdad de oportunidades: opiniones.
- Flexibilidad laboral, Empleo Atípico y Precariedad en Tres Mercados de Trabajo Europeos: España, Alemania y el Reino Unido.
- Precariedad y pobreza en Castilla y León.
- Desigualdades educativas en la España del Siglo xx. El caso de Castilla y León.
- Origen social y Oportunidades Educativas en Castilla y León.
Un análisis empírico con datos de la Encuesta Sociodemográfica.
- La relación Escuela-Trabajo: Una Comparación Internacional y otra Interregional.
- Análisis Cuantitativo de la Aplicación del IVA al Sector Agrario Castellano y Leonés.
- Convergencia Regional. Evolución de Castilla y León.

Revista nº 4 Enero/diciembre 2001

Premio de Investigación 2002

- Programas de desarrollo, actividades Innovadoras y empleo. Lecciones, estrategias y recomendaciones para el desarrollo rural de Castilla y León.
- *Accésit*: La protección social de los autónomos y de los trabajadores del campo (un estudio de los regímenes especiales de la Seguridad Social con mayor incidencia en la Comunidad Autónoma de Castilla y León).
- *Trabajo seleccionado para publicación*: Desarrollo turístico y ordenación del territorio en la Comunidad Autónoma de Castilla y León.

Revista nº 5 Enero/diciembre 2002

Premio de Investigación 2003

- Una evidencia empírica del efecto de la regulación de la auditoría sobre el comportamiento de las pequeñas empresas de Castilla y León.
- *Accésit*: Determinantes de la dinamización económica en las comunidades autónomas españolas. El caso de Castilla y León.
- *Trabajo seleccionado para publicación*: Impacto de la PAC en los cultivos herbáceos de Castilla y León y su futuro en la Agenda 2000.

Revista nº 6 Enero/diciembre 2003

Premio de Investigación 2004

- Valoración económica de bienes públicos en relación al patrimonio cultural de Castilla y León. Propuesta y aplicación empírica.



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL COMUNIDAD DE CASTILLA Y LEÓN

Revista nº 7 Enero/diciembre 2004

Premio de Investigación 2005

- Perfil económico y financiero de los cuidados de larga duración. Análisis de la Situación en Castilla y León.
- *Accésit*: La conciliación de la vida laboral y familiar en Castilla y León.
- *Trabajo seleccionado para publicación*: Distribución y consumo de productos ecológicos en Castilla y León: modelos de canales comerciales, localización y hábitos de consumo. Análisis y evaluación.

Revista nº 8 Enero/diciembre 2005

Premio de Investigación 2006

- Participación y representación de los trabajadores en materia de prevención de riesgos laborales. Especial referencia a las previsiones al respecto contenidas en los convenios colectivos de Castilla y León.
- *Accésit*: La compraventa on-line de alimentos en Castilla y León. Opiniones de empresas y consumidores.
- *Trabajo seleccionado para su publicación*: Representación de la clase política en Castilla y León. Un estudio de los procuradores (2003-2007).

Revista nº 9 Enero/diciembre 2007

Premio de Investigación 2007

- Las disparidades territoriales en Castilla y León: Estudio de la convergencia económica a nivel municipal.
- *Trabajo seleccionado*: Análisis de la "burbuja inmobiliaria" en España y su impacto sobre Castilla y León: un estudio jurídico-económico.

Revista nº 10 Enero/diciembre 2007

Premio de Investigación 2007

- "Las Universidades de Castilla y León ante el reto del Espacio Europeo de Educación Superior. Un análisis de su competitividad y eficiencia".
- *Accésit*: "Los efectos redistributivos del presupuesto municipal en un Estado descentralizado".

Revista nº 11 Enero/diciembre 2008

Premio de Investigación 2008

- "Estimación de los beneficios de los ecosistemas forestales regionales para los habitantes de la Comunidad Autónoma de Castilla y León".
- *Accésit*: "Principales Líneas programáticas y normativas diseñadas en la Comunidad Autónoma de Castilla y León para la tutela de las situaciones de monoparentalidad".

Revista nº 12 Enero/diciembre 2009

Premio de Investigación 2009

- *Desierto*
- *Accésit*: "El desarrollo del potencial empresarial de los estudiantes en las Universidades públicas de la Comunidad Autónoma de Castilla y León".



CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL

COMUNIDAD DE CASTILLA Y LEÓN

PRÓXIMAS PUBLICACIONES

Informes anuales

Situación Económica y Social de Castilla y León en 2009

Informes a Iniciativa Propia del CES

- Integración del sector metal-mecánico de Castilla y León en el ámbito de la fabricación de los sectores aeronáutico y ferroviario
- Bienestar Social y riesgo de pobreza en Castilla y León
- La atención de la dependencia en Castilla y León

Revista de Investigación

Nº 13 Premio de Investigación 2010
Convocado en BOCyL nº 194, de 08-10-2009

Colección de Estudios

Nº 12 Sectores y subsectores sin regulación colectiva en Castilla y León
Convocado en BOCyL nº 242, de 16-12-2008

Nº 13 Impacto de la transposición de la "Directiva de Servicios"
en Castilla y León
Convocado en BOCyL nº 43, de 04-03-2009

Memorias anuales de Actividades

Memoria de Actividades 2009

Premio de Investigación del Consejo Económico y Social de Castilla y León

Edición 2009

JURADO

D. JOSÉ LUIS DíEZ HOCES DE LA GUARDIA
PRESIDENTE DEL CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL

D. JESÚS M.^a TERCIADO VALLS
VICEPRESIDENTE EMPRESARIAL
DEL CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL

D. AGUSTÍN PRIETO GONZÁLEZ
VICEPRESIDENTE SINDICAL
DEL CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL

D. JOSÉ CARLOS RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ
SECRETARIO GENERAL DEL CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL

D. ALEJANDRO MENÉNDEZ MORENO
CATEDRÁTICO DE DERECHO FINANCIERO Y TRIBUTARIO
EN LA FACULTAD DE DERECHO DE LA UNIVERSIDAD
DE VALLADOLID

D. JOSÉ LUIS ROJO GARCÍA
CATEDRÁTICO DE ECONOMÍA APLICADA EN LA FACULTAD
DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES DE
LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

D. JUAN HERNANGÓMEZ BARAHONA
CATEDRÁTICO DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS
EN LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

D. PABLO DE FRUTOS MADRAZO
PROFESOR TITULAR DE ECONOMÍA APLICADA EN
LA ESCUELA UNIVERSITARIA DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Y DEL TRABAJO DE SORIA DE LA UNIVERSIDAD
DE VALLADOLID

ÍNDICE GENERAL

Pág. 17 ACCÉSIT

**EL DESARROLLO DEL POTENCIAL EMPRESARIAL DE LOS ESTUDIANTES
EN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA
DE CASTILLA Y LEÓN**

Pág. 171 CONVOCATORIA DEL PREMIO DE INVESTIGACIÓN 2010

Accésit

**EL DESARROLLO DEL POTENCIAL
EMPRESARIAL DE LOS ESTUDIANTES
EN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS
DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA
DE CASTILLA Y LEÓN**

D. José Luis Vázquez Burguete

D. Pablo Gutiérrez Rodríguez

D.^a Ana Lanero Garrizo

D.^a María Purificación García Miguélez

ACCÉSIT

El desarrollo del potencial empresarial de los estudiantes en las Universidades públicas de la Comunidad Autónoma de Castilla y León

RESUMEN El presente trabajo de investigación tiene por objeto valorar la necesidad de incluir aspectos relacionados con la creación de empresas en la enseñanza universitaria. Partiendo de una revisión de las principales políticas de la Unión Europea sobre educación, empleo y cohesión social, se analizan los programas y actividades de las universidades públicas de Castilla y León para formar y apoyar el espíritu emprendedor de sus estudiantes. Asimismo se propone un modelo práctico que permita incluir conocimientos, destrezas y actitudes para el emprendizaje en el curriculum académico, mediante metodologías activas de aprendizaje ajustadas a las necesidades de alumnos de distintos niveles y áreas de especialización.

Tras lo anterior se muestran los principales resultados de un estudio llevado a cabo con estudiantes universitarios de la Comunidad Autónoma, a fin de conocer su opinión sobre las acciones formativas y de apoyo a la iniciativa emprendedora en las instituciones de enseñanza superior, así como su actitud hacia la posibilidad de constituir una empresa propia como alternativa laboral. Las conclusiones obtenidas incluyen recomendaciones de utilidad para las autoridades académicas universitarias, de cara al logro del objetivo último de maximizar el potencial emprendedor de estudiantes y titulados.

Palabras clave: Universidad, espíritu empresarial, Castilla y León, Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), curriculum académico.

ABSTRACT *This research study considers the necessity of including issues related to entrepreneurship in University education. Based on a reviewing of the main European Union policies regarding education, employment and social cohesion, we analyze those programs and activities in the public universities of Castilla y León training or supporting the entrepreneurial spirit of their students. A practical model to incorporate entrepreneurial knowledge, skills and attitudes in the academic curriculum is also proposed, by means of active learning methodologies adapted to the requirements of students at different levels and disciplines.*

Afterwards, we present the main results from a survey on university students in the Autonomous Community, in order to know their opinion about teaching and supporting activities on entrepreneurship developed in higher education institutions, as well as their attitude towards the possibility of business start-up as a labour alternative. Obtained conclusions include useful suggestions for university academic authorities aiming the final goal of maximizing the entrepreneurial potential of either students or graduates.

Keywords: *University, entrepreneurial spirit, Castilla y León, European Higher Education Area (EHEA), academic curriculum.*



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	25
1. Universidad, empleo y empresa en Castilla y León	27
1.1 La Universidad pública en Castilla y León	31
1.1.1 <i>La Universidad pública en el proceso de adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES)</i>	<i>31</i>
1.1.2 <i>El perfil de los estudios universitarios en Castilla y León</i>	<i>33</i>
1.2 Especialización universitaria y acceso al mercado laboral en Castilla y León	38
1.2.1 <i>Aspiraciones laborales y patrones de empleo de la juventud ..</i>	<i>38</i>
1.2.2 <i>Las características del nuevo mercado de trabajo</i>	<i>42</i>
1.2.3 <i>La opción del autoempleo.....</i>	<i>44</i>
1.3 Universidad y mundo empresarial en Castilla y León	46
1.3.1 <i>Iniciativa empresarial y desarrollo socioeconómico</i>	<i>46</i>
1.3.2 <i>Creación de empresas y dinámica empresarial en Castilla y León</i>	<i>47</i>
1.3.3 <i>La estrategia Universidad-Empresa de Castilla y León</i>	<i>53</i>
2. El desarrollo del espíritu emprendedor en las Universidades públicas de Castilla y León	57
2.1 Espíritu empresarial y política europea	59
2.1.1 <i>El espíritu empresarial como competencia clave para el aprendizaje permanente</i>	<i>64</i>
2.1.2 <i>El concepto de educación del espíritu empresarial</i>	<i>66</i>
2.2 Estado actual de la educación del espíritu empresarial en las Universidades europeas y españolas	67
2.3 Líneas para la inclusión de la educación del espíritu empresarial en el currículo universitario	69
2.3.1 <i>¿Para qué y qué enseñar? Los objetivos y contenidos de la educación del espíritu empresarial en la Universidad ...</i>	<i>70</i>
2.3.2 <i>¿Cómo enseñar? Los métodos y actividades en la educación del espíritu empresarial en la Universidad</i>	<i>72</i>
2.3.3 <i>¿Cuándo enseñar? La programación y secuenciación de la educación del espíritu empresarial en la Universidad ...</i>	<i>74</i>

2.3.4	<i>¿Qué, cómo y cuándo evaluar? La evaluación en la educación del espíritu empresarial en la Universidad</i>	75
2.3.5	<i>Limitaciones actuales a la educación del espíritu empresarial en la Universidad</i>	75
2.4	Programas institucionales de creación de empresas en las Universidades públicas de Castilla y León	76
2.4.1	<i>El Programa UbuEmprende de la Universidad de Burgos</i>	77
2.4.2	<i>El Plan Legio de la Universidad de León</i>	77
2.4.3	<i>El Plan Galileo de la Universidad de Salamanca</i>	79
2.4.4	<i>El Programa UvaEmprende de la Universidad de Valladolid</i>	79
2.4.5	<i>La iniciativa Campus Emprende</i>	80
2.5	La actitud emprendedora del alumnado universitario como resultado de la educación	81
2.5.1	<i>Proyecciones laborales</i>	82
2.5.2	<i>Competencia percibida para la creación de una empresa</i>	83
2.5.3	<i>Anticipación de dificultades y previsiones de éxito</i>	84
2.5.4	<i>Expectativas de resultados</i>	85
3.	Educación para la creación de empresas y actitud emprendedora en la Universidad de León	87
3.1	Objetivos del estudio	90
3.2	Planteamiento metodológico del estudio	91
3.2.1	<i>Descripción de la muestra</i>	91
3.2.2	<i>Procedimiento de recogida de datos</i>	93
3.2.3	<i>Procedimiento de análisis de datos</i>	95
3.3	Resultados	97
3.3.1	<i>Análisis global de resultados</i>	97
3.3.1.1	<i>Percepciones de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora</i>	97
3.3.1.2	<i>Proyecciones laborales</i>	98
3.3.1.3	<i>Competencia percibida para la creación de una empresa</i>	99
3.3.1.4	<i>Anticipación de dificultades y previsiones de éxito</i>	102
3.3.1.5	<i>Expectativas de resultados</i>	104
3.3.2	<i>Análisis de resultados en función del curso de los estudiantes</i>	104
3.3.2.1	<i>Percepciones de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora</i>	104
3.3.2.2	<i>Proyecciones laborales</i>	106
3.3.2.3	<i>Competencia percibida para la creación de una empresa</i>	107
3.3.2.4	<i>Anticipación de dificultades y previsiones de éxito</i>	111
3.3.2.5	<i>Expectativas de resultados</i>	112
3.3.2.6	<i>Análisis multivariado de la varianza (MANOVA I)</i>	113



3.3.3 <i>Análisis de resultados en función de la rama científica</i>	116
3.3.3.1 Percepciones de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora	116
3.3.3.2 Proyecciones laborales	119
3.3.3.3 Competencia percibida para la creación de una empresa	121
3.3.3.4 Anticipación de dificultades y previsiones de éxito . .	129
3.3.3.5 Expectativas de resultados	132
3.3.3.6 Análisis multivariado de la varianza (MANOVA II) . .	134
CONCLUSIONES	141
RECOMENDACIONES	149
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	153
ÍNDICE DE FIGURAS	161
ÍNDICE DE TABLAS	167



INTRODUCCIÓN

Hoy en día, la creación de una empresa está cobrando cada vez más importancia como opción laboral para los jóvenes. La pérdida de puestos de trabajo motivada por la crisis económica, la creciente privatización de empresas públicas, la consecuente reducción de las plazas de funcionario ofertadas por la Administración, la alta especialización del mercado de trabajo y las considerables demandas de experiencia profesional impuestas en la mayor parte de procesos selectivos de las empresas privadas son, entre otras, poderosas razones que dificultan enormemente el acceso de los jóvenes con estudios superiores al mundo del trabajo asalariado en las sociedades modernas. Por ello, la posibilidad de crearse un puesto de trabajo por uno mismo, al tiempo que se genera empleo para otras personas, emerge como prometedora opción de inserción y desarrollo profesional para este colectivo.

Más allá del papel de la creación de nuevas empresas como fuente de empleo para los jóvenes y la población en general, los beneficios del emprendizaje se extienden al propio desarrollo económico y social de una región. En su conjunto, las iniciativas empresariales, ya sea en el contexto de la puesta en marcha de un nuevo negocio o en el de la reorientación de uno ya existente, son el motor de la economía de mercado en la generación de riqueza. Por otro lado, el emprendizaje constituye también un medio al servicio de otros objetivos sociales, desde la generación de empleo a la inserción laboral de colectivos desfavorecidos, el aumento de la diversidad de opciones para los consumidores y, en último término, la mejora de la calidad de vida de la comunidad en la que se desarrolla.

Por ello, cada vez existe una mayor conciencia gubernamental en los países europeos sobre la necesidad de fomentar el espíritu emprendedor y dar apoyo a las iniciativas empresariales de los jóvenes. A este respecto, una de las preguntas recurrentes en la literatura sobre creación de empresas es la de si el emprendedor nace o se hace. Pese a que existe diversidad de puntos de vista, se impone un acuerdo generalizado sobre el hecho de que, si bien existen ciertas características de la personalidad y el carácter que predisponen a las personas hacia la conducta emprendedora, el medio en el que éstas se desenvuelven desempeña un papel crucial en el modelado de esas características y en la canalización del potencial emprendedor hacia la creación de nuevas empresas. Igualmente, se asume que capacidades tan básicas para emprender nuevos proyectos, como son la innovación, la creatividad y la respuesta adecuada ante el riesgo, pueden ser entrenadas a través de la educación.

Por tanto, el surgimiento de nuevas iniciativas empresariales en los jóvenes con estudios superiores sólo puede ser entendida atendiendo al entramado de relaciones entre Universidad, mercado de trabajo y empresa en una determinada región, en nuestro caso, Castilla y León. Tradicionalmente, las Universidades públicas han sido

consideradas como agentes responsables de la canalización del capital humano desarrollado en su seno hacia la inserción profesional del alumnado y, a través de ello, hacia la generación de riqueza y bienestar social. Por tanto, parece lógico que la nueva realidad impuesta por los actuales mercados de trabajo lleve a las Universidades a adaptar su oferta formativa para dar una mejor satisfacción a las necesidades, tanto de los estudiantes poseedores del potencial humano al servicio del sector productivo, como del propio tejido empresarial de la Comunidad Autónoma.

A partir de estos argumentos, este trabajo de investigación se plantea con el propósito de justificar la necesidad de incluir la educación de competencias empresariales como elemento clave del currículo académico universitario, en el contexto de las dinámicas de empleo que se imponen a los universitarios de Castilla y León en los últimos años. Más específicamente, el trabajo se estructura en torno a tres capítulos.

En primer lugar, se analiza el patrón de relaciones entre las Universidades públicas de Castilla y León y las características del mercado de trabajo y el tejido empresarial de la región, con el propósito de justificar la necesidad de una acción política que permita estrechar los lazos entre los mundos universitario y empresarial en la Comunidad Autónoma, en último término, para el mejor aprovechamiento del potencial empresarial de los jóvenes estudiantes universitarios.

En un segundo capítulo, se analizan las principales políticas europeas desarrolladas en materia de educación y cohesión social para la introducción de la educación del espíritu empresarial en contextos reglados de enseñanzas universitarias. Asimismo, se revisa el estado de la cuestión en las Universidades públicas de Castilla y León, prestando especial atención a los programas institucionales de creación de empresas con que éstas cuentan en la actualidad para difundir la cultura del emprendizaje y sacar el máximo provecho al potencial empresarial de todos los miembros de la comunidad universitaria.

En tercer lugar, se describe un estudio llevado a cabo en la Universidad de León a través de la financiación de la Cátedra Bancaja de Jóvenes Emprendedores, con el propósito de conocer más de cerca las opiniones del alumnado sobre la educación y apoyo de la iniciativa empresarial en la Universidad, analizado su relación con la actitud de los estudiantes hacia la creación de una empresa propia como opción laboral. Se entiende que los resultados obtenidos pueden ser extensibles a la descripción de la situación de las demás Universidades públicas de Castilla y León, y apuntar hacia recomendaciones útiles a todas ellas en su camino hacia la inclusión de la competencia emprendedora como elemento clave del currículo académico oficial de las diversas titulaciones impartidas en cada caso.

Finalmente, se resumen las principales recomendaciones derivadas del estudio para las administraciones públicas autonómicas y las propias Universidades de Castilla y León, de cara a promover la inclusión de competencias para el emprendizaje como objetivo docente de los distintos programas académicos.

CAPÍTULO 1

Universidad, empleo y empresa en Castilla y León

1. UNIVERSIDAD, EMPLEO Y EMPRESA EN CASTILLA Y LEÓN

Universidad, mercado de trabajo y empresa son conceptos ampliamente interrelacionados entre sí en la explicación del comportamiento laboral de los jóvenes con estudios superiores en las sociedades modernas. Los profundos cambios sociales y económicos que han tenido lugar durante la última década en los países desarrollados (y que serán analizados con mayor profundidad en este trabajo de investigación) hacen que la inserción profesional de las nuevas generaciones de población activa se coloque en el centro de todo un entramado de relaciones recíprocas entre las tres entidades mencionadas, que pueden ser representadas de la siguiente forma:

Figura 1. Modelo de interacción recíproca entre Universidad, mercado de trabajo y empresa



Fuente: Elaboración propia.

En primer lugar, podemos hablar de un flujo de transacciones recíprocas entre Universidad y mercado de trabajo en el acceso de los jóvenes con estudios superiores al mundo laboral. Tradicionalmente, la Universidad ha sido considerada como la institución con mayor capacidad para generar y difundir conocimiento y para transformarlo en utilidad social y económica. Es ampliamente reconocido que el nivel de especialización adquirido durante la educación superior debe cualificar a los estudiantes universitarios para desempeñar una determinada actividad profesional, lo que, a su vez, debe satisfacer las demandas de capital humano requeridas por el

sector productivo en su contribución al bienestar socioeconómico de una determinada comunidad.

Desde este punto de vista, las Universidades son instituciones al servicio del mercado laboral, incluyéndose aquí tanto las necesidades de empleo de los estudiantes, como las demandas de mano de obra cualificada por parte de las empresas e instituciones, públicas o privadas, que dan salida profesional a los egresados universitarios. En suma, se produce una transacción de doble sentido entre la Universidad, como entrenadora de competencias especializadas, y el mercado de trabajo, como reclutador del capital humano generado.

En segundo lugar, hoy en día mercado de trabajo y empresa son constructos inseparable el uno del otro. Sin duda, el modelo de empresa privada tradicional se está extendiendo cada vez más al sector privado, lo que supone profundos cambios en los patrones de inserción y desarrollo profesional de los jóvenes con estudios superiores. El acceso al mercado de trabajo conlleva así una cierta connotación empresarial, y el modelo de empleo en la Administración pública en puestos de funcionario se va minando al tiempo que se reducen las plazas ofertadas para ello. De esta forma, la empresa, privada o pública, pasa a ser la entidad de referencia en el acceso al empleo, imponiéndose sus patrones típicos de selección y promoción laboral.

Por su parte, el modelo de empresa ofrece diversas posibilidades de acceso al mercado laboral por parte de los recién egresados universitarios. Más allá del empleo asalariado en organizaciones privadas o en la Administración pública, el autoempleo a través de la creación de una empresa propia se está convirtiendo en una prometedora opción por su potencial para generar empleo para uno mismo y para otros.

De todo lo anterior se derivan importantes consecuencias para la comprensión del vínculo Universidad-Empresa. El grado de especialización profesional de la población activa se convierte en un recurso de singular importancia para las organizaciones como fuentes de empleo o autoempleo, influyendo de manera directa sobre diversos criterios de desempeño y éxito empresarial. Es por ello que los procesos selectivos para el acceso al empleo, tanto público como privado, revisten una complejidad creciente en los últimos años, en un intento por dar con profesionales altamente especializados en cada área concreta y con el objetivo final de maximizar el rendimiento organizacional en base a diversos criterios.

En este sentido, las empresas vienen desarrollando en los últimos años una función esencial en la vida universitaria. Las empresas ofrecen criterios profesionales útiles que sirven de guía a las programaciones académicas con el objetivo de dar salida a un colectivo de profesionales especializados para el trabajo en contextos empresariales reales. En este sentido, se está observando últimamente una gran proliferación de Cátedras de Empresa creadas en el seno de las Universidades públicas de la mano de la iniciativa privada, precisamente con el propósito de invertir en actividades de investigación y formación de los universitarios para el trabajo en la empresa en un determinado sector. Igualmente, las prácticas de futuros titulados universitarios en empresas constituyen un punto clave para la formación académica en la mayor parte de titulaciones superiores.

Por otro lado, la contribución de la Universidad al mundo empresarial va más allá de la cualificación profesional de mano de obra. Así, en los últimos años se está observando cada vez más una participación prolifera de las empresas en la explotación de



conocimientos y resultados derivados de la investigación universitaria, como fuente de crecimiento económico y contribución al desarrollo social de una comunidad. La máxima expresión de esta dinámica reside en el surgimiento de múltiples oportunidades de negocio para los propios estudiantes universitarios, que pueden aprovechar su propio capital humano en la creación de una empresa propia vinculada a su titulación.

Bajo el amparo de estos argumentos, este capítulo del trabajo está organizado de la siguiente forma. En primer lugar, se dedica un apartado a la revisión sucinta de la situación de las Universidades públicas en Castilla y León. En este sentido, se revisan algunas cuestiones básicas relativas a su organización y funcionamiento en el proceso de adaptación al nuevo Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), así como el perfil básico de estudios universitarios en la Comunidad Autónoma.

En un segundo apartado, se pone el acento en el análisis del perfil de empleo de los estudiantes universitarios en Castilla y León, a través de la revisión de sus aspiraciones laborales en el contexto de las transformaciones sufridas en la propia estructura y funcionamiento del mercado de trabajo en la última década. Igualmente, se plantea la opción del autoempleo y la iniciativa empresarial como salida a las expectativas e intereses laborales de los jóvenes con estudios superiores.

Finalmente, el último apartado de este capítulo está dedicado a la justificación de la importancia social y económica del surgimiento de nuevas iniciativas empresariales en el contexto de Castilla y León. En este sentido, se revisa la dinámica empresarial de la Comunidad Autónoma en el último año y se analizan algunas cuestiones clave sobre la relación Universidad-Empresa.

1.1 LA UNIVERSIDAD PÚBLICA EN CASTILLA Y LEÓN

Castilla y León cuenta en la actualidad con un total de cuatro Universidades públicas que ofertan una amplia gama de titulaciones en prácticamente todas las provincias de la Comunidad:

- Universidad de Burgos.
- Universidad de León, con campus en la ciudad leonesa y en Ponferrada.
- Universidad de Salamanca, con campus en Salamanca, Béjar, Zamora y Ávila.
- Universidad de Valladolid, con campus en Soria, Segovia y Palencia.

Se revisan a continuación algunas cuestiones introductorias sobre el proceso de adaptación al EEES, así como el perfil de características de los estudios universitarios en las mencionadas cuatro Universidades en los últimos años.

1.1.1 La Universidad pública en el proceso de adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES)

El proceso de construcción del nuevo EEES, iniciado en 1999 con la Declaración de Bolonia, está suponiendo importantes reestructuraciones en las Universidades españolas, tanto a nivel de los objetivos frecuentemente atribuidos a las instituciones de educación superior, como en la forma en que dichos propósitos deben ser alcanzados. La Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, sienta las bases normativas para tal

modernización en España, estableciendo una nueva estructuración de las enseñanzas y títulos oficiales que permite reorientar el citado proceso de convergencia con los nuevos principios impuestos por la construcción del EEES.

Siguiendo las directrices sustentadas por la mencionada Ley, el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales en España, que deberá ser definitivamente adoptada por las instituciones universitarias a partir del 2010. La nueva regulación supone cambios importantes en la tradicional concepción de las enseñanzas superiores, especialmente, los siguientes:

- Se reafirma la autonomía de las Universidades españolas en la creación y ordenación, de acuerdo con la legislación establecida, de las enseñanzas y títulos que hayan de impartir y expedir, derogándose la sujeción previa a catálogos establecidos.
- Se flexibiliza la organización de las enseñanzas universitarias, promoviéndose la diversificación curricular y permitiendo que las Universidades aprovechen su capacidad de innovación y sus propias fortalezas y oportunidades en respuesta a las demandas de la sociedad en un contexto abierto y en constante transformación.
- Se establece una nueva estructura de las enseñanzas universitarias superiores, organizadas en los tres ciclos de Grado, Master y Doctorado.
- Se impulsa un cambio en las metodologías docentes, centrándolas en el proceso de aprendizaje del estudiante, en un contexto que se extiende a lo largo de toda la vida.
- Se concibe el plan de estudios como proyecto de implantación de una enseñanza universitaria, que ha de ser aprobado para su aplicación formal. Este nuevo concepto de plan de estudios requiere de la inclusión de nuevos elementos centrados en la adquisición de competencias por parte de los estudiantes, la ampliación del tradicional enfoque basado en contenidos y horas lectivas, y la especificación de los métodos de aprendizaje y los procedimientos para la evaluación de las competencias adquiridas.
- Se proponen los créditos europeos, ECTS, como unidad de medida que refleja los resultados del aprendizaje y el volumen de trabajo realizado por el alumno para alcanzar los objetivos establecidos en el plan de estudios, poniendo en valor la motivación y el esfuerzo invertidos en el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Se establece un sistema nacional de evaluación y acreditación que permite supervisar la ejecución efectiva de las enseñanzas e informar a la sociedad sobre la calidad de las mismas.
- Se potencia la apertura hacia los estudiantes procedentes de otros países del EEES, y de otras áreas geográficas, marcando una nueva estrategia en el contexto global de la educación superior.
- Se fomenta la movilidad de los estudiantes, tanto dentro de Europa como con otras partes del mundo, y sobre todo, la movilidad entre las distintas Universidades españolas y dentro de una misma Universidad, dentro de un sistema de reconocimiento y acumulación de créditos.

Las transformaciones emprendidas se sustentan en los principios básicos de conocimiento y desarrollo de los Derechos Humanos, los principios democráticos, los principios



de igualdad entre mujeres y hombres, de solidaridad, de protección medioambiental, de accesibilidad universal, y de fomento de la cultura de la paz.

En medio de este profundo proceso de transformación de las Universidades de Castilla y León, y de España en general, es importante reflexionar sobre si las acciones de cambio emprendidas permitirán dar una respuesta adecuada a las expectativas sociales frecuentemente atribuidas a la Universidad pública.

Ciertamente, bajo la actual reforma de los sistemas de enseñanzas universitarias subyace un férreo compromiso con la empleabilidad de los futuros graduados, garantizando su compatibilidad con las normas reguladoras de la carrera profesional de los empleados públicos. De esta forma, los programas académicos universitarios tienden a estar orientados hacia la formación y entrenamiento de profesionales y empleados por cuenta ajena en diversas áreas de especialización. No obstante, esta aproximación prevalente corre el riesgo de resultar insuficiente en los próximos años, debido a que la propia estructura y funcionamiento de nuestro actual mercado de trabajo está sufriendo importantes transformaciones, al mismo tiempo que los sistemas de educación superior universitaria. En este sentido, debido a factores de diversa índole (como la creciente privatización de empresas públicas, las elevadas exigencias impuestas en los procesos selectivos, la coyuntura económica actual, el incremento del nivel de especialización de la población activa, la incorporación generalizada de la mujer al mercado de trabajo, etc.), parece improbable que la Universidad pueda conducir a todos sus estudiantes hacia el mundo del trabajo asalariado.

En este contexto, la creación de una empresa propia se perfila como una prometedora opción de inserción y desarrollo profesional para los futuros graduados universitarios. Cada vez existe una mayor conciencia en los países europeos sobre la importancia de este hecho, y diversos esfuerzos han sido articulados para la inclusión del espíritu empresarial como competencia clave que debe ser enseñada a lo largo de toda la experiencia educativa de las personas y, especialmente, en la Universidad.

Es en este punto, precisamente, donde la relación recíproca previamente comentada entre Universidad, mercado de trabajo y empresa alcanza su máxima relevancia. Es decir, la nueva situación socioeconómica plantea la necesidad de canalizar el capital humano formado en la Universidad hacia la creación de empresas como alternativa de acceso al mercado laboral de los nuevos titulados universitarios. No obstante, las evidencias indican que aún estamos lejos de dicho cambio, el cual no podrá ser logrado sin la articulación de políticas y medidas directas de acción por parte de diversos agentes implicados en los procesos de enseñanza y empleo de los jóvenes con estudios superiores. Para ello, proponemos aquí que todas las posibles acciones emprendidas deben estar justificadas por un mejor conocimiento de Universidad, mercado de trabajo y empresa en la región concreta en que vayan a articularse. En base a ello, los siguientes apartados de este capítulo están dedicados al análisis de la situación de partida de esos tres elementos en la Comunidad Autónoma de Castilla y León.

1.1.2 El perfil de los estudios universitarios en Castilla y León

En términos generales, un alto porcentaje de la población española cuenta con estudios universitarios superiores. Si bien se constata una cierta reducción en las tasas absolutas de estudiantes de diplomatura y licenciatura matriculados en Universidades españolas en los últimos años, las cifras apuntan a niveles elevados y sostenidos. No

obstante, se aprecia cierta evolución en cuanto al tipo de estudios cursados. Mientras que en los últimos años académicos se ha producido una disminución en el número de estudiantes de los antiguos primer y segundo ciclo, se constata un crecimiento positivo en el caso de los estudios conducentes a la obtención de dos títulos oficiales.

Tabla 1. Número de alumnos matriculados en Universidades españolas por clase de enseñanzas y curso académico

	01/02	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08
Diplomaturas	576.720	577.073	571.177	564.794	565.168	562.620	563.926
Licenciaturas	950.187	926.594	908.872	870.571	853.477	829.704	811.128
Títulos dobles	-	3.480	8.525	11.514	14.371	18.116	21.553
Total	1.526.907	1.587.147	1.488.574	1.446.879	1.433.016	1.410.440	1.396.607

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (2009).

El mismo patrón se observa en cuanto al colectivo de alumnos que han finalizado sus estudios en Universidades españolas en los últimos cursos académicos.

Tabla 2. Número de alumnos que terminaron sus estudios en Universidades españolas por clase de enseñanzas y curso académico

	01/02	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07	07/08
Diplomaturas	90.849	90.218	89.565	87.157	85.326	85.661	84.184
Licenciaturas	117.367	119.351	115.136	111.730	107.154	103.241	96.621
Títulos dobles	-	152	441	514	741	887	1.695
Total	208.216	209.721	205.142	199.401	193.221	189.789	182.500

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (2009).

El nivel de especialización universitaria en Castilla y León se mantiene en unos niveles coherentes con los datos señalados para el conjunto de España. En suma, puede decirse que el factor humano de la Comunidad presenta un elevado nivel de cualificación académica, de forma que los jóvenes parecen estar sobradamente preparados para acceder al mercado laboral. Por ejemplo, de acuerdo con los datos de la Dirección General de Estadística de la Junta de Castilla y León, en el 2007 un 20,8% de jóvenes con edades comprendidas entre los 16 y 29 años contaba con estudios técnicos profesionales, y un 19,8% había cursado estudios universitarios medios y superiores.

**Tabla 3.** Población entre 16 y 29 años según su nivel de estudios

Nivel de estudios	% de habitantes
No sabe leer ni escribir	0,2
Estudios primarios incompletos	2,6
Estudios primarios completos	18,2
Estudios secundarios (ESO, Bachillerato)	38,4
Estudios técnicos profesionales (FP, Ciclos formativos)	20,8
Estudios universitarios medios	11,7
Estudios universitarios superiores	7,3
Estudios primarios incompletos	2,6
Estudios de postgrado	0,8

Fuente: Dirección General de Estadística de la Junta de Castilla y León (2007).

Respecto al análisis comparativo entre las cuatro Universidades públicas de Castilla y León, se observa que las que acaparan un mayor porcentaje de estudiantes son las de Valladolid y Salamanca. En el caso de las Universidades de Burgos y León, el total de matriculados se mantiene en niveles moderados en comparación con las anteriores. Las tasas absolutas de matriculados en las cuatro Universidades se resumen en la tabla 4.

Tabla 4. Número de alumnos matriculados en las Universidades de Castilla y León por rama de especialización. Curso 2007/2008

	Ciencias Experimentales	Ciencias de la Salud	Ciencias Sociales y Jurídicas	Humanidades	Ciencias Técnicas	Total
Burgos	236	367	3.334	103	4.010	8.050
León	1.464	1.629	5.669	831	3.142	12.735
Salamanca	2.940	3.182	11.539	3.901	4.397	25.959
Valladolid	1.134	2.066	11.512	2.235	8.869	25.816
Total	5.774	7.244	32.054	7.070	20.418	72.560

Fuente: Consejo Económico y Social de Castilla y León (2008).

En la tabla 4 también puede comprobarse la distribución del alumnado por ramas de especialidad. La mayor parte de estudiantes en Castilla y León se encuentra matriculado en titulaciones vinculadas a las Ciencias Sociales y Jurídicas, seguidas por las titulaciones Técnicas. Las ramas con menor número de matriculados corresponden a las Ciencias de la Salud, Humanidades y Ciencias Experimentales. Este patrón se observa en todas las Universidades de la Comunidad, si bien se aprecian pequeñas diferencias, probablemente debido a la diversa oferta académica existente en cada provincia.

Las tendencias comentadas con respecto al tamaño de las cuatro Universidades y a la distribución de los estudiantes por rama de especialidad se constatan también si atendemos al perfil de nuevos ingresos, recogido en la tabla 5. En este sentido, es de resaltar que durante el curso académico 2007/2008, más del doble de estudiantes se matricularon en el primer curso de alguna titulación ofertada por las Universidades de Valladolid y Salamanca, en comparación con los nuevos ingresos registrados en las Universidades de León y Burgos. De nuevo, las titulaciones más saturadas de alumnos correspondieron a las Ciencias Socio-Jurídicas y Técnicas, siendo la oferta universitaria de Castilla y León mucho más reducida en las restantes ramas de especialización.

Tabla 5. Número de alumnos de nuevo ingreso en las Universidades de Castilla y León por rama de especialización. Curso 2007/2008

	Ciencias Experimentales	Ciencias de la Salud	Ciencias Sociales y Jurídicas	Humanidades	Ciencias Técnicas	Total
Burgos	40	103	731	12	704	1.590
León	286	367	1.485	156	551	2.845
Salamanca	443	648	2.134	695	646	4.566
Valladolid	179	536	2.810	306	1.277	5.108
Total	948	1.654	7.160	1.169	3.178	14.109

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (2009).

Por su parte, en relación a la demanda de educación superior en la Comunidad Autónoma, el seguimiento del número de alumnos de nuevo ingreso en las Universidades de Castilla y León en los últimos años sugiere la inexistencia de cambios abruptos en el total de matriculados de primer curso en todas las instituciones en el periodo 2004-2008. No obstante, es de resaltar la evolución positiva experimentada por la Universidad de León en este punto, pasando de 1.993 alumnos de nuevo ingreso en el año 2004 a un total de 2.845 en el curso 2007/2008.

Tabla 6. Evolución del número total de matriculados de nuevo ingreso en las Universidades públicas de Castilla y León

	2004/2005*		2005/2006*		2007/2008**	
	Número	%	Número	%	Número	%
Burgos	1.654	12,48	1.708	13,21	1.590	11,27
León	1.993	15,04	1.928	14,91	2.845	20,16
Salamanca	4.565	34,46	4.481	34,66	4.566	32,36
Valladolid	5.036	38,01	4.811	37,21	5.108	36,21
Total	13.248	100,00	12.928	100,00	14.109	100,00

Fuente: *Portal de Educación de Castilla y León (2009); **Instituto Nacional de Estadística (2009).



Por otro lado, las estadísticas arrojan datos optimistas sobre el número de alumnos egresados de alguna Universidad de Castilla y León el curso pasado.

Tabla 7. Número de alumnos egresados de las Universidades de Castilla y León por rama de especialización. Curso 2007/2008

	Ciencias Experimentales	Ciencias de la Salud	Ciencias Sociales y Jurídicas	Humanidades	Ciencias Técnicas	Total
Burgos	43	90	611	24	391	1.159
León	187	300	776	71	391	1.725
Salamanca	425	562	1.934	612	554	4.087
Valladolid	157	464	2.085	258	1.457	4.421
Total	812	1.416	5.406	965	2.793	11.392

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (2009).

En suma, más de once mil jóvenes universitarios finalizaron su especialización superior en la Comunidad, lo que supone una considerable cantidad de capital humano cualificado para el desempeño de puestos de trabajo de alto nivel en el sector productivo. En línea con lo comentado anteriormente, las especialidades Socio-Jurídicas, Técnicas y de la Salud acapararon la mayor parte de potencial humano en las provincias castellanas y leonesas.

Finalmente, los datos relativos al perfil de género de los estudiantes universitarios de Castilla y León sugieren un claro predominio de mujeres frente a hombres, tendencia común a las cuatro Universidades analizadas y a los tres criterios de total de matriculados, alumnos de nuevo ingreso y recién egresados. Esto supone un giro de 180 grados en el perfil de acceso a estudios superiores, que hasta bien entrado el siglo pasado estuvo eminentemente restringido a los varones. Todo ello sugiere una creciente especialización educativa de la mujer en la Comunidad Autónoma, en coherencia con el incremento del acceso al mundo laboral por parte de las mujeres registrado en los últimos años en las sociedades desarrolladas de nuestro entorno.

Tabla 8. Distribución por sexo de los alumnos de las Universidades de Castilla y León. Curso 2007/2008

	Número de alumnos matriculados		Número de alumnos de nuevo ingreso		Número de alumnos egresados	
	Hombres	Mujeres	Varones	Mujeres	Varones	Mujeres
Burgos	3.731	4.176	732	858	443	716
León	5.391	7.688	1.123	1.722	654	1.071
Salamanca	10.247	15.614	1.778	2.788	1.345	2.742
Valladolid	11.597	14.027	2.110	2.998	1.756	2.665
Total	30.966	41.505	5.743	8.366	4.198	7.194

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (2009).

1.2 ESPECIALIZACIÓN UNIVERSITARIA Y ACCESO AL MERCADO LABORAL EN CASTILLA Y LEÓN

El vínculo entre educación y empleo es muy directo. Como se ha sugerido anteriormente, la especialización proporcionada por las Universidades a sus estudiantes determina en gran medida el capital humano disponible para el sector productivo en la Comunidad y, en base a ello, las posibilidades de acceso al mundo laboral de los graduados universitarios. A este respecto, cabe destacar que los países que presentan transiciones escuela-trabajo más rápidas son aquellos que tienen una amplia tradición de sistemas duales que combinan trabajo y educación, incluyendo en los planes formativos elementos de aprendizaje a través de prácticas en empresas (Comisión Europea, 2007).

Se analizan a continuación las aspiraciones laborales y el perfil de empleo de los jóvenes en Castilla y León, a la vista de las nuevas dinámicas del mercado de trabajo en la región. En base a los resultados comentados, se presenta el autoempleo y la creación de una empresa propia como alternativa laboral para los futuros egresados universitarios.

1.2.1 Aspiraciones laborales y patrones de empleo de la juventud

La tabla 9 resume la dinámica de empleo y desempleo registrada en España en el 2008 en función del sexo de la población. En suma, se observa que un 69,5% de varones y un 50,5% de mujeres pertenecían al colectivo de población activa en el país, lo que correspondió al 59,8% de la población nacional total. Dichas cifras supusieron unas tasas de actividad del 53% y unos índices de desempleo del 11,3% en el conjunto anual.

Tabla 9. Dinámicas de empleo y desempleo en España según sexo, 2008

	Total	Actividad			Tasas		
		Total	Ocupación	Paro	Actividad	Empleo	Paro
Varones	18.752,2	13.031,7	11.720,7	1.311,0	69,5%	2,5%	10,1%
Mujeres	19.455,7	9.816,5	8.537,0	1.279,6	50,5%	43,9%	13,0%
Total	38.207,9	22.848,3	20.257,6	2.590,6	59,8%	53,0%	11,3%

Fuente: Consejo Económico y Social de Castilla y León (2008).

En el caso de Castilla y León, del total de activos registrados el pasado año, cerca de 685.600 eran varones y 494.700 mujeres. El aumento en el número de activos respecto al año anterior fue del 0,8% para los varones y del 3,9% para las mujeres. Este aumento fue inferior al registrado para el conjunto de España (1,8% en el caso de los varones y 4,6% en el caso de las mujeres), y refleja la tendencia actual de los últimos años en cuanto al mayor incremento de la población activa femenina en comparación con la masculina (Consejo Económico y Social de Castilla y León, 2008).

**Tabla 10. Dinámicas de empleo y desempleo en Castilla y León según sexo, 2008**

	Total	Actividad			Tasas		
		Total	Ocupación	Paro	Actividad	Empleo	Paro
Varones	1.068,1	685,6	639,6	46,1	64,2%	59,9%	6,7%
Mujeres	1.096,4	494,7	428,5	66,2	45,1%	39,1%	13,4%
Total	2.164,5	1.180,3	1.068,1	112,2	4,5%	49,3%	9,5%

Fuente: Consejo Económico y Social de Castilla y León (2008).

Del total de varones activos, aproximadamente 639.600 ocuparon algún puesto de trabajo, frente a 46.100 desempleados. En el caso de las mujeres, las cifras fueron de 428.500 ocupadas y 66.200 desempleadas. En suma, estas cifras corresponden a una tasa de actividad del 54,5% en la Comunidad Autónoma, con unos índices de empleo y paro del 49,3% y 9,5%, respectivamente.

Por grupos de edad, se aprecia que un 68,1% de los jóvenes españoles con edades comprendidas entre los 20 y 24 años pertenecía en el 2008 al colectivo de población activa. En este caso, la tasa de empleo fue del 54%, lo que supone que una alta proporción de jóvenes desempeñaba algún tipo de actividad laboral. No obstante, también se registró elevada tasa de paro para este colectivo, correspondientes al 20,4%.

Tabla 11. Dinámicas de empleo y desempleo en España según grupo de edad, 2008

	Total	Actividad			Tasas		
		Total	Ocupación	Paro	Actividad	Empleo	Paro
16-19 años	1.840,6	535,6	324,5	211,1	29,1%	17,6%	39,4%
20-24 años	2.749,5	1.872,4	1.490,5	381,9	68,1%	54,2%	20,4%
25-54 años	21.335,5	17.885,9	16.067,6	1.818,4	83,8%	75,3%	10,2%
55 y más	12.282,2	2.554,4	2.375,1	179,3	20,8%	9,3%	7,0%
Total	38.207,9	22.848,3	20.257,6	2.590,6	59,8%	53,0%	11,3%

Fuente: Consejo Económico y Social de Castilla y León (2008).

Lógicamente, el mayor porcentaje de actividad se registró dentro del colectivo de adultos jóvenes, con edades entre 25 y 54 años, siendo del 83,8%. Esta cifra supuso unas tasas de empleo y desempleo del 75,3% y 10,2% en el conjunto nacional en dicha franja de edad.

Las tendencias fueron bastante similares en Castilla y León. En este caso, un 61,7% de jóvenes de entre 20 y 24 años pertenecieron al colectivo de activos, con unos índices de empleo y paro del 50,4% y 18,2%, respectivamente.

Igualmente, los índices más altos de actividad correspondieron al grupo de edad de 25 a 54 años, alcanzando unas tasas del 83,5%. Los valores de empleo y desempleo fueron del 76,2% y del 8,8%, respectivamente.

Tabla 12. Dinámicas de empleo y desempleo en Castilla y León según grupo de edad, 2008

	Total	Actividad			Tasas		
		Total	Ocupación	Paro	Actividad	Empleo	Paro
16-19 años	91,4	20,8	12,6	8,1	22,7%	13,8%	36,9%
20-24 años	140,2	86,5	70,7	15,7	61,7%	50,4%	18,2%
25-54 años	1.112,1	928,9	847,5	81,4	83,5%	76,2%	8,8%
55 y más	820,9	144,3	137,3	7,0	17,6%	16,7%	4,8%
Total	2.164,5	1.180,3	1.068,1	112,2	54,5%	49,3%	9,5%

Fuente: Consejo Económico y Social de Castilla y León (2008).

En resumen, los datos comentados sugieren un patrón de empleo para la juventud de Castilla y León bastante próximo a la tendencia global española, lo que confirma la existencia de opciones de empleo para los jóvenes en la Comunidad Autónoma de acuerdo a la media nacional. No obstante, la tasa de desempleo no deja de ser extremadamente alta en la juventud menor de 25 años en comparación con otros grupos de edad, lo que sugiere la existencia de graves limitaciones de acceso al empleo por parte de la población en edad de cursar algún tipo de educación superior, tanto a nivel nacional como regional.

Por otro lado, la tasa de desempleo parece verse notablemente reducida cuando se tiene en cuenta a un grupo de edad juvenil más amplio. Así, una inspección más detallada de la situación laboral de los jóvenes de entre 16 y 29 años en Castilla y León muestra que la mayor parte se dedican a una de las dos actividades de estudiar o trabajar, frente a aquellos que no trabajan y/o están en paro. Tal y como se recoge en la tabla 13, en el 2007 en torno al 46,7% de jóvenes dentro de la mencionada franja de edad se encontraba trabajando, frente al 44,4% que se encontraba cursando algún tipo de estudios oficiales. Los índices de desempleo se redujeron según la fuente consultada al 6,6% (Dirección General de Estadística de la Junta de Castilla y León, 2007).

Dentro del colectivo de jóvenes con estudios universitarios superiores, un 62,70% se encontraba trabajando, siendo la cifra del 58% para los graduados universitarios con títulos medios. Estos porcentajes son bastante inferiores al registrado por el grupo de jóvenes con estudios de Formación Profesional (FP) o similar, quienes se encontraban trabajando en un 70,8% de los casos. Estos datos apuntan a una mayor empleabilidad en el caso de los estudiantes de especialidades técnicas y profesionales de grado medio y superior, frente a los titulados universitarios.

Además se observa un alto porcentaje de jóvenes con estudios universitarios medios y superiores y con titulaciones técnicas que seguían conservando su estatus de estudiante (33,5%, 28,6%, y 18,5%, respectivamente), lo que denota una tendencia a seguir especializándose eternamente en el proceso de acceso al mercado de trabajo. En la línea de lo comentado en el párrafo anterior, se constata una tendencia más marcada a este respecto en el caso de los titulados universitarios en comparación con los jóvenes con otro tipo de estudios medios y superiores.

Finalmente, por lo que se refiere a la tasa de paro, los grupos más afectados por el desempleo fueron de nuevo los jóvenes con estudios universitarios medios (6,6%), superiores (8,4%), y los técnicos profesionales (8,7%).



Tabla 13. Situación laboral de los jóvenes de entre 16 y 29 años en Castilla y León según nivel de estudios, 2007

	Primarios incompletos	Primarios completos	Secundarios	Técnicos profesionales	Univers. medios	Univers. superiores	Total
Trabajador	46,6%	32,9%	34,8%	70,8%	58,0%	62,7%	47,7%
Pensionista (antes trabajó)	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Pensionista (antes no trabajó)	0,0%	0,2%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Parado y ha trabajado antes	1,7%	3,7%	5,4%	7,3%	5,2%	6,1%	5,4%
Parado y busca su primer empleo	0,2%	1,3%	0,9%	1,4%	1,4%	2,3%	1,2%
Estudiante	50,6%	60,0%	58,2%	18,5%	33,5%	28,6%	44,4%
Tareas del hogar	0,9%	1,2%	0,7%	0,7%	1,3%	0,3%	0,8%
Ayuda familiar	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	0,1%
Otra situación	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	0,0%	0,0%	0,3%

Fuente: Dirección General de Estadística de la Junta de Castilla y León (2007).

Finalmente, por lo que respecta al tipo de contrato de los jóvenes de entre 16 y 29 años en Castilla y León, la tendencia común para grupos con distinto nivel de estudios se centró en el desempeño laboral por cuenta ajena, con contrato indefinido, temporal o por obra o servicio.

Tabla 14. Tipo de contrato de los jóvenes de entre 16 y 29 años en Castilla y León según nivel de estudios, 2007

	Primarios incompletos	Primarios completos	Secundarios	Técnicos profesionales	Univers. medios	Univers. superiores
Trabajador por cuenta ajena con contrato indefinido	55,7%	42,2%	52,9%	48,1%	44,3%	45,6%
Trabajador por cuenta ajena con contrato temporal	19,2%	30,8%	16,7%	27,6%	25,4%	27,9%
Trabajador por cuenta ajena con contrato por obra o servicio	17,9%	12,9%	14,4%	12,6%	18,3%	14,8%
Trabajador por cuenta ajena sin contrato	4,3%	2,6%	0,5%	0,5%	1,1%	1,3%
Trabajador por cuenta ajena que no sabe tipo de contrato	0,0%	1,1%	2,4%	2,0%	1,5%	2,7%
Trabajador por cuenta propia	2,9%	10,1%	11,3%	7,3%	5,5%	6,7%
Ns / Nc	0,0%	0,3%	1,8%	1,9%	3,9%	1,0%

Fuente: Dirección General de Estadística de la Junta de Castilla y León (2007).

En el 2007, las profesiones más habituales entre los jóvenes de Castilla y León que trabajaban o habían trabajado con anterioridad fueron “comerciante o vendedor”

y “profesional técnico o similar del sector público o privado” (17,1% y 13,4% respectivamente). Los jóvenes con nivel de estudios técnicos profesionales fueron los que en mayor medida trabajaban en la industria (25,4%), frente a los menores de 30 años con estudios universitarios, que trabajaban en mayor medida en el sector servicios y banca (58,7% los universitarios medios y 57,7% los universitarios superiores). Aquellos con estudios primarios (completos o incompletos) trabajaban predominantemente en la construcción (21,4% y 27,6%) y un 45,8% de los jóvenes que no habían concluido los estudios primarios trabajaban principalmente en el sector del comercio y la hostelería. (Dirección General de Estadística de la Junta de Castilla y León, 2007).

Mucho menor es el porcentaje de jóvenes que optan por la salida del trabajo por cuenta propia en comparación con el empleo a cargo ajeno. En concreto, se estima que sólo un 6,7% de jóvenes con estudios universitarios superiores y un 5,5% de titulados universitarios medios se autoempleó en el año 2007.

En resumen, puede decirse que las aspiraciones laborales de los jóvenes, especialmente los universitarios, se concretan en la búsqueda de un trabajo que les permita aprender y desarrollarse profesionalmente, al tiempo que ofrezca seguridad, flexibilidad, independencia, variedad de tareas, interés, valoración social, retribución, etc. En último término, un trabajo ideal y a la medida de las necesidades. Además, se mantiene la creencia de que dichas aspiraciones pueden ser mejor satisfechas a través del empleo por cuenta ajena, mientras que la opción de crear una empresa propia es vista como una acción desprotegida, arriesgada y con escasas posibilidades de desarrollo profesional. Veamos si estas expectativas se corresponden realmente con las características del mercado de trabajo en nuestro entorno.

1.2.2 Las características del nuevo mercado de trabajo

De la revisión anterior se desprende que, a pesar de que los jóvenes de Castilla y León gozan de buenas oportunidades profesionales en la región en comparación con la media nacional, el perfil de empleo de la juventud menor de treinta años en la Comunidad Autónoma está marcado por tres características fundamentales:

1. Las elevadas tasas de paro, derivadas en gran medida de la situación de coyuntura económica actual que ha llevado a la quiebra de numerosas empresas y, con ello, a la reducción de los puestos de trabajo disponibles.
2. La tendencia a la especialización creciente y recurrente por parte de los jóvenes con estudios superiores, en un proceso consciente de preparación para la inserción y promoción profesional.
3. La preferencia general por el empleo por cuenta ajena en la Administración pública o en empresas privadas.

Sin duda, las tres características mencionadas están fuertemente relacionadas entre sí. En los últimos años, puede decirse que las elevadas tasas de paro han llevado a los jóvenes a asumir la necesidad de incrementar su nivel de especialización profesional de cara a lograr una mejor capacitación laboral e incrementar sus posibilidades de encontrar trabajo. De esta forma, además de incrementarse el número de estudiantes en las Universidades, se ha observado una tendencia a complementar la especialización superior con numerosos cursos y posgrados. Todo ello ha desembocado en un



desmesurado nivel de cualificación de la mano de obra disponible que está afectando notablemente el acceso al trabajo por cuenta ajena.

En este sentido, durante los últimos años se ha detectado que graduados universitarios de entre 20 y 24 años con alto logro educativo tienen mayores posibilidades de estar desempleados que otros titulados intermedios, técnicos o simplemente jóvenes con la educación secundaria superada (Comisión Europea, 2007). Este fenómeno puede hallar su explicación en el hecho de que, al emplear más años en formarse académicamente, los universitarios retrasan considerablemente su incorporación al mundo laboral, mientras que los jóvenes con títulos más básicos disponen de ese tiempo para aumentar su especialización a través del desempeño de un trabajo, incrementando a la vez su experiencia laboral. De esta forma, se produce la paradoja de que las altas exigencias de experiencia profesional impuestas en los procesos selectivos de muchas organizaciones dejan fuera a un alto número de titulados universitarios que no cuentan con experiencia profesional al haberse dedicado por entero a sus estudios, precisamente con el objetivo de lograr una mayor empleabilidad.

Además de todo esto, estamos asistiendo a un fenómeno de "sobreeducación", término que hace referencia a la dotación de un nivel de educación claramente superior a la requerida por el puesto de trabajo. Así, los titulados universitarios llegan a contar con un nivel de especialización que nunca van a poder llevar a la práctica en un puesto de trabajo realista. Este fenómeno afecta a casi todas las titulaciones universitarias, especialmente en las especialidades de Humanidades y Ciencias Sociales. Con ello, los jóvenes con estudios superiores, no sólo tienen más dificultades para encontrar un empleo acorde a su nivel de formación, sino que probablemente contarán con un nivel de especialización superior a la exigida por su primer puesto de trabajo. Más aún, este fenómeno de especialización creciente del mercado de trabajo conlleva un alto riesgo de desplazamiento de aquellos graduados universitarios con un nivel de competencias adecuado para el puesto. Es decir, al superar el nivel de cualificación exigido por un determinado empleo, los titulados superiores con más méritos pueden dejar fuera del proceso de selección a todos aquellos con un nivel de competencias inferior pero aceptable.

Además del incremento de las tasas de desempleo y la creciente especialización del mercado de trabajo, existen otras muchas razones que dificultan el acceso de los jóvenes con estudios superiores a puestos de empleo asalariado. En el sector público, la privatización de empresas públicas está suponiendo una reducción generalizada del número de plazas de funcionario ofertadas en diversas áreas de especialidad, de modo que la oferta de empleo público comienza a resultar insuficiente para cubrir la alta demanda de los jóvenes.

Finalmente, las propias transformaciones sociodemográficas y económicas que han tenido lugar en las sociedades occidentales en las últimas décadas introducen importantes novedades en los patrones tradicionales de acceso al empleo. Por ejemplo, el aumento de la esperanza de vida de la población y la reducción del número de nacimientos en los países de nuestro entorno ha conllevado un incremento del tiempo medio de estancia en los puestos de trabajo, que da menos opción al relevo generacional. Igualmente, los cambios en las estructuras familiares y la incorporación generalizada de la mujer al mundo laboral suponen una nueva masa de generación activa aspirante a ocupar un puesto de trabajo. Finalmente, los avances tecnológicos y el apogeo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en nuestros

tiempos, están acarreado una considerable sustitución de mano de obra humana por procesos mecanizados que permiten abaratar los costes de producción.

En suma, parece que existe una importante brecha entre las expectativas de los jóvenes en cuanto a empleo estable y cualificado en el sector público o en una gran organización y la compleja realidad de los actuales mercados de trabajo. Con ello, la mayor parte de jóvenes recién titulados que afrontan la búsqueda de un primer empleo se encuentran con tasas de paro elevadas, trabajos rutinarios, inestables y mal remunerados, y escasas posibilidades de desarrollo profesional.

Ante esta situación, se plantea la iniciativa empresarial entre los jóvenes como vía alternativa y prometedora de acceso al mundo laboral. En momentos de crisis como los actuales, el impulso de la motivación para emprender cobra una especial dimensión por cuanto es una de las formas realmente eficaces de compensar la pérdida de empleos por cuenta ajena y de crear otros nuevos.

1.2.3 La opción del autoempleo

Ciertamente, la creación de una empresa propia como opción laboral comporta una serie de ventajas frente al empleo por cuenta ajena en un mercado de trabajo complejo, principalmente:

- Supone una nueva forma de incorporación al mercado laboral que genera empleo para uno mismo y para otros.
- Evita el problema de la “sobreeducación”, al garantizar un mayor ajuste entre el nivel de cualificación de la persona y el puesto en función de criterios de elección personal. Así, García Espejo (1989) apunta que, al no pasar por procesos de selección que requieran resaltar la capacidad personal ante ningún empleador, los empresarios gozan de un mayor control en sus procesos especialización profesional.
- Permite libertad en el trabajo, en cuanto a ser el propio jefe de uno mismo, poder elegir equipo de trabajo, tomar las decisiones individualmente, etc.
- Ofrece flexibilidad laboral, por lo que permite compaginar la vida familiar y profesional, y se adapta especialmente a las necesidades de las madres trabajadoras.
- Se asocia con un mayor grado de desarrollo profesional y satisfacción personal que el empleo por cuenta ajena.

A pesar de todo ello, la cultura empresarial es aún muy limitada en España. Como analizaremos a continuación con mayor profundidad, la edad media del empresario recién iniciado español está próxima a los 40 años, mientras que el porcentaje de jóvenes emprendedores menores de 25 años en la actualidad gira en torno al 10% del total (Instituto de Empresa, 2008). Este dato resulta, cuanto menos, paradójico, si tenemos en cuenta que en los países occidentales como el nuestro generalmente es asumido que los jóvenes tienen acceso a formación abundante a un coste accesible, poseen condiciones de vida relativamente buenas, tienen problemas para independizarse de sus padres, y están sometidos a tasas elevadas de desempleo. En suma, podemos decir que en España existe una gran necesidad de crear nuevas empresas y existen jóvenes que reúnen las circunstancias suficientes para ello, pero que dejan claro que no desean hacerlo.



Las razones de este escaso espíritu emprendedor de los jóvenes son múltiples. En primer lugar, es de reseñar la falta de una cultura nacional emprendedora en nuestro país. La escala de valores de la sociedad española no impulsa cualidades personales como la creatividad, la iniciativa o la asunción de riesgos, lo que se traduce en un escaso desarrollo de destrezas emprendedoras y una preferencia general por el empleo a cargo ajeno. A ello se une una marcada infravaloración social de la figura del empresario exitoso. En este sentido, frente a la imagen del emprendedor como motor de beneficio socioeconómico, las propias normas sociales y culturales de nuestro país ponen el énfasis en las desventajas del autoempleo frente a las ventajas laborales de acceder a puestos establecidos en el sector público o en una gran organización.

Por otro lado, la previamente mencionada creciente especialización del mercado de trabajo no sólo afecta al cambio en los patrones tradicionales de acceso al empleo, sino que aparta aún más a los jóvenes de los intereses empresariales. Así, a medida que mejora el acceso de los jóvenes a estudios superiores, se incrementa también su nivel de cualificación profesional y sus aspiraciones de conseguir salida laboral en puestos de trabajo ya creados, coherentes con su nivel de especialización.

A este fenómeno contribuye también el diseño del propio sistema educativo. En términos generales, los jóvenes de hoy en día no han sido educados formalmente para emprender, sino más bien para prepararse para el empleo por cuenta ajena y optar a plazas de funcionarios. Todo ello se traduce en un escaso aprendizaje de conocimientos y destrezas emprendedoras, que se extiende desde los niveles más básicos de Educación Primaria y Secundaria hasta los planes de estudios en la Universidad. En suma, la mayor parte de programas académicos de las Universidades españolas están mucho más centrados en la formación de profesionales y empleados por cuenta ajena que en proporcionar empresarios y empresas responsables a la sociedad (Vázquez, Naghiu, Gutiérrez y Placer, 2006).

Por todo ello, y a la vista de los cambios que se vienen produciendo en la estructura y dinámica del mercado de trabajo en Castilla y León, las Universidades públicas se enfrentan al reto de adaptar su oferta formativa a las nuevas necesidades y demandas sociales (Flavián y Lozano, 2004), de cara a conservar su estatus de entidad al servicio del bienestar comunitario y del crecimiento económico. A este respecto, cada vez se está haciendo más patente en los países europeos la existencia de una conciencia gubernamental reivindicativa de la importancia de incluir la educación del espíritu empresarial como parte de las enseñanzas regladas oficiales a todos los niveles de aprendizaje para la vida.

Concluyendo, el proceso debería partir de un férreo compromiso por parte de las autoridades e instituciones competentes de cara a promover el acercamiento del alumnado universitario al mundo empresarial, entrenándoles en aptitudes relevantes y actitudes positivas hacia el autoempleo y hacia la figura del empresario. Todo ello debería estar basado en un profundo cambio cultural en la mentalidad imperante en la Universidad, aprovechando su potencial de innovación y generación de conocimientos en el desarrollo de un capital humano más competitivo en la sociedad moderna. El proceso de adaptación del sistema universitario español a las exigencias de convergencia con el nuevo EEES constituye un ambiente idóneo para emprender este cambio.

1.3 UNIVERSIDAD Y MUNDO EMPRESARIAL EN CASTILLA Y LEÓN

En los apartados anteriores se ha analizado el papel desempeñado por la Universidad en la canalización de los estudiantes hacia el mercado laboral, resaltándose la necesidad de reorientar los programas académicos hacia la formación de los estudiantes en competencias útiles para la creación y gestión de nuevas empresas. Desde este encuadre, se insiste a continuación en la importancia de la iniciativa empresarial a ambos niveles social y económico, y se revisa el panorama de Castilla y León en cuanto a creación de empresas y dinámica empresarial. Finalmente, se revisan las políticas regionales en torno al vínculo de Universidad-Empresa y su aplicación al fomento de la iniciativa empresarial de los jóvenes en instituciones de enseñanza superior universitaria.

1.3.1 Iniciativa empresarial y desarrollo socioeconómico

En torno al proceso de creación de una nueva empresa se articulan diversos elementos mencionados en la mayoría de definiciones propuestas en la conceptualización de la figura del emprendedor:

1. **Identificación de oportunidades.** La creación de una empresa por el emprendedor se inicia con la identificación de una oportunidad de negocio en el entorno, y su transformación en valor económico y social a través de pautas específicas de acción.
2. **Inversión de recursos tangibles e intangibles.** Además de la inversión económica necesaria para poner en marcha un negocio, los emprendedores invierten otros muchos recursos no materiales en el desarrollo del proyecto empresarial, en términos de tiempo, esfuerzo, entusiasmo, etc.
3. **Afrontamiento de riesgo financiero y personal.** El riesgo es un elemento inherente a cualquier iniciativa empresarial debido, entre otras cosas, a la elevada implicación personal y financiera, las elevadas tasas de fracaso y la responsabilidad individual ante los resultados finales. Por ello, al inevitable riesgo económico se unen otros muchos a nivel personal, profesional y sociofamiliar para el emprendedor.
4. **Búsqueda de recompensas extrínsecas e intrínsecas.** Además de la motivación económica que está en la base de cualquier iniciativa empresarial, los emprendedores suelen guiarse por otro tipo de motivaciones subjetivas, como la búsqueda de independencia y flexibilidad en el trabajo y la satisfacción personal.
5. **Creación de valor personal y social.** A los resultados, tangibles e intangibles, que genera la empresa para el emprendedor se unen otros muchos beneficios para la sociedad en general, en términos de creación de empleo y crecimiento económico.

De este planteamiento del proceso empresarial se desprende que, más allá del objetivo de fomentar la empleabilidad en la juventud, la iniciativa empresarial reviste una fuente de desarrollo socioeconómico sostenido en todo el mundo. Por un lado, existe una correlación positiva y sólida entre espíritu empresarial y resultados económicos en términos de crecimiento, supervivencia de empresas, innovación, creación de empleo, cambio tecnológico, incremento de la productividad, y exportaciones. En su



conjunto, las iniciativas empresariales, ya sea en el contexto de la puesta en marcha de un nuevo negocio o en el de la reorientación de uno ya existente, son el motor de la economía de mercado en la generación de riqueza.

Por otro lado, el emprendizaje constituye también un medio al servicio de otros objetivos sociales, como la generación de empleo, la inserción laboral de colectivos desfavorecidos, la diversidad de opciones para los consumidores y, en último término, el aumento de la calidad de vida de la comunidad en la que se desarrolla.

1.3.2 Creación de empresas y dinámica empresarial en Castilla y León

Según el último informe *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) publicado en España (Instituto de Empresa, 2008), la actividad emprendedora del pasado año en el país estuvo integrada por un total de 1.833.312 iniciativas de empresas de entre 0 y 42 meses de antigüedad. Esta cifra supuso una disminución del 8% con respecto al año anterior, acusando la recesión económica actualmente convertida en crisis. En concreto, los datos registrados suponen la pérdida de más de 150.000 iniciativas empresariales con respecto al 2007.

Acompañando al resultado anterior, el abandono de negocios y empresas durante el 2008 se vio aumentado en un 30% con respecto al año anterior. Del total de empresas cerradas, se estima que un 26,6% siguieron funcionando a través de traspaso de propiedad a otras manos, mientras que el 74,4% correspondió a empresas que cerraron definitivamente. En cuanto a los motivos de cierre, predominaron los relativos a la falta de rentabilidad del negocio (34,3%) y a problemas para obtener financiación (15,7%).

Por lo que se refiere a la actividad empresarial consolidada de más de 42 meses de antigüedad, se observó un incremento del 42,22% con respecto al año anterior, llevando a concluir que las iniciativas que habían superado la barrera de los primeros años de actividad estaban obteniendo una excelente cota de supervivencia, de modo que el impacto más evidente en ese momento por los cambios coyunturales fue el retraimiento de potenciales emprendedores unido a la pérdida de iniciativas aún en fase de consolidación o emprendedoras. Sin embargo, se sabe por otras fuentes que el impacto de la crisis ha alcanzado de pleno también a las empresas consolidadas, por lo que este excelente resultado, fruto de los últimos años de bonanza y del impulso al sector empresarial, probablemente disminuirá en magnitud a lo largo del 2009.

La tabla 15 recoge las principales características de la actividad emprendedora en España en el 2008. En suma, un 7% de la población activa con edades comprendidas entre 18 y 64 años participó de algún tipo de iniciativa empresarial naciente o nueva. Esta tasa de actividad emprendedora total (TEA) se distribuyó entre un 47,1% de empresas de 0 a 3 meses de antigüedad y un 52,9% de empresas de 3 a 42 meses de actividad en el mercado.

Tabla 15. Actividad Emprendedora en España, 2008

	Indicadores porcentuales sobre la población activa de 18 a 64 años	Indicadores porcentuales con respecto al TEA total
Composición de la tasa total de actividad emprendedora o TEA		
Iniciativas nacientes (0-3 meses)	3,3%	47,1%
Iniciativas nuevas (3-42 meses)	3,7%	52,9%
Total	7,0%	100,0%
Actividad emprendedora por sexos		
Act. emprendedora masculina	4,0%	57,1%
Act. emprendedora femenina	3,0%	42,9%
Total	7,0%	100,0%
Tipo de comportamiento emprendedor		
Act. emprendedora por oportunidad	5,6%	80,0%
Act. emprendedora por necesidad	1,0%	14,3%
Act. emprendedora por otro motivo	0,4%	5,7%
Total	7,0%	100,0%
Actividad emprendedora por sector económico		
Sector extractivo	0,6%	8,6%
Sector transformador	1,8%	25,7%
Sector servicios a empresas	1,6%	22,8%
Sector orientado al consumo	3,0%	42,9%
Total	7,0%	100,0%

Fuente: Instituto de Empresa (2008).

En cuanto al sexo de los empresarios nacientes y nuevos en España, el 57,1% de empresas fueron creadas por varones, frente al 42,9% de las mujeres.

Por tipo de comportamiento emprendedor, el 80% de empresas de menos de 3,5 años de antigüedad fueron creadas ante la identificación de una oportunidad, frente al 14,3% de negocios constituidos por necesidad y el 5,7% de empresas creadas por una combinación de ambos motivos. Del total de empresas oportunistas, en el 23,6% de los casos la principal motivación del emprendedor fue económica, ante la perspectiva lucrativa de conseguir ingresos, mientras que un 24,9% argumentó la búsqueda de mayor independencia e el trabajo como razón principal para crear la empresa.

En cuanto al sector económico de las empresas nacientes y nuevas en España en el 2008, la mayor parte fueron actividades empresariales orientadas al consumo (42,9%), seguidas por las empresas del sector transformador (25,7%), de servicios a empresas (22,8%) y, en último término, del sector extractivo (5,6%).

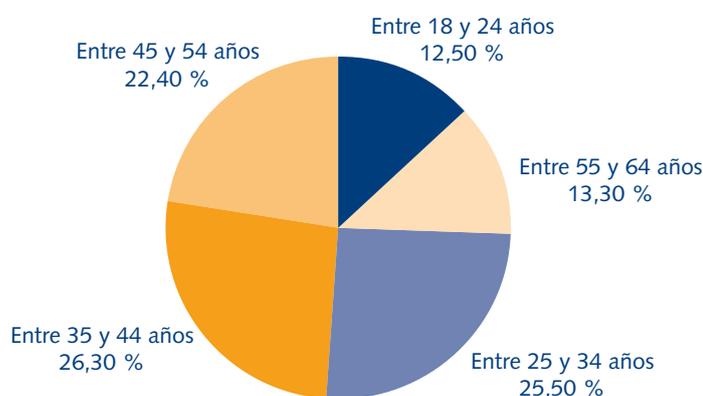
Por lo que se refiere a las actividades empresariales resultantes, los datos recogidos en el mencionado Informe GEM apuntan a que la mayoría de empresas creadas en los últimos tres años fueron microempresas de menos de 5 empleados (41,7%) o sin empleados (40,7%). Del resto, el 15% fueron empresas medianas de menos de 20 empleados y una minoría correspondiente al 2,6% fueron negocios de más de 20



empleados. Igualmente, el número medio de propietarios fue de 1,88, lo que supone un predominio de empresas creadas por dos socios frente a la figura del emprendedor individual (Instituto de Empresa, 2008).

Por otro lado, la edad media del emprendedor español propietario de un negocio de menos de 42 meses de antigüedad se situó en el 2008 cerca de los 40 años. Más en concreto, los varones emprendedores tuvieron una edad media de 38,4 años, ligeramente inferior a los 39,4 años de las mujeres. La tendencia es coherente con la observada en el grupo de emprendedores potenciales, es decir, aquellos que aún no han puesto en marcha su actividad empresarial pero tienen intención declarada de hacerlo en un futuro próximo. Dentro de este colectivo, el 62% de potencial empresarial corresponde a adultos con edades comprendidas entre los 35 y los 65 años, seguidos por un 25,5% de adultos jóvenes de entre 25 y 35 años. Esto supone que el porcentaje de jóvenes menores de 25 años interesados en aprender sólo es del 12,5%.

Figura 2. Distribución por edades del potencial empresarial en España, 2008



Fuente: Instituto de Empresa (2008).

Por lo que respecta al nivel de estudios de los emprendedores del pasado años en España, se constata que la mayor parte contaba con estudios universitarios superiores. Esta tendencia es común a los tres grupos de emprendedores nacientes y nuevos propietarios de empresas de 0 a 42 meses de antigüedad (34%), empresarios consolidados con negocios de más de 42 meses (32,2%), y emprendedores potenciales con intención de crear su propia empresa a corto plazo (31,7%).

Tabla 16. Nivel de estudios de los emprendedores españoles, 2008

	Emprendedores nacientes y nuevos	Emprendedores consolidados	Emprendedores potenciales
Sin estudios	0,0%	0,0%	0,0%
Primaria obligatoria	23,9%	25,0%	26,8%
Secundaria/Bachillerato	21,6%	22,7%	22,7%
Formación Profesional	20,5%	20,2%	18,8%
Estudios universitarios	34,0%	32,1%	31,7%

Fuente: Instituto de Empresa (2008).

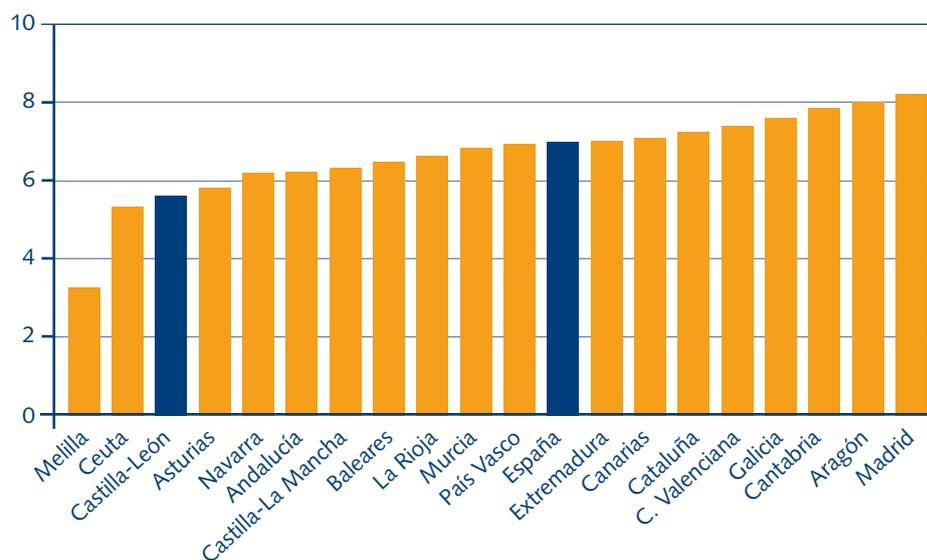
De los datos comentados se desprende que, a pesar de la enorme especialización profesional de los emprendedores españoles, la edad media de inicio en los negocios se sitúa mucho después de la finalización de la educación reglada desde un punto de vista normativo. Así, aunque predominan los empresarios y emprendedores potenciales que han recibido formación universitaria, la edad de inicio de las empresas se retrasa hasta cerca de los 40 años en la mayoría de los casos, de forma que suele ser precedida por cierta experiencia previa de trabajo por cuenta ajena. Estos datos ponen de nuevo en entredicho la aproximación típicamente asumida por las Universidades españolas en la orientación laboral de los estudiantes hacia el trabajo asalariado, infravalorándose la opción del autoempleo. En la misma línea, los resultados apuntan a que sólo un 15,7% de emprendedores nacientes y nuevos en el pasado año había recibido formación empresarial básica durante la Educación Primaria o Secundaria, y sólo cerca de un 20% había tenido acceso a formación relacionada con la creación y gestión de nuevas empresas una vez finalizada la enseñanza obligatoria.

A pesar de todo, los resultados obtenidos por el Informe GEM para España denotan una situación relativamente buena del país en el contexto internacional, ocupando puestos intermedios a nivel mundial y estando dentro de los países de la Unión Europea (UE) más activos en creación de empresas. Parece ser que la evolución del perfil de iniciativa empresarial en España en los últimos años tiene que ver con la mejora del entorno sociopolítico en el que se desenvuelven los emprendedores. Así, se está observando un mayor acceso a la infraestructura física, comercial y de servicios, un apoyo más eficaz a la mujer emprendedora y una mayor atención a la innovación y al crecimiento empresarial. No obstante, aún siguen siendo evidentes ciertos puntos débiles en relación a la actividad emprendedora en España, particularmente en lo que respecta a la educación y formación, la transferencia de I+D, el apoyo financiero, las normas sociales y culturales y las políticas gubernamentales.

Además de todo ello, existen importantes diferencias regionales y de evolución. Así, los mayores índices de actividad emprendedora se registraron el año pasado en las Comunidades Autónomas de Madrid, Aragón y Cantabria, con tasas TEA totales próximas al 8%. Por su parte, Castilla y León se situó a la cola de la lista junto con las Comunidades de Asturias, Ceuta y Melilla. En estos casos, la TEA total no alcanzó el 6%, frente al 7% nacional registrado en el 2008. Estos datos aparecen representados gráficamente en la siguiente figura.



Figura 3. Diferencias regionales en actividad emprendedora, 2008



Fuente: Instituto de Empresa (2008).

De manera coherente con la desfavorable posición de Castilla y León en el conjunto nacional en materia emprendedora y con los efectos negativos ejercidos por la crisis económica sobre la dinámica empresarial del país, se aprecia una reducción significativa en el número de autónomos dados de alta en la Seguridad Social en la Comunidad Autónoma en el año 2008, en comparación con el 2007. Así, de acuerdo con datos del Consejo Económico y Social de Castilla y León (2008), el pasado año el colectivo de autónomos experimentó una importante reducción que afectó a 6.870 de sus efectivos, de los cuales la mayoría fueron varones (con un recorte de 5.832), cayendo el número de mujeres en 1.038. En términos relativos, se habla de un recorte del 4,3%, cifra que coincide con la registrada en el conjunto de España.

La reducción en el número de autónomos fue generalizada para todas las provincias de la Comunidad. La caída más intensa se registró en Segovia (un 6,3%), seguida de Ávila, Soria, Zamora y León, todas con descensos porcentuales superiores a la media de la Comunidad. Palencia experimentó una reducción similar a la media, y bajo dicho nivel se ubicaron Burgos, Valladolid y Salamanca. En todos los casos, los recortes relativos fueron mayores para los varones en comparación con las mujeres.

Tabla 17. Autónomos afiliados a la Seguridad Social en Castilla y León, 2007-2008

	2007			2008		
	Total	Varones	Mujeres	Total	Varones	Mujeres
Ávila	13.272	10.281	2.991	12.619	9.662	2.957
Burgos	22.300	15.831	6.469	21.397	15.096	6.301
León	29.631	19.304	10.327	28.253	18.326	9.927
Palencia	11.408	8.746	2.662	10.902	8.308	2.594
Salamanca	21.176	16.041	5.135	20.501	15.379	5.122
Segovia	12.063	9.407	2.656	11.304	8.708	2.596
Soria	6.878	5.390	1.488	6.545	5.107	1.438
Valladolid	25.713	18.955	6.758	24.815	18.154	6.661
Zamora	16.310	12.263	4.047	15.545	11.646	3.899
CyL	158.751	116.218	42.533	151.881	110.386	41.495
España	2.238.772	1.541.910	696.862	2.141.717	1.463.165	678.552

Fuente: Consejo Económico y Social de Castilla y León (2008).

Todos los sectores productivos se vieron afectados por el recorte en el número de autónomos, tanto en Castilla y León como en el conjunto nacional. La reducción más intensa tuvo lugar en la construcción, con una caída regional del 7,7% frente al 11,8% español. La reducción porcentual en la industria de Castilla y León fue del 5,7%, del 5,% en la agricultura, y del 2,4% en los servicios. En España las cifras en dichos sectores ascendieron al 5,3%, 6,4% y 2%, respectivamente.

No obstante, pese a que en términos de cifras generales la Comunidad Autónoma ha perdido peso relativo en la demografía empresarial nacional, la situación real muestra algunos datos claramente positivos cuando se analiza la variación en el número de empresas de forma diferencial. Así, si bien la variación nacional es superior en la creación de empresas con menos de dos asalariados, Castilla y León crece generalmente más que el conjunto de España en la creación de empresas de más tamaño, que son las que dotan de mayor calidad y diferenciación al tejido empresarial.

Tabla 18. Variación del número de empresas en Castilla y León y España por estrato de asalariados, 2006-2007

2007 respecto a 2006 (%)												
Castilla y León												
Total	Sin empleados	1-2	3-5	6-9	10-19	20-49	50-99	100-199	200-499	500-999	1.000-4.999	5.000 o más
3,94	3,71	3,99	4,91	2,68	5,89	4,50	1,90	6,80	12,61	-1,5	13,04	0,00
España												
5,11	5,52	5,76	3,59	2,28	3,22	3,43	4,31	5,61	7,93	7,31	3,95	6,45

Fuente: Junta de Castilla y León (2008).



En su conjunto, la situación descrita ha llevado a las autoridades de Castilla y León a reconocer en sus políticas el potencial de la Universidad para modificar el panorama empresarial de la Comunidad en los próximos años. Así, se reconoce que, junto a la doble misión tradicional de la Universidad en términos de investigación y enseñanza, cada vez adquiere mayor importancia su contribución al proceso de innovación regional, contribuyendo a la competitividad de la economía y a la cohesión social. Por su parte, a las empresas se atribuye un papel clave en la implantación del conocimiento en la economía, cooperando con la investigación universitaria y participando en la transferencia del conocimiento en la creación de ventaja competitiva.

Igualmente, la educación es considerada una política central dentro de la sociedad del conocimiento, reconociéndose el potencial de los profesionales cualificados como fuente de ventaja competitiva de las empresas del futuro. Así, las Universidades pasan a ser responsables de proporcionar las habilidades y competencias necesarias para el éxito de una economía globalizada, tanto a través de la formación de profesionales cualificados para el trabajo en la empresa, como de nuevos emprendedores que materialicen el capital humano generado en la forma de nuevas iniciativas empresariales.

1.3.3 La estrategia Universidad-Empresa de Castilla y León

La denominada Estrategia de Lisboa lanzada por el Consejo Europeo de marzo de 2000 se planteó bajo el objetivo central de convertir a Europa en la economía más competitiva del mundo para el 2010. La Estrategia, revisada en el 2005, planteó un modelo económico basado en la generación, distribución y explotación del conocimiento como fuente de crecimiento y empleo. Se reconoce de esta forma la importancia de la innovación, la educación y la investigación como elementos centrales de las políticas socioeconómicas en toda Europa.

En el ámbito de Castilla y León, estas políticas se concretan en la Estrategia Regional de Investigación Científica, Desarrollo Tecnológico e Innovación (ERIDI) 2007-2013. Dentro de ésta, se ha desarrollado la denominada Estrategia Universidad-Empresa de Castilla y León encargada de las actuaciones pertinentes para la integración de los mundos universitario y empresarial.

El objetivo general de la Estrategia Universidad-Empresa de Castilla y León para el periodo 2008-2011 es el fortalecimiento del triángulo innovación-investigación-educación como base de la construcción de ventaja competitiva en la región, fomentando la innovación tecnológica en las empresas a partir de la transferencia de conocimiento generado en las Universidades y sentando las bases de crecimiento económico sostenible y de creación de empleo de calidad. Este objetivo general se operativiza en siete propósitos más concretos (Junta de Castilla y León, 2008):

1. Fortalecer las estructuras de transferencia del conocimiento y los recursos especializados en las Universidades y centros tecnológicos, a través de la disposición de recursos humanos especializados en actividades de I+D+I en empresas, así como de una infraestructura de comunicaciones que facilite la transferencia de información y conocimiento.
2. Generar y reforzar la oferta tecnológica de Universidades y centros tecnológicos, orientándola a la demanda empresarial a nivel regional e impulsando el conocimiento mutuo (difusión de oferta y canalización de demanda).

3. Impulsar la colaboración Universidad-Empresa a través de la participación en programas e iniciativas de I+D+I en colaboración.
4. Fomentar la identificación, protección y explotación de la propiedad intelectual e industrial en el ámbito universitario.
5. Generar y consolidar nuevas actividades empresariales de base tecnológica.
6. Fomentar la cultura innovadora y emprendedora en el sistema Universidad-Empresa y en la sociedad en general.
7. Favorecer la convergencia Universidad-Empresa en el ámbito de la Educación Superior y la formación permanente.

Para dar respuesta a la situación actual del sistema Universidad-Empresa y a los objetivos planteados, se estructuran nueve medidas organizadas en **tres áreas de actuación**: La denominada **área 1** está dedicada a la transferencia de conocimiento e I+D+I desde las Universidades al mundo empresarial:

- **Medida 1.** Consolidación de las estructuras de transferencia del conocimiento. Este ámbito implica tanto la puesta en marcha de un marco para incentivar a los grupos de investigación que colaboren con las empresas, como la disponibilidad de personal especializado para identificar y gestionar los recursos con potencial de mercado, así como para identificar las principales oportunidades tecnológicas a desarrollar con otros agentes del sistema de innovación. Así, se incluye la capacitación e incorporación de recursos humanos especializados en I+D+I en las empresas.
- **Medida 2.** Identificación y consolidación de la demanda y oferta tecnológica, como principal camino en la identificación de oportunidades de transferencia del conocimiento.
- **Medida 3.** I+D+I cooperativa. Se contempla su financiación a tanto a través de líneas de ayuda regionales, como de la estimulación a las Universidades y empresas para explotar otras fuentes de financiación nacionales y europeas.
- **Medida 4.** Protección y explotación del conocimiento. Esta medida supone la implantación de servicios para la transferencia de conocimientos, el estímulo de la transferencia de conocimiento y sensibilización interna, la identificación de invenciones y protección intelectual e industrial, y la licencia, comercialización y explotación de la propiedad intelectual e industrial.
- **Medida 5.** Actividad emprendedora y creación de empresas de base tecnológica. Se plantea con los objetivos de estimular la cultura emprendedora en la Universidad, mediante la identificación de ideas de negocio susceptibles de convertirse en empresa, especialmente en el caso de proyectos de empresas de base tecnológica (EBT). También, se declara la intención de prestar apoyo a dichas empresas, tanto a nivel financiero como mediante la aplicación de otros instrumentos, incluyendo planes específicos de formación.
- **Medida 6.** Difusión, a través de la sensibilización de la sociedad hacia la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación y del acercamiento de los ciudadanos a los resultados de la actividad científica, tecnológica e investigadora.



El **área 2** incluye medidas para la educación, formación permanente y convergencia Universidad-Empresa. Se centra en el reto de la enseñanza universitaria para la generación de titulados cualificados en una doble dimensión: buena formación en materias propias de cada titulación para la adquisición de conocimientos, y buena formación en destrezas y habilidades necesarias para el desarrollo de una actividad profesional. El área incluye dos medidas con el fin de poner una comunicación permanente entre los sectores empresarial y universitario para orientar la provisión de perfiles profesionales con las habilidades y competencias adecuadas a las demandas del mercado en el marco del EEES:

- **Medida 7.** La empresa en la Universidad. Se plantea con el objetivo de fortalecer la presencia y la implicación de las empresas en las actividades formativas universitarias a través de la figura del Profesor Asociado Vinculado a la Empresa (PAVE) y del establecimiento de Cátedras de Empresa. Además, de ello, se incluyen contenidos relacionados con la formación complementaria de los estudiantes universitarios en materias de interés empresarial, en función de las demandas sectoriales, así como el desarrollo de proyectos de innovación educativa destinados al desarrollo de perfiles profesionales, programas de formación para profesionales y acciones de movilidad.
- **Medida 8.** La Universidad en la empresa. Gira en torno a los objetivos de desarrollar capital humano de excelencia mediante la renovación de las metodologías docentes en el proceso de convergencia con el EEES, fomentar la movilidad orientada a la formación empresarial de alumnos o la inserción laboral de recién titulados, y establecer un contacto permanente con colegios empresariales y asociaciones empresariales con el fin de facilitar un acercamiento mutuo.

Finalmente, el **área 3** plantea la **medida 9** referida al establecimiento de un diálogo Universidad-Empresa para la implantación de sistemas de trabajo en red entre el ámbito universitario y el empresarial, abordando tanto la perspectiva de transferencia de conocimiento e I+D+I como la educación y formación permanente para el desarrollo de perfiles profesionales.

De esta forma, se establece un clima político propicio para emprender reformas en los sistemas universitarios de Castilla y León que permitan acoger el desarrollo de una cultura empresarial y la formación de los estudiantes en temas de empresa y autoempleo. De hecho, la creación de empresas de base tecnológica y el desarrollo de nuevos proyectos empresariales de componente innovador entre los propios estudiantes se plantean como un punto fundamental de cooperación entre Universidad y Empresa en Castilla y León. No obstante, es importante reconocer también el potencial de otro tipo de iniciativas empresariales para estudiantes de titulaciones diferentes a las Técnicas y Experimentales. Así, por ejemplo, dada la enorme demanda de estudios vinculados a las Ciencias Sociales y Jurídicas en Castilla y León, la creación de empresas sociales se convierte en un nicho de gran interés para la Comunidad.

Es por ello que, las políticas vinculativas de Universidad y Empresa en la región deberían ampliar su foco para permitir la formación de potenciales empresarios en el seno de la propia Universidad, en base a las posibilidades que les ofrece el tejido

empresarial de la región. En suma, merece la pena reflexionar sobre la importancia de desarrollar una cultura más emprendedora en todos los niveles de la Universidad, incluyendo en la planificación académica de todas las titulaciones el entrenamiento de competencias y el fomento de actitudes positivas hacia la conducta emprendedora como opción de inserción profesional y fuente de bienestar social y económico.

CAPÍTULO 2

**El desarrollo
del espíritu emprendedor
en las Universidades públicas
de Castilla y León**



2. EL DESARROLLO DEL ESPÍRITU EMPRENDEDOR EN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE CASTILLA Y LEÓN

En el capítulo anterior se ha revisado el entramado de relaciones entre Universidad, mercado de trabajo y empresa en Castilla y León, justificándose la necesidad de incluir la formación de competencias emprendedoras en la agenda universitaria, de cara a maximizar las posibilidades de empleo de los futuros titulados universitarios y el aprovechamiento de las oportunidades que brinda el tejido empresarial de la región. En base al planteamiento seguido, el objetivo de este capítulo es el de sistematizar pautas de acción que sirvan de guía a dicho proceso en las Universidades de nuestra Comunidad Autónoma.

En primer lugar, se analiza el concepto de educación del espíritu empresarial como competencia clave para el aprendizaje permanente en el contexto de las políticas educativas, sociales y económicas desarrolladas en Europa a lo largo de la última década. En base a ello, se introduce una revisión general de la atención prestada al desarrollo y fomento de la actividad empresarial del alumnado universitario en los países de nuestro entorno.

Más adelante, se propone un modelo curricular para la inclusión de la educación del espíritu empresarial dentro de las programaciones académicas de las distintas titulaciones universitarias, y se esbozan las principales limitaciones que se imponen al proceso. En la misma línea, se revisan los planes institucionales de creación de empresas con que cuentan las Universidades públicas de Castilla y León en su intento por desarrollar el potencial empresarial de sus miembros.

Finalmente, se analizan los elementos críticos de la actitud emprendedora de los alumnos sobre los que debería incidir de manera crítica la educación del espíritu emprendedor en la Universidad de cara a movilizar su dinamización empresarial en el futuro.

2.1 ESPÍRITU EMPRESARIAL Y POLÍTICA EUROPEA

La consideración de la educación y formación del espíritu empresarial como objeto de política educativa en Europa comenzó a ser explícita a comienzos de siglo, de la mano del previamente citado Consejo Europeo de Lisboa en el año 2000. En este marco se contempló, entre los prioritarios, el objetivo de desarrollar en Europa una cultura dinámica empresarial y fomentar la creación de nuevas empresas como fuente de competitividad. Para lograr dicho cometido se planteó, entre otras cosas, la necesidad de revisar el sistema educativo europeo, resaltándose la importancia de incluir dentro del grupo de competencias básicas (leer, escribir y aritmética elemental) el espíritu emprendedor, además de las tecnologías de la información, los idiomas extranjeros, la cultura tecnológica y las habilidades para la socialización.

En ese mismo año, el Consejo de Asuntos Sociales redactó en Lisboa la *Carta Europea de la Pequeña Empresa* (Comisión Europea, 2000), que fue aprobada por el Consejo Europeo de Feria en junio del 2000. En dicho documento se reconoce la importancia de la pequeña empresa dentro de la estructura económica de Europa y se insta a los gobiernos comunitarios a dirigir sus esfuerzos estratégicos al fomento del espíritu empresarial y a mejorar el entorno en el que operan las pequeñas y nuevas empresas. Dentro de las líneas de actuación propuestas, se menciona el desarrollo del espíritu empresarial desde una edad temprana, incidiéndose especialmente en el potencial de la educación secundaria y universitaria para alentar las iniciativas emprendedoras de los jóvenes.

En un contexto más específico, en octubre del 2000, tuvo lugar el Foro sobre formación en el espíritu empresarial de Niza/Antípolis, coorganizado por la Comisión y las autoridades francesas, en el que se ratificó la necesidad de abordar la educación del espíritu de empresa desde tres frentes diferentes: en el sistema educativo (de la Educación Primaria a la Superior), en el sistema de Formación Profesional, y en las propias empresas (*intrapreneurship*¹). Igualmente, se comenzó a poner de relieve un esfuerzo por sistematizar las competencias empresariales que deberían enseñarse en contextos de educación reglada, señalándose ejemplos de buenas prácticas al respecto en los países europeos.

Las propuestas iniciales para la inclusión del espíritu empresarial como competencia clave dentro del sistema educativo fueron recogidas en el desarrollo del *Programa plurianual a favor de la empresa y el espíritu empresarial*, desde el que se organizó un plan de acción comunitario con medidas específicas dirigidas a la mejora de la situación de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), y cuya vigencia se amplió hasta el año 2007.

Posteriormente, fue aprobado el *Informe del Consejo "Educación" al Consejo Europeo sobre los futuros objetivos precisos de los sistemas de educación y formación*, en el Consejo Europeo de Estocolmo celebrado en marzo del 2001, en el que se plantea, dentro de los propósitos prioritarios para los próximos diez años, el de fomentar la formación de jefes de empresa y de trabajadores por cuenta propia a través de medidas específicas centradas en el estrechamiento de los lazos entre las empresas y los centros educativos y el desarrollo del espíritu empresarial mediante la educación reglada.

Tras un primer período de debate encaminado a la detección de necesidades y planteamiento de objetivos en materia de educación y formación del espíritu empresarial, a partir del 2002 comenzaron a articularse en el contexto de la UE diversos programas específicos de acción y políticas sociales, económicas y educativas para dar cumplimiento a los objetivos planteados.

¹ El concepto de *intrapreneurship* se refiere al proceso de emprender nuevas empresas en el contexto de organizaciones ya creadas, aprovechando nuevas fuentes de valor social y económico. De esta forma, la educación de competencias emprendedoras en los propios miembros de una empresa se considera un elemento central dentro de la política educativa europea al respecto.



Así, durante el *Consejo Europeo de Barcelona*, celebrado en marzo del 2002, se aprobó el programa de trabajo *Educación y Formación 2010*, a través del cual se desarrollan los principios y las nuevas competencias propuestas en Lisboa y se plantea un plan de acciones específicas para el seguimiento de los objetivos concretos de los sistemas de educación y formación en Europa marcados para el 2010. En concreto, se incluye el espíritu empresarial en un marco de referencia con ocho competencias clave para el aprendizaje permanente, necesarias para la realización personal, la inclusión social, la ciudadanía activa y el empleo. Se proclama de esta forma que el espíritu empresarial es una competencia fundamental para cualquier ciudadano y que debe aprenderse por medio de los sistemas oficiales de educación y formación, de cara a facilitar la puesta en marcha y la gestión de nuevos proyectos.

Durante este primer período de actividad política comienzan a publicarse diversos informes y guías de buenas prácticas por parte de la Dirección General de la Empresa en los que se recoge el estado de la cuestión. Destaquemos, por ejemplo el Informe final del grupo de expertos *Procedimiento Best² sobre educación y formación en el espíritu empresarial* (Dirección General de la Empresa, 2002), en el que se identifican iniciativas de toda Europa dirigidas a impulsar la enseñanza del espíritu emprendedor en todos los niveles de la educación, identificándose carencias importantes en la estructuración e implantación de la formación en temas empresariales en el sistema de educación pública de la mayor parte de países europeos, así como sobre la falta de una estrategia común para abordar dicho cometido en todos los niveles educativos.

Igualmente, se hace público el *Libro Verde* para el fomento del espíritu emprendedor en Europa (Dirección General de la Empresa, 2003), en el que se especifica una definición de espíritu empresarial, se insiste en su importancia socioeconómica y se hace una reflexión sobre la situación de Europa en cuestiones de dinamización empresarial. Con la aparición del *Libro Verde* se abre un periodo de observaciones y debate público sobre las políticas de fomento del espíritu empresarial en torno a dos cuestiones básicas: *¿qué se ha de hacer para que surjan más empresarios?* y *¿qué se ha de hacer para que aumente el número de empresas que crece?*

Las respuestas suscitadas a estas dos cuestiones por parte de diversas autoridades y organismos europeos, tanto públicos como privados, fueron recogidas en un documento de síntesis de la Comisión Europea (2003). De esta forma, se reconoce formalmente la importancia de proporcionar formación y apoyo a los nuevos empresarios, de forma que éstos posean los conocimientos y habilidades necesarias para hacer crecer sus empresas. Adicionalmente, se argumenta a favor de la educación de competencias empresariales en los sistemas de educación formal, como

² El *Procedimiento Best* se inició en diciembre de 2000, de acuerdo con un mandato del Consejo de Lisboa, para respaldar los esfuerzos y sinergias de los Estados miembros de la UE y Noruega en la identificación e intercambio de buenas prácticas en un número limitado de áreas, claramente definidas, de especial importancia para las empresas. La iniciativa incluye diversos proyectos destinados a la evaluación comparativa de varios temas entre los países de la UE, entre ellos, los relacionados con el fomento del espíritu empresarial a través de los sistemas públicos de educación y formación, con el fin de guiar cambios concretos en las políticas nacionales, así como para mejorar el entorno empresarial.

estrategia para estimular los intereses y las actitudes positivas del alumnado hacia el mundo empresarial y proporcionarles aptitudes valiosas para el trabajo, tanto por cuenta propia como ajena. A este respecto, el debate público recogido en el informe señala tres medidas básicas de acción: la estimulación del contacto directo del alumnado con el espíritu empresarial y el mundo de la empresa, el fomento de actitudes y competencias empresariales y la formación del profesorado.

A raíz del interés suscitado entre los gobiernos europeos por el fomento del espíritu empresarial como objeto de política económica, educativa y social, en febrero de 2004 se aprobó *El programa europeo en favor del espíritu empresarial*, que proporciona un marco estratégico para impulsar el desarrollo de competencias específicas, sobre la base de la consulta pública suscitada por el *Libro Verde*. Dicho plan de acción supone un complemento, mediante acciones focalizadas, del trabajo en curso, en particular en el marco del Programa plurianual en favor de la empresa y el espíritu emprendedor. Entre otros puntos clave, se resalta la importancia de fomentar la mentalidad empresarial y animar a un mayor número de personas a convertirse en empresarios, especialmente en el colectivo de los jóvenes. A este respecto, se mencionan medidas específicas para el intercambio de experiencias sobre herramientas políticas valiosas de cara a garantizar una educación de calidad en la materia para todos los alumnos de la UE.

De manera integrada con las medidas políticas tomadas en años anteriores, en febrero de 2004, la Comisión adoptó el *Plan de acción para el espíritu empresarial*, en el que se propusieron una serie de iniciativas para promover el desarrollo de mentalidades emprendedoras en los próximos años, y ayudar a que los empresarios realicen plenamente sus ambiciones y cuenten con un clima propicio para la actividad empresarial. Entre las nuevas áreas de política estratégica contempladas, se incluyó el fomento de la cultura empresarial entre los jóvenes, proponiéndose como medidas específicas las siguientes:

- La introducción formalizada del espíritu empresarial en el currículo educativo nacional o regional, en todos los niveles de enseñanzas regladas (desde la educación primaria a la Universidad), ya sea de manera transversal o como disciplina independiente.
- El entrenamiento y motivación del profesorado para la enseñanza del espíritu empresarial.
- El desarrollo de programas basados en métodos de "aprender haciendo", por ejemplo, a través de trabajo basado en proyectos, empresas virtuales, miniempresas, etc.
- La implicación de empresarios y empresas locales en el diseño y desarrollo de cursos y actividades sobre espíritu empresarial, y el fortalecimiento de los vínculos entre la empresa y la escuela.
- El incremento de la enseñanza del espíritu empresarial en la enseñanza superior, más allá de las disciplinas Económicas y Empresariales, con especial atención a las titulaciones Científicas y Técnicas, y poniendo especial énfasis en las fases de creación de empresas y gestión del crecimiento.

Más adelante, en noviembre del 2004, y dentro de los trabajos de seguimiento del programa Educación y Formación 2010, se formó un subgrupo de expertos, invitados



por la Dirección General de Educación y Cultura y la Dirección General de la Empresa de la Comisión Europea, cuyos trabajos se recogieron en el documento *Educación y aprendizaje del espíritu* empresarial (Dirección General de la Empresa, 2004), en el que se incluye todo un conjunto de recomendaciones políticas para los próximos años. Adicionalmente, a lo largo del 2005 se volvió a poner de manifiesto el interés por el desarrollo del espíritu emprendedor en diferentes ámbitos y documentos de la UE. Es de destacar, por ejemplo, el *Pacto Europeo por la Juventud*, adoptado por el Consejo Europeo de Primavera de 2005. La iniciativa se concibió bajo los objetivos de mejorar la formación, la movilidad, la inserción profesional y la inclusión social de los jóvenes europeos, facilitando al mismo tiempo la conciliación de la vida familiar y la vida profesional. Las directrices señaladas para dar cumplimiento a dichos propósitos se enmarcaron en la Estrategia de Lisboa y en el programa de trabajo Educación y Formación 2010, y comportaron varios elementos clave para la educación del espíritu empresarial en los jóvenes en tres áreas básicas:

- Las medidas propuestas para el fomento del empleo, la integración y la promoción social de los jóvenes incluyeron, entre otras, las de mejorar la adecuación de éstos a las necesidades del mercado de trabajo y adaptar los sistemas de educación y de formación en respuesta a las nuevas exigencias en materia de competencias. Ambas medidas otorgan un fuerte apoyo a la necesidad de contemplar la educación de competencias empresariales en contextos de educación reglada.
- Las medidas sugeridas a favor de la educación, la formación y la movilidad contemplaron el objetivo de ampliar la formación del espíritu empresarial en la educación secundaria y superior, e incluían la previsión de adoptar una comunicación sobre la formación en el espíritu empresarial para el 2006.
- Se asumió la necesidad de disponer medidas que permitieran un mayor entendimiento y conocimiento de la juventud en ámbitos como el empleo y el espíritu empresarial de cara a favorecer su participación activa en la sociedad.

Todo este proceso político se consolidó con la publicación de la *Recomendación del Parlamento Europeo y del Consejo, del 18 de diciembre de 2006, sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente*, en el que se incluyó de manera definitiva el espíritu empresarial como competencia que ha de ser entrenada a través de los sistemas formales de Educación y Formación para la vida.

En enero del 2007 entró en vigor el nuevo *Programa marco para la Innovación y la Competitividad* (CIP), que dio relevo al anterior Programa plurianual a favor de la empresa y el espíritu empresarial y marcó los nuevos objetivos a conseguir y políticas a desarrollar para el período 2007-2011. El CIP es un programa coherente e integrado que responde al relanzamiento de la Estrategia de Lisboa para mantener y desarrollar la base industrial europea mediante el impulso de la iniciativa empresarial, el fomento de la innovación en sentido amplio (principalmente de la innovación ecológica), el uso de las TIC y el uso de los recursos en orden a alcanzar un desarrollo sostenible.

En resumen, el CIP presta una atención especial a las necesidades de las PYMES para que incrementen su capacidad competitiva e innovadora y forma parte de un conjunto de programas y acciones que se complementan para cubrir actividades de cohesión, investigación, desarrollo tecnológico y demostración. Para alcanzar los objetivos propuestos, el CIP se estructura en tres subprogramas más específicos:

- El programa para la iniciativa empresarial y la innovación.
- El programa de apoyo a la política en materia de TICs.
- El programa “energía inteligente” para Europa.

El desarrollo de políticas y acciones directas para la educación y fomento del espíritu empresarial en el periodo actual se enmarcan en el *Programa para la iniciativa empresarial y la innovación*, dentro del que se ratifica la necesidad de disponer medidas específicas durante los próximos años para la inclusión de la educación del espíritu empresarial en las instituciones de enseñanza superior.

Las conclusiones asumidas hasta la fecha sobre el proceso de integración de la educación emprendedora formal en instituciones de educación superior quedan recogidas en el Informe de la Dirección General de la Empresa *La iniciativa emprendedora en la enseñanza superior, especialmente en estudios no empresariales* (2008a), en el que se esbozan las principales sugerencias para tal cometido en las Universidades de toda Europa.

2.1.1 El espíritu empresarial como competencia clave para el aprendizaje permanente

Como se ha comentado anteriormente, el programa de trabajo Educación y Formación 2010, basado en los principios de la Estrategia de Lisboa, incluye el espíritu empresarial en un marco de referencia con ocho competencias clave para el aprendizaje permanente que ha de incorporarse dentro de los sistemas de educación y formación regladas.

Una competencia clave puede definirse como el conjunto de conocimientos, destrezas y actitudes transferibles y multifuncionales necesarios para la realización y el desarrollo personal, la inclusión social y el empleo (Rychen y Salganik, 2001). Esta definición implica que este tipo de competencias pueden ser aplicadas en una gran variedad de situaciones y contextos, y que son necesarias y útiles para todos los individuos de cara a tener éxito en la vida. En resumen, estamos hablando de competencias esenciales en tres esferas vitales:

- La vida privada, promocionando el desarrollo personal y sirviendo de apoyo en el afrontamiento de los restos impuestos por la compleja sociedad moderna.
- La vida profesional, asegurando la consecución de ingresos y contribuyendo a la calidad de vida.
- La vida social, contribuyendo a su mayor desarrollo y convirtiendo al individuo en un ciudadano activo a varios niveles.

Así, frente a la adopción de una visión reducida del espíritu empresarial, a menudo definido incorrectamente en relación exclusiva a la creación de empresas y al autoempleo, el constructo implica algo más, ya que va ligado a un concepto amplio de competencias básicas para la vida. Desde este marco conceptual, el espíritu empresarial como competencia clave actúa como fuente de autorrealización personal y profesional, ciudadanía activa e inclusión social para las personas. Por tanto, el desarrollo de competencias emprendedoras constituye un factor clave para todos, y ayuda a los jóvenes a ser más creativos, seguros de sí mismos y socialmente responsables. Y es



por ello que se asume que debería ser desarrollado formalmente desde la educación obligatoria, como base de futuros aprendizajes a lo largo del ciclo vital.

El Parlamento Europeo y el Consejo (2006), definen la competencia emprendedora, denominada desde entonces “sentido de la iniciativa y espíritu de empresa”, de la siguiente forma:

Por sentido de la iniciativa y espíritu de empresa se entiende la habilidad de la persona para transformar las ideas en actos. Está relacionado con la creatividad, la innovación y la asunción de riesgos, así como con la habilidad para planificar y gestionar proyectos con el fin de alcanzar objetivos. En esta competencia se apoyan todas las personas, no sólo en la vida cotidiana, en casa y en la sociedad, sino también en el lugar de trabajo, al ser conscientes del contexto en el que se desarrolla su trabajo y ser capaces de aprovechar las oportunidades, y es el cimiento de otras capacidades y conocimientos más específicos que precisan las personas que establecen o contribuyen a una actividad social o comercial. Ello debe incluir una concienciación sobre los valores éticos y promover la buena gobernanza (L 394/17).

Igualmente, los conocimientos, destrezas y actitudes relacionadas con la competencia descrita quedan concretados de la siguiente forma:

Tabla 19. Conocimientos, destrezas y actitudes vinculados a la competencia emprendedora

Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de las oportunidades existentes para las actividades personales, profesionales y comerciales. • Comprensión, en líneas generales, del funcionamiento de la economía y de las oportunidades y desafíos que afronta todo empresario u organización. • Consciencia de la postura ética de las empresas, y de cómo estas pueden ser un impulso positivo, por ejemplo, mediante el comercio justo y las empresas sociales.
Destrezas	<ul style="list-style-type: none"> • Habilidades para la gestión proactiva de proyectos (planificación, organización, gestión, liderazgo, delegación, análisis, comunicación, evaluación y registro). • Habilidades para el trabajo autónomo y en equipo. • Capacidad de determinar los puntos fuertes y débiles de uno mismo. • Capacidad de evaluar y asumir riesgos justificados.
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativa, proactividad, independencia e innovación, tanto en la vida privada y social como en la profesional. • Motivación y determinación en la consecución de objetivos, ya sean personales o fijados en común con otros, incluido en el ámbito laboral.

Fuente: Parlamento Europeo y Consejo (2006).

2.1.2 El concepto de educación del espíritu empresarial

La aproximación amplia al concepto de espíritu empresarial como competencia clave para el aprendizaje permanente posibilita su abordaje desde la perspectiva de su utilidad para el propio desempeño de las personas en su vida cotidiana. Así, estamos ante cualidades personales que permiten una mejor autogestión y aprovechamiento de las distintas fuentes de oportunidades que puedan presentarse a los individuos en el camino hacia su realización personal. A un nivel más específico, dichas competencias permiten una mayor adaptación individual en la esfera laboral, incluyéndose aquí el trabajo por cuenta propia y ajena. En un caso, son competencias que configuran la base sobre la que los empresarios pueden establecer una actividad comercial. En el otro, el espíritu empresarial hace que el empleado sea más consciente de su contexto de trabajo y más capaz de aprovechar sus oportunidades laborales y canalizarlas hacia la creación de nuevo valor económico y social.

Así la definición del espíritu empresarial queda resumida en la propuesta por el *Libro Verde* sobre el espíritu empresarial en Europa (Dirección General de la Empresa, 2003), como *la actitud y el proceso de crear una actividad económica combinando la asunción de riesgos, la creatividad y la innovación con una gestión sólida, en una organización nueva o en una ya existente* (p. 7).

En suma, el provecho de una educación en el espíritu empresarial no se limita a que haya más empresas, a que sean más innovadoras y a que se creen más empleos. El espíritu empresarial es, sobre todo, una cuestión de actitud, en la que se refleja la motivación y capacidad de una persona a la hora de identificar y aprovechar nuevas oportunidades para producir un nuevo valor o éxito empresarial. Así, las competencias empresariales pueden ser útiles para cualquier persona y tipo de negocio. Es decir, pueden estar presentes tanto en los empresarios como en los trabajadores por cuenta ajena, y en las empresas de cualquier sector y tamaño en las diferentes etapas de su ciclo de vida, desde antes de su creación a la fase de crecimiento, traspaso o cierre, y nueva puesta en marcha.

Partiendo de este concepto amplio, la educación de competencias empresariales puede ser definida en base a dos elementos (Dirección General de la Empresa, 2002):

- La educación en competencias y capacidades empresariales dirigida al desarrollo de ciertas cualidades personales y no centrada directamente en la creación de nuevas empresas.
- La formación específica dirigida a la creación de una empresa.

Desde este enfoque, la enseñanza del espíritu empresarial se orienta tanto a impulsar desde una edad temprana las capacidades personales que forman parte del comportamiento empresarial, como a fomentar el empleo por cuenta propia como opción laboral. En el caso de las enseñanzas superiores, más allá de una orientación hacia la creación de nuevas empresas por parte de los egresados universitarios, la educación del espíritu empresarial ha de estar dirigida hacia el desarrollo de competencias útiles para el desarrollo de cualquier actividad profesional. En suma, la Universidad debería enfocar sus esfuerzos, tanto a fomentar las nuevas iniciativas empresariales en los recién titulados universitarios, como al aprovechamiento máximo del potencial de crecimiento de las empresas ya existentes a través de la formación en competencias básicas para el trabajo en la empresa. No obstante, en



este trabajo asumimos la vertiente de la educación relacionada con la formación del alumnado para la creación y gestión de nuevas empresas.

2.2 ESTADO ACTUAL DE LA EDUCACIÓN DEL ESPÍRITU EMPRESARIAL EN LAS UNIVERSIDADES EUROPEAS Y ESPAÑOLAS

De lo dicho anteriormente se deriva que la mayor parte de países europeos cuentan hoy en día con un profundo compromiso político con el fomento del espíritu empresarial a través de los sistemas reglados de educación y formación nacionales. No obstante, no existe hasta la fecha una visión clara sobre si dicho compromiso ha resultado en la inclusión de la iniciativa y el espíritu de empresa como materia transversal en los sistemas de Educación Superior. Así, a pesar de la gran proliferación de recomendaciones para la inclusión de contenidos empresariales específicos en los currículos académicos de las Universidades europeas, las herramientas prácticas para lograr dicho cometido son aún limitadas.

A partir de los resultados de la *Encuesta sobre espíritu empresarial en la educación superior en Europa* (Dirección General de la Empresa, 2008b), se estima que más de la mitad de los estudiantes de nivel superior no tienen acceso a ningún tipo de educación en temas de autoempleo y creación de empresas. Esto supone que cerca de once millones de estudiantes no tienen oportunidades de participar en actividades, dentro o fuera del currículo oficial, que puedan estimular su espíritu emprendedor. La encuesta también lleva a concluir que la educación de este tipo de competencias depende del tipo de institución analizada, los años de experiencia formativa al respecto, y la localización geográfica.

Como es de esperar, los estudiantes tienen mayores probabilidades de acceder a educación en temas de dinamización empresarial en aquellas facultades o escuelas especializadas en las ramas Económicas y Empresariales, o en instituciones multidisciplinares donde al menos exista un departamento dedicado a dichos temas. Además, en este tipo de instituciones, la educación impartida también parece ser diferente y más elaborada. Esta tendencia puede ser explicada, hasta cierto punto, por el hecho de que las instituciones con una mayor orientación empresarial han sido pioneras en introducir la enseñanza del espíritu empresarial en los últimos años y, por tanto, gozan de una mayor experiencia al respecto.

De hecho, los años de experiencia también afectan a la cantidad y calidad de la enseñanza resultante, de modo que, cuanto mayor es el tiempo que una institución ha dedicado a la formación del alumnado para la creación de empresas, más elaborado es el contenido de la misma, así como su alcance.

Y con respecto a variables geográficas, los resultados de la encuesta apuntan a diferentes posibilidades de acceso a educación emprendedora en función del país de residencia de los estudiantes. En general, los residentes en los países miembros fundadores de la UE parecen recibir formación especializada en cuestiones de creación de empresas en mayor medida que los de países no miembros o recientemente incorporados. En suma, hay más instituciones ofertantes de este tipo de educación en los países occidentales en comparación con las naciones del este europeo. A pesar de ello, el estudio no proporciona apoyo a la previsión de que la educación impartida sea más elaborada en los primeros. De hecho, parece que un mayor número de instituciones en los países del este poseen un modelo de calidad en la educación de

temas empresariales, contando con más profesores y titulaciones en comparación con los países occidentales, y con un marco de reconocimiento de méritos en educación del espíritu empresarial. La diferencia parece estar, por tanto, en que muchos más recursos son destinados a la educación emprendedora en los países occidentales.

En línea con el panorama descrito para Europa, las Universidades españolas han comenzado a dar sus primeros pasos hacia el cumplimiento de los objetivos marcados por la política europea para la educación del espíritu empresarial. En este sentido, diversas Universidades públicas han desarrollado e implementado acciones específicas de apoyo a las iniciativas empresariales surgidas en el seno de la propia comunidad universitaria, a través de programas institucionales de creación de empresas. Igualmente, en los últimos años se ha producido un incremento en la cantidad de recursos destinados a la creación de spin-off universitarias (Rodeiro, Fernández, Otero y Rodríguez, 2008) y, al mismo tiempo, diversas organizaciones y empresas privadas han hecho posible la creación de Cátedras de Empresa en la Universidad, dedicadas a actividades de investigación y formación para la creación de nuevas empresas por parte de los propios estudiantes.

A pesar de todo, existen razones de peso para pensar que los esfuerzos invertidos en el desarrollo de competencias y actitudes positivas hacia el mundo empresarial en la Universidad son aún insuficientes e insatisfactorios. Sin lugar a dudas, la mayor parte de programas académicos están más centrados en formar empleados por cuenta propia para organizaciones privadas o para la Administración pública que en ofrecer emprendedores cualificados y empresas responsables a la sociedad (Vázquez et al., 2006).

Así, si bien ya se han comenzado a articular esfuerzos para la introducción de competencias empresariales en los sistemas públicos de educación primaria y secundaria en España, no existe hasta la fecha una regulación específica para la educación de las mismas en la Universidad. El *Real Decreto 1393/2007*, de 29 de octubre, por el que se establece en España la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales según las directrices marcadas para la adaptación de la educación al nuevo EEES, no incorpora ningún tipo de mención explícita para la formación reglada de dichas competencias. Así, debido a la relativa autonomía de la que gozan las Universidades públicas en España en la organización interna de los planes de estudios, la mayor o menor implicación de la institución universitaria en la introducción de contenidos empresariales específicos en los distintos planes de estudios y titulaciones, así como en el desarrollo de actividades específicas para el fomento del espíritu empresarial entre el alumnado, depende de cada caso concreto.

Para ser precisos, tal y como en el resto de Europa, la instrucción formal en conocimientos y habilidades para el emprendizaje se limita a los planes académicos de titulaciones relacionadas con las Ciencias Económicas y Empresariales, estando ausente en el currículo de otras disciplinas, sobre todo en lo que se refiere a las Humanidades y Ciencias Sociales. De hecho, con demasiada frecuencia la creación de una empresa propia no es ni siquiera considerada como opción laboral posible para los estudiantes, por lo que no existe una conciencia clara sobre la necesidad de enseñar competencias empresariales básicas en el aula, ni una acción estructurada que permita a los estudiantes aprenderlas de forma regularizada. Todo ello conlleva una escasa receptividad y apoyo a los intereses empresariales del alumnado, de forma que una gran cantidad de ideas de negocio brillantes quedan condenadas al olvido.



A ello se une la ausencia de una cultura emprendedora en la Universidad, en el sentido de que la propia estructura de las situaciones de enseñanza-aprendizaje (por ejemplo, demasiados estudiantes por aula, excesiva rigidez de los criterios de evaluación, etc.) a menudo impiden a los estudiantes la interiorización de cualidades personales útiles como la creatividad, la proactividad, la iniciativa o la búsqueda del riesgo, lo que dificulta enormemente el desarrollo de destrezas importantes para el comportamiento empresarial.

Por tanto, no causa especial sorpresa la escasa implicación de los jóvenes estudiantes universitarios en el desarrollo de iniciativas empresariales. Así, como se ha revisado en el capítulo previo, sólo en torno al 10% de nuevas empresas creadas en España el año pasado fueron iniciadas por emprendedores menores de 25 años, estando la media de edad del emprendedor español en torno a los 40 años. Más aún, a pesar de que más del 30% de empresarios en España cuenta con estudios universitarios, se constata una tendencia generalizada a postergar el comienzo en los negocios a años más tarde de la finalización de los estudios superiores (Instituto de Empresa, 2008).

No obstante, el proceso abierto de Bolonia puede tener un efecto positivo en la educación de competencias empresariales en la Universidad, al incorporar medidas encaminadas al reconocimiento del aprendizaje no formal, el desarrollo de planes de estudios flexibles que permitan la movilidad de los estudiantes y del personal, y la colaboración entre las Universidades y los empresarios en materia de innovación y conocimientos. Dichas medidas pueden proporcionar una base consistente sobre la que sustentar la construcción de una cultura empresarial en la Universidad, que pueda ser transmitida formalmente a todos los estudiantes.

De hecho, la necesidad de enseñar contenidos relacionados con la iniciativa y el espíritu de empresa en la Universidad queda recogida dentro de los libros blancos resultantes del trabajo llevado a cabo por una red de Universidades españolas, apoyadas por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) con el objetivo explícito de realizar estudios y supuestos prácticos útiles en el diseño de los nuevos títulos de grado adaptados al EEES. Pese a que el peso específico atribuido por norma a la educación de las mencionadas competencias varía en función de cada titulación y rama científica, se considera un aspecto de interés transversal a todas ellas. El tiempo dirá si dichas consideraciones son tenidas en cuenta en el diseño e implementación de los nuevos grados en las Universidades de España en general, y de Castilla y León en particular.

Tomando como referencia la política europea al respecto, a continuación se ofrecen algunas reflexiones para la adecuada inclusión de la educación de competencias empresariales en el currículo educativo de los diferentes planes académicos universitarios.

2.3 LÍNEAS PARA LA INCLUSIÓN DE LA EDUCACIÓN DEL ESPÍRITU EMPRESARIAL EN EL CURRÍCULO UNIVERSITARIO

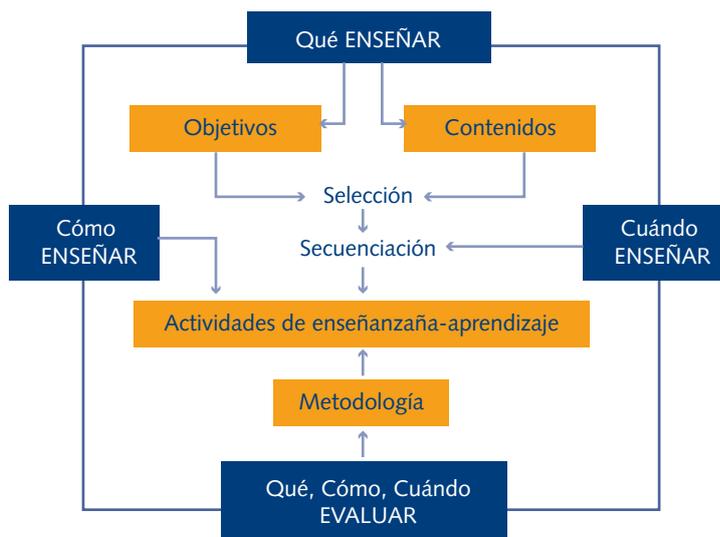
El currículo se define como la formalización de la teoría y la práctica educativa en un determinado contexto de enseñanza y aprendizaje (Sáenz, 1994). En el caso de los sistemas de educación y formación reglada, desde la Escuela a la Universidad, el currículo no es sólo una guía indicativa de lo que el alumno debe aprender (objetivos a

conseguir, contenidos a desarrollar, procedimientos y recursos a poner en juego, etc.). Más allá, el currículo desempeña funciones básicas de socialización, de transmisión de cultura y de sistematización de los procesos de enseñanza-aprendizaje.

Los elementos concretos que constituyen el currículo pueden ser identificados en cada contexto de práctica educativa concreto a partir de la respuesta a cuatro interrogantes básicos que se recogen en la figura 4:

1. ¿Qué enseñar? La respuesta a esta pregunta proporciona información sobre los objetivos y contenidos de la enseñanza.
2. ¿Cómo enseñar? Se refiere a la necesidad de llevar a cabo una planificación de las actividades de enseñanza y aprendizaje que nos permita alcanzar los objetivos marcados.
3. ¿Cuándo enseñar? Es necesario decidir también la manera de ordenar y secuenciar los objetivos y contenidos.
4. ¿Qué, cuándo y cómo evaluar? Por último, es imprescindible realizar una evaluación que permita juzgar si se han alcanzado los objetivos deseados.

Figura 4. Los elementos del currículo



Fuente: Sáenz, 1994.

A continuación se describe nuestra propuesta para la introducción de la educación del espíritu empresarial en todos los elementos constitutivos del currículo universitario, a partir de las directrices extraídas de la política europea al respecto.

2.3.1 ¿Para qué y qué enseñar? Los objetivos y contenidos de la educación del espíritu empresarial en la Universidad

Los objetivos se refieren a las intenciones educativas del currículo, y operativizan los efectos esperados de la educación sobre los destinatarios de la misma.



La revisión de diversos documentos publicados por la Comisión Europea (2003) y la Dirección General de la Empresa en la materia (2002, 2003, 2004, 2008a) permite enumerar, como objetivos prioritarios de la educación del espíritu empresarial en la Universidad, los siguientes:

- Promover el desarrollo de las cualidades personales relacionadas con el espíritu empresarial, tales como la creatividad, la iniciativa, la asunción de riesgos y la responsabilidad.
- Aportar un conocimiento temprano del mundo empresarial y un contacto con él, y ayudar a entender el papel de los empresarios en la comunidad.
- Concienciar a los estudiantes acerca del empleo por cuenta propia como posible opción profesional (el mensaje sería que, además de ser empleado, se puede ser empresario).
- Organizar actividades basadas en el aprendizaje a través de la práctica (aprender haciendo), por ejemplo, dirigiendo miniempresas o empresas virtuales.
- Dar a los estudiantes una formación específica sobre cómo poner en marcha una empresa y gestionar su crecimiento.

En suma, se trata de acercar a los estudiantes a la realidad del mundo empresarial para que *sepan, quieran y puedan* canalizar su capital humano hacia la creación de valor social y económico, tanto a través del autoempleo, como de la movilización de su dinamismo empresarial en el trabajo por cuenta ajena.

Por su parte, los contenidos constituyen la materialización de los objetivos curriculares, y pueden ser de tres tipos: conceptuales (relativos a la adquisición de conocimientos), procedimentales (relativos al desarrollo de habilidades y destrezas), y actitudinales (referentes a la interiorización de actitudes). En base a esta distinción, la Dirección General de la Empresa (2002) afirma que la enseñanza y aprendizaje del espíritu empresarial *incluye el desarrollo de conocimientos, capacidades, actitudes y cualidades personales adecuadas a la edad y el desarrollo de los escolares o estudiantes* (p. 16). Igualmente, la previamente comentada *Recomendación del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de diciembre de 2006, sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente*, operativiza los principales contenidos empresariales a introducir en el currículo universitario en base a esta triple categorización. En suma, existe un amplio acuerdo sobre los contenidos que se deberían impartir dentro de cada una de estas categorías.

En primer lugar, la impartición de contenidos conceptuales en la Universidad debería estar enfocada a desarrollar en los estudiantes el *saber* sobre cuestiones empresariales de índole diversa, fundamentalmente:

- La contribución de las empresas al desarrollo social y económico de una comunidad.
- El conocimiento de la figura del empresario y de las funciones que desempeña en su trabajo.
- Conocimientos generales sobre las características básicas de la estructura y funcionamiento empresarial, así como sobre la existencia de diferentes modelos de empresa (privada, pública, producción, comercio, servicios, empresa social, empresa de base tecnológica, spin-off, etc.) y diversas formas de convertirse en

empresario (socio fundador, accionista, trabajador *freelance*, franquiciado, en una cooperativa, etc.).

- El entorno externo en el que operan las empresas y los factores de éxito y fracaso empresarial.
- El autoempleo y la creación de una empresa propia como opción laboral para los jóvenes.
- Los pasos a seguir para la creación de una empresa, incluyendo la identificación y evaluación de ideas de negocio, el desarrollo del plan de empresa, los trámites administrativos necesarios, las fuentes de financiación disponibles, y los recursos locales de asesoramiento y gestión administrativa.
- Cuestiones básicas de propiedad intelectual e industrial.
- Las distintas formas jurídicas que puede adoptar una empresa (empresario individual, sociedad anónima, comunidad de bienes, etc.).
- Conocimientos básicos para el trabajo en las distintas áreas que integran la empresa (dirección, gestión, producción, comercialización, recursos humanos, contabilidad, etc.).
- Conocimientos legales básicos y de fiscalidad en la empresa.
- Seguridad e higiene en la empresa.
- Ética empresarial y responsabilidad social en la empresa.

A nivel de contenidos procedimentales, la educación de competencias emprendedoras debería estar enfocada a capacitar a los estudiantes universitarios para *saber hacer*, formándoles en habilidades para la identificación de oportunidades, la consecución de recursos, el desarrollo de proyectos, la dirección de equipos, la toma de decisiones, la evaluación de riesgos, etc. En suma, todas aquellas destrezas y capacidades que puedan permitirles crear y gestionar su propia empresa y trabajar eficazmente en contextos organizacionales.

Finalmente, la impartición de contenidos actitudinales en la Universidad debería estar enfocada a desarrollar en los estudiantes el *saber ser* emprendedor, mediante el fomento de cualidades personales como la creatividad, la innovación, la iniciativa, la independencia, la autoconfianza y la responsabilidad.

2.3.2 ¿Cómo enseñar? Los métodos y actividades en la educación del espíritu empresarial en la Universidad

El empleo de metodologías y actividades eficaces para la enseñanza del espíritu empresarial ha constituido otro punto de reflexión crítica en las políticas europeas y nacionales. En términos generales, se asume que el aprendizaje de competencias básicas y de conocimientos específicos para la creación de nuevas empresas requiere de la complementación de distintas estrategias de enseñanza. A continuación, se enumeran algunas guías para la selección de metodologías en la educación del espíritu empresarial en la Universidad:

1. *No abusar de los métodos basados en la teoría.* Existe un acuerdo generalizado sobre la importancia de no limitar la educación empresarial a la impartición de clases magistrales sobre los distintos contenidos de interés, si bien es indudable que muchos de los conocimientos que el alumnado debe adquirir



sobre la creación y funcionamiento de las empresas deben de estar fundamentados en la teoría. Igualmente, existe un amplio consenso sobre la idoneidad de complementar las clases magistrales como instrumento básico de enseñanza con una amplia gama de metodologías más eficaces.

2. *Desarrollar formas autónomas de aprendizaje.* Es importante fomentar una actitud activa en el estudiante, mediante métodos educativos que le permitan un mayor control sobre su propio proceso de aprendizaje. En este contexto, la adopción de un papel secundario por parte del profesor, como moderador del aprendizaje más que como proveedor de contenidos, es crucial.
3. *Fomentar el aprendizaje basado en la acción y práctica directa del alumno.* En relación con el punto anterior, la mejor manera de aprender sobre el espíritu empresarial es practicarlo de manera concreta. La innovación y la eficacia son fruto principalmente de métodos de enseñanza orientados a la acción y basados en la participación de los estudiantes, que favorecen en éstos la comprensión de los aspectos más teóricos y fomentan una actitud activa en el proceso de aprendizaje. De esta forma, en la enseñanza de competencias empresariales debe haber un equilibrio entre los estudios teóricos y un importante componente de aprendizaje a través de la práctica.
4. *Proporcionar oportunidades de aprendizaje basado en la experiencia.* La implicación del mundo exterior en la educación es una estrategia muy valorada por el alumnado. Es por ello que se recomienda ampliamente una mayor participación de las empresas y los empresarios, así como una aplicación más extendida de métodos basados en estudios de caso y proyectos concretos. De esta forma, las capacidades empresariales se presentan como una continuación lógica de los estudios, en vez de como un anexo paralelo a los mismos.
5. *Posibilitar el aprendizaje cooperativo y la interacción.* La superación de delimitaciones entre disciplinas y la colaboración multidisciplinar son elementos esenciales para la adquisición de aptitudes emprendedoras. Se trata de mezclar a estudiantes procedentes de diferentes facultades y ámbitos de estudio para que cooperen en el desarrollo de actividades y proyectos conjuntos. De esta forma, puede lograrse un mayor aprovechamiento de las competencias individuales de alumnos de diversas titulaciones, en un contexto de aprendizaje continuo y colaboración mutua de gran interés para la identificación y aprovechamiento de nuevas oportunidades.
6. *No infravalorar el papel del refuerzo.* Finalmente, es importante saber reconocer y animar a aquellos estudiantes realmente interesados en emprender sus propios proyectos empresariales, reforzando especialmente los valores de responsabilidad e innovación en la empresa. En este sentido, el establecimiento de concursos y premios a los proyectos innovadores del alumnado universitario puede ser una buena estrategia de refuerzo.

En base a estas seis orientaciones metodológicas básicas, las actividades consideradas más útiles por los expertos en la enseñanza de la cultura empresarial y la iniciativa emprendedora son las siguientes (Dirección General de la Empresa, 2008a):

- Actividades de grupo y trabajo en equipo para la concepción de nuevas ideas comerciales.

- Talleres de planes de empresa que permitan desarrollar al máximo las ideas innovadoras del alumnado.
- Estudios de caso, que planteen a los estudiantes modelos de comportamiento con los que identificarse fácilmente.
- Conferenciantes externos, especialmente empresarios y profesionales del mundo empresarial.
- Simulaciones de empresas, para el aprendizaje de la dinámica interna y el funcionamiento de las empresas.

2.3.3 ¿Cuándo enseñar? La programación y secuenciación de la educación del espíritu empresarial en la Universidad

La educación de competencias empresariales en la Universidad debe ser objeto de una planificación adecuada para su secuenciación lógica dentro del plan de estudios de cada titulación académica específica. Según un reciente informe de la Dirección General de la Empresa (2008a), los planes de estudios deberían adaptarse a las necesidades de diferentes grupos de destinatarios, en función de su nivel académico y de su especialidad.

Por nivel de estudios, la enseñanza del espíritu empresarial debe tener en cuenta las necesidades diferenciales de alumnos de distinto grado de especialización (estudios de primer, segundo y tercer ciclo, y posgraduados). El factor decisivo aquí es la progresión a lo largo de las diferentes etapas del sistema universitario. Durante los primeros cursos de educación superior, el principal objetivo debe ser la sensibilización y motivación de los estudiantes hacia el desarrollo de valores y cualidades emprendedoras, proporcionándoles una visión amplia e introductoria a los contenidos empresariales. Esto aportaría una base a partir de la cual profundizar y ampliar la preparación que el alumno necesita para desarrollar eficazmente su actividad profesional al final de los estudios, ya sea por cuenta propia o ajena.

En fases más avanzadas, el principal objetivo educativo debe ser el de canalizar el potencial emprendedor del alumnado hacia habilidades más específicas de dinamización empresarial, mediante un abordaje más especializado de los contenidos relativos a la creación y gestión de empresas. Como norma general, cuanto más alto sea el nivel de los estudios, más complejos y más acordes con la vida empresarial real deberán ser los contenidos de la enseñanza.

Igualmente, por ámbito de estudios, las diferentes especialidades y titulaciones conllevan exigencias distintas sobre los contenidos a impartir en función de las demandas profesionales del alumnado. A este respecto, los expertos coinciden en señalar que la educación del espíritu empresarial no ha de estar restringida a los planes de estudios de las disciplinas económicas y empresariales, resaltándose el potencial de los estudios técnicos, científicos y creativos para dar lugar a la aparición de ideas innovadoras y viables. En este sentido, se apuesta por la adopción de enfoques interdisciplinares en la educación del espíritu empresarial, que permitan la interacción de alumnos de diferentes titulaciones en la generación y desarrollo de sus ideas comerciales.

Por otro lado, existe un amplio consenso sobre la importancia de adaptar el contenido de la enseñanza dirigida a estudiantes de distintas disciplinas. Para los estudiantes de disciplinas Económicas y Empresariales, los principales aspectos relacionados



con la competencia empresarial se ofrecen por separado (marketing, gestión, etc.) dentro de cada plan de estudios concreto, por lo que la enseñanza del espíritu empresarial requiere un enfoque muy específico, centrado en la creación de negocios novedosos y en las fases de gestión y crecimiento de las nuevas y pequeñas empresas.

Por su parte, los estudiantes de disciplinas Científicas y Tecnológicas suelen ser muy buenos en el ámbito técnico y con frecuencia tienen unas ideas muy sólidas en materia de productos. En cambio, sus competencias en materia de comercialización y marketing son limitadas. Los estudiantes que presentan estas características requieren, por tanto, cursos adaptados sobre propiedad intelectual, procesos de comercialización, capital riesgo, etc. La finalidad debería ser que, hagan lo que hagan, los graduados de las Universidades Técnicas tengan siempre en cuenta los aspectos empresariales.

Para los estudiantes de Humanidades, el enfoque podría estar centrado en la auto-gestión y el emprendizaje social, un nuevo ámbito de crecimiento que proporciona oportunidades al servicio tanto de la comunidad como de la sociedad en general.

Finalmente, la educación en materia empresarial en los estudios de Arte y Diseño podría orientarse a las oportunidades derivadas del trabajo creativo, preparando a los graduados para que puedan trabajar como autónomos o trabajadores por cuenta propia y fundar pequeñas empresas.

2.3.4 ¿Qué, cómo y cuándo evaluar? La evaluación en la educación del espíritu empresarial en la Universidad

La evaluación es un elemento fundamental en la práctica educativa. De hecho, es inseparable de esta práctica y forma parte de una unidad con ella, permitiendo, en cada momento, recoger la información y realizar los juicios de valor necesarios para la orientación y para la toma de decisiones respecto al proceso de enseñanza y aprendizaje.

De esta forma, el ciclo de la educación de competencias empresariales en la Universidad debe estar avalado por una adecuada evaluación del nivel de conocimientos y habilidades desarrollados por el alumnado, con tres finalidades básicas:

- Conocer el grado de cumplimiento de las intenciones educativas planteadas inicialmente.
- Obtener información y *feedback* para la definición de nuevos objetivos curriculares.
- Determinar la eficacia de las estrategias y métodos de enseñanza empleados.

2.3.5 Limitaciones actuales a la educación del espíritu empresarial en la Universidad

En suma, la inclusión de la educación de la iniciativa y el espíritu empresarial en la Universidad en base a las prescripciones comentadas se plantea como un proceso largo y costoso. En este sentido, es posible identificar varias limitaciones de las que adolecen las Universidades públicas en España, las cuales dificultan la articulación de una acción integrada e institucionalizada para la educación del espíritu empresarial entre el alumnado. Entre las principales, mencionaremos las siguientes (Dirección General de la Empresa, 2008a):

- La *insuficiencia de recursos humanos y financieros* con que cuentan las instituciones públicas de enseñanza superior para hacer frente al reto.
- La *escasa capacitación del profesorado* para la impartición de las materias relacionadas con la iniciativa empresarial. Las medidas destinadas a la cualificación de los profesores para convertirlos en expertos en cuestiones empresariales de manera complementaria a su especialización científica son aún muy limitadas y costosas. En la misma línea, existen muy pocos incentivos para motivarles a que se comprometan con la enseñanza y sensibilización del alumnado en *competencias* empresariales. En suma, mientras la investigación siga siendo el principal mérito de ascenso laboral en la Universidad y se siga limitando la actividad empresarial de los investigadores, resulta difícil motivar a los profesores a desarrollar una carrera laboral basada en los valores del emprendizaje.
- La *estructura organizativa interna* de las instituciones de enseñanza superior. La rigidez de los planes de estudios de las diversas titulaciones impide la adopción de enfoques interdisciplinares útiles para la educación empresarial integral. Asimismo, las facultades y los departamentos tienden a trabajar independientemente por lo que, tanto los estudiantes que quieren cambiar de estudios, como los profesores interesados en dar cursos interdisciplinares, encuentran muchos obstáculos.
- La *escasa movilidad de profesores e investigadores*. Tanto las instituciones como los educadores se beneficiarían de los intercambios y el aprendizaje mutuo, de las fuentes abiertas de información y de los ejemplos de buenas prácticas de otros países.

2.4 PROGRAMAS INSTITUCIONALES DE CREACIÓN DE EMPRESAS EN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS DE CASTILLA Y LEÓN

A pesar de que no existe por el momento una estrategia formal para la inclusión de la educación de la iniciativa y el espíritu de empresa dentro de currículo oficial de las distintas titulaciones universitarias impartidas en la Comunidad de Castilla y León, lo cierto es que cada vez se observa una mayor toma de conciencia por parte de las instituciones públicas sobre la necesidad de difundir la cultura emprendedora entre los estudiantes y proporcionarles el apoyo que puedan necesitar para llevar a buen término sus aspiraciones e iniciativas empresariales, como incentivo al desarrollo social y económico de la región.

En este sentido, las cuatro Universidades públicas de la Comunidad Autónoma cuentan ya con programas institucionales propios destinados a estimular la dinamización de sus miembros en materia de creación de empresas. En términos generales, todos ellos disponen recursos específicos de apoyo organizados en torno a tres objetivos básicos:

- Difundir la cultura emprendedora en toda la institución universitaria, especialmente, sensibilizando a los propios estudiantes sobre las posibilidades del autoempleo y animándoles a crear su propia empresa como opción laboral.
- Detectar potenciales emprendedores entre los estudiantes y otros miembros de la comunidad universitaria y proporcionarles el asesoramiento y formación que pudiesen necesitar para orientar sus aspiraciones empresariales.
- Apoyar de cerca los pasos iniciales de las empresas creadas en el seno de la institución, facilitando el acceso a recursos financieros y de infraestructura a



aquellos estudiantes que hayan comenzado a poner en marcha algún tipo de proyecto empresarial.

A continuación se resumen las principales características de cada uno de estos programas.

2.4.1 El Programa UbuEmprende de la Universidad de Burgos³

El Programa Ubuemprende fue desarrollado en el 2008 por la Universidad de Burgos, dentro del Proyecto de transferencia de conocimiento Universidad-Empresa, Proyecto T-CUE, financiado a través de la Consejería de Educación de la Junta de Castilla y León, y liderado por la Oficina OTRI-OTC, en colaboración con el Centro Europeo de Empresas e Innovación (CEEI). La iniciativa surgió del compromiso de la Universidad de Burgos para establecer sinergias y coordinar esfuerzos que sirviesen de instrumento para fomentar el desarrollo social, económico y territorial en la provincia de Burgos a través de la vía de transferencia de conocimiento de la creación de empresas.

Las actividades contempladas por el programa en el último año se organizan en torno a cuatro grupos de acciones:

1. *Acciones de sensibilización* de la comunidad universitaria en materia empresarial y detección de potenciales interesados en crear su propia empresa como opción laboral, principalmente, la creación de talleres específicos para el fomento del espíritu emprendedor y la organización de eventos de difusión.
2. *Acciones de formación y asesoramiento* a potenciales emprendedores, desarrollando su capacidad de creatividad y proporcionando orientación y seguimiento a sus ideas de negocio.
3. *Acciones de asesoramiento* a los nuevos proyectos empresariales para la búsqueda de fuentes de financiación, y establecimiento de préstamos, premios y becas destinadas a favorecer el desarrollo económico de los mismos.
4. *Acciones de incubación de proyectos* mediante la disposición de espacios físicos que permitan el alojamiento de las empresas creadas en sus primeros meses de actividad y otros servicios de apoyo para garantizar su supervivencia en el mercado.

2.4.2 El Plan Legio de la Universidad de León⁴

El Plan Legio fue inicialmente concebido en el 2001 y finalmente puesto en práctica en el 2002, a partir de la colaboración entre la Universidad de León y CEEIs Castilla y León. Desde sus comienzos, el programa se planteó con el doble objetivo de (1)

³ La información ofrecida en este apartado sobre el Programa UbuEmprende de la Universidad de Burgos ha sido adaptada de la página web oficial del mismo: www.ubu.es/ubu/cm/ubu/tkContent?idContent=112418&locale=es_ES&textOnly=false.

⁴ La información ofrecida en este apartado sobre el Plan Legio de la Universidad de León ha sido adaptada de la página web oficial del mismo: www3.unileon.es/personal/wwddejbv/planlegio.

contribuir a optimizar el potencial creativo, emprendedor y laboral de todos y cada uno de los integrantes de la comunidad universitaria (incluyéndose aquí estudiantes, titulados, docentes, investigadores y personal administrativo y de servicios), y (2) contribuir a la generación de fuentes de riqueza y desarrollo socioeconómico en el entorno de la institución académica.

Las diferentes actuaciones desarrolladas en el marco del Plan Legio responden a una estructura secuencial, en torno a tres bloques de actividades (Placer y Vázquez, 2005):

1. *Acciones de información y difusión*, destinadas a tratar de que los distintos colectivos de miembros de la comunidad universitaria puedan tener una primera toma de contacto con los conceptos de emprendedor e idea de negocio, sobre los que se trabajará con mayor profundidad en los siguientes bloques de acciones. Para ello, se desarrollan actividades de difusión y divulgación, charlas, conferencias y seminarios orientados a:
 - > Dar a conocer la existencia del Plan Legio.
 - > Estimular y potenciar el espíritu empresarial y la cultura del emprendizaje en la Universidad.
 - > Mejorar la imagen percibida del emprendedor y de los resultados de su actividad.
 - > Concienciar a los destinatarios de las diferentes actuaciones acerca de las posibilidades reales de optar por el autoempleo como alternativa en el plano profesional y laboral (en el caso de estudiantes y titulados), así como de las posibilidades de complementar la actividad docente e investigadora (en el caso de docentes e investigadores) o profesional (en el caso de personal administrativo y de servicios) con la actividad empresarial.
2. *Acciones de pre-empresarización*, dirigidas a todos aquellos miembros de la comunidad universitaria con un mínimo de motivación por la conducta emprendedora o interesados en la constitución de su propia empresa. El objetivo de estas acciones es identificar en los participantes la existencia de alguna idea de negocio viable, avalada por la capacidad y entusiasmo de un emprendedor o grupo de ellos, conscientes de la importancia de la tarea a realizar. Como actuaciones concretas en este caso se contemplan la realización de talleres de generación y maduración de ideas, el asesoramiento en la evaluación de dichas ideas y del potencial emprendedor individual, y la realización de cursos de introducción a la gestión empresarial.
3. Finalmente, *acciones de asistencia al emprendedor*, orientadas a todos aquellos destinatarios de acciones previas que hayan identificado una idea de negocio con alto potencial de viabilidad y que declaren el firme propósito de llevarla a cabo. En este caso, la finalidad perseguida es la de transformar dicha idea en un proyecto empresarial y, a continuación, en una actividad económica real, mediante el asesoramiento y tutorización en la realización de planes de empresa. Igualmente, se contemplan acciones de seguimiento a las nuevas empresas surgidas durante sus primeros estadios de existencia.



2.4.3 El Plan Galileo de la Universidad de Salamanca⁵

El Plan Galileo ha sido desarrollado desde el año 2001 como el Plan institucional de fomento de la cultura de la innovación, el espíritu emprendedor y la creación de empresas en la Universidad de Salamanca.

Como en los casos anteriores, el objetivo central de este Plan es el de fomentar la vocación emprendedora entre todos los miembros de la comunidad universitaria, apoyando las iniciativas surgidas en la Universidad de Salamanca que pudieran conducir a la creación de nuevas empresas.

Las actividades programadas por el Plan Galileo se concretan en las siguientes:

- Información inicial sobre las posibilidades de creación de una empresa en el entorno de la Universidad de Salamanca.
- Talleres sobre competencias y habilidades asociadas al emprendizaje, así como sobre disciplinas empresariales específicas.
- Atención personalizada a los emprendedores en la etapa de maduración de su idea empresarial.
- Asesoramiento y apoyo a la realización de planes de empresa.
- Tutoría permanente durante la etapa de desarrollo del proyecto empresarial.
- Oferta de espacios físicos para el desarrollo de las actividades empresariales surgidas durante sus primeros meses de vida. Para ello se cuenta con un sistema de pre-vivero (Centro de Innovación y Dinamización Empresarial, CIDE), y dos viveros de empresas (Génesis y Parque Científico de la Universidad de Salamanca).

El CIDE constituye, sin duda, uno de los principales recursos de apoyo a emprendedores ofertados desde el Plan Galileo. En marcha desde el año 2006 en el marco de un convenio de la Universidad de Salamanca con CEEIs Castilla y León, se trata de un pre-vivero empresarial que permite a los emprendedores universitarios disponer de despachos totalmente equipados desde los que dar sus primeros pasos como empresarios. Más concretamente, los objetivos de esta iniciativa se concretan en (1) apoyar y contribuir al desarrollo de la parte empresarial de los proyectos mientras los promotores elaboran y desarrollan las primeras fases de su plan de negocio, y (2) facilitar un asesoramiento estable y permanente de los proyectos. Uno de los principales indicadores de éxito de esta iniciativa es su elevado índice de ocupación, de entre el 85% y el 100%.

2.4.4 El Programa UvaEmprende de la Universidad de Valladolid⁶

Por su parte, la Universidad de Valladolid cuenta con el programa UvaEmprende, cofinanciado por la Agencia de Desarrollo Económico de Castilla y León, el Fondo Social Europeo y la Fundación General de la Universidad de Valladolid.

⁵ La información ofrecida en este apartado sobre el Plan Galileo de la Universidad de Salamanca ha sido adaptada de la página web oficial del mismo: <http://plangalileo.usal.es>.

⁶ La información ofrecida en este apartado sobre el Programa UvaEmprende de la Universidad de Valladolid ha sido adaptada de la página web oficial del mismo: www.funge.uva.es/innovacion/tablaEmpresas.htm.

A través del Programa se vienen desarrollando diversas iniciativas, dirigidas tanto a alumnos como a investigadores para fomentar el espíritu emprendedor y la puesta en marcha de iniciativas empresariales. Los servicios que se ofrecen son:

- Formación específica para emprendedores mediante cursos cortos (10 horas) y cursos largos (40 horas).
- Talleres de maduración de ideas empresariales.
- Apoyo a la elaboración de planes de negocio a partir de proyectos fin de carrera.
- Apoyo a la elaboración de planes de negocio para jóvenes investigadores y grupos de investigación.
- Asesoría específica en temas de constitución y formación de empresas, búsqueda de fuentes de financiación, búsqueda de ayudas para la puesta en marcha y el inicio de la actividad empresarial, y otras necesidades específicas.

2.4.5 La iniciativa Campus Emprende⁷

Para terminar, y como transfondo a los planes institucionales de creación de empresas descritos en los apartados anteriores, las Universidades de Castilla y León participan de la denominada iniciativa Campus Emprende, surgida de Convenio de Colaboración entre la Universidad de Burgos, la Fundación General de la Universidad de León y la Empresa, la Fundación General de la Universidad de Salamanca, la Fundación General de la Universidad de Valladolid, y CEEIs Castilla y León, con el apoyo de la Agencia de Desarrollo Económico y la Junta de Castilla y León.

El propósito de la iniciativa es el de crear una plataforma en Internet para el lanzamiento de nuevas iniciativas empresariales surgidas en la comunidad universitaria, un punto de encuentro entre proyectos de negocio que requieran financiación e inversores que deseen financiar ideas, y un espacio de información, formación y recursos que ayuden al emprendedor en el proceso de creación y puesta en marcha de su empresa. La plataforma está organizada en torno a cuatro apartados de servicios:

1. Servicios generales de información a todos los interesados sobre diferentes cuestiones relacionadas con el espíritu emprendedor y la creación de empresas. Entre otros, se incluyen boletines de noticias, artículos de interés, entrevistas, descripciones del proceso de puesta en marcha de distintas ideas de negocio, información de ayudas y trámites en la constitución de nuevas empresas, etc.
2. Servicios para emprendedores, incluyéndose:
 - > Una zona privada de gestión de los proyectos creados por el usuario.
 - > Herramientas on-line de utilidad para que el emprendedor pueda autoevaluar su potencial al respecto y para idear su plan de empresa.
 - > Un tablón de anuncios para la publicación de propuestas de colaboración y búsqueda de socios o colaboradores para la puesta en marcha de un negocio.

⁷ La información ofrecida en este apartado sobre el Programa Campus Emprende ha sido adaptada de la página web oficial del mismo: www.campusemprende.com.



- > Un directorio de inversores acreditados en el sistema.
- > Un foro de emprendedores para el debate de temas diversos.
- 3. Servicios para inversores, con directorios de proyectos empresariales y foros de debate.
- 4. Zona Universidades, con un espacio privado para cada una de las cuatro Universidades de Castilla y León, que permite la gestión de los eventos y programas universitarios de apoyo al emprendedor.

Ciertamente, la iniciativa descrita ha supuesto una prolífera puesta en común de los recursos de las Universidades de Castilla y León por sacar el máximo provecho a las iniciativas empresariales de sus respectivas comunidades universitarias. En su conjunto con los planes institucionales descritos para cada una de ellas, denota el considerable impulso asumido por las instituciones universitarias de la región para estimular la iniciativa y el espíritu emprendedor de sus estudiantes.

2.5 LA ACTITUD EMPRENDEDORA DEL ALUMNADO UNIVERSITARIO COMO RESULTADO DE LA EDUCACIÓN

Como se ha descrito en apartados previos, el desarrollo de actitudes positivas hacia el emprendizaje, como fuente de bienestar socioeconómico y como opción laboral, se plantea como objetivo prioritario de los programas de educación y formación en los estudiantes universitarios. De esta forma, se asume que el fomento de una cultura más emprendedora en la institución universitaria y, en especial, en el alumnado, representa un paso previo al surgimiento de vocaciones laborales con potencial para dar pie a la creación de nuevas empresas.

El concepto de "actitud" ha sido objeto de estudio dentro de la literatura psicológica durante siglos. De manera simple, puede definirse en términos de la predisposición aprendida a responder de un modo consciente, a favor o en contra, ante un objeto social, el cual puede ser una persona, un hecho, o cualquier otro producto de la actividad humana (Eiser, 1989).

Más concretamente, Rodríguez (1991) define la actitud como la organización duradera de creencias y cogniciones en general, dotada de una carga afectiva a favor o en contra de un objeto definido, que predispone a una acción coherente con las cogniciones y afectos relativos a dicho objeto. En base a esta definición, pueden distinguirse tres componentes de las actitudes:

- Componente cognoscitivo, relativo a la representación mental que el individuo tiene del objeto en cuestión. Está formado, por tanto, por el conjunto de información de la que la persona dispone en relación a dicho objeto, así como sobre sus percepciones y creencias sobre el mismo. En suma, hablamos de lo que la persona piensa con respecto a un determinado tema.
- Componente afectivo, referido a los sentimientos que el objeto evoca en la persona, y que pueden ser a favor o en contra del mismo.
- Componente conductual, relativo a la tendencia a reaccionar hacia el objeto de estudio de una determinada manera. Es, por tanto, el componente activo de la actitud.

Diversas teorías extraídas de la Psicología Social ponen el acento en la relación entre actitud y conducta, argumentándose que cuanto más favorables sean los pensamientos y sentimientos de una persona en relación a una determinada acción, mayor será su propensión a desarrollar dicho comportamiento (Ajzen y Fishbein, 1980; Ajzen, 1987, 1991;). Bajo estos postulados, el estudio de las actitudes también ha sido extendido a la explicación de los procesos de elección de carrera profesional. En el caso del desarrollo de carreras emprendedoras, se asume que cuanto más positivas sean las creencias de la persona sobre la figura del empresario y la acción de crear una empresa y más favorables sean los sentimientos que esas percepciones despierten, mayor será también la probabilidad de que la persona finalmente decida emprender su propio negocio (Shapero y Sokol, 1982). Diversos estudios han demostrado esta relación entre actitud y conducta emprendedora (Krueger y Carsrud, 1993; Krueger y Brazeal, 1994; Krueger, Reilly y Carsrud, 2000).

Por ello, en un momento tan inicial, como es el actual, en el proceso de inclusión del espíritu empresarial como competencia clave a desarrollar en la Universidad, parece lógico que los primeros intentos educativos se orienten hacia el fomento de actitudes emprendedoras entre los estudiantes. Esto implica hacerles reflexionar sobre el autoempleo como opción plausible de proyección laboral, llevarles a sentirse capaces de crear su propia empresa, minimizar sus percepciones de obstáculos en el proceso y maximizar sus anticipaciones de éxito y de resultados positivos con la creación de sus propias empresas. Este paso previo contribuiría a la creación de un clima propicio para avanzar hacia objetivos más amplios basados en la formación integral de conocimientos y destrezas más específicas que les ayuden a llevar a la práctica las ambiciones empresariales suscitadas.

Se presentan a continuación los principales elementos de la actitud emprendedora de los estudiantes sobre los que una adecuada educación en la Universidad debería incidir para movilizar su dinamismo empresarial.

2.5.1 Proyecciones laborales

Tradicionalmente, la explicación del surgimiento de iniciativas emprendedoras desde el punto de vista de la elección de carrera, ha sido explicada en base al análisis por parte de la persona de las alternativas de empleo por cuenta propia o ajena. Los primeros intentos a este respecto partieron del concepto probabilístico de utilidad esperada, desde el que se asume que las personas optarán por la alternativa profesional a la que atribuyan mayores probabilidades de obtener resultados deseables en términos de ingresos económicos, satisfacción personal y otro tipo de recompensas sociales.

Desde este punto de vista, Baumol (1968) ha sugerido que los individuos eligen ser emprendedores cuando la utilidad percibida en términos de salud, poder y prestigio es masificada a través de tal opción profesional. Campbell (1992), propuso teóricamente que, en su decisión, los potenciales emprendedores comparan las ganancias esperadas netas de emprender (resultado de multiplicar los ingresos medios del emprendedor exitoso por la probabilidad de tener éxito) con las ganancias esperadas netas de ser asalariado (resultado de multiplicar los ingresos medios de salario por la probabilidad de obtener el empleo). Por su parte, Eisenhauer (1995) ha desarrollado un modelo económico sobre la decisión de convertirse en emprendedor basado en



la utilidad esperada en términos de ingresos y condiciones laborales, resultante de comparar la alternativa del autoempleo con la de la contratación por cuenta ajena. En la misma línea, Douglas y Sheperd (2000) han planteado una teoría que explica, en parte, la elección de un individuo entre las posibilidades del autoempleo y el empleo dentro de una organización preexistente a través de un modelo de maximización de la utilidad sobre el comportamiento humano. Dicho modelo predice que, en el contexto de la elección de carrera, un individuo esperará obtener utilidad a partir de los ingresos, y utilidad o inutilidad del esfuerzo laboral, asunción de riesgos, independencia y otras condiciones laborales.

Igualmente, los modelos explicativos de la iniciativa empresarial basados en procesos actitudinales (Shapiro y Sokol, 1982) consideran la decisión de emprender como un proceso intencional complejo a partir del cual la persona opta por la opción del autoempleo en base a su saliencia frente a otras opciones de empleo por cuenta ajena. De esta forma, puede hipotetizarse que las personas mostrarán una mayor predisposición hacia la conducta emprendedora cuando sus actitudes hacia ésta sean más favorables que las suscitadas por el empleo asalariado. Por ejemplo, Kolvereid (1996) analizó las preferencias de una muestra de estudiantes universitarios hacia la creación de una empresa propia a partir de sus actitudes hacia el autoempleo frente al trabajo en empresas ya creadas.

En definitiva, parece que se asume la existencia de una contraposición entre empleo por cuenta propia y ajena en la explicación de las preferencias laborales de los estudiantes. De esta forma, el fomento del espíritu empresarial desde la Universidad debería partir de un cambio de perspectiva en la educación que permitiera orientar la aproximación prevalente hacia la formación de empleados para empresas privadas o para la Administración Pública hacia el foco de la educación de empresarios competentes para la sociedad. Así, el estudio de las proyecciones laborales del alumnado universitario hacia diferentes opciones de empleo por cuenta propia y ajena permite identificar el efecto que la educación recibida está causando sobre sus actitudes hacia la creación de una empresa propia como opción de inserción y desarrollo profesional.

2.5.2 Competencia percibida para la creación de una empresa

La educación de competencias para el emprendizaje en la Universidad también debería influir sobre el grado en que los estudiantes se perciben capacitados para crear su propia empresa, como indicador de actitud positiva hacia el desarrollo de la conducta en cuestión.

El constructo de competencia percibida o autoeficacia ha sido desarrollado por Bandura (1986, 1997) en las últimas décadas, quien lo define en relación a los juicios de una persona sobre sus propias habilidades para llevar a cabo una conducta concreta y obtener un determinado nivel de resultados. Se ha comprobado reiteradamente que esta variable psicológica desempeña un papel crucial en la explicación del rendimiento en distintos contextos comportamentales. En suma, el grado en que la persona se siente capaz de emprender una determinada acción afecta al nivel de persistencia y esfuerzo invertidos en la misma y, con ello, al rendimiento final.

En contextos de elección de carrera, la autoeficacia se refiere a la capacidad personal percibida para desempeñar un determinado trabajo, prediciendo de este modo

los intereses ocupacionales de las personas (Bandura, 1997). En suma, los individuos evitan profesiones para las que no se sienten preparados, y se dedican a aquellas carreras y empleos en las que se perciben competentes (Krueger y Dickson, 1994). Por ello, la autoeficacia ha sido una variable de gran peso en diversos modelos explicativos de los procesos de elección de carrera en estudiantes (Lent, Brown y Hackett, 1994; Lent et al., 2001, 2002). E igualmente, la competencia percibida para emprender ha sido analizada como actitud determinante de la creación de nuevas empresas en distintos colectivos de estudiantes universitarios (De Noble, Jung y Ehrlich, 1999; Zhao, Seibert y Hills, 2005; Moriano, Palací y Morales, 2006).

La educación representa una fuente indudable de autoeficacia para desarrollar una determinada tarea (Bandura, 1986, 1997). A través de la presentación de modelos exitosos realizando la conducta en cuestión, el ensayo de la acción en primera persona, y los ánimos infundidos por los entrenadores, las personas aprenden las competencias necesarias para desempeñar dichas acciones en contextos reales de ejecución. Por ello, la educación de la iniciativa y el espíritu emprendedor constituye una fuente inigualable de aprendizajes para la creación de empresas que debe favorecer los sentimientos de capacidad y las actitudes positivas hacia la factibilidad de la conducta emprendedora en los estudiantes.

A un nivel general, la educación debe favorecer en el alumnado universitario sentimientos de competencia a dos niveles:

- Competencia personal, desarrollando en ellos una actitud positiva hacia sus propias cualidades que les permita verse como emprendedores en todas las esferas de su vida.
- Competencia profesional, fomentando actitudes positivas hacia sus propios conocimientos y habilidades para crear una empresa.

A un nivel más específico, la educación debería tener un efecto positivo sobre el grado en que los estudiantes se perciben capaces de desarrollar las principales conductas implicadas en la creación y gestión de una nueva empresa, entre ellas:

- Identificar oportunidades de negocio en el entorno y desarrollarlas en la forma de comercialización de nuevos productos en el mercado.
- Desarrollar el capital humano de la empresa creada para llevar a buen puerto el proyecto empresarial.
- Desenvolverse en el ambiente laboral de la nueva empresa, normalmente marcado por el estrés, la tensión y el riesgo de fracaso.
- Desarrollar y mantener relaciones adecuadas con otros implicados en la vida de la empresa, como inversores, proveedores, empresas de la competencia y clientes.

2.5.3 Anticipación de dificultades y previsiones de éxito

El interés por la creación de una empresa como opción laboral y las percepciones de capacidad para emprender no siempre derivan en el surgimiento de una nueva actividad empresarial, habida cuenta de que son múltiples los obstáculos o dificultades que en un momento dado pueden impedir seguir adelante con el proyecto inicial. Así, cuando alguien decide hacer frente al reto que supone establecer su propia empresa,



debe tener en cuenta que está afrontando el doble desafío de materializar el resultado de su iniciativa y, a la vez, de diseñar y desarrollar su propio puesto de trabajo, tarea a la que deberá dedicar multitud de esfuerzos, sacrificios y previsiones, tanto antes, como durante y después del inicio de la aventura empresarial (Placer y Vázquez, 2005).

En este sentido, la actitud de los estudiantes hacia las dificultades y esfuerzos que supone la creación de una empresa, así como sus anticipaciones sobre la posibilidad de que ésta conducta pueda ser llevada a cabo con éxito son elementos a tener en cuenta en la educación del espíritu empresarial en la Universidad, por su potencialidad para afectar la decisión final de emprender.

Varios estudios cualitativos demuestran que las personas tienen en cuenta potenciales barreras (Swanson, Daniels y Tokar, 1996) y apoyos (McWhirter, Hackett y Bandalos, 1998) en sus proyecciones profesionales. No obstante, a menudo, el efecto de los obstáculos externos que se imponen a la realización de una conducta no depende tanto del carácter objetivo de éstos como de la percepción subjetiva de los individuos y, por tanto, de la forma en que se enfrentan a ellos (Vondracek, Lerner y Schulenberg, 1986). Es decir, las personas no se limitan a responder pasivamente ante las cosas que pasan a su alrededor, sino que realizan una construcción personal de ello. Así, un mismo estímulo puede ser percibido como oportunidad por una persona y como amenaza por otra. Por ello, cada individuo construye su propia estructura de oportunidades (Astin, 1984), lo que implica que las barreras, recursos y refuerzos presentes en un determinado contexto están sujetos a la interpretación individual de cada persona. De esta forma, es importante conocer la forma en que el individuo percibe las influencias del ambiente para entender cómo reacciona ante ellas (Lent et al. 1994, 2001, 2002).

En el caso de la conducta emprendedora, se deriva que las personas que perciben más barreras y anticipan mayor esfuerzo para crear una empresa desarrollarán una actitud reacia a emprender. Por el contrario, quienes perciben más oportunidades de éxito serán más propensas a iniciar una aventura empresarial.

2.5.4 Expectativas de resultados

Las expectativas de resultados se refieren a las percepciones de la persona sobre la probabilidad de que sus acciones acarreen determinadas consecuencias. Diversas teorías psicosociales relacionan las expectativas de resultados con la tendencia a embarcarse en determinadas conductas (Vroom, 1964; Locke y Henne, 1986; Bandura, 1986, 1997), bajo el argumento de que la elección de una determinada alternativa en los procesos de decisión complejos depende en gran medida de la probabilidad de que la conducta seleccionada produzca unas determinadas consecuencias, junto con la importancia que la persona otorga a las mismas.

Desde este punto de vista, las expectativas de resultados han sido una variable central en muchos modelos explicativos de los procesos de elección de carrera (Bandura, 1986, 1997; Lent et al., 1994, 2001, 2002). Estudios llevados a cabo con diferentes muestras, incluidas mujeres con alto desempeño y éxito laboral (Richie, Fassinger, Prosser y Roinson, 1997), jóvenes en proceso de transición al mundo laboral (Blustein, Philips, Jobin-Davis, Finkelberg y Roarke, 1997), y estudiantes universitarios (Lent et al., 2002), sugieren que las personas dan una gran importancia al entorno, en especial a las opiniones de otras personas significativas, a la hora de elegir y llevar a cabo una determinada carrera profesional.

A este respecto, Bandura (1986, 1997) distingue entre tres tipos de resultados esperados que afectan la elección de carrera profesional:

- Resultados físicos, consistentes en consecuencias tangibles de la conducta, por ejemplo, el dinero.
- Resultados autoevaluativos, relativos al efecto que causa la realización de la conducta sobre los propios estados internos de la persona, por ejemplo, sobre sus sentimientos de satisfacción personal.
- Resultados sociales, relativos al efecto que causa la realización de la conducta en las relaciones con otras personas, por ejemplo, sobre la imagen social que los demás tienen del individuo.

De ello se deriva que la actitud de las personas ante la posibilidad de que crear su propia empresa les reporte altos niveles de ingresos económicos, altos sentimientos de satisfacción personal y prestigio social en la imagen generada ante los demás, les hará percibir la conducta de emprender como altamente deseable (Shapiro y Sokol, 1982) y, como consecuencia, manifestarán una mayor preferencia por el trabajo por cuenta propia. De hecho, algunos trabajos citados en los apartados anteriores refuerzan la idea de que la decisión de emprender depende, en gran medida, de la probabilidad de obtener resultados deseables a través de la empresa creada, frente a los resultados atribuidos al trabajo por cuenta ajena (Baumol, 1968; Campbell, 1992; Eisenhauer, 1995; Douglas y Sheperd, 2000).

Por tanto, de nuevo en este caso es asumido que la educación de la iniciativa y el espíritu de empresa en la Universidad debe presentar la opción del autoempleo como altamente atractiva y beneficiosa para los estudiantes, resaltando sus beneficios y ventajas al triple nivel físico, autoevaluativo y social, de cara a movilizar el potencial emprendedor del alumnado y del resto de miembros de la comunidad universitaria.

CAPÍTULO 3

**Educación para la creación
de empresas y actitud
emprendedora en
la Universidad de León**



3. EDUCACIÓN PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS Y ACTITUD EMPRENDEDORA EN LA UNIVERSIDAD DE LEÓN

Analizada la importancia de la educación de la iniciativa y el espíritu de empresa en la Universidad para el desarrollo de actitudes favorables hacia la creación de empresas entre el alumnado, el último capítulo de este trabajo está destinado a la descripción de un estudio llevado a cabo durante el curso académico 2008/2009 en la Universidad de León, a través de la financiación de la Cátedra Bancaja de Jóvenes Emprendedores. El estudio estuvo dedicado a conocer las opiniones de los propios estudiantes sobre la educación y apoyo prestado al emprendizaje en la Universidad, así como sus actitudes hacia la creación de una empresa propia como opción laboral a corto plazo.

A pesar de que los resultados presentados en este trabajo se refieren a la situación actual de la Universidad de León, se entiende que las conclusiones derivadas pueden ser generalizables al resto de Universidades de Castilla y León. En el capítulo previo de este trabajo se ha puesto de relieve que en todas ellas la inclusión de la educación de competencias para el emprendizaje como parte del currículo oficial de las distintas titulaciones es muy limitada. Asimismo, los programas institucionales de creación de empresas con que cuentan las cuatro Universidades de la Comunidad Autónoma comportan elementos y planes de acción similares, que denotan una creciente preocupación por la detección de emprendedores potenciales en la institución y la estimulación y apoyo a sus intereses empresariales. Por todo ello, se entiende que los resultados de este estudio pueden ser, en gran medida, descriptivos del panorama general de Castilla León, por lo que las recomendaciones derivadas pueden ser fácilmente aplicables a todas sus Universidades, suponiendo importantes implicaciones para la mejora de la situación futura de todas ellas y para el aprovechamiento eficaz de las oportunidades que ofrece el tejido empresarial de la región.

En el caso concreto de la Universidad de León, existen estudios previos conducidos en el marco del Plan Legio que denotan la escasa atención prestada a las necesidades de los estudiantes en materia de educación empresarial. Por ejemplo, en una investigación llevada a cabo en el año 2006, se avanzaron tres conclusiones clave en relación a este tema (Vázquez et al., 2006). Primero, se observó que estudiantes de todas las titulaciones manifestaban un claro interés por el desarrollo de actividades relacionadas con la creación de empresas en la Universidad, como cursos de temática diversa, servicios de asistencia, puntos de información y asesoramiento, actividades basadas en el juego, etc. En segundo lugar, se constató que los estudiantes percibían una desconsideración general de cuestiones relacionadas con el espíritu emprendedor en la agenda universitaria, expresando su deseo generalizado por una mayor atención a dichas cuestiones en la Universidad. Finalmente, se apreciaron

diferencias significativas entre la importancia percibida y deseada que los estudiantes atribuían a la promoción del espíritu empresarial en la Universidad, a la generación de un clima de apoyo al emprendizaje, y a la introducción de contenidos relacionados con el autoempleo y la creación de empresas en todos los programas académicos. En suma, estos resultados llevaron a concluir que la aproximación prevalente asumida en la Universidad, más centrada en el entrenamiento de profesionales y empleados por cuenta ajena que en la formación de empresarios y empresas responsables para la sociedad, estaba impidiendo la adecuada detección y satisfacción de las necesidades de aquellos estudiantes que sí estaban interesados en crear su propia empresa como opción laboral de futuro.

De cara a profundizar más en los resultados comentados, este estudio se centra en el análisis de las percepciones de los estudiantes universitarios sobre la adecuación de la educación y motivación en materia emprendedora recibida en la Universidad, de cara a detectar posibles diferencias en la forma en que alumnos de distintos cursos y ramas científicas valoran la función desempeñada por la institución universitaria a este respecto. Igualmente, en el estudio se analiza la actitud emprendedora de los estudiantes, indagándose en la relación que existe entre educación del espíritu empresarial y vocación emprendedora entre estudiantes en distintos estadios y áreas de especialización universitaria.

A continuación se describen más detenidamente los objetivos del estudio, el diseño metodológico empleado en la recogida y análisis de los datos y los principales resultados obtenidos. Finalmente, se comentan las conclusiones del trabajo y las recomendaciones derivadas de las mismas.

3.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO

El objetivo general del estudio descrito es analizar el efecto del paso por la Universidad y la especialización en diferentes ramas científicas sobre las valoraciones de los estudiantes en cuanto a la educación y apoyo prestado por la institución a sus iniciativas emprendedoras, así como sobre sus actitudes hacia la creación de una empresa propia como opción laboral.

Más específicamente, dicho objetivo se puede operativizar en los siguientes:

1. Conocer las opiniones de los estudiantes universitarios sobre la educación emprendedora impartida en la institución, y sobre la motivación y apoyo prestado a los intereses empresariales del alumnado.
2. Analizar las diferencias entre las percepciones de estudiantes de primer y último curso de carrera sobre la educación del espíritu empresarial en la Universidad, determinando el grado de cumplimiento de las expectativas iniciales del alumnado al final del periodo formativo.
3. Analizar las diferencias entre las percepciones de estudiantes de distintas titulaciones sobre la educación del espíritu empresarial en la Universidad, determinando el tratamiento diferencial de dichas cuestiones en función de la rama de especialidad.
4. Evaluar la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios, en términos de proyección laboral hacia el trabajo por cuenta propia y ajena, competencia percibida para crear una empresa, anticipación de dificultades y previsiones de éxito, y expectativas de resultados atribuidos a la figura del empresario.



5. Analizar el efecto del paso por la Universidad sobre la actitud emprendedora de los estudiantes, mediante la comparación de matriculados de primer y último curso en las variables comentadas.
6. Analizar la actitud emprendedora de estudiantes de distintas titulaciones, mediante su comparación en las variables comentadas.
7. Determinar la relación entre percepciones de educación empresarial en la Universidad y actitud emprendedora de estudiantes en distintos estadios formativos y titulaciones.
8. Derivar las conclusiones del estudio en recomendaciones útiles para la inclusión del espíritu empresarial en el currículo oficial de los distintos programas universitarios y para el fomento de la actitud emprendedora de los estudiantes.

3.2 PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO DEL ESTUDIO

A continuación se describe la muestra empleada en el estudio, así como los procedimientos utilizados en la recogida y análisis de datos.

3.2.1 Descripción de la muestra

El estudio fue conducido a partir de una muestra representativa de estudiantes de primer y último curso de todas las especialidades académicas impartidas en la Universidad de León durante el curso académico 2008/2009. En la selección de la muestra se empleó un procedimiento de muestreo aleatorio simple, en base a los criterios de distribución real del alumnado por curso académico (primero versus último) y facultades o escuelas de los dos Campus de la provincia, en León (Campus de Vegazana) y Ponferrada. La muestra total obtenida por este procedimiento ascendió a 1.156 alumnos encuestados, cifra claramente superior a la requerida de 646, según un nivel de confianza para la representatividad del 95% ($p = q = 0,50$), siendo el error muestral de $\pm 2,44$.

En la tabla 20 se especifica la distribución de la muestra por curso académico y rama científica, en relación al total de alumnos de primer y último curso matriculados en la Universidad de León durante el año de estudio. En concreto, la muestra de estudiantes de primer curso estuvo integrada por un total de 661 encuestados, de los que el 10,4% estudiaba en la rama de las Ciencias Experimentales, el 15% cursaba sus estudios en la rama de la Salud, el 61,4% estaba matriculado en titulaciones vinculadas a las Ciencias Sociales y Jurídicas, el 3,6% cursaba sus estudios en la rama de Humanidades, y el 9,6% estudiaba en el área de las Ciencias Técnicas.

En relación a los alumnos de último curso, se obtuvo una muestra final de 495 encuestados. En base a la distinción por rama científica, el 7,5% de los estudiantes estaba matriculado en las Ciencias Experimentales, el 14,3% en las Ciencias de la Salud, el 54,7% en las Ciencias Sociales y Jurídicas, el 5,1% en las Humanidades, y el 18,4% en las Ciencias Técnicas.

Tabla 20. Distribución de la muestra por curso (primero vs. último) y rama científica

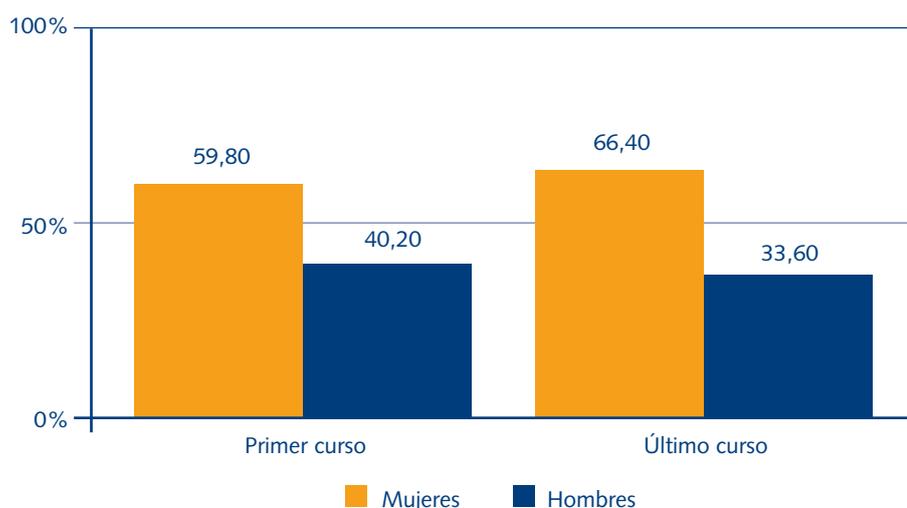
Rama	Universo		Muestra obtenida	
	Primer curso	Último curso	Primer curso	Último curso
Ciencias Experimentales	257	175	69	37
Ciencias de la Salud	370	331	99	71
Ciencias Sociales y Jurídicas	1.072	762	406	271
Humanidades	129	106	24	25
Ciencias Técnicas	398	458	63	91
Total	2.226	1.832	661	495

Fuente: Elaboración propia.

La distribución de los alumnos por rama científica denota un claro predominio de estudios centrados en el área de las Ciencias Sociales y Jurídicas, en consonancia con la oferta formativa predominante en las Universidades de Castilla y León.

Finalmente, en función del sexo de los participantes del estudio, 724 fueron mujeres y 432 fueron varones, lo que corresponde a unos porcentajes del 37,4% y el 62,6%, respectivamente. Esta distribución es coherente con la realidad, puesto que, como se ha comentado anteriormente, en los últimos años se viene observando un mayor acceso por parte de mujeres a estudios de nivel superior en comparación con sus iguales de género masculino, tendencia que se constata a un triple nivel regional, autonómico y nacional. No obstante, teniendo en cuenta la distribución de sexos en las submuestras de estudiantes de primer y último curso, se aprecia una mayor dispersión en el caso de los alumnos de último curso.

Figura 5. Distribución de las muestras de estudiantes de primer y último curso en función del sexo

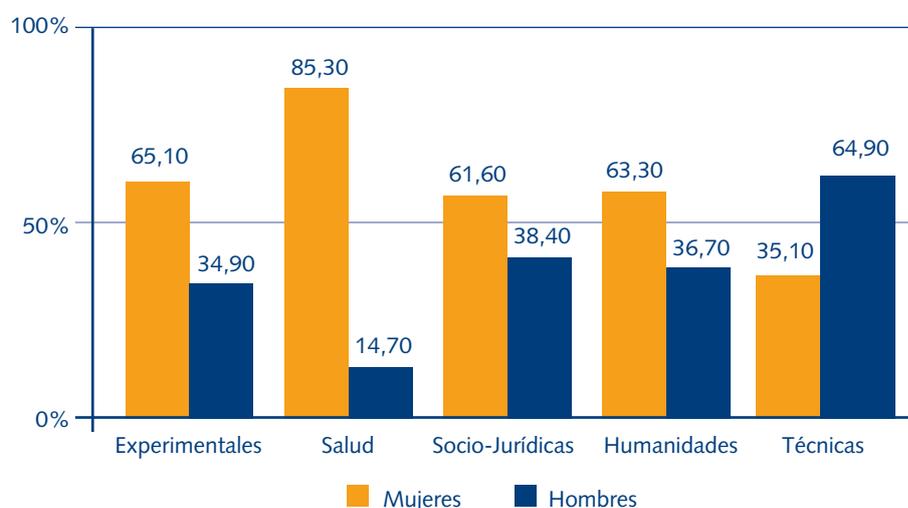


Fuente: Elaboración propia.



Igualmente, la distribución de sexos sigue diferentes patrones si se considera el total de encuestados de primer y último curso por ramas de especialidad científica. En este caso, el porcentaje de mujeres superó al de varones en prácticamente todas las titulaciones, siendo la discrepancia especialmente evidente en el área de la Salud, donde se encuestó a un 85,3% de mujeres, frente al 14,7% de varones. La excepción se encuentra en el caso de las titulaciones enmarcadas en las ramas Técnicas, donde predominan los encuestados varones, en un porcentaje del 64,9% frente al 35,1% de mujeres.

Figura 6. Distribución de las muestras de estudiantes de primer y último curso en función de la rama científica y el sexo



Fuente: Elaboración propia.

Sin entrar en detalles sobre si las diferencias descritas entre sexos son representativas de las distribuciones reales o responden a un patrón aleatorio en la elección de la muestra, lo que sí parece claro es que es importante tenerlas en cuenta en la interpretación de los resultados.

3.2.2 Procedimiento de recogida de datos

Los datos del estudio fueron recogidos a través de una metodología de encuesta, mediante la administración de un cuestionario construido íntegramente para los propósitos de esta investigación. Para el desarrollo de la versión final de las escalas de la encuesta se partió de un banco inicial de ítems, los cuales fueron sometidos a pruebas de pre-test. A partir de los resultados y del juicio experto de los investigadores, se seleccionaron los ítems finales a incluir en la versión final del cuestionario por su potencial para proporcionar información de interés para el trabajo.

El cuestionario desarrollado estuvo integrado por varios apartados referidos a las distintas variables de estudio. En primer lugar, se pidió a los encuestados que proporcionasen información básica sobre su sexo, titulación y curso, con fines descriptivos y clasificatorios de la muestra.

Un segundo apartado de dedicó a conocer las percepciones de los estudiantes sobre la formación de la iniciativa y el espíritu de empresa en la Universidad, así como sobre la motivación y apoyo prestado al surgimiento de nuevas iniciativas empresariales entre el alumnado. Para ello se pidió a los encuestados que expresasen su opinión en relación a cuatro tópicos:

- El tratamiento general de cuestiones relacionadas con el emprendizaje en la Universidad.
- El tratamiento general de cuestiones relacionadas con el emprendizaje en el plan de estudios específico cursado por cada alumno.
- El apoyo proporcionado por la institución a los estudiantes interesados en crear una empresa.
- La motivación infundida por el profesorado para animar a los estudiantes a crear su propia empresa.

El encuestado debía valorar cada ítem en una escala de respuesta numérica de once puntos tipo Likert, cuyas opciones oscilaban de 0 (totalmente inadecuado) a 10 (totalmente adecuado).

Un tercer apartado de la encuesta estaba orientado a conocer las proyecciones laborales de los estudiantes en base a las tres alternativas de crear una empresa propia, acceder a un puesto de empleo asalariado en una empresa privada, o aprobar unas oposiciones de funcionario para la Administración pública. Para cada opción, el encuestado debía señalar su preferencia frente a las otras dos mediante una escala tipo Likert de 0 (preferencia mínima) a 10 (preferencia máxima).

En cuarto lugar, se preguntó a los encuestados sobre sus percepciones de competencia, general y específica, para crear una empresa. Para evaluar la competencia general percibida se emplearon dos ítems en los que el alumno debía indicar el grado en que se sentía capacitado para poner en marcha un negocio a ambos niveles personal y profesional. El ítem de competencia personal percibida se refería a la confianza del individuo en sus cualidades y experiencias personales para emprender, mientras que el ítem de competencia profesional estaba centrado en el nivel de confianza depositado en los conocimientos y destrezas adquiridas para crear una empresa. En los dos casos, los encuestados debían autovalorarse mediante una escala Likert de respuesta, desde 0 (competencia mínima) a 10 (competencia máxima).

Por su parte, la competencia específica percibida se midió a través de trece ítems relativos a las tareas básicas implicadas en la creación y trabajo del empresario en el contexto de una nueva empresa. De nuevo, los participantes debían indicar para cada ítem su nivel de confianza percibida para desempeñar las tareas especificadas, empleando una escala Likert de 0 (competencia mínima) a 10 (competencia máxima). A partir de los estudios previos de De Noble y cols. (1999) y Moriano y cols. (2006) sobre autoeficacia emprendedora, los ítems de la escala empleada en este trabajo se referían a las siguientes tareas:

- Identificar una oportunidad de negocio.
- Elaborar un proyecto empresarial para aprovechar dicha idea.
- Diseñar productos adecuados a la demanda actual.
- Comercializar los productos en el mercado.



- Seleccionar y formar a personal eficaz en el desarrollo del proyecto empresarial.
- Generar un entorno de trabajo adecuado en la organización.
- Tolerar condiciones de estrés y conflicto en la organización.
- Tolerar cambios imprevistos en las condiciones del negocio.
- Persistir frente a la adversidad.
- Desarrollar y mantener relaciones con potenciales inversores.
- Desarrollar y mantener acuerdos o alianzas con proveedores y distribuidores.
- Desarrollar y mantener acuerdos o alianzas con otros competidores.
- Desarrollar y mantener relaciones comerciales con los clientes.

En quinto lugar, se incluyó una escala de tres ítems en el cuestionario, con el objetivo de evaluar la anticipación de dificultades y esfuerzos en el proceso de crear una empresa, así como las previsiones de éxito en dicha conducta. De esta forma, los encuestados debían expresar sus opiniones sobre la dificultad y esfuerzo entrañado mediante una escala Likert de once puntos, de 0 (esfuerzo/dificultad mínima) a 10 (esfuerzo/dificultad máxima). Asimismo, debían valorar en el tercer ítem el grado en que consideraban que podrían tener éxito si se decidiesen a emprender, en la misma escala de respuesta, esta vez de 0 (mínima probabilidad de éxito) a 10 (máxima probabilidad de éxito).

Finalmente, se incluyó una escala de tres ítems para evaluar las expectativas de resultados que los participantes del estudio atribuían al trabajo de empresario. En cada caso, se presentó un tipo de resultado físico (ingresos económicos), autoevaluativo (satisfacción personal), y social (imagen positiva ante los demás), para que los estudiantes estimasen la probabilidad de conseguir cada uno de ellos a través de la conducta instrumental de emprender un negocio en el futuro. La escala de respuesta empleada oscilaba de 0 (probabilidad mínima) a 10 (probabilidad máxima).

Las encuestas finales fueron aplicadas a los estudiantes durante los meses de octubre y diciembre de 2008, en el contexto de clases universitarias programadas, aleatoriamente seleccionadas en base a los criterios de representatividad establecidos por cursos académicos y facultades o escuelas. En cada caso, se contó plenamente con la autorización correspondiente del profesor responsable de cada clase.

Los cuestionarios fueron distribuidos entre los participantes del estudio por personal encuestador cualificado para resolver las posibles dudas que pudiesen surgirles durante la cumplimentación del cuestionario. Todos los estudiantes de la muestra final respondieron a los ítems de la encuesta de manera voluntaria, una vez informados sobre los objetivos y alcance del estudio y sobre la confidencialidad de los datos proporcionados.

3.2.3 Procedimiento de análisis de datos

Los datos recogidos fueron sistematizados en una base de datos para su posterior tratamiento estadístico mediante el programa informático SSPS 15.0.

Para dar cumplimiento a los objetivos planteados, se llevaron a cabo tres grupos de análisis descriptivos. En primer lugar, se analizaron las medias obtenidas por la muestra total de estudiantes encuestados en todos los ítems de las escalas del cuestionario, de cara a conocer la tendencia general de las percepciones del alumnado sobre

la educación y apoyo a la iniciativa empresarial en la Universidad, así como de su actitud emprendedora en base a los elementos considerados. A continuación, las puntuaciones asignadas por los estudiantes a cada ítem de la encuesta fueron categorizadas en tres niveles de respuesta: bajo (puntuaciones de 0 a 3), intermedio (puntuaciones de 4 a 6), y alto (puntuaciones de 7 a 10). De esta forma, se trató de indagar en la distribución de puntuaciones en todas las variables analizadas, para describirlas con mayor precisión.

En un segundo grupo de análisis descriptivo se repitió el mismo procedimiento para cada una de las dos submuestras de estudiantes de primer y último curso. De esta forma, se analizó la tendencia de las puntuaciones de cada grupo de estudiantes, posibilitándose la comparación de las percepciones de educación en la Universidad y la actitud emprendedora del alumnado al comienzo y a la finalización de sus estudios.

Finalmente, se condujo el mismo tipo de análisis descriptivos con los cinco grupos de estudiantes categorizados por rama científica (Ciencias Experimentales, Ciencias de la Salud, Ciencias Sociales y Jurídicas, Humanidades y Ciencias Técnicas). El propósito en este caso se centró en la comparación de las variables de interés entre grupos de estudiantes de distintas titulaciones, con el objetivo de analizar la actitud emprendedora del alumnado de cada orientación académica y de detectar deficiencias en la educación y apoyo institucional prestado a los alumnos en función de cada facultad o escuela.

El estudio descriptivo de las variables incluidas en la investigación en función del curso y la titulación académica de los participantes se completó con un análisis multivariado de la varianza (MANOVA), destinado a conocer la existencia de diferencias estadísticamente significativas entre distintos grupos de estudiantes.

El MANOVA es un tipo de análisis estadístico que permite analizar el efecto de una o más variables independientes (VIs) categóricas sobre un grupo de variables dependientes (VDs) relacionadas entre sí. En concreto, el análisis permite determinar la existencia de diferencias significativas desde un punto de vista estadístico entre las distintas categorías de VIs en relación al agregado de VDs tomadas conjuntamente. En este caso, se tomaron como VIs el curso académico (con las dos categorías de primer curso versus último curso) y la rama académica (con las cinco categorías de titulaciones Experimentales, de la Salud, Socio-Jurídicas, Humanidades y Técnicas). Las VDs correspondieron a los ítems de las escalas sobre percepciones de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad, proyecciones laborales, competencia percibida general y específica, anticipaciones de dificultades, esfuerzo y éxito en la creación de empresas y expectativas de resultados. De esta forma, se trató de comprobar la existencia de diferencias entre las puntuaciones de estudiantes de distintos cursos y ramas académicas en las mencionadas variables.

Para analizar el efecto multivariado de las dos VIs sobre las VDs tomadas conjuntamente se consultaron, en cada caso, los estadísticos F y los valores λ de Wilks arrojados por el sistema (Tabachnick y Fidell, 1996). Para ambos, se asumió un nivel de significación alpha inferior a $p = 0,05$, lo que implica una probabilidad de certeza predictiva del 95%. El tamaño del efecto vino indicado por el valor correspondiente al *eta al cuadrado parcial*, el cual informa sobre la proporción de la varianza conjunta de las puntuaciones en las VDs explicada por el efecto de la VI.

Una vez comprobada la existencia de un efecto significativo sobre el complejo de VDs, se indagó sobre la existencia de diferencias inter-grupos estadísticamente significativas



en cada variable concreta. Para ello, se consultaron los estadísticos F resultantes para cada VD, identificándose aquellos que llevaban asociado un nivel alpha significativo. En este caso, para reducir la probabilidad de error Tipo 1 (es decir, dar por significativa una diferencia que en realidad no lo era), se empleó un nivel de significación más restrictivo, de acuerdo al ajuste de Bonferroni (Tabachnick y Fidell, 1996), resultante de dividir el valor tradicional de 0,05 por el número total de VDs analizadas. En nuestro caso, al tratarse de un total de 28 VDs (4 ítems sobre educación percibida, 3 sobre proyección laboral, 15 sobre competencia percibida general y específica para crear una empresa, 3 sobre anticipación de dificultades y previsiones de éxito, y 3 sobre expectativas de resultados), el nivel del alpha empleado para considerar significativas las diferencias intergrupales en cada variable fue de $0,05 / 28 = 0,0017$. Igualmente, el *eta al cuadrado parcial* multiplicado por 100 proporcionó información sobre el porcentaje de la varianza en cada VD explicada por el efecto de la VI.

Una vez identificadas las diferencias intergrupales significativas, la interpretación de los resultados se centró en la comparación de las puntuaciones medias obtenidas por cada grupo de estudiantes en cada variable de interés. Puesto que la VI referida a la rama académica estuvo dividida en más de dos categorías (recordemos que existen cinco grupos de titulaciones comparables), se hizo necesario conducir nuevos análisis post hoc que permitieran esclarecer entre qué grupos concretos de individuos se concentraban las diferencias halladas significativas. Para ello, se empleó la prueba HDS de Tukey, que se basa en el análisis de las diferencias de medias entre las categorías de VI tomadas dos a dos. Se consideraron significativas las diferencias asociadas a un nivel alpha de $p < .05$, de acuerdo a criterios estadísticos típicos.

3.3 RESULTADOS

3.3.1 Análisis global de resultados

Se presentan, en primer lugar, los resultados de los análisis descriptivos llevados a cabo con la muestra total.

3.3.1.1 Percepciones de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora

En términos generales, los estudiantes encuestados valoraron bastante negativamente el papel desarrollado por la Universidad en cuestiones de educación para el emprendizaje y motivación a los intereses empresariales del alumnado, con puntuaciones medias ligeramente inferiores al punto intermedio de 5 en tres de los cuatro ítems empleados. Únicamente el ítem relativo al apoyo percibido a la iniciativa empresarial obtuvo un aprobado en la escala, con una media de 5,67.

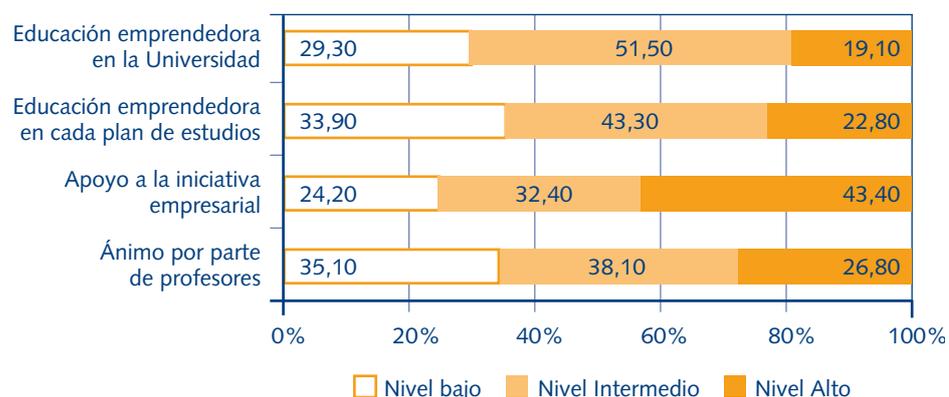
Tabla 21. Percepciones de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad (muestra total)

Variable	Media	Desviación típica
Educación emprendedora en la Universidad	4,58	2,28
Educación emprendedora en cada plan de estudios	4,54	2,47
Apoyo a la iniciativa empresarial	5,67	2,88
Ánimo por parte de profesores	4,55	2,80

Fuente: Elaboración propia.

Analizando la distribución de puntuaciones en tres niveles (bajo, intermedio y alto), se observa que, coherentemente a lo comentado, la mayor parte de las puntuaciones se concentraron en niveles medios y bajos en los tres ítems sobre educación emprendedora en la Universidad y en cada plan de estudios, y ánimo infundido por parte de profesores. Únicamente el porcentaje de puntuaciones altas superó el 40% en el ítem de apoyo a la iniciativa empresarial en la Universidad.

Figura 7. Niveles percibidos de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad (muestra total)



Fuente: Elaboración propia.

3.3.1.2 Proyecciones laborales

En relación a las aspiraciones profesionales de los encuestados, se observó una marcada preferencia por el trabajo en la Administración pública (con una puntuación media de 6,94 en la escala de 0 a 10), seguido por el empleo asalariado en empresas privadas (5,63) y, muy de lejos, por la creación de una empresa propia (4,41). Así, en consonancia con las pobres valoraciones sobre el papel de la Universidad en temas de educación y apoyo al emprendizaje, se constata una actitud bastante negativa del alumnado universitario hacia el autoempleo, que se perfila como opción profesional menos deseable que las otras dos.

Tabla 22. Proyecciones laborales de los estudiantes (muestra total)

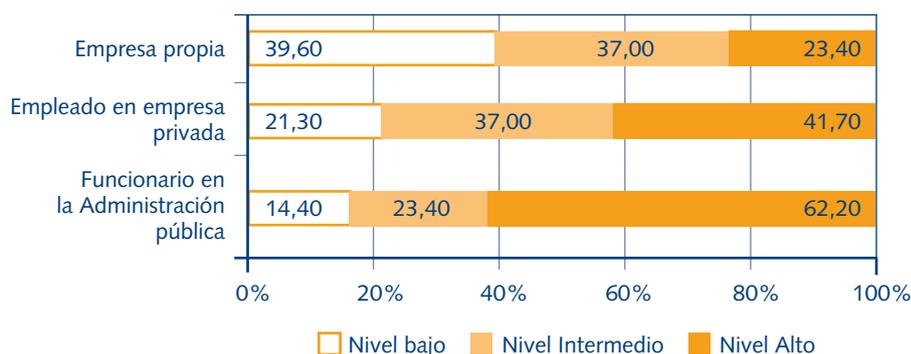
Variable	Media	Desviación típica
Empresa propia	4,41	2,81
Empleado empresa privada	5,63	2,64
Funcionario en la Administración pública	6,94	2,80

Fuente: Elaboración propia.



Igualmente, cuando se tiene en cuenta la distribución de las puntuaciones por niveles, se aprecia un predominio de puntuaciones bajas y medias en la valoración de la creación de una empresa como opción laboral, y una mayor proporción de puntuaciones altas en el caso de las dos opciones de empleo por cuenta ajena, especialmente en el caso del trabajo en la Administración pública.

Figura 8. Niveles de proyecciones laborales (muestra total)



Fuente: Elaboración propia.

3.3.1.3 Competencia percibida para la creación de una empresa

La tabla 23 recoge las puntuaciones medias obtenidas por el total de estudiantes encuestados en los ítems sobre competencia percibida para crear una empresa, tanto a nivel personal y profesional general, como en términos específicos de tareas concretas.

Tabla 23. Competencia percibida general y específica para la creación de una empresa (muestra total)

Variable	Media	Desviación típica
Competencia personal	5,19	2,61
Competencia profesional	4,27	2,56
Identificar una oportunidad de negocio	5,73	2,10
Elaborar un proyecto empresarial para aprovechar dicha oportunidad	6,10	2,04
Diseñar productos adecuados a la demanda actual	6,24	2,04
Comercializar los productos en el mercado	6,37	2,06
Seleccionar y formar a personal eficaz en el desarrollo del proyecto empresarial	6,10	2,04
Generar un entorno de trabajo adecuado en la organización	7,29	1,88
Tolerar condiciones de estrés y conflicto en la organización	6,37	2,25
Tolerar cambios imprevistos en las condiciones del negocio	5,91	1,99
Persistir frente a la adversidad	6,78	2,01
Desarrollar y mantener relaciones con potenciales inversores	6,03	2,01

Continúa

Continuación

Variable	Media	Desviación típica
Desarrollar y mantener acuerdos o alianzas con proveedores y distribuidores	6,42	2,06
Desarrollar y mantener acuerdos o alianzas con otros competidores	6,05	2,09
Desarrollar y mantener relaciones comerciales con los clientes	6,86	2,15

Fuente: Elaboración propia.

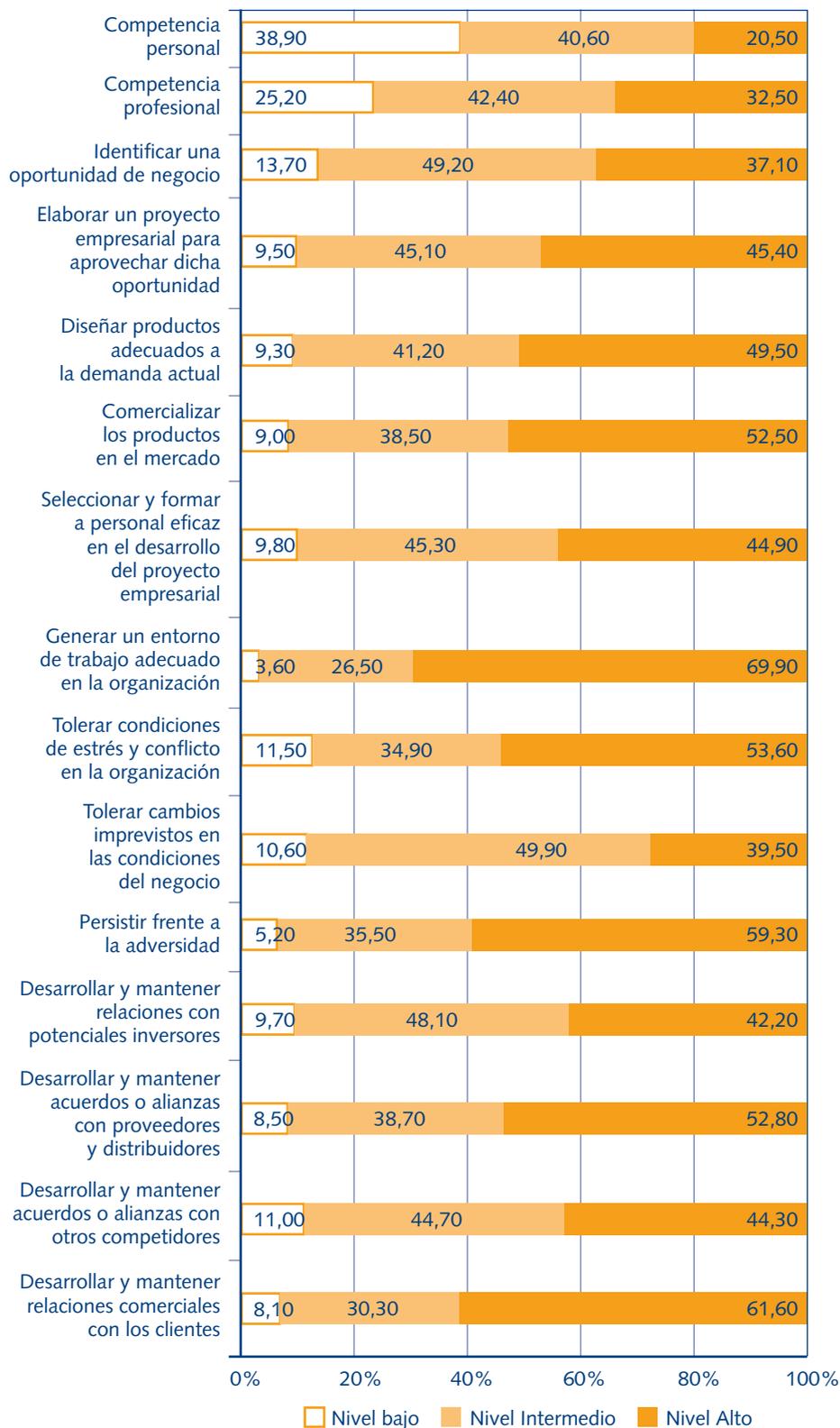
En términos generales, puede decirse que los estudiantes declararon sentirse poco preparados para crear una empresa, tanto a nivel personal, con una media de 5,19 en la escala de 0 a 10, como profesional, con una media de 4,27. En este sentido, los encuestados parecían confiar más en sus propias cualidades como empresarios que en sus habilidades y conocimientos para emprender, en línea con sus pobres percepciones de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad.

Paradójicamente, las puntuaciones medias obtenidas fueron más altas en los ítems relativos a la competencia percibida por los individuos para llevar a cabo tareas emprendedoras concretas, con medias superiores en todos los casos al punto intermedio de 5. Las actividades para las que los encuestados se sintieron más preparados correspondieron a generar un entorno de trabajo adecuado en la organización (con una media de 7,29), desarrollar y mantener relaciones comerciales con los clientes (6,86), persistir frente a la adversidad (6,78), y desarrollar relaciones con proveedores y distribuidores (6,42). En el otro extremo, las puntuaciones medias más bajas se concentraron en las tareas de tolerar cambios imprevistos en las condiciones del negocio (5,91) y, especialmente, en la identificación de oportunidades de negocio (5,73).

El mismo patrón de resultados se aprecia al analizar la distribución de puntuaciones por niveles en cada uno de los ítems analizados, de forma que, en los dos enunciados de competencia general percibida se observa un escaso peso de puntuaciones altas, al contrario de lo que ocurre en los ítems referidos a las percepciones de competencia específica para crear una empresa. Estos resultados se resumen en la siguiente figura.



Figura 9. Niveles de competencia percibida general y específica para la creación de una empresa (muestra total)



Fuente: Elaboración propia.

En suma, estos resultados sugieren que, a pesar del escaso valor otorgado por los estudiantes a la labor desempeñada por la institución universitaria en la formación y fomento del emprendizaje, los conocimientos y especialización proporcionada en los planes de estudios llevan a los alumnos a sentirse competentes para establecerse como autoempleados.

3.3.1.4 Anticipación de dificultades y previsiones de éxito

En relación a los problemas percibidos en el proceso de creación de una nueva empresa, los estudiantes no manifestaron excesiva preocupación por la dificultad entrañada por dicha conducta, con una puntuación media en el ítem ligeramente por encima del valor intermedio de 5. Algo superior fue el valor medio obtenido en el ítem sobre la anticipación de esfuerzo en la creación de empresas, que ascendió a 6.35. Así, parece que el hecho de autoperibirse competentes para realizar las tareas emprendedoras propuestas lleva a los estudiantes a considerar la creación de una empresa como un propósito moderadamente fácil y realizable. A pesar de ello, los encuestados atribuyeron relativamente bajas probabilidades de éxito a su conducta emprendedora (con una media de 5.94).

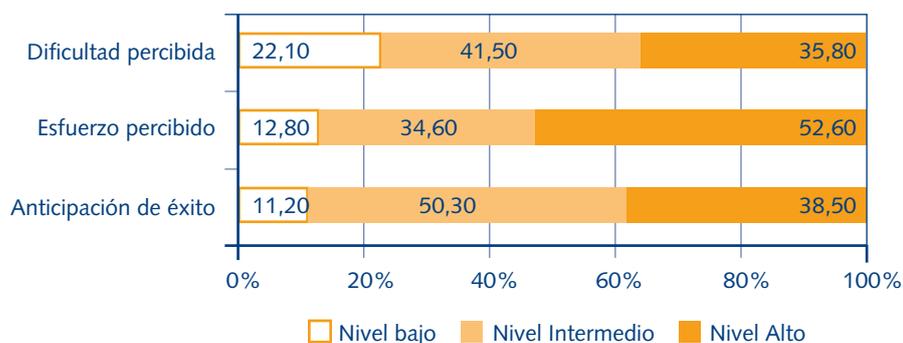
Tabla 24. Anticipación de dificultades y previsiones de éxito en la creación de una empresa (muestra total)

Variable	Media	Desviación típica
Dificultad percibida	5,44	2,51
Esfuerzo percibido	6,35	2,41
Anticipación de éxito	5,94	2,25

Fuente: Elaboración propia.

Esta tendencia de resultados se detalla en la figura 10, donde se aprecia una alta concentración de puntuaciones bajas y medias en los ítems referidos a anticipación de dificultades y previsiones de éxito, y un mayor peso de puntuaciones altas en el ítem sobre percepciones de esfuerzo necesario para poner en marcha un negocio.

Figura 10. Niveles de anticipación de dificultades y previsiones de éxito en la creación de una empresa (muestra total)



Fuente: Elaboración propia.



En suma, se entiende que la educación impartida en la institución universitaria no está contribuyendo a fomentar en los estudiantes una percepción realista de las grandes dificultades y esfuerzos que supone la creación de una empresa. Igualmente, no parece que se esté presentando la opción del autoempleo ante los alumnos como alternativa de empleo positiva, lo que se traduce en bajas percepciones de éxito.

3.3.1.5 Expectativas de resultados

Finalmente, las puntuaciones medias obtenidas por los participantes del estudio en los tres ítems relativos a las expectativas de resultados con la conducta de emprender, muestran que las principales recompensas atribuidas por los estudiantes al emprendizaje son de carácter personal, en términos de satisfacción (puntuación media de 6,69). Siguen en importancia las recompensas económicas y, finalmente, las de tipo social, con unas puntuaciones medias de 5,42 y 5,28. No obstante, obsérvese que las puntuaciones no superan el 7 en ninguno de los tres casos, lo que sugiere que los estudiantes universitarios tienden a mantener una imagen bastante negativa del empresario como trabajador que obtiene recompensas moderadas en su trabajo.

Tabla 25. Expectativas de resultados con la creación de una empresa (muestra total)

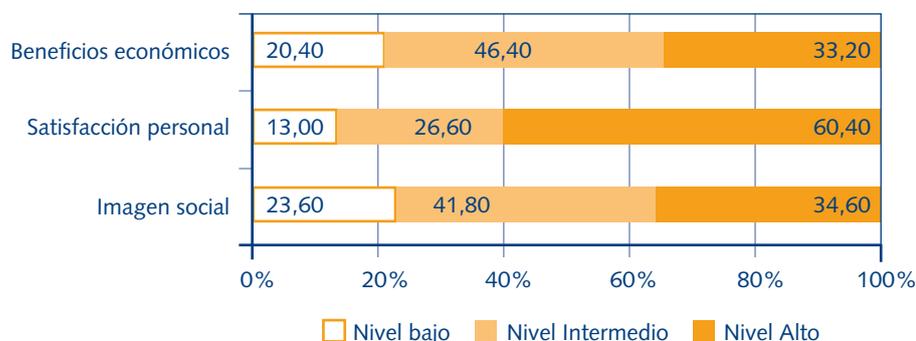
Variable	Media	Desviación típica
Beneficios económicos	5,42	2,47
Satisfacción personal	6,69	2,65
Imagen social	5,28	2,69

Fuente: Elaboración propia.

En la figura 11 se presentan gráficamente estos resultados. En la línea de lo comentado, es de destacar el predominio de puntuaciones altas en el ítem relativo a las expectativas de satisfacción personal. Frente a ello, contrasta la predominancia de puntuaciones bajas-medias en las expectativas de resultados de los estudiantes en términos de retribución económica e imagen proyectada ante los demás.

En conjunto, estos resultados ponen de manifiesto la transmisión de una visión negativa del empresario ante el alumnado universitario, que les lleva a infravalorar el potencial de la opción de emprender en términos de resultados laborales positivos, a nivel físico, personal y social. Esto, unido a las escasas probabilidades de éxito adelantadas por los estudiantes en sus iniciativas empresariales lleva a plantear en ellos la existencia de una actitud bastante negativa ante la posibilidad de convertirse en empresarios.

Figura 11. Niveles de expectativas de resultados con la creación de una empresa (muestra total)



Fuente: Elaboración propia.

3.3.2 Análisis de resultados en función del curso de los estudiantes

Se presenta a continuación el análisis descriptivo de los resultados en base a la comparación de alumnos de primer y último curso en las variables de interés. Igualmente, se presentan al final del apartado los resultados del MANOVA correspondientes al estudio del efecto del paso por la Universidad sobre la educación percibida y la actitud emprendedora del alumnado.

3.3.2.1 Percepciones de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora

Tal como se resume en la tabla 26, los estudiantes de primer curso valoraron más positivamente los cuatro ítems relativos a la educación y apoyo al emprendizaje prestado en la Universidad que sus iguales de último curso. En el caso de éstos, las puntuaciones medias no superaron ni siquiera el aprobado de 5 en la escala de 0 a 10.

Tal y como ocurría en el análisis de la muestra total, la cuestión más positivamente valorada por los dos grupos fue el apoyo prestado en la Universidad a los alumnos interesados en crear una empresa (con puntuaciones medias de 6,48 y 4,60, respectivamente), lo que reafirma la importancia de los programas institucionales de creación de empresas en contextos de enseñanza superior.

Tabla 26. Percepciones de los estudiantes de primer y último curso sobre la educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad

Variable	Primer curso	Último curso
Educación emprendedora en la Universidad	5,07	3,93
Educación emprendedora en cada plan de estudios	5,14	3,74
Apoyo a la iniciativa empresarial	6,48	4,60
Ánimo por parte de profesores	5,24	3,63

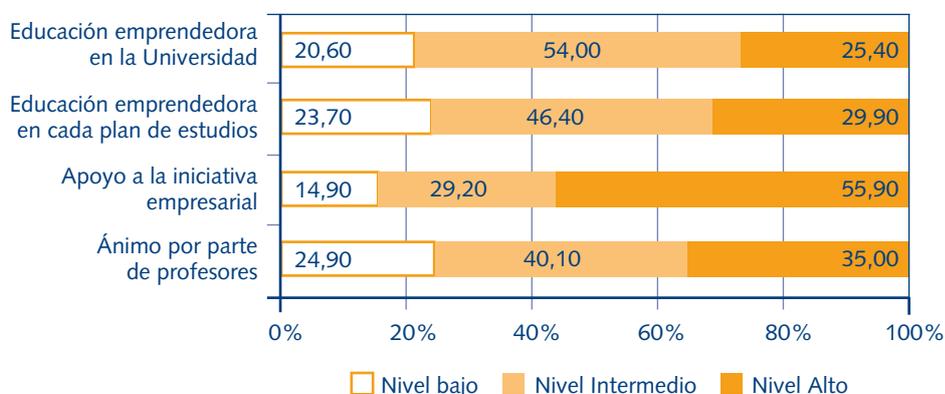
Fuente: Elaboración propia.



En consonancia con lo comentado, las figuras 12 y 13 presentan la distribución de puntuaciones bajas, medias y altas de los dos grupos de estudiantes en los cuatro ítems analizados. En suma, se pone de manifiesto el mayor peso de puntuaciones altas en el caso de los estudiantes recién ingresados en la Universidad, frente al predominio de puntuaciones bajas en el caso de los estudiantes de último curso.

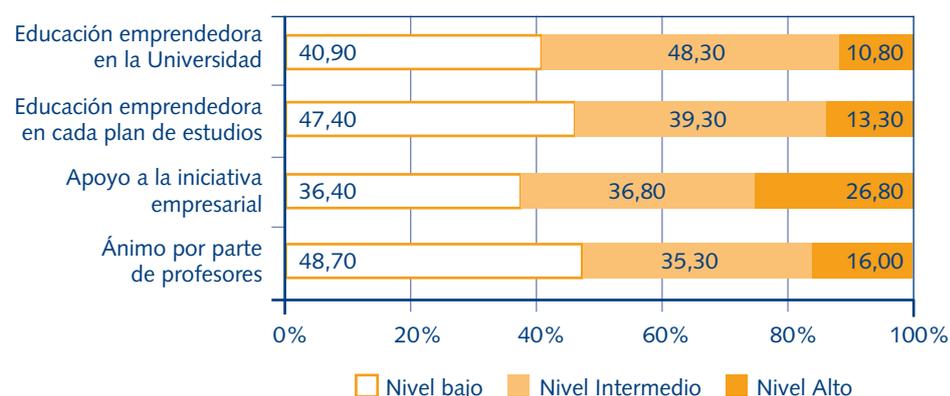
Así, parece que el paso por la experiencia formativa de la Universidad no satisface en absoluto las expectativas iniciales de los alumnos sobre la posibilidad de que la institución de educación les entrene en competencias empresariales y les apoye en sus iniciativas al respecto.

Figura 12. Niveles percibidos por los estudiantes de primer curso de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad



Fuente: Elaboración propia.

Figura 13. Niveles percibidos por los estudiantes de último curso de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad



Fuente: Elaboración propia.

3.3.2.2 Proyecciones laborales

En consonancia con lo anterior, el paso por la Universidad también parece consolidar las preferencias laborales de los estudiantes. Aunque los dos grupos analizados declararon su predilección por el empleo en la Administración pública, la puntuación media fue más alta en el caso de los estudiantes de último curso (7,20 frente a 6,75). Lo mismo ocurrió con la opción del empleo en empresas privadas, elegida en segundo lugar con unas puntuaciones medias de 5,75 en los futuros egresados y 5,53 en los estudiantes de primer curso. Finalmente, pese a que la opción de crear una empresa ocupó la última posición en el ranking para los dos grupos, los estudiantes de último curso la descartaron en mayor medida que los de primero, siendo las medias de 4,22 y 4,56 en este caso.

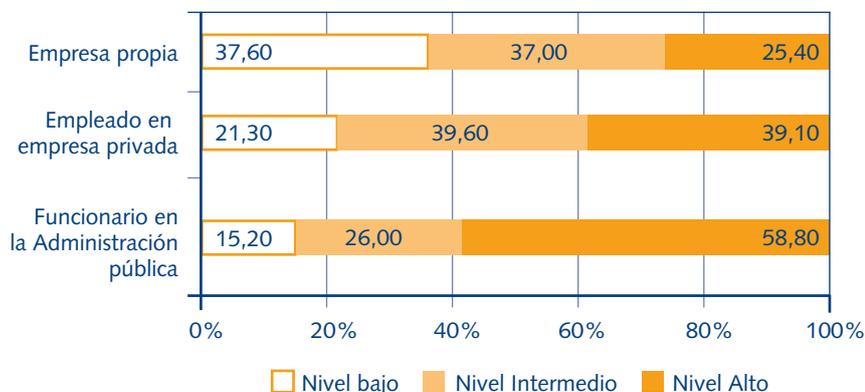
Tabla 27. Proyecciones laborales de los estudiantes de primer y último curso

Variable	Primer curso	Último curso
Empresa propia	4,56	4,22
Empleado empresa privada	5,53	5,75
Funcionario en la Administración pública	6,75	7,20

Fuente: Elaboración propia.

Estas tendencias laborales son especialmente obvias si analizamos la distribución de respuestas por niveles para cada muestra de estudiantes por separado, tal y como se recoge en las siguientes figuras. El porcentaje de respuestas altas en el ítem referente a la preferencia por el empleo en la Administración pasó del 58,8% en los estudiantes de primero al 66,8% en los de último curso, reduciéndose al mismo tiempo la proporción de puntuaciones bajas. Por el contrario, en el ítem relativo a la creación de empresas se observa la tendencia opuesta, pasando el porcentaje de respuestas altas del 25,4% al 20,8%, y aumentando en los alumnos de último curso la proporción de respuestas intermedias y bajas.

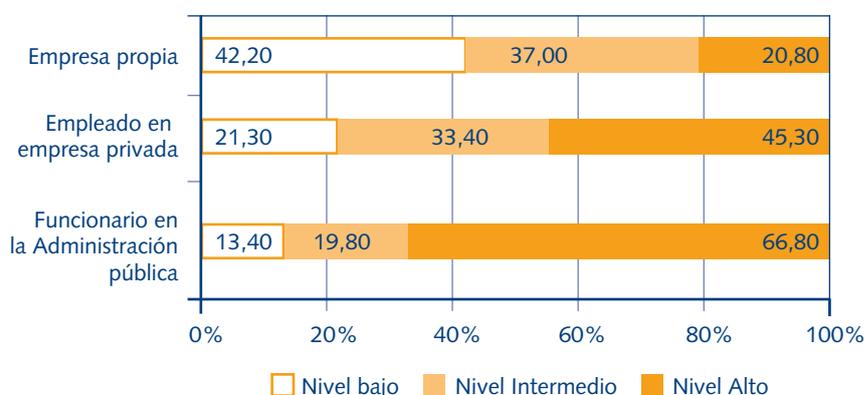
Figura 14. Niveles de proyecciones laborales de los estudiantes de primer curso



Fuente: Elaboración propia.



Figura 15. Niveles de proyecciones laborales de los estudiantes de último curso



Fuente: Elaboración propia.

En suma, puede concluirse que la escasez de educación emprendedora percibida durante el paso por las manos universitarias encuentra su correlato en la consolidación de las preferencias laborales del alumnado hacia el empleo por cuenta ajena, reforzándose las actitudes negativas hacia la creación de empresas como opción de inserción laboral a corto plazo.

3.3.2.3 Competencia percibida para la creación de una empresa

Paradójicamente, se observa un cierto efecto positivo del paso por la experiencia formativa de la Universidad sobre las percepciones de competencia, tanto general como específica, percibida por los alumnos para crear su propia empresa. Estos resultados se recogen en la tabla 28.

A nivel de competencia percibida general, los estudiantes de último curso obtuvieron puntuaciones medias más altas en los dos ítems de competencia personal (5,21 frente a 5,18) y competencia profesional (4,54 frente a 4,07) para crear una empresa. E igualmente, se sintieron más preparados para desempeñar las diversas tareas emprendedoras propuestas que sus iguales de primero. En este caso, el aumento de las puntuaciones medias fue especialmente marcado en los ítems relativos a elaborar un proyecto empresarial para la oportunidad de negocio (6,28 frente a 5,97), seleccionar y formar a personal eficaz en el desarrollo del proyecto empresarial (6,25 frente a 5,99), tolerar condiciones de estrés y conflicto en la organización (6,79 frente a 6,05), tolerar cambios imprevistos en las condiciones del negocio (6,14 frente a 5,74), desarrollar y mantener acuerdos o alianzas con otros competidores (6,22 frente a 5,92), y desarrollar y mantener relaciones comerciales con los clientes (7,04 frente a 6,72).

Tabla 28. Competencia percibida general y específica de los estudiantes de primer y último curso para la creación de una empresa

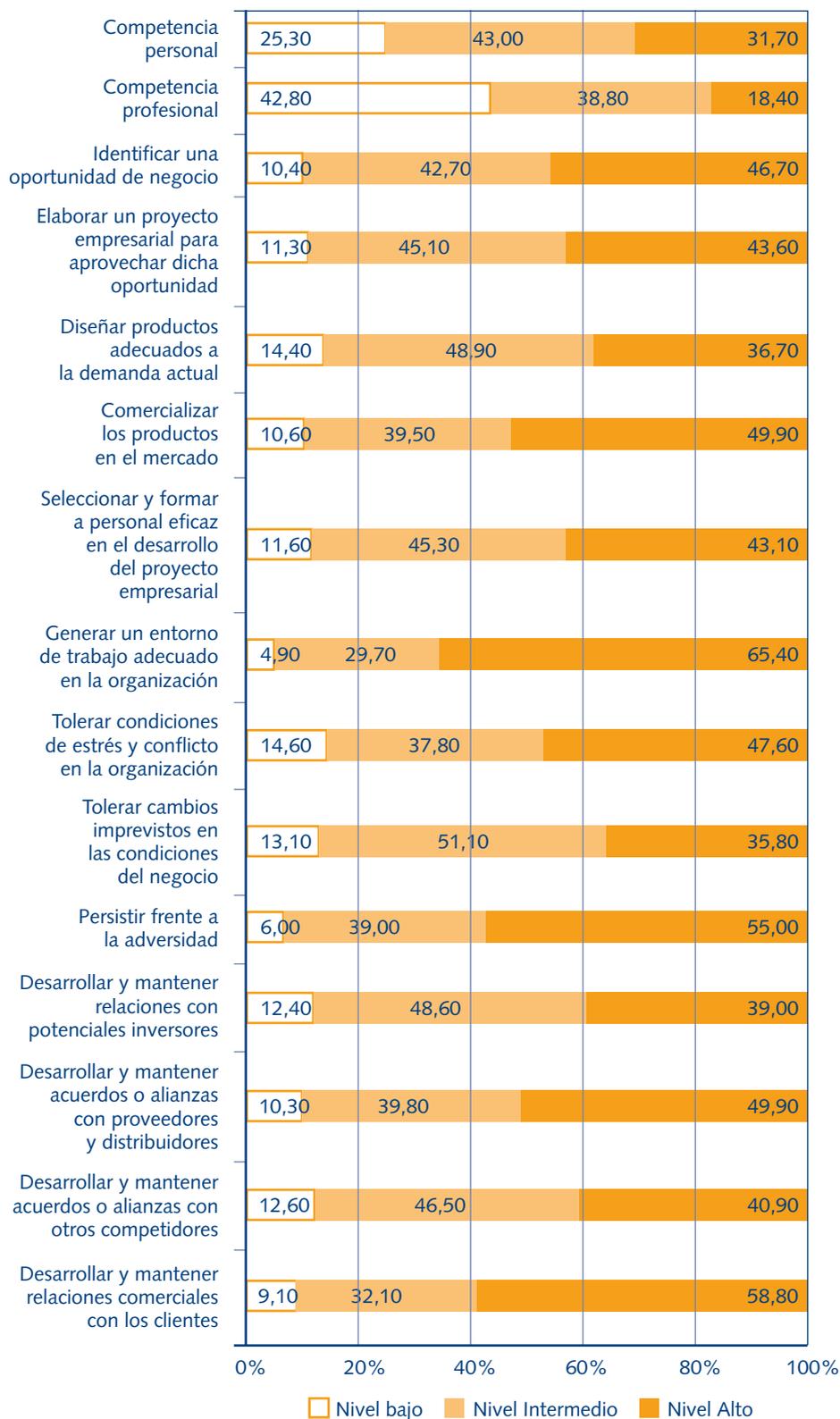
Variable	Primer curso	Último curso
Competencia personal	5,18	5,21
Competencia profesional	4,07	4,54
Identificar una oportunidad de negocio	5,70	5,78
Elaborar un proyecto empresarial para aprovechar dicha oportunidad	5,97	6,28
Diseñar productos adecuados a la demanda actual	6,17	6,34
Comercializar los productos en el mercado	6,24	6,54
Seleccionar y formar a personal eficaz en el desarrollo del proyecto empresarial	5,99	6,25
Generar un entorno de trabajo adecuado en la organización	7,04	7,62
Tolerar condiciones de estrés y conflicto en la organización	6,05	6,79
Tolerar cambios imprevistos en las condiciones del negocio	5,74	6,14
Persistir frente a la adversidad	6,63	6,97
Desarrollar y mantener relaciones con potenciales inversores	5,82	6,32
Desarrollar y mantener acuerdos o alianzas con proveedores y distribuidores	6,30	6,58
Desarrollar y mantener acuerdos o alianzas con otros competidores	5,92	6,22
Desarrollar y mantener relaciones comerciales con los clientes	6,72	7,04

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados también se aprecian en las figuras 16 y 17, donde se representan gráficamente las distribuciones de puntuaciones de los dos grupos de estudiantes en los ítems analizados. En resumen, en el caso de los estudiantes de último curso se produce una ligera reducción del porcentaje de puntuaciones bajas en los ítems, lo que revierte en el aumento de la proporción de las puntuaciones de nivel alto.

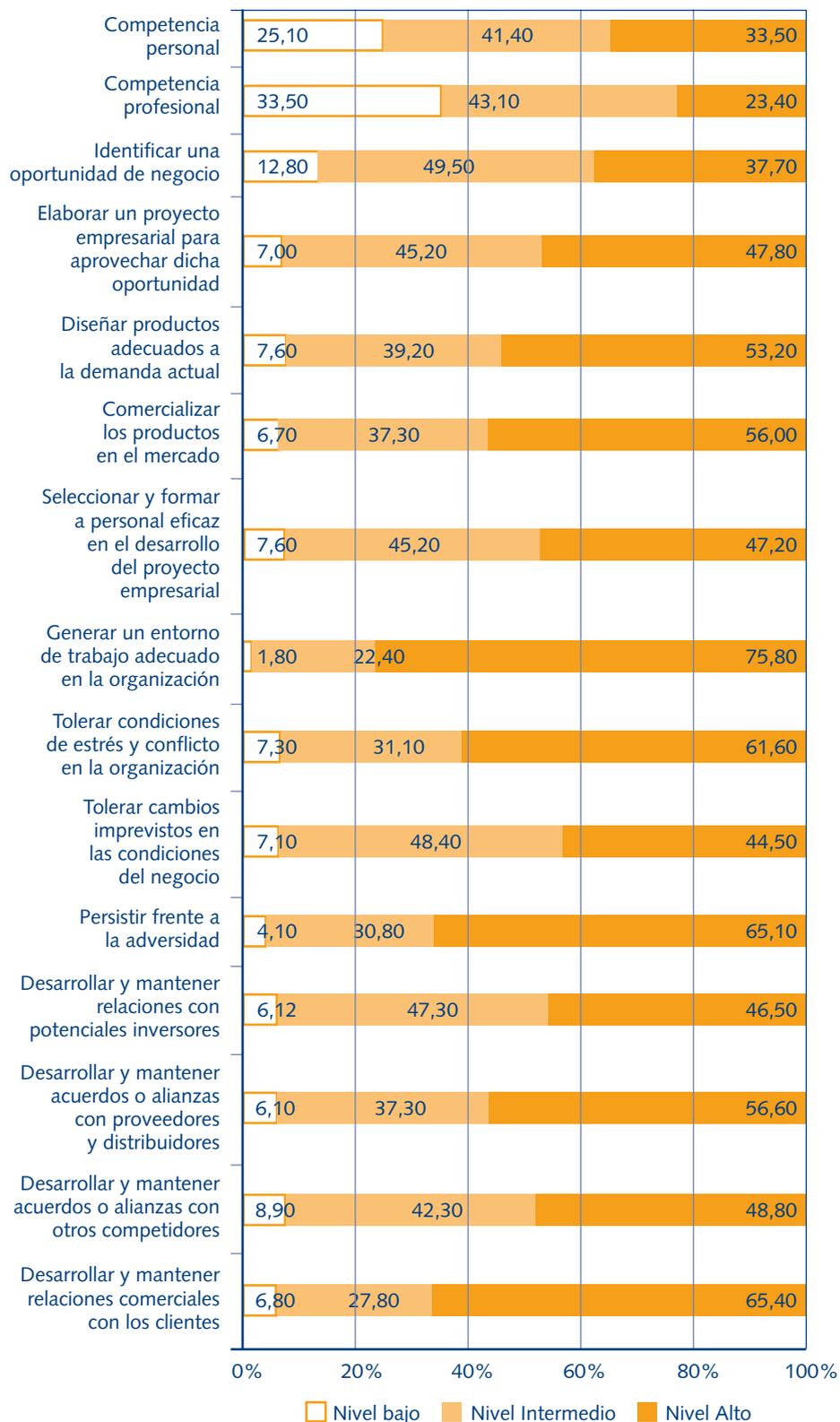


Figura 16. Niveles de competencia percibida general y específica de los estudiantes de primer curso para la creación de una empresa



Fuente: Elaboración propia.

Figura 17. Niveles de competencia percibida general y específica de los estudiantes de último curso para la creación de una empresa



Fuente: Elaboración propia.



Estos resultados llevan a concluir que, pese la opinión desfavorable de los estudiantes sobre el desarrollo de competencias para el emprendizaje en la Universidad, la especialización profesional alcanzada en los planes de estudios se traduce en una generalización de las destrezas adquiridas hacia el terreno emprendedor, haciendo que los alumnos se sientan más capacitados para crear una empresa y ejercer su profesión en ella.

3.2.2.4 Anticipación de dificultades y previsiones de éxito

Por lo que respecta a la comparación de alumnos de primer y último curso en las variables relativas a la anticipación de dificultades y previsiones de éxito en la creación de empresas, los resultados recogidos en la tabla 29 también apuntan a algunas curiosidades.

En términos de puntuaciones medias, los estudiantes de último curso percibieron más dificultades y necesidad de esfuerzo personal en el proceso de emprender que sus iguales de primero, con unos valores de 5,63 y 6,53, superiores a los de 5,29 y 6,20 obtenidos por estos últimos. El patrón opuesto siguieron las puntuaciones en el ítem referente a la anticipación de éxito, obteniendo el grupo de estudiantes en fase final de estudios un valor medio de 5,87, inferior al de 6 obtenido por los alumnos de primer curso.

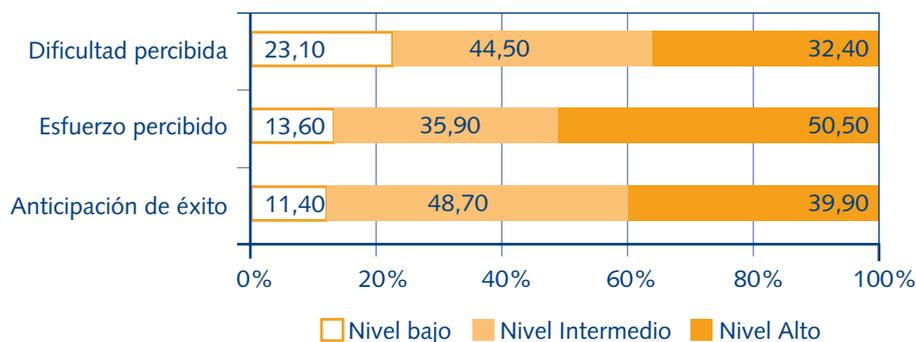
Tabla 29. Anticipación de dificultades y previsiones de éxito de los estudiantes de primer y último curso en la creación de una empresa

Variable	Primer curso	Último curso
Dificultad percibida	5,29	5,63
Esfuerzo percibido	6,20	6,53
Anticipación de éxito	6,00	5,87

Fuente: Elaboración propia.

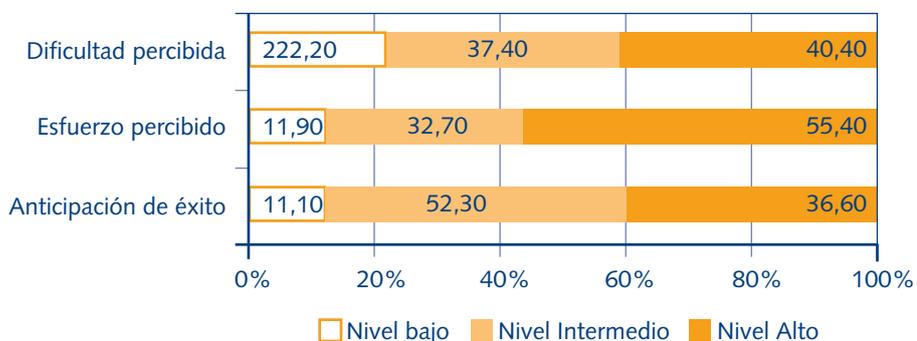
Así, tal y como se recoge en las figuras 18 y 19, el porcentaje de puntuaciones altas en los ítems de dificultad y esfuerzo percibidos aumentaron del 32,4% y 50,5% al 40,4% y 55,4%, respectivamente. Frente a ello, la previsión de éxito se redujo del 39,9% al 36,6%.

Figura 18. Niveles de anticipación de dificultades y previsiones de éxito de los estudiantes de primer curso en la creación de una empresa



Fuente: Elaboración propia.

Figura 19. Niveles de anticipación de dificultades y previsiones de éxito de los estudiantes de último curso en la creación de una empresa



Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados apuntan a una mayor conciencia de los estudiantes de último curso sobre las dificultades y esfuerzos que entraña la actividad emprendedora, lo que va en un mayor detrimento de las expectativas de éxito del alumnado y de sus actitudes hacia el autoempleo como carrera plausible.

3.3.2.5 Expectativas de resultados

Finalmente, de acuerdo a los resultados recogidos en la siguiente tabla, los estudiantes de primer y último curso consideraron la satisfacción personal como la principal recompensa de la actividad emprendedora, con una puntuación media muy similar en ambos casos, de cerca de 6,7. No obstante, no deja de ser una puntuación moderada en el contexto relativo de la escala de respuesta de 0 a 10, lo que denota una escasa atribución de consecuencias deseables a la conducta emprendedora.

Adicionalmente, los estudiantes de último curso mantuvieron expectativas más negativas sobre los resultados de la creación de empresas en términos de beneficios económicos y proyección de imagen social positiva, con unos valores de 5,26 y 5,19, por debajo de los obtenidos por los alumnos de primero de 5,55 y 5,34.

Tabla 30. Expectativas de resultados de los estudiantes de primer y último curso con la creación de una empresa

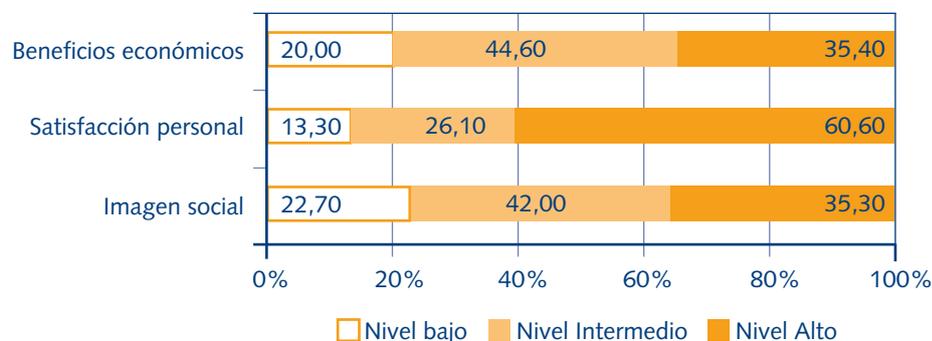
Variable	Primer curso	Último curso
Beneficios económicos	5,55	5,26
Satisfacción personal	6,69	6,68
Imagen social	5,34	5,19

Fuente: Elaboración propia.

La comparación de la distribución de las puntuaciones de los dos grupos de estudiantes por niveles es también representativa a este respecto.

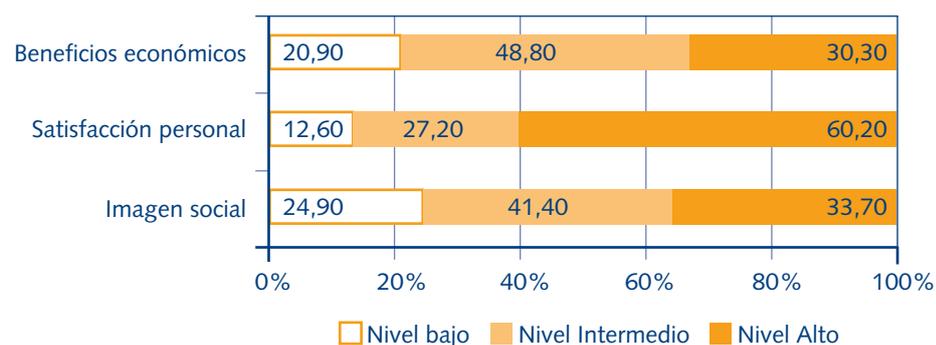


Figura 20. Niveles de expectativas de resultados de los estudiantes de primer curso con la creación de una empresa



Fuente: Elaboración propia.

Figura 21. Niveles de expectativas de resultados de los estudiantes de último curso con la creación de una empresa



Fuente: Elaboración propia.

Como puede verse, el porcentaje de puntuaciones bajas, medias y altas en el ítem sobre resultados personales no sufre importantes cambios entre el alumnado de ambos cursos. Por el contrario, se aprecia una ligera disminución de la proporción de puntuaciones altas en los dos ítems restantes, pasando de un porcentaje del 35,4% al 30,3% en la anticipación de resultados económicos y del 35,3% al 33,7% en el caso de las recompensas sociales.

En su conjunto, estos resultados llevan a concluir que el paso por la Universidad, lejos de fomentar una cultura emprendedora entre el alumnado, les lleva a desarrollar una visión bastante negativa de la figura del empresario, a quien atribuyen escasas recompensas personales, económicas y sociales en el desarrollo de su trabajo. Todo ello es coherente con la escasez percibida por los estudiantes de recursos formativos y de apoyo a la iniciativa empresarial en la Universidad.

3.3.2.6 Análisis multivariado de la varianza (MANOVA I)

A continuación, se analizó el efecto de la variable curso académico sobre las variables dependientes referidas a las percepciones de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora y a la actitud emprendedora de los estudiantes tomadas conjuntamente. Los

resultados del MANOVA confirmaron la existencia de una diferencia estadísticamente significativa entre los alumnos de primer y último curso en las comentadas variables, con unos valores de $F(28, 942) = 5,82, p < 0,001$, Λ de Wilks= 0,853, η^2 al cuadrado parcial = 0,147. De esta forma, el efecto del curso académico explicó cerca del 15% de la varianza compartida por las puntuaciones en las variables dependientes. Estos resultados se resumen en la tabla 31.

Tabla 31. Resultados del MANOVA (I)

Variable	Lambda de Wilks	F	Eta cuadrado parcial	F	Eta cuadrado parcial
Educación emprendedora en la Universidad	0,853	5,82**	0,147	38,77*	0,038
Educación emprendedora en cada plan de estudios				51,97*	0,051
Apoyo a la iniciativa empresarial				100,02*	0,094
Ánimo por parte de profesores				72,44*	0,070
Empresa propia				8,12	0,008
Empleado empresa privada				1,28	0,001
Funcionario en la Administración pública				8,38	0,009
Competencia personal				1,56	0,002
Competencia profesional				0,86	0,001
Identificar una oportunidad de negocio				1,01	0,001
Elaborar un proyecto empresarial para aprovechar dicha oportunidad				1,35	0,001
Diseñar productos adecuados a la demanda actual				4,55	0,005
Comercializar los productos en el mercado				1,84	0,002
Seleccionar y formar a personal eficaz en el desarrollo del proyecto empresarial				1,74	0,002
Generar un entorno de trabajo adecuado en la organización				1,18	0,001
Tolerar condiciones de estrés y conflicto en la organización				9,55	0,010
Tolerar cambios imprevistos en las condiciones del negocio				0,36	0,000
Persistir frente a la adversidad				0,02	0,000
Desarrollar y mantener relaciones con potenciales inversores				0,98	0,001
Desarrollar y mantener acuerdos o alianzas con proveedores y distribuidores				0,81	0,001
Desarrollar y mantener acuerdos o alianzas con otros competidores				1,45	0,001

Continúa



Continuación

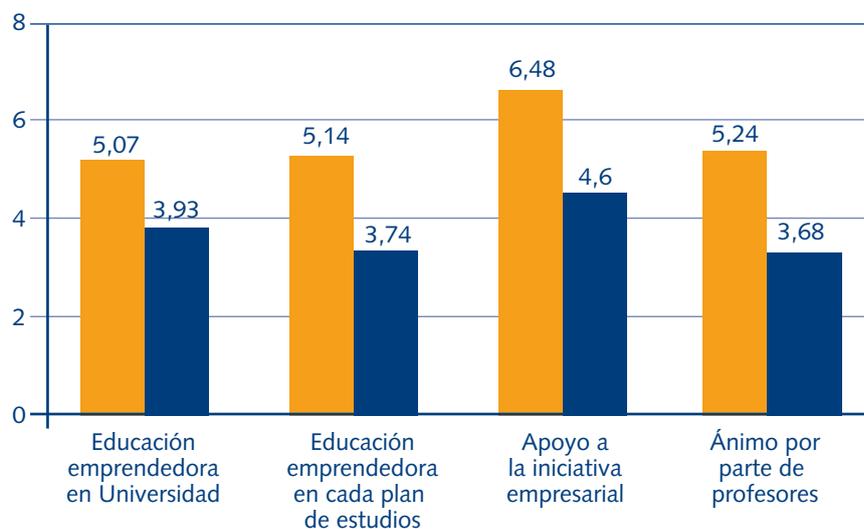
Variable	Lambda de Wilks	F	Eta cuadrado parcial	F	Eta cuadrado parcial
Desarrollar y mantener relaciones comerciales con los clientes				1,71	0,002
Dificultad percibida				5,97	0,006
Esfuerzo percibido				2,41	0,002
Anticipación de éxito				2,37	0,002
Beneficios económicos				9,30	0,010
Satisfacción personal				8,78	0,009
Imagen social				9,76	0,010

Fuente: Elaboración propia; * $p < 0,0017$; ** $p < 0,001$.

Cuando se analizaron las diferencias intergrupales para cada variable dependiente por separado, sólo los cuatro ítems relativos a las percepciones de los estudiantes en cuanto a educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad alcanzaron un nivel de significación estadístico, de acuerdo al criterio ajustado de Bonferroni de 0,0017, concretamente, educación emprendedora en la Universidad [$F(9, 969) = 38,77$; *eta al cuadrado parcial* = 0,038], educación emprendedora en cada plan de estudios [$F(9, 969) = 51,97$; *eta al cuadrado parcial* = 0,051], apoyo a la iniciativa empresarial [$F(9, 969) = 100,02$; *eta al cuadrado parcial* = 0,094], y ánimo por parte de profesores [$F(9, 969) = 72,44$; *eta al cuadrado parcial* = 0,070]. En cualquier caso, el tamaño del efecto del curso académico sobre dichas variables fue relativamente bajo, explicando entre el 4% y el 10% de la varianza.

Tal y como se representa gráficamente en la figura 22, los estudiantes de primer curso valoraron más positivamente los cuatro ítems analizados que sus iguales de último curso.

Figura 22. Diferencias entre estudiantes de primer y último curso en percepciones de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad



Fuente: Elaboración propia.

En suma, estos resultados ratifican la conclusión apuntada anteriormente de que el paso por la Universidad no satisface en absoluto las expectativas de los estudiantes sobre las posibilidades de recibir formación específica para el autoempleo y apoyo a sus potenciales aspiraciones empresariales en la Universidad.

Finalmente, las diferencias en las variables dependientes relativas a la actitud emprendedora de los estudiantes no resultaron estadísticamente significativas en los análisis intergrupales, lo que lleva a la conclusión de que los valores y la cultura emprendedora no están siendo fomentados de una forma apropiada en la Universidad. Es decir, la escasa atención prestada a la educación de competencias empresariales en el alumnado se traduce en una escasa evolución de sus actitudes hacia el emprendizaje a lo largo de la experiencia educativa, de forma que los estudiantes de todos los niveles muestran una preferencia general por el empleo por cuenta ajena, no se sienten completamente preparados para crear una empresa y mantienen una visión poco realista sobre la carrera del empresario y los resultados que ésta reporta a todos los niveles.

3.3.3 Análisis de resultados en función de la rama científica

En este último apartado del capítulo se describen los resultados obtenidos en la comparación de estudiantes matriculados en distintas ramas científicas. Finalmente, se presentan los resultados del MANOVA correspondientes al estudio del efecto de esta variable sobre la educación percibida y la actitud emprendedora del alumnado.

3.3.3.1 Percepciones de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora

En la línea de resultados previos, los estudiantes de todas las titulaciones manifestaron bajas percepciones de educación emprendedora en la Universidad, con puntuaciones medias inferiores a 5 en la mayor parte de los casos. Únicamente los valores medios obtuvieron un ligero aprobado en la valoración del apoyo destinado a la iniciativa empresarial del alumnado de todas las ramas.

En cualquier caso, los estudiantes matriculados en titulaciones afines con las Ciencias Socio-Jurídicas y Técnicas reportaron valoraciones más positivas en los cuatro ítems incluidos en este análisis que sus compañeros de Ciencias Experimentales, de la Salud y Humanidades, lo que apunta a un tratamiento diferencial de las cuestiones relacionadas con la creación de empresas en función de la orientación académica del alumnado. Estos resultados se recogen en la tabla 32.

Tabla 32. Percepciones de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad en función de la rama científica

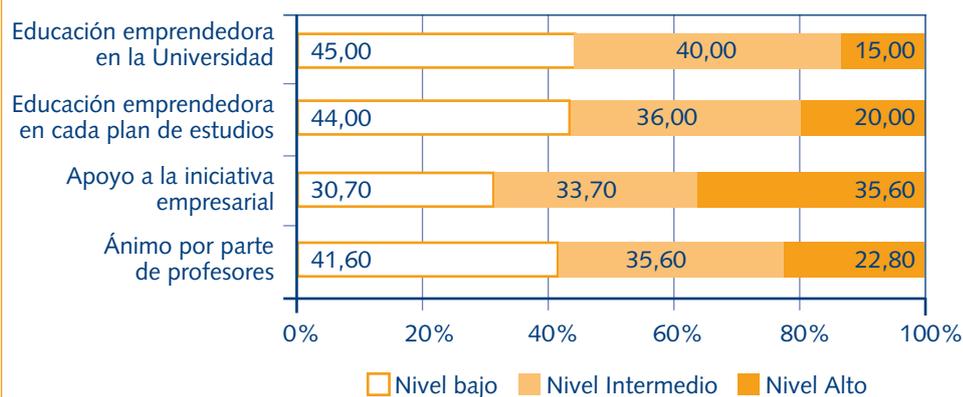
Variable	Experimentales	Salud	Socio-Jurídicas	Humanidades	Técnicas
Educación emprendedora en la Universidad	3,91	4,28	4,85	4,27	4,43
Educación emprendedora en cada plan de estudios	3,98	4,18	4,85	3,47	4,46
Apoyo a la iniciativa empresarial	5,08	5,08	5,95	5,11	5,98
Ánimo por parte de profesores	4,12	3,97	4,83	3,76	4,58

Fuente: Elaboración propia.



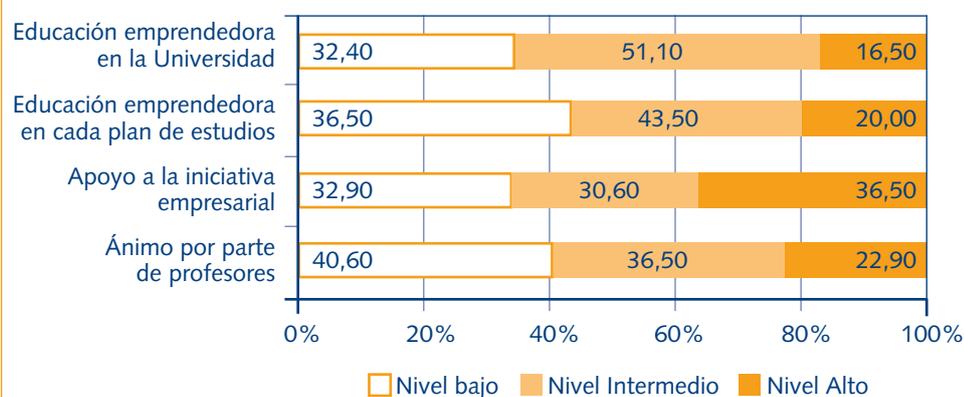
El mismo patrón de resultados emerge si se atiende a la distribución de puntuaciones de los cinco grupos de estudiantes en los niveles bajo, intermedio y alto. Así, se aprecia un mayor porcentaje de puntuaciones medias y altas en el caso de las Ciencias Socio-Jurídicas y Técnicas, en contraste con la mayor proporción de puntuaciones medias y bajas en las tres ramas académicas restantes.

Figura 23. Niveles percibidos por los estudiantes de Ciencias Experimentales de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad



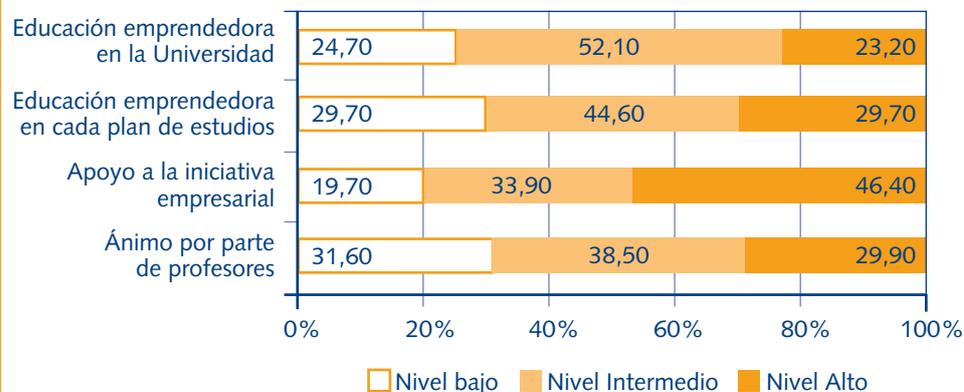
Fuente: Elaboración propia.

Figura 24. Niveles percibidos por los estudiantes de Ciencias de la Salud de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad



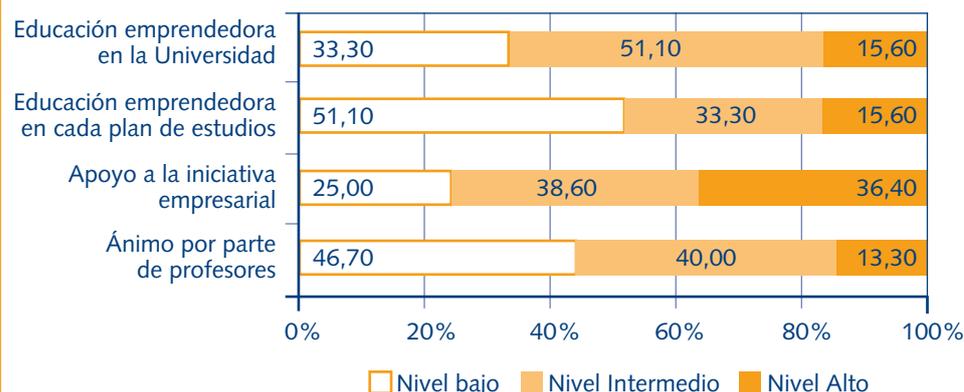
Fuente: Elaboración propia.

Figura 25. Niveles percibidos por los estudiantes de Ciencias Sociales y Jurídicas de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad



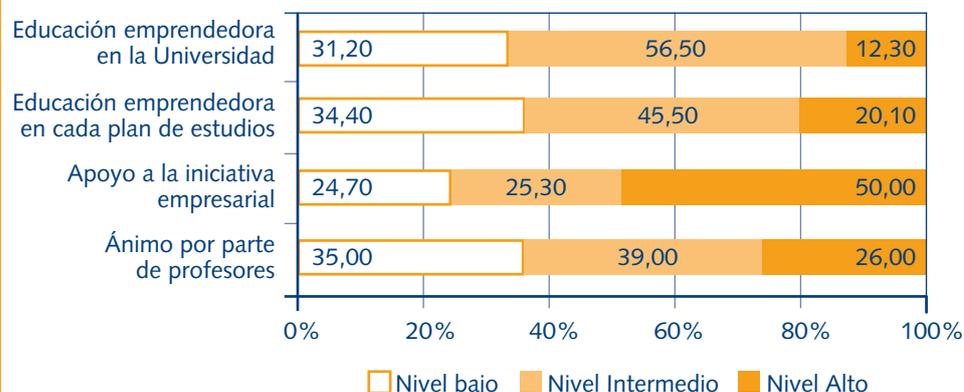
Fuente: Elaboración propia.

Figura 26. Niveles percibidos por los estudiantes de Humanidades de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad



Fuente: Elaboración propia.

Figura 27. Niveles percibidos por los estudiantes de Ciencias Técnicas de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad



Fuente: Elaboración propia.



3.3.3.2 Proyecciones laborales

Por lo que se refiere a la proyección laboral de los estudiantes, la opción de empleo en la Administración pública continuó siendo la opción predilecta en todas las ramas de especialización, seguida por el empleo en empresas privadas y, de nuevo en último puesto, la creación de una empresa propia.

Más específicamente, de acuerdo a las salidas profesionales tradicionales para cada ámbito de estudios, los estudiantes de Ciencias Experimentales, Socio-Jurídicas y de la Salud fueron los que manifestaron su mayor deseo por aprobar una oposición de funcionario, con unas puntuaciones medias de 7,19; 7,13 y 6,70, respectivamente. Por su parte, los estudiantes de Ciencias Técnicas fueron los más inclinados a crear su propia empresa, con una puntuación media de 4,79 que, aunque baja, fue superior a la registrada por los estudiantes de los demás grupos. Los estudiantes con menos proyección laboral hacia el autoempleo fueron los de Humanidades (valor medio de 3.16). Esos resultados se resumen en la siguiente tabla.

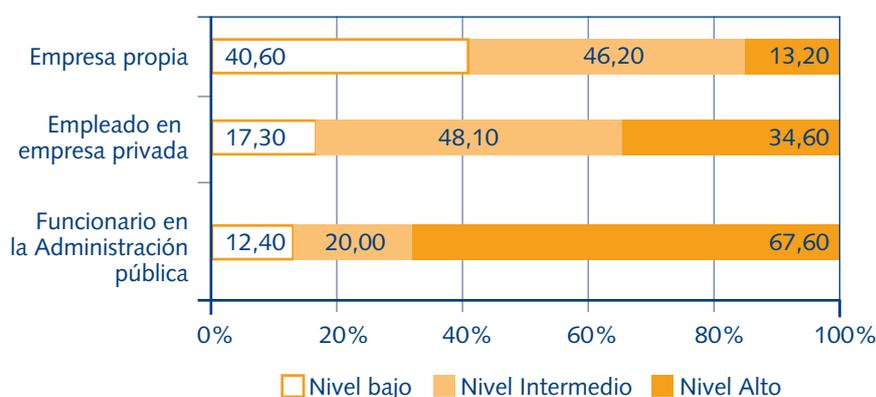
Tabla 33. Proyecciones laborales en función de la rama científica

Variable	Experimentales	Salud	Socio-Jurídicas	Humanidades	Técnicas
Empresa propia	4,08	4,31	4,56	3,16	4,79
Empleado empresa privada	5,51	5,36	5,62	5,51	5,91
Funcionario en la Administración pública	7,19	6,70	7,13	6,53	6,23

Fuente: Elaboración propia.

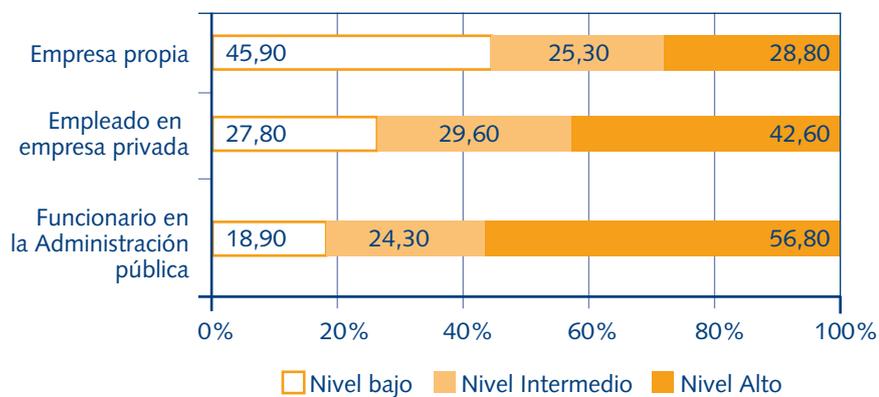
Analizando las distribuciones de puntuaciones por niveles de respuesta, se confirma el predominio de puntuaciones altas en la opción de empleo público, frente a la creación de una empresa, especialmente en el caso de las Humanidades y las Ciencias Experimentales, donde los porcentajes de puntuaciones altas fueron del 12,20% y del 13,20%, respectivamente.

Figura 28. Niveles de proyecciones laborales de los estudiantes de Ciencias Experimentales



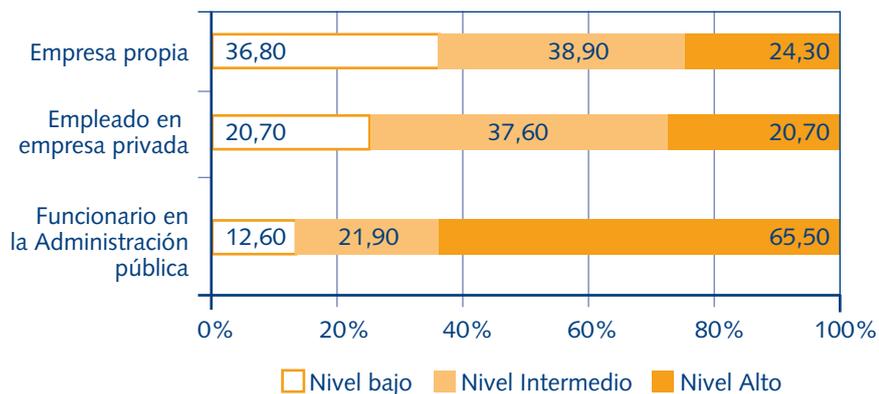
Fuente: Elaboración propia.

Figura 29. Niveles de proyecciones laborales de los estudiantes de Ciencias de la Salud



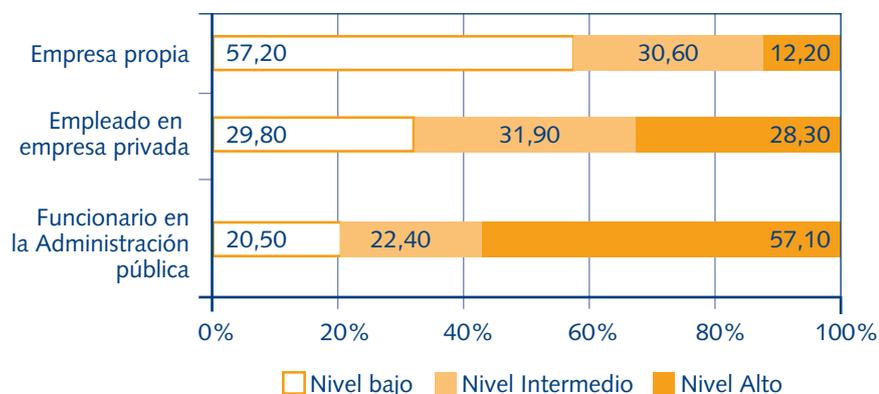
Fuente: Elaboración propia.

Figura 30. Niveles de proyecciones laborales de los estudiantes de Ciencias Sociales y Jurídicas



Fuente: Elaboración propia.

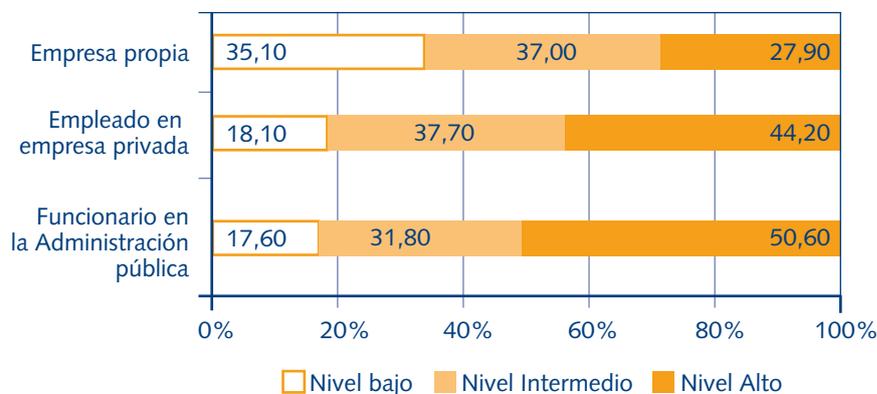
Figura 31. Niveles de proyecciones laborales de los estudiantes de Humanidades



Fuente: Elaboración propia.



Figura 32. Niveles de proyecciones laborales de los estudiantes de Ciencias Técnicas



Fuente: Elaboración propia.

Tomados conjuntamente, estos resultados son coherentes con las bajas percepciones de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad, lo que se traduce en una preferencia generalizada por el trabajo asalariado en los estudiantes de todas las ramas, de acuerdo a las proyecciones laborales típicas. Únicamente los matriculados en titulaciones Técnicas parecen ser más conscientes sobre las posibilidades de explotar sus conocimientos y los avances tecnológicos de su área en la forma de nuevas empresas.

3.3.3.3 Competencia percibida para la creación de una empresa

En cuanto a las percepciones de capacidad general de los estudiantes para la creación de una empresa, de nuevo, se observó una mayor confianza en las competencias personales para emprender que en las profesionales, aunque en todos los casos las puntuaciones medias fueron bajas, estando comprendidas entre los valores de 3.73 y 5.69 en la escala de 0 a 10.

En cualquier caso, los estudiantes de Ciencias Técnicas y Socio-Jurídicas se sintieron más preparados para emprender que el resto, con unos valores medios de 5.69 y 5.26 en el ítem de competencia personal, y de 4.79 y 4.41 en el ítem de competencia profesional. Los menos preparados fueron los estudiantes de Humanidades, con puntuaciones medias de 4.57 y 3.73 en los ítems mencionados. Finalmente, los estudiantes de Ciencias Experimentales y de la Salud obtuvieron posiciones intermedias a las anteriores en sus percepciones de competencia personal y profesional para crear una empresa.

Las puntuaciones medias de los cinco grupos de estudiantes en los ítems analizados se resumen en la tabla 34.

Tabla 34. Competencia percibida general y específica para la creación de empresas en función de la rama científica

Variable	Experimentales	Salud	Socio- Jurídicas	Humanidades	Técnicas
Competencia personal	4,84	5,15	5,26	4,57	5,69
Competencia profesional	3,96	3,76	4,41	3,73	4,79
Identificar una oportunidad de negocio	5,60	5,35	5,80	5,06	6,32
Elaborar un proyecto empresarial para aprovechar dicha oportunidad	6,09	6,00	6,09	5,47	6,51
Diseñar productos adecuados a la demanda actual	5,92	5,88	6,27	5,67	7,01
Comercializar los productos en el mercado	6,41	6,29	6,30	5,84	6,92
Seleccionar y formar a personal eficaz en el desarrollo del proyecto empresarial	6,08	5,96	6,11	5,61	6,52
Generar un entorno de trabajo adecuado en la organización	7,37	7,20	7,23	6,96	7,68
Tolerar condiciones de estrés y conflicto en la organización	5,79	6,85	6,28	6,15	6,83
Tolerar cambios imprevistos en las condiciones del negocio	5,81	5,78	5,88	5,48	6,34
Persistir frente a la adversidad	6,44	6,96	6,65	7,15	7,27
Desarrollar y mantener relaciones con potenciales inversores	5,76	5,93	6,03	5,23	6,74
Desarrollar y mantener acuerdos o alianzas con proveedores y distribuidores	6,19	6,30	6,46	5,89	6,81
Desarrollar y mantener acuerdos o alianzas con otros competidores	6,01	6,01	5,98	5,98	6,45
Desarrollar y mantener relaciones comerciales con los clientes	6,54	6,76	6,89	6,43	7,25

Fuente: Elaboración propia.

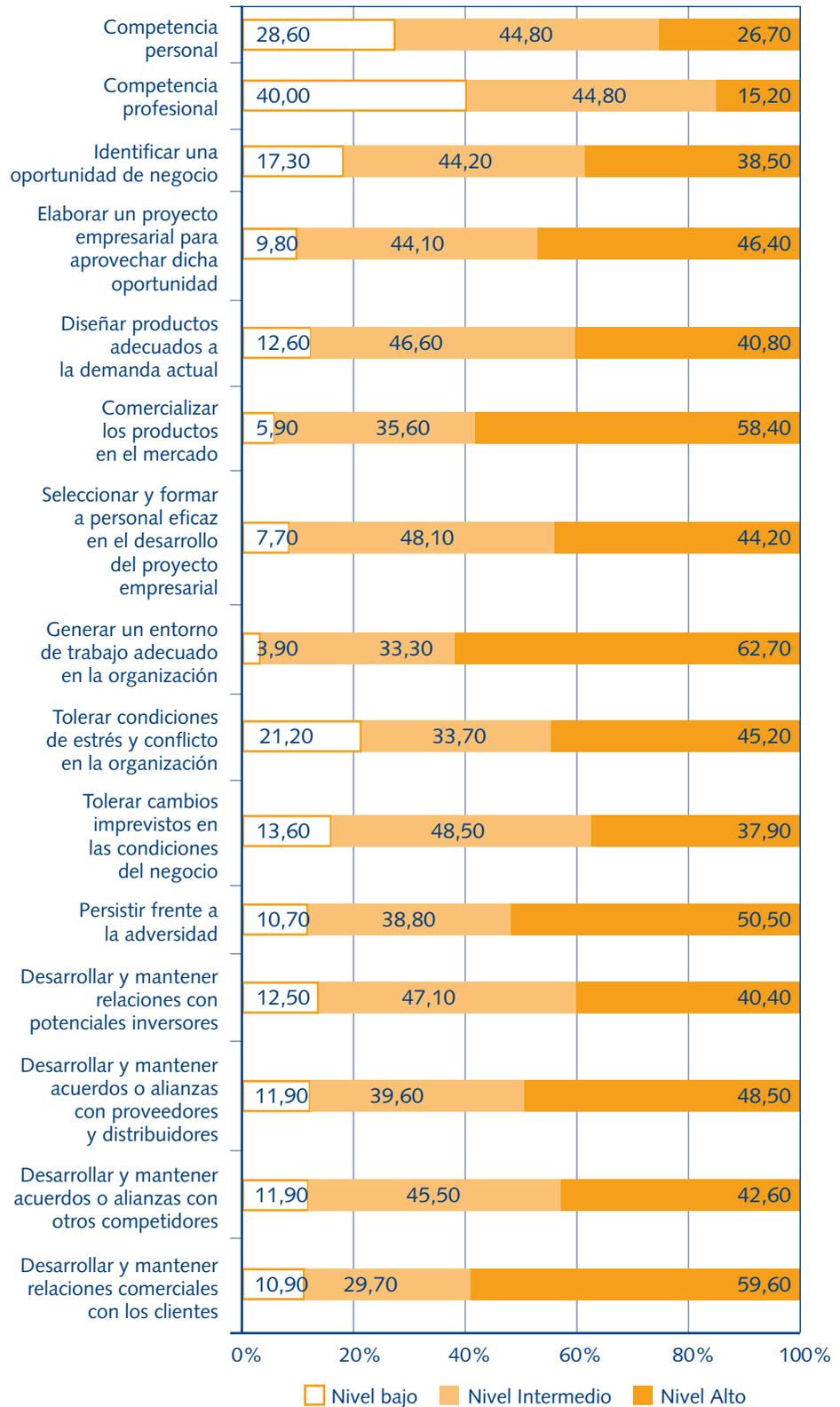


A nivel de tareas específicas para crear una empresa, las diferencias más notorias entre estudiantes de distinta orientación académica se concentraron en los ítems de identificar oportunidades de negocio, diseñar productos adecuados a la demanda actual, tolerar condiciones de estrés y conflicto en la empresa y desarrollar relaciones con potenciales inversores. Los estudiantes de titulaciones Técnicas se percibieron más capacitados en los cuatro ítems enumerados que los alumnos de otras ramas científicas, con unos valores medios respectivos de 6,32; 7,01; 6,83 y 6,74. Las puntuaciones más bajas correspondieron a los estudiantes de Humanidades, reduciéndose a 5,06; 5,67; 6,15 y 5,23.

De nuevo, los resultados apuntan a que, a pesar de la ausencia de una aproximación reglada para la educación de competencias empresariales en el contexto de las diferentes titulaciones analizadas (tal y como se infiere de las valoraciones de los propios encuestados), los estudiantes parecen aprender dichas destrezas de una forma informal, a partir de la aplicación intuitiva de los conocimientos impartidos en cada plan de estudios concreto. Y en este sentido, los estudiantes de titulaciones Técnicas son los que parecen beneficiarse en mayor medida de esta transferencia de conocimientos, en comparación con los alumnos de Humanidades, los cuales se sienten menos capacitados para emprender su propio negocio. Así, existe, a pesar de todo, una correspondencia entre el nivel de percepción de educación emprendedora en la Universidad de los estudiantes de distintas titulaciones y el grado en que se sienten preparados para crear una empresa, tanto a nivel general como específico.

La distribución de puntuaciones en todos los ítems analizados en los niveles bajo, intermedio y alto se representan gráficamente a continuación para cada grupo de estudiantes.

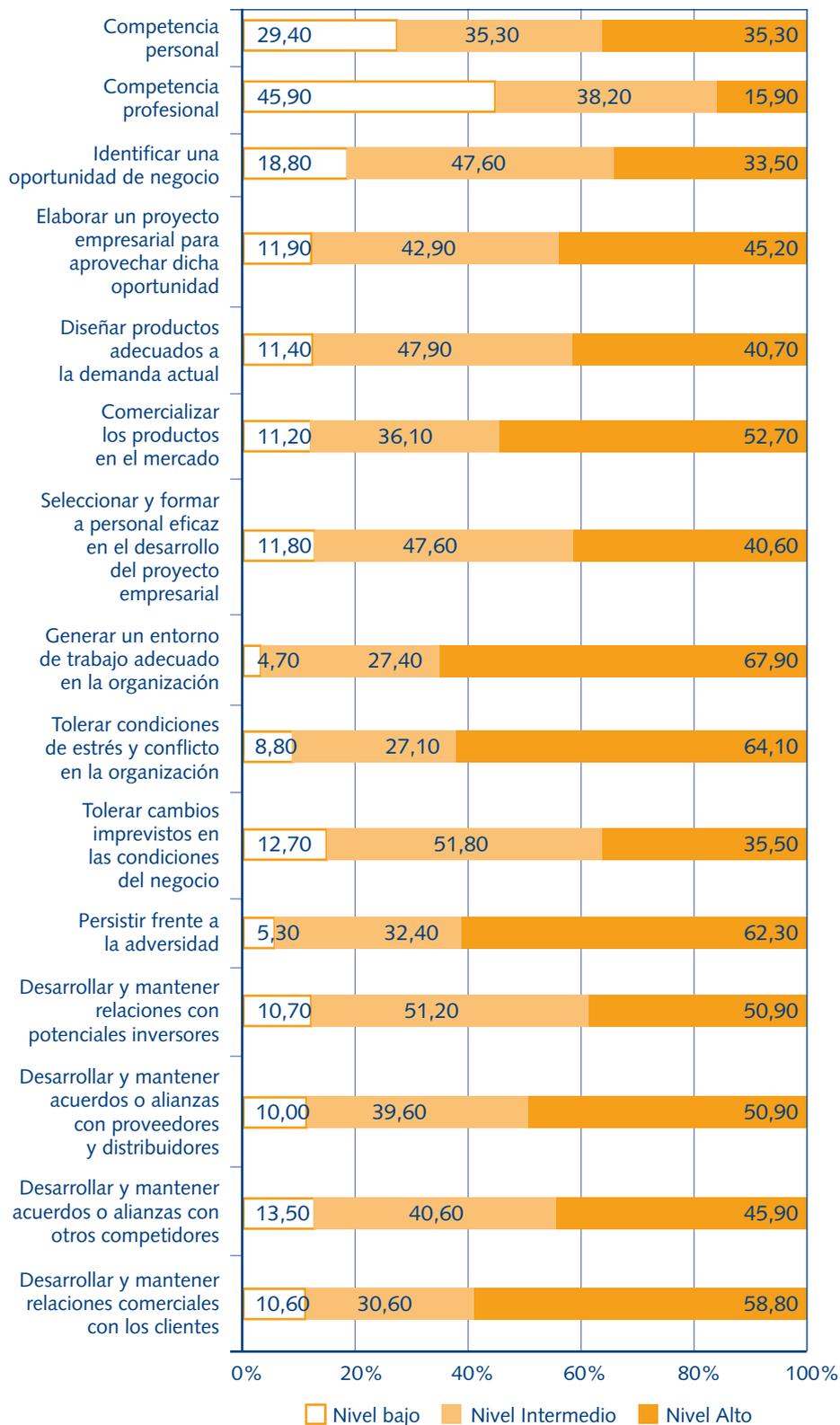
Figura 33. Niveles de competencia percibida general y específica de los estudiantes de Ciencias Experimentales para la creación de una empresa



Fuente: Elaboración propia.

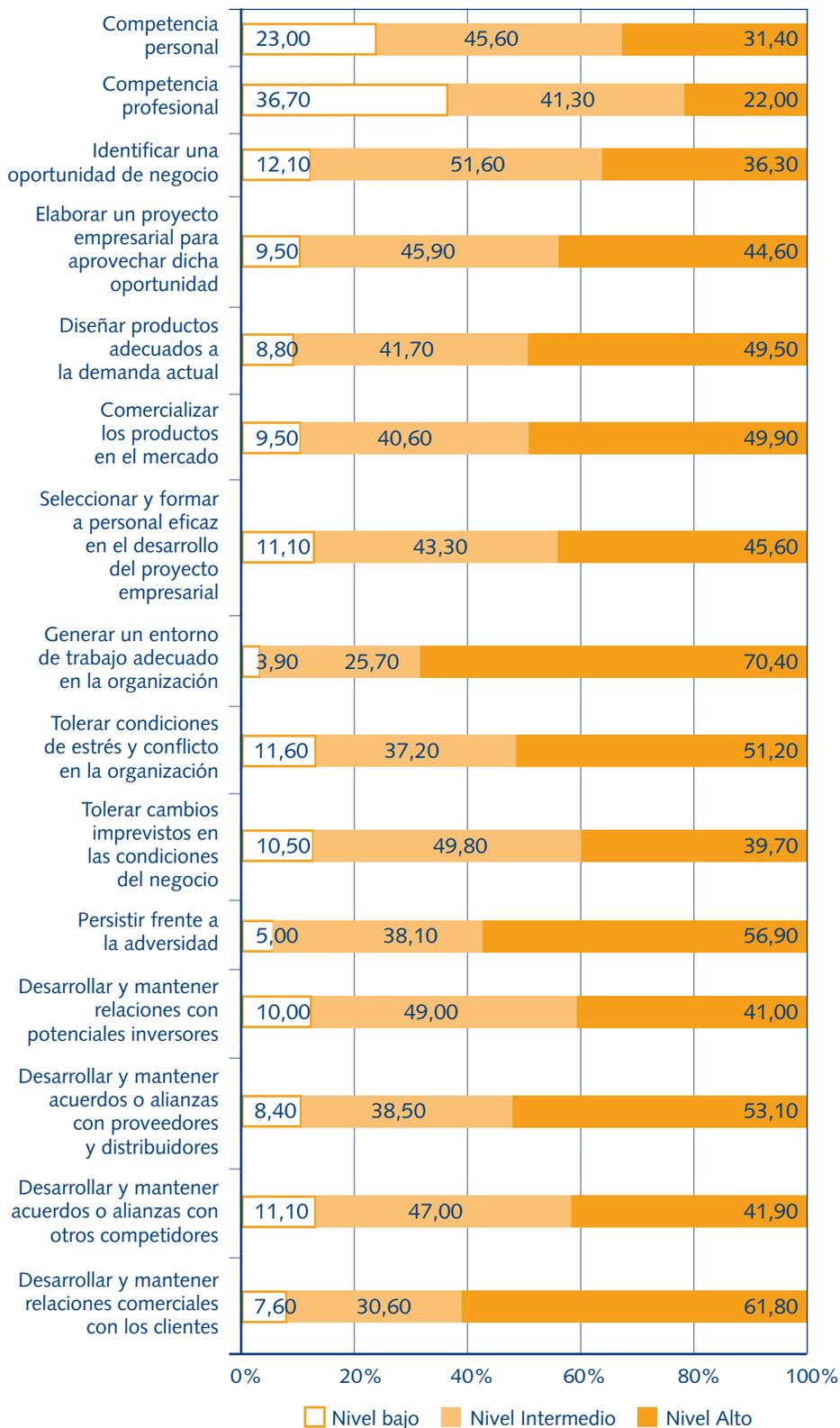


Figura 34. Niveles de competencia percibida general y específica de los estudiantes de Ciencias de la Salud para la creación de una empresa



Fuente: Elaboración propia.

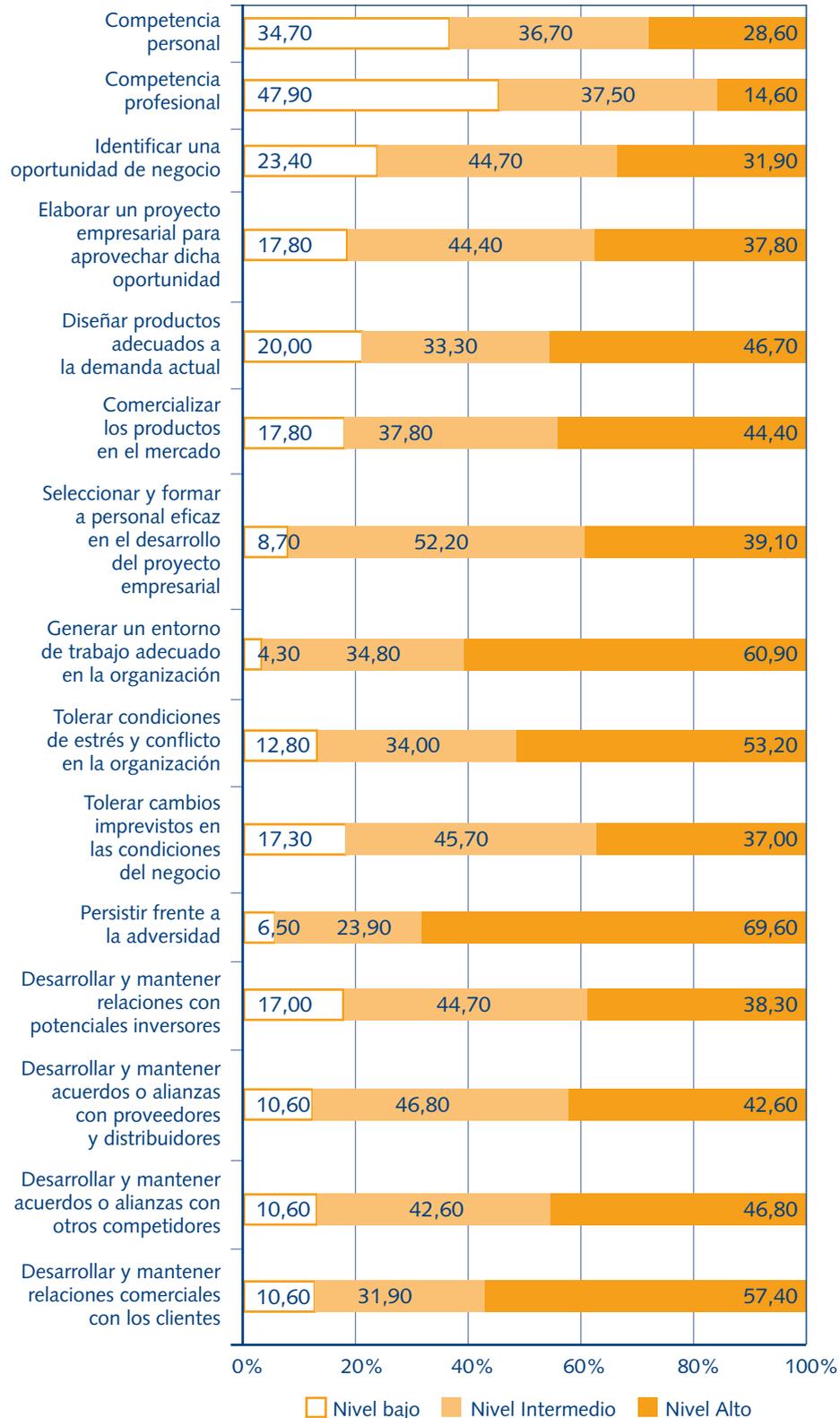
Figura 35. Niveles de competencia percibida general y específica de los estudiantes de Ciencias Sociales y Jurídicas para la creación de una empresa



Fuente: Elaboración propia.

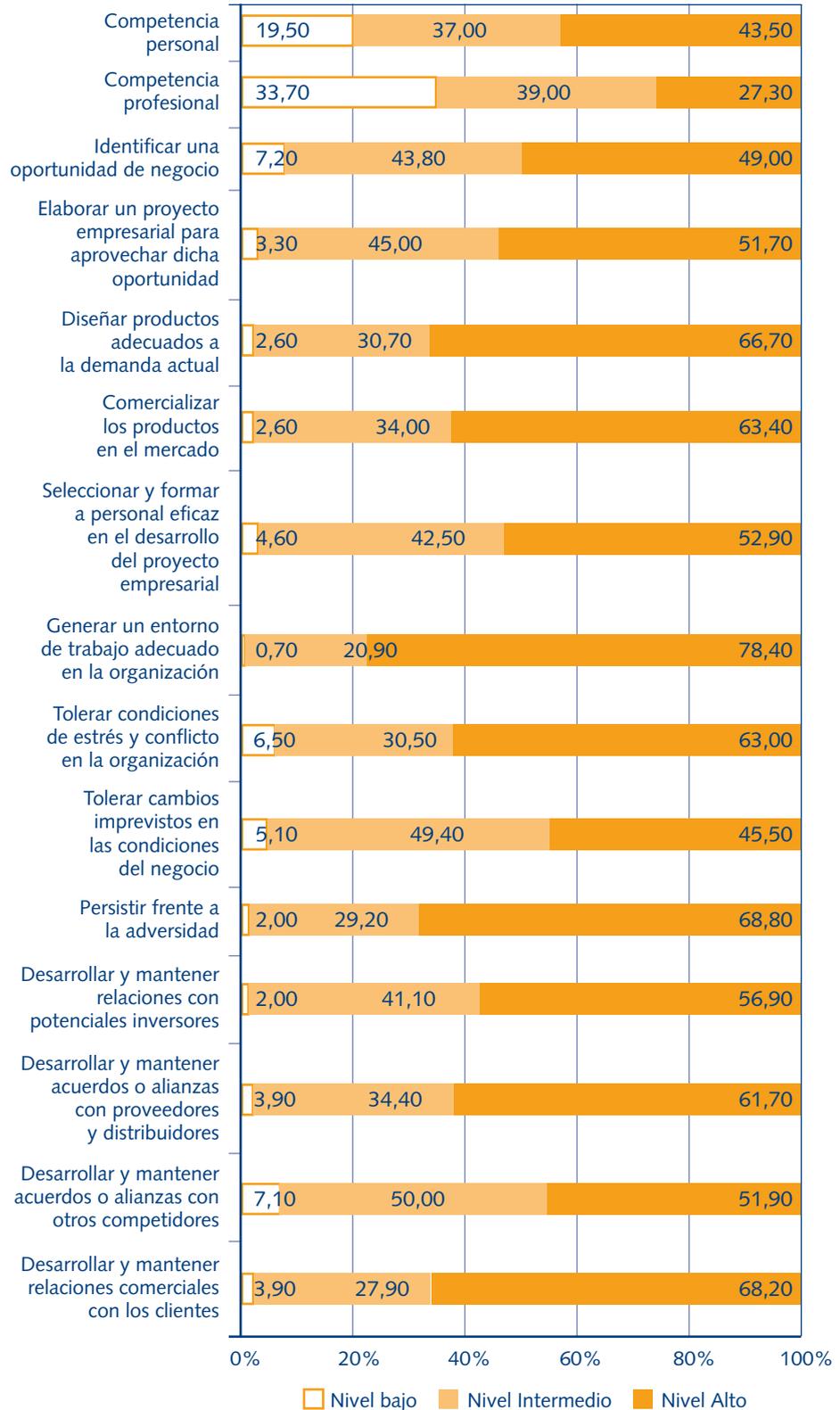


Figura 36. Niveles de competencia percibida general y específica de los estudiantes de Humanidades para la creación de una empresa



Fuente: Elaboración propia.

Figura 37. Niveles de competencia percibida general y específica de los estudiantes de Ciencias Técnicas para la creación de una empresa



Fuente: Elaboración propia.



3.3.3.4 Anticipación de dificultades y previsiones de éxito

Por lo que respecta a las percepciones de dificultad de los estudiantes a la hora de crear una empresa, las puntuaciones medias fueron bajas en todos los casos, oscilando en torno al punto intermedio de 5 en la escala de 1 a 10. Concretamente, la anticipación de dificultades fue más alta en los estudiantes de Ciencias de la Salud, Socio-Jurídicas y Experimentales, con unos valores de 5,81; 5,44 y 5,19. Frente a ello, las puntuaciones medias en el ítem fueron más bajas para los estudiantes de Ciencias Técnicas y Humanidades, que puntuaron 5,24 y 5,02, respectivamente. Estos resultados sugieren la inexistencia de una relación lineal entre las variables anteriormente analizadas y anticipación de dificultades en la creación de empresas, lo que implica que la falta de una educación reglada y sistematizada de competencias para el emprendizaje en la Universidad está conllevando una visión bastante dispersa sobre las barreras que se imponen a la conducta emprendedora en cada área de especialización.

Un patrón de respuesta diferente correspondió al ítem relativo a la anticipación de esfuerzo personal en la creación de una empresa, donde las puntuaciones fueron más altas en todos los grupos, a pesar de no superar el valor de 7 en ningún caso. En concreto, las puntuaciones medias más altas correspondieron a los estudiantes de Ciencias Técnicas, de la Salud y Socio-Jurídicas (6,54; 6,44 y 6,38), frente a los estudiantes de Ciencias Experimentales (5,95) y Humanidades (5,85). De esta forma, se concluye que aquellos estudiantes que perciben un mayor apoyo a sus intereses empresariales y que se sienten más competentes para emprender anticipan una menor necesidad de esfuerzo en el proceso.

Por otro lado, la anticipación de dificultades y esfuerzo en el proceso emprendedor no se tradujo en buenas previsiones de éxito de tal conducta para los encuestados, a pesar de las diferencias entre alumnos de distintas ramas académicas. A este respecto, los estudiantes de Ciencias Técnicas y Socio-Jurídicas obtuvieron unos valores medios de 6,18 y 6,01, superiores a los reportados por los estudiantes de Ciencias Experimentales, y de la Salud, que se redujeron a 5,83; 5,73 y 5,43. De nuevo, parece existir una marcada relación entre el grado en que los participantes del estudio percibieron la educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad y el grado en que se percibieron capaces de llegar a crear una empresa con éxito.

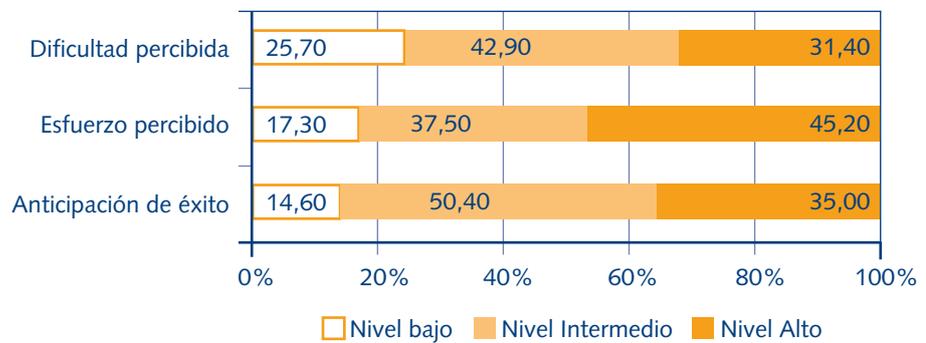
Tabla 35. Anticipación de dificultades y previsiones de éxito en función de la rama científica

Variable	Experimentales	Salud	Socio- Jurídicas	Humanidades	Técnicas
Dificultad percibida	5,19	5,81	5,44	5,02	5,24
Esfuerzo percibido	5,95	6,44	6,38	5,85	6,54
Anticipación de éxito	5,83	5,73	6,05	5,43	6,18

Fuente: Elaboración propia.

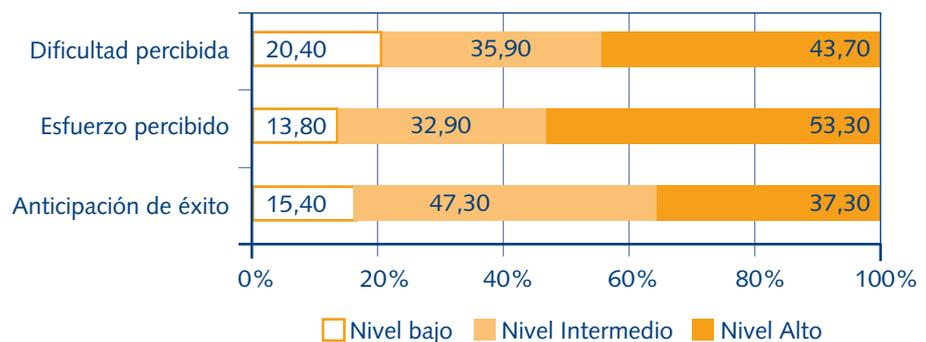
Como de costumbre, las siguientes figuras resumen la distribución de puntuaciones bajas, medias y altas de los estudiantes de distintas titulaciones en los ítems comentados. En el caso de la anticipación de dificultades, se aprecia una alta equiparación en la distribución de los tres niveles de respuesta contemplados, no existiendo una tendencia clara sobre la opinión de los estudiantes de las distintas titulaciones a este respecto. En relación a la anticipación de esfuerzo, se aprecia un mayor predominio de puntuaciones altas, cuyo porcentaje roza en todos los casos el 50% del total. Finalmente, en el ítem sobre previsiones de éxito el porcentaje de puntuaciones altas esta próximo al 40% en todos los casos.

Figura 38. Niveles de anticipación de dificultades y previsiones de éxito de los estudiantes de Ciencias Experimentales en la creación de una empresa



Fuente: Elaboración propia.

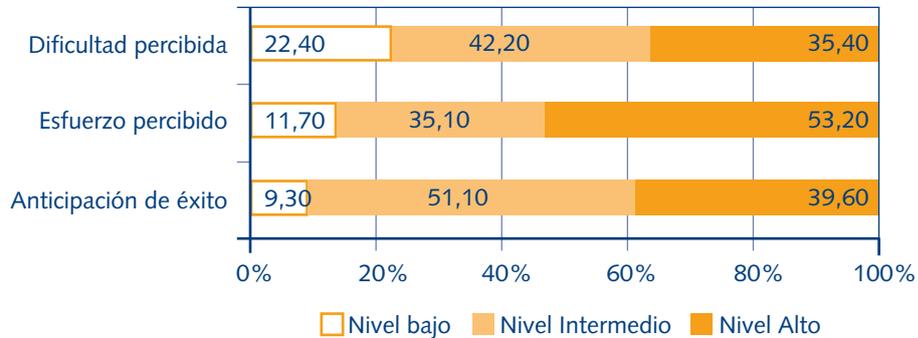
Figura 39. Niveles de anticipación de dificultades y previsiones de éxito de los estudiantes de Ciencias de la Salud en la creación de una empresa



Fuente: Elaboración propia.

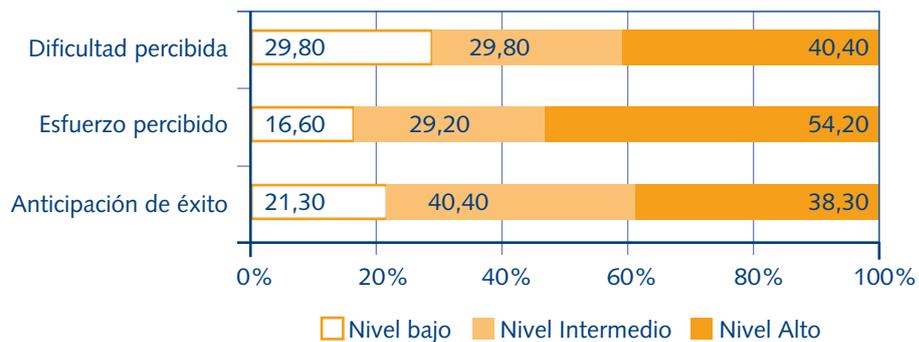


Figura 40. Niveles de anticipación de dificultades y previsiones de éxito de los estudiantes de Ciencias Sociales y Jurídicas en la creación de una empresa



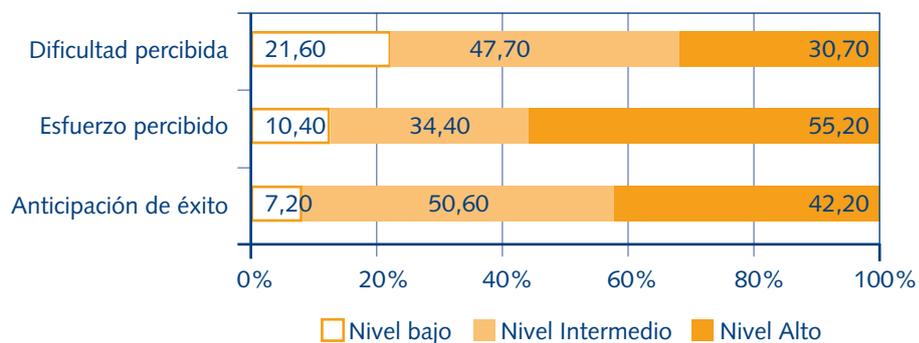
Fuente: Elaboración propia.

Figura 41. Niveles de anticipación de dificultades y previsiones de éxito de los estudiantes de Humanidades en la creación de una empresa



Fuente: Elaboración propia.

Figura 42. Niveles de anticipación de dificultades y previsiones de éxito de los estudiantes de Ciencias Técnicas en la creación de una empresa



Fuente: Elaboración propia.

3.3.3.5 Expectativas de resultados

Finalmente, y de manera general, los estudiantes de todas las titulaciones consideraron la satisfacción personal como el principal resultado esperado de la creación de una empresa, seguido por los beneficios económicos y, en último lugar, la proyección de una imagen positiva ante los demás. Los estudiantes de Ciencias Técnicas obtuvieron las puntuaciones medias más altas en los tres ítems mencionados, que ascendieron a 7,09; 5,95 y 5,63. Siguieron los estudiantes de Ciencias Sociales y Jurídicas, con unos valores medios de 6,83; 5,54 y 5,46, respectivamente. En todos los casos, las opiniones más desfavorables correspondieron a los estudiantes de Humanidades, que alcanzaron unos valores medios de 7,09 en el ítem sobre satisfacción personal, 5,95 en el ítem sobre beneficios económicos y 5,62 en el ítem sobre imagen social ante los demás.

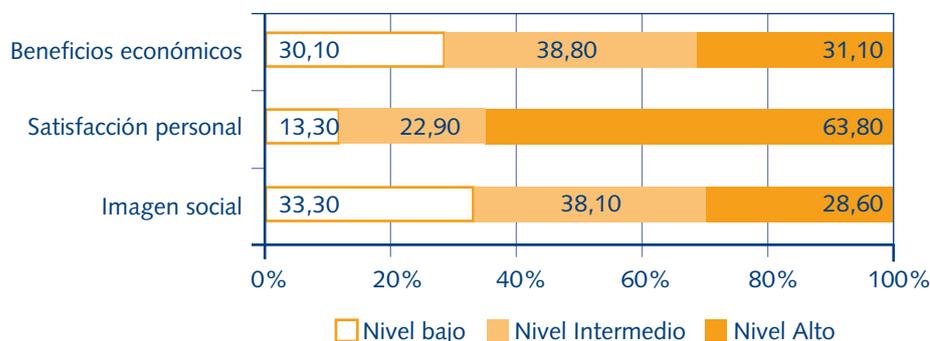
Tabla 36. Expectativas de resultados con la creación de una empresa en función de la rama científica

Variable	Experimentales	Salud	Socio- Jurídicas	Humanidades	Técnicas
Beneficios económicos	4,96	5,23	5,54	4,48	5,95
Satisfacción personal	6,65	6,46	6,83	4,98	7,09
Imagen social	4,90	4,75	5,46	4,59	5,62

Fuente: Elaboración propia.

La distribución de las puntuaciones por niveles se recoge en las siguientes figuras. Se aprecia en todos los casos un alto porcentaje de respuestas de nivel alto en el ítem referido a las expectativas de resultados autoevaluativos, mientras que en los ítems restantes se observa una mayor equiparación entre los tres niveles de respuesta.

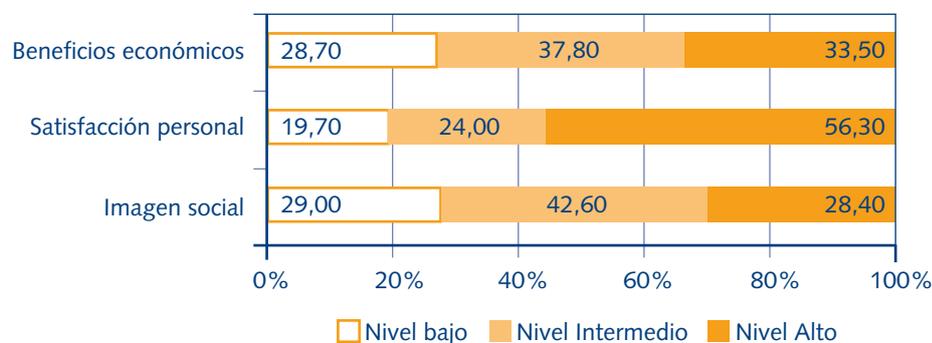
Figura 43. Niveles de expectativas de resultados de los estudiantes de Ciencias Experimentales con la creación de una empresa



Fuente: Elaboración propia.

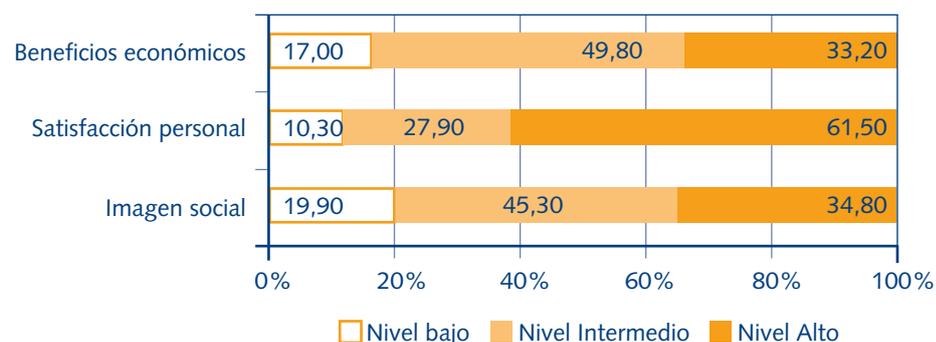


Figura 44. Niveles de expectativas de resultados de los estudiantes de Ciencias de la Salud con la creación de una empresa



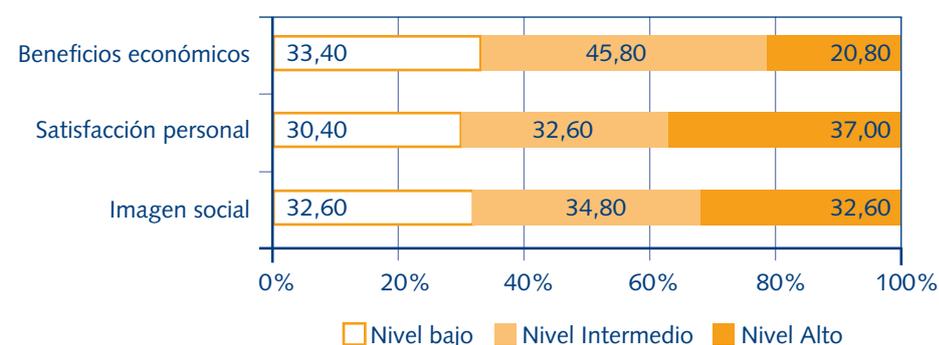
Fuente: Elaboración propia.

Figura 45. Niveles de expectativas de resultados de los estudiantes de Ciencias Sociales y Jurídicas con la creación de una empresa



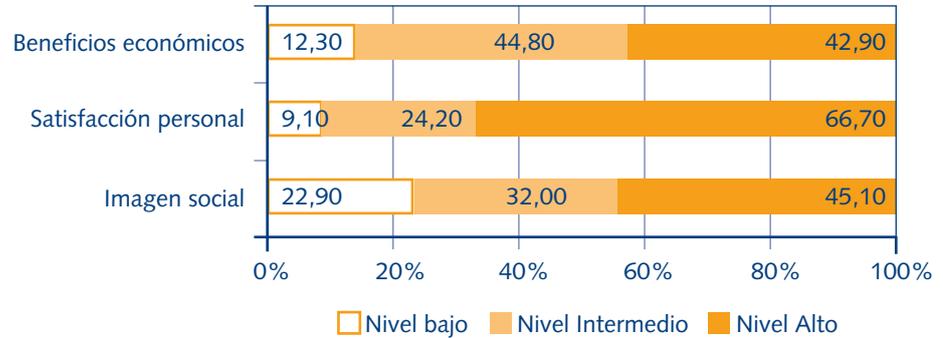
Fuente: Elaboración propia.

Figura 46. Niveles de expectativas de resultados de los estudiantes de Humanidades con la creación de una empresa



Fuente: Elaboración propia.

Figura 47. Niveles de expectativas de resultados de los estudiantes de Ciencias Técnicas con la creación de una empresa



Fuente: Elaboración propia.

En suma, estos resultados sugieren la existencia de un patrón de relaciones entre educación percibida y expectativas de resultados atribuidos a la conducta de emprender. Así, los estudiantes de titulaciones Técnicas y Sociales mantienen una visión más positiva de las recompensas obtenidas por el empresario en su trabajo en comparación con los estudiantes de otras ramas, en plena consonancia con sus divergentes valoraciones de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad. De esta forma, las conclusiones apuntan, de nuevo, a la existencia de un trato diferencial de las cuestiones relacionadas con el emprendizaje en cada área de estudios.

3.3.3.6 Análisis multivariado de la varianza (MANOVA II)

Por último, se analizó el efecto de la pertenencia a las distintas ramas académicas consideradas sobre las variables dependientes referidas a las percepciones de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora y a la actitud emprendedora de los estudiantes, tomadas conjuntamente.

Los resultados del MANOVA confirmaron la existencia de una diferencia estadísticamente significativa entre los alumnos de distintas titulaciones en las comentadas variables, con unos valores de $F(112, 3.744) = 2,20$, $p < 0,001$, λ de Wilks = 0,777, η^2 al cuadrado parcial = 0,062. De esta forma, el efecto de la rama académica explicó en este caso sólo el 6,2% de la varianza compartida por las puntuaciones en las variables dependientes. Estos resultados se resumen en la tabla 37.



Tabla 37. Resultados del MANOVA (II)

Variable	Lambda de Wilks	F	Eta cuadrado parcial	F	Eta cuadrado parcial
Educación emprendedora en la Universidad	0,777**	2,20**	0,062	6,13*	0,025
Educación emprendedora en cada plan de estudios				7,27*	0,029
Apoyo a la iniciativa empresarial				8,74*	0,035
Ánimo por parte de profesores				6,67*	0,027
Empresa propia				2,87	0,012
Empleado empresa privada				1,18	0,005
Funcionario en la Administración pública				4,16	0,017
Competencia personal				2,30	0,010
Competencia profesional				6,00*	0,024
Identificar una oportunidad de negocio				4,78*	0,019
Elaborar un proyecto empresarial para aprovechar dicha oportunidad				2,21	0,009
Diseñar productos adecuados a la demanda actual				6,95*	0,028
Comercializar los productos en el mercado				3,51	0,014
Seleccionar y formar a personal eficaz en el desarrollo del proyecto empresarial				2,39	0,010
Generar un entorno de trabajo adecuado en la organización				2,35	0,010
Tolerar condiciones de estrés y conflicto en la organización				4,48*	0,018
Tolerar cambios imprevistos en las condiciones del negocio				1,50	0,006
Persistir frente a la adversidad				3,72	0,015
Desarrollar y mantener relaciones con potenciales inversores				4,75*	0,019
Desarrollar y mantener acuerdos o alianzas con proveedores y distribuidores				2,71	0,011
Desarrollar y mantener acuerdos o alianzas con otros competidores				1,87	0,008
Desarrollar y mantener relaciones comerciales con los clientes				3,36	0,014
Dificultad percibida				2,11	0,009
Esfuerzo percibido				1,41	0,006
Anticipación de éxito				1,38	0,006
Beneficios económicos				4,50*	0,018
Satisfacción personal				5,55*	0,022
Imagen social				4,23	0,017

Fuente: Elaboración propia; * $p < 0,0017$; ** $p < 0,001$.

Cuando se analizaron las diferencias intergrupales para cada variable dependiente por separado, los cuatro ítems relativos a las percepciones de los estudiantes en cuanto a educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad alcanzaron un nivel de significación estadístico, de acuerdo al criterio ajustado de Bonferroni de 0,0017, concretamente, educación emprendedora en la Universidad [$F(9, 969) = 6,13$; *eta al cuadrado parcial* = 0,025], educación emprendedora en cada plan de estudios [$F(9, 969) = 7,27$; *eta al cuadrado parcial* = 0,029], apoyo a la iniciativa empresarial [$F(9, 969) = 8,74$; *eta al cuadrado parcial* = 0,035], y ánimo por parte de profesores [$F(9, 969) = 6,67$; *eta al cuadrado parcial* = 0,027]. En cualquier caso, el tamaño del efecto del curso académico sobre dichas variables fue relativamente bajo, explicando en torno al 3% de la varianza.

En el caso de la competencia percibida general para crear una empresa, sólo el ítem referente a las percepciones de competencia profesional alcanzó un nivel estadísticamente significativo de acuerdo al nivel alpha ajustado de Bonferroni, con unos valores de $F(9, 969) = 6$, *eta al cuadrado parcial* = 0,024. Y en la misma línea, los ítems de competencia percibida específica que resultaron significativos en el análisis fueron los siguientes: identificar una oportunidad de negocio [$F(9, 969) = 4,78$; *eta al cuadrado parcial* = 0,019], diseñar productos adecuados a la demanda actual [$F(9, 969) = 6,95$; *eta al cuadrado parcial* = 0,028], tolerar condiciones de estrés y conflicto [$F(9, 969) = 4,48$; *eta al cuadrado parcial* = 0,018], y desarrollar y mantener relaciones con potenciales inversores [$F(9, 969) = 4,75$; *eta al cuadrado parcial* = 0,019]. De nuevo, el porcentaje de varianza explicado fue bajo, en torno al 2%.

Finalmente, dos de los tres ítems relativos a las expectativas de resultados atribuidos al trabajo de empresario alcanzaron un nivel de significación estadística del 0,0017, de acuerdo al ajuste de Bonferroni, en concreto, expectativas de beneficios económicos [$F(9, 969) = 4,50$; *eta al cuadrado parcial* = 0,018], y expectativas de satisfacción personal [$F(9, 969) = 5,55$; *eta al cuadrado parcial* = 0,022]. También en estos casos, el porcentaje de varianza explicada giró en torno al 2%.

Las diferencias intergrupales en el resto de ítems analizados no resultaron significativas de acuerdo a los criterios estadísticos establecidos.

A continuación, se llevó a cabo una serie de análisis post hoc, mediante la prueba HSD de Tukey, de cara a identificar los grupos específicos de estudiantes entre los que se concentraron las diferencias apuntadas, tomando un nivel de significación de 0,05. Los resultados de estas pruebas se resumen en la siguiente tabla.



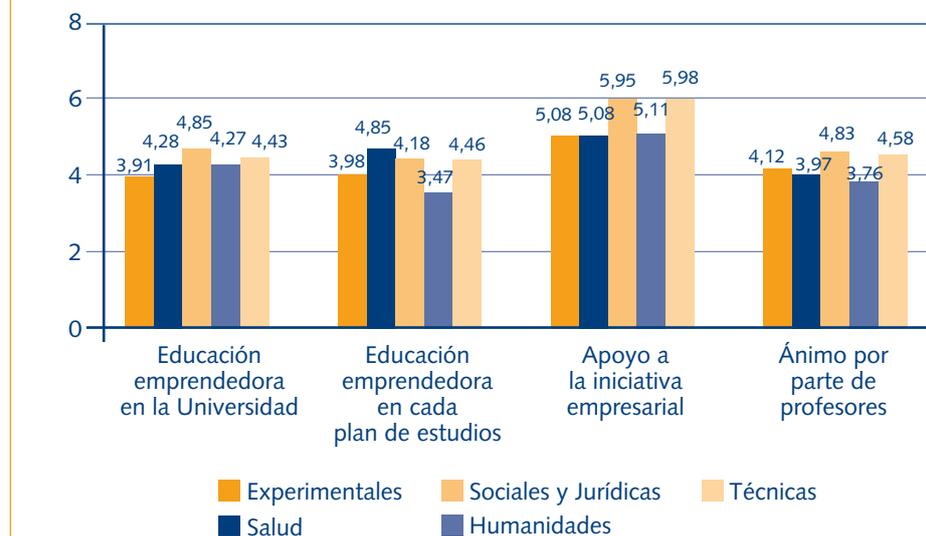
Tabla 38. Análisis HSD de Tukey

Variable Dependiente	Variable independiente		Dif. de Medias (I-J)	Error típico	Sig.
	Rama científica (I)	Rama científica(J)			
Educación emprendedora en la Universidad	Sociales y Jurídicas	Experimentales	0,90	0,244	0,002
		Salud	0,66	0,204	0,011
Educación emprendedora en cada plan de estudios	Sociales y Jurídicas	Experimentales	0,88	0,261	0,007
		Salud	0,74	0,218	0,006
		Humanidades	1,09	0,394	0,045
Apoyo a la iniciativa empresarial	Salud	Sociales y Jurídicas	-0,86	0,249	0,005
		Técnicas	-0,92	0,313	0,027
Ánimo por parte de profesores	Sociales y Jurídicas	Salud	0,98	0,249	0,001
Competencia profesional	Experimentales	Técnicas	-0,91	0,334	0,051
		Sociales y Jurídicas	-0,69	0,235	0,028
		Técnicas	-1,23	0,296	0,000
Identificar una oportunidad de negocio	Técnicas	Salud	0,93	0,242	0,001
		Sociales y Jurídicas	0,59	0,191	0,017
		Humanidades	1,07	0,378	0,039
Diseñar productos adecuados a la demanda actual	Técnicas	Experimentales	0,93	0,267	0,005
		Salud	1,08	0,236	0,000
		Sociales	0,80	0,186	0,000
		Humanidades	1,18	0,369	0,012
Tolerar condiciones de estrés y conflicto en la organización	Experimentales	Salud	-1,09	0,293	0,002
		Técnicas	-0,98	0,292	0,008
	Sociales y Jurídicas	Salud	-0,70	0,206	0,007
		Técnicas	-0,58	0,204	0,037
Desarrollar y mantener relaciones con potenciales inversores	Técnicas	Experimentales	0,84	0,259	0,012
		Salud	0,74	0,230	0,011
		Sociales	0,78	0,181	0,000
		Humanidades	1,20	0,358	0,008
Beneficios económicos	Técnicas	Experimentales	0,89	0,323	0,048
		Humanidades	1,59	0,447	0,004
Satisfacción personal	Humanidades	Experimentales	1,77	0,499	0,004
		Salud	1,57	0,474	0,008
		Sociales y Jurídicas	1,75	0,435	0,001
		Técnicas	2,05	0,473	0,000

Fuente: Elaboración propia.

Revisemos a continuación las diferencias encontradas con más detalle. Comenzando por las percepciones de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad, se aprecia que el grupo que proporcionó las valoraciones más positivas en los cuatro ítems analizados fueron los estudiantes de titulaciones Técnicas, seguidos por el alumnado de Ciencias Sociales y Jurídicas. Las puntuaciones fueron más bajas en los tres grupos restantes de estudiantes, en especial, en el caso de las Humanidades. Las diferencias entre medias se representan gráficamente en la siguiente figura.

Figura 48. Diferencias entre estudiantes de distinta rama científica en percepciones de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad

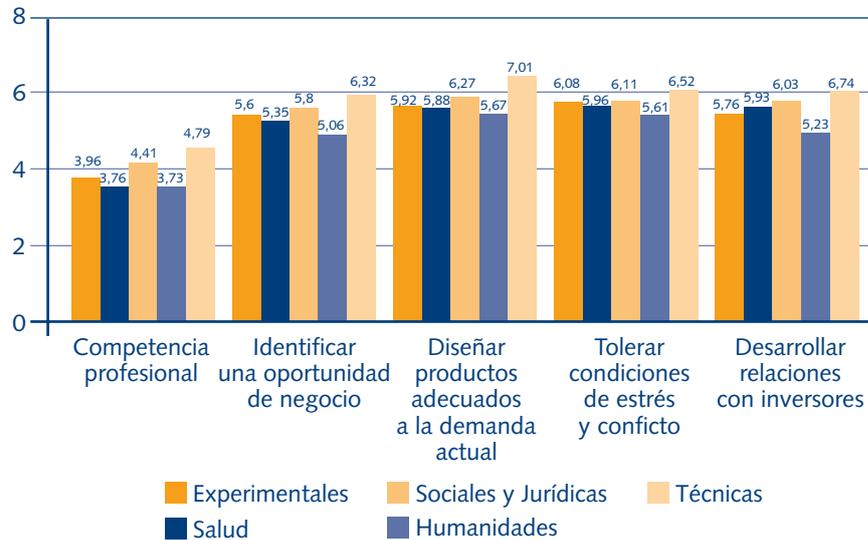


Fuente: Elaboración propia.

En relación a la competencia general y específica percibida para emprender, las diferencias entre medias aparecen representadas en la figura 49. De nuevo, los estudiantes de Ciencias Técnicas y Socio-Jurídicas se declararon más preparados profesionalmente para crear una empresa, y puntuaron asimismo más alto en las cuatro tareas emprendedoras específicas que sus iguales de otras ramas. Los estudiantes de Ciencias Experimentales y de la Salud guardaron diferencias de poco tamaño con dos grupos de alumnos a la cabeza, mientras que las diferencias de mayor tamaño se produjeron con respecto a los estudiantes de Humanidades, que reportaron los valores medios más bajos en los ítems comentados.



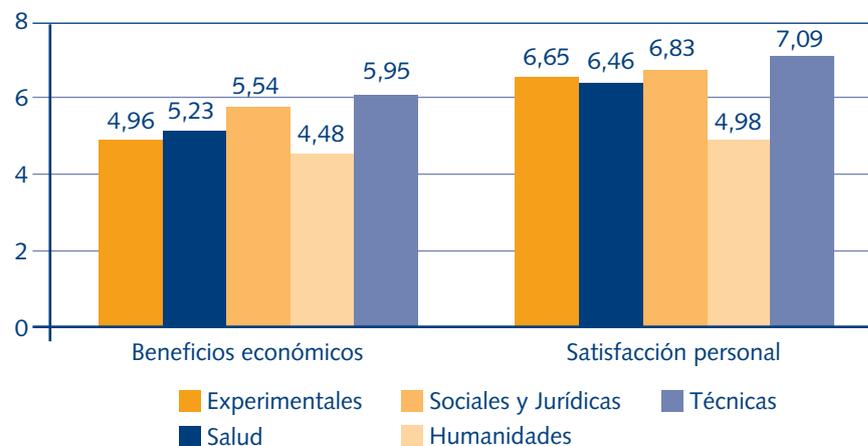
Figura 49. Diferencias entre estudiantes de distinta rama científica en competencia percibida general y específica para la creación de una empresa



Fuente: Elaboración propia.

Finalmente las diferencias en expectativas de resultados atribuidas a la creación de una empresa se recogen en la figura 50. Como puede verse, las puntuaciones medias más altas correspondieron de nuevo a los estudiantes de Ciencias Técnicas, estando las diferencias más significativas entre éstos y los estudiantes de Humanidades y Ciencias Experimentales, cuyas expectativas de beneficios económicos y satisfacción personal atribuidas a la conducta de emprender fueron mucho menores. Los estudiantes de Ciencias Socio-Jurídicas y de la Salud se mantuvieron en niveles intermedios entre ambos extremos.

Figura 50. Diferencias entre estudiantes de distinta rama científica en expectativas de resultados con la creación de una empresa



Fuente: Elaboración propia.

En suma, los resultados descritos llevan a concluir sobre la existencia de un trato diferencial de los estudiantes de distintas áreas en materia de autoempleo y creación de empresas, que se hace patente en las actitudes emprendedoras del alumnado universitario. Así, los estudiantes de titulaciones Técnicas y Socio-Jurídicas valoran más positivamente el papel de la institución universitaria en cuanto a educación y apoyo a la iniciativa empresarial del alumnado, lo que se traduce en una mayor seguridad profesional para desempeñar las diversas tareas implicadas en la creación de una empresa, al tiempo que mantienen una visión más positiva sobre los resultados económicos y personales obtenidos por el empresario en su trabajo. Frente a ellos, los estudiantes de titulaciones Experimentales, de la Salud y, especialmente, Humanidades mantienen una percepción más negativa de la educación emprendedora recibida en la Universidad y, consecuentemente, se perciben menos aptos para el autoempleo y atribuyen consecuencias negativas a dicha opción laboral frente a otros trabajos asalariados.

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

Este trabajo ha tratado de plantear la creación de una nueva empresa como una prometedora opción de inserción y desarrollo profesional para los jóvenes con estudios superiores en Castilla y León, dada la complejidad de los mercados de trabajo actuales, que imponen serias dificultades para el acceso al trabajo asalariado, ya sea en el contexto de empresas privadas o en puestos de funcionario en la Administración pública. Ante esta realidad, la posibilidad de crearse un puesto de trabajo por uno mismo, al tiempo que se genera empleo para otras personas y se contribuye al bienestar social y económico de una región, debería ser considerada como una alternativa de futuro atractiva para los estudiantes universitarios.

Una vez dejado claro que el emprendedor no nace completamente formado, sino que los intereses por el autoempleo y las competencias necesarias para crear una empresa pueden modelarse a través de la educación, se plantea la necesidad de tomar el desarrollo de la iniciativa y el espíritu de empresa como una función más de las instituciones de enseñanza superior, orientadas en todo caso a la especialización profesional de sus estudiantes y, a través de ello, al desarrollo social y económico de una determinada comunidad. En este punto cobra especial relevancia la mutua interacción entre Universidad, mercado de trabajo y empresa, en la canalización del capital humano de los jóvenes con estudios superiores hacia el aprovechamiento óptimo de las oportunidades que brinda el tejido empresarial, en este caso, de Castilla y León.

En resumen, a lo largo de estas páginas se ha resaltado la importancia de que las Universidades públicas de la Comunidad Autónoma adapten su orientación formativa a las nuevas dinámicas seguidas por el mercado de trabajo en la última década, y tomen un papel activo en la educación del alumnado en competencias funcionales para el trabajo por cuenta propia. En la misma línea, se ha apuntado la toma de conciencia sobre este punto a nivel europeo, revisándose las múltiples políticas desarrolladas en materia de educación y cohesión social para favorecer el espíritu emprendedor como competencia clave de aprendizaje para la vida, que ha de ser entrenada desde el propio sistema educativo y, en particular, en la Universidad.

Las Universidades públicas de Castilla y León han comenzado a dar sus primeros pasos hacia el laborioso objetivo de incluir la educación para el emprendizaje como parte de sus cometidos, lo que se aprecia en el desarrollo de los programas institucionales de creación de empresas con que cuenta cada una de ellas. Este avance pone de relieve un creciente interés por difundir la cultura emprendedora entre todos sus miembros y dar apoyo específico a los intereses empresariales de los alumnos con vocación emprendedora. No obstante, la revisión de los planes académicos pone de relieve que, aún hoy, la aproximación asumida por las Universidades en la formación especializada de sus alumnos está mucho más orientada a estimular la salida

de trabajadores eficaces por cuenta ajena y aspirantes a funcionarios que a enriquecer el tejido empresarial de la región con nuevos y responsables empresarios.

En este contexto, el estudio presentado en este trabajo se ha fundamentado en los propósitos de conocer más de cerca las opiniones de los estudiantes de la Universidad de León sobre la educación y apoyo a la iniciativa empresarial, así como de analizar la actitud emprendedora de los mismos. Se entiende que los resultados obtenidos pueden ser extensibles a la descripción de las demás Universidades públicas de Castilla y León, y apuntar hacia recomendaciones útiles a todas ellas en su camino hacia la inclusión de la competencia emprendedora como elemento clave del currículo académico oficial de las diversas titulaciones impartidas en cada caso.

Tomados en su conjunto, de los resultados del estudio llevado a cabo se derivan importantes conclusiones en relación a la cuestión de si el paso por la experiencia formativa de la Universidad estimula o inhibe el espíritu empresarial de los alumnos. Para empezar, los datos manejados ponen de manifiesto las deficientes valoraciones emitidas por los propios estudiantes sobre el papel de la Universidad a este respecto, tanto a nivel de tratamiento de las cuestiones relacionadas con el emprendizaje en la institución en general y en los planes de estudios específicos, como de apoyo a la iniciativa empresarial y motivación infundida por el profesorado hacia el autoempleo y la creación de empresas. Más aún, los resultados confirman que los estudiantes de primer curso valoran más positivamente las cuatro cuestiones apuntadas que sus iguales a punto de terminar la carrera, lo que lleva a la tajante conclusión de que los años invertidos en la Universidad no satisfacen en absoluto las expectativas iniciales de los alumnos en cuanto a educación y apoyo a sus intereses emprendedores.

Por otro lado, parece que la escasa atención prestada en la Universidad a la iniciativa y espíritu empresarial se traduce, a su vez, en el desarrollo de una actitud negativa generalizada hacia la creación de empresas entre el alumnado. De esta forma, los estudiantes no parecen estar lo suficientemente concienciados sobre sus posibilidades reales de acceso al mundo de trabajo por cuenta ajena, y manifiestan una preferencia general por el empleo asalariado en la Administración pública o, en su defecto, en empresas privadas. Frente a ello, la opción de crear una empresa propia como medio de proyección laboral tiende a ser descartada mayoritariamente.

Igualmente, como consecuencia del escaso desarrollo de competencias empresariales en la Universidad, los estudiantes no se perciben personal ni profesionalmente competentes para crear una empresa. En suma, declaran no poseer las cualidades personales ni las destrezas laborales necesarias para embarcarse en una aventura empresarial. Paradójicamente, sí se observa una mayor confianza de los estudiantes en sus habilidades para desempeñar tareas emprendedoras concretas. Así, parece que los alumnos universitarios tienden a interiorizar conocimientos útiles para la creación de empresas de una manera notablemente informal en la Universidad, generalizando los aprendizajes desarrollados en sus respectivas titulaciones a contextos de trabajo por cuenta propia, lo que les lleva a sentirse capaces como profesionales autoempleados. No obstante, la no existencia de una estrategia formal para la educación de competencias emprendedoras sugiere que la autoconfianza depositada por los estudiantes en sus cualidades para crear una empresa no tiene una base realista sobre la que fundamentarse y puede deberse a la propia falta de conocimiento sobre el mundo empresarial, lo que comporta un peligro de sobreconfianza entre los alumnos.



Esta tendencia se constata, de hecho, en la propensión de los universitarios a infra-valorar la importancia de las dificultades que se imponen en el proceso de creación empresarial, así como de la cantidad de esfuerzo personal que es necesario invertir en la identificación y explotación de ideas de negocio rentables. Así, a la sobreconfianza en la competencia profesional para desempeñar las tareas emprendedoras, se une una escasa anticipación de obstáculos en el proceso, lo que denota una visión muy poco realista y cargada de sesgos sobre lo que implica crear y conducir una empresa. Todo ello responde, sin duda, a la escasa educación empresarial impartida a esos alumnos en la Universidad.

Por otro lado, la percepción generalizada de la creación de una empresa como una conducta relativamente fácil y alcanzable contrasta enormemente con la escasez de recompensas positivas atribuidas por los estudiantes al autoempleo. Así, éstos muestran una marcada tendencia a subestimar las posibilidades reales de crear su propia empresa de manera exitosa, al tiempo que mantienen una visión moderada sobre los resultados vinculados al trabajo del empresario en términos de beneficio económico, satisfacción personal y reconocimiento social.

En suma, el discurso típico de los universitarios parece ser un “puedo, pero no quiero”, que les lleva a sobreestimar sus posibilidades como emprendedores y, del mismo modo, a mantener una actitud negativa generalizada ante la creación de empresas como carrera profesional atractiva y potencialmente beneficiosa.

Lo más alarmante a este respecto es que, según los análisis conducidos en este estudio, la actitud de los estudiantes hacia el emprendizaje no evoluciona con la experiencia formativa en la Universidad, no existiendo grandes diferencias significativas entre los alumnos de primer y último curso en las tendencias comentadas. Así, la ausencia de una estrategia formal para la educación y apoyo a la iniciativa emprendedora de los alumnos conlleva un escaso impacto sobre las opiniones negativas que éstos mantienen en el comienzo de sus estudios hacia el autoempleo y el trabajo del empresario, con una consiguiente desmotivación generalizada por la conducta emprendedora al final de la trayectoria universitaria.

Por otro lado, los resultados del estudio también sugieren importantes diferencias en el tipo de educación emprendedora impartida y en sus efectos sobre la actitud de los estudiantes de distintas ramas científicas. En términos generales, podemos concluir que las percepciones de educación de la iniciativa y el espíritu de empresa son más positivas entre los estudiantes de titulaciones Técnicas o vinculadas a las Ciencias Sociales y Jurídicas. Por ello, el alumnado de especialización Técnica manifiesta también una actitud más positiva hacia la creación de una empresa como opción de proyección laboral, se siente más capacitado para emprender y atribuye en mayor medida resultados deseables a los propósitos empresariales. Este hecho puede estar relacionado con la existencia de una mayor cantidad de políticas autonómicas destinadas a potenciar las vocaciones empresariales de los estudiantes de titulaciones Técnicas, de cara a sacar el máximo provecho económico de los conocimientos y avances tecnológicos desarrollados en el seno de la propia institución universitaria.

No obstante, también se hace necesario precisar aquí que, de acuerdo a la distribución de la muestra empleada en este estudio atendiendo al sexo de los participantes, se apreció un predominio generalizado de mujeres frente a varones en casi todas las ramas académicas, excepto en el caso de las Ciencias Técnicas, donde la proporción

de varones era muy superior a la de mujeres. Por tanto, es importante tener en cuenta que, tal vez, la actitud emprendedora comparativamente más positiva constatada en dicha muestra bien podría responder a una mayor tendencia a emprender en los hombres, en comparación con las mujeres. No obstante, esta posible vía de influencia se escapa a los propósitos de este trabajo, quedando pendiente para futuros estudios en el área.

Por el contrario, los estudiantes vinculados a las Ciencias de la Salud, Experimentales y, sobre todo, Humanidades, manifestaron una peor visión del papel de la Universidad en temas de educación y motivación para el emprendizaje, lo que puede estar en la base de su escasa proyección laboral hacia el autoempleo, su baja preparación percibida para crear una empresa y su escasa anticipación de resultados favorables atribuibles a dicha conducta. Esto sugiere la necesidad de ampliar el foco de las políticas autonómicas y extender el propósito de fomentar la iniciativa emprendedora en la Comunidad Autónoma a los estudiantes de todas las titulaciones universitarias, para que sean capaces de identificar en sus áreas de estudio diversas oportunidades de contribuir al tejido empresarial de la región. Por poner un ejemplo, el emprendizaje social podría representar un prometedor campo para transformar el capital humano de los estudiantes de Humanidades y Ciencias Sociales hacia nuevas formas de crecimiento social y económico.

Estas conclusiones dan suficiente fundamento a la disposición de medidas específicas para la inclusión de la educación de competencias empresariales como objetivo educativo del currículo universitario. Siguiendo las pautas de acción comentadas en este trabajo, resulta imprescindible concienciar a las autoridades educativas sobre la importancia de definir conocimientos, destrezas y actitudes útiles para el emprendizaje que puedan ser entrenadas formalmente mediante métodos activos de enseñanza adaptada a las demandas diferenciales de alumnos con distinto nivel y especialización académicos. El proceso abierto de Bolonia y, en especial, el seguimiento de las directrices marcadas por los libros blancos de la ANECA sobre la educación de la iniciativa y el espíritu de empresa en los nuevos títulos de grado universitarios podrían constituir un excelente punto de partida hacia el planteamiento de propósitos más ambiciosos a este respecto.

Igualmente, la mejora de la educación emprendedora en la Universidad debe pasar por la articulación de medidas específicas de difusión de la cultura empresarial entre todos los miembros de la institución y, especialmente, entre el profesorado, de cara a favorecer la transmisión de valores y actitudes positivas hacia el emprendizaje entre el alumnado, tanto a través de la impartición de contenidos pautados en los planes de estudios, como de situaciones informales de interacción fuera del aula.

Y finalmente, todo ello sólo puede ser conseguido a través del reforzamiento de los planes de acción y recursos previstos por los programas institucionales de creación de empresas con que cuentan las Universidades públicas de Castilla y León, de cara a que las aspiraciones empresariales de los estudiantes y otros miembros de la comunidad universitaria no se queden sólo en eso y puedan materializarse en la creación constatable de nuevas empresas exitosas con alto potencial para contribuir al bienestar social y al crecimiento económico de la Comunidad Autónoma.

Para terminar, vale la pena mencionar las innumerables puertas abiertas que este estudio deja abiertas a futuras investigaciones sobre el papel de la Universidad en la



educación del espíritu de empresa y su efecto sobre el potencial emprendedor de los estudiantes. En especial, es importante que futuros trabajos amplíen el foco de variables incluidas en el diseño empleado en este caso, analizando el papel de otros factores sociodemográficos como el sexo, la experiencia laboral o los antecedentes familiares en la explicación del comportamiento empresarial de los estudiantes universitarios.

Igualmente, las conclusiones de este trabajo deberán ser interpretadas de nuevo a la luz de la evolución del proceso de construcción del nuevo EEES. Ciertamente, la forma en que los nuevos títulos universitarios sean impartidos en el futuro, unida a la creciente preocupación política sobre la importancia socioeconómica del fomento del emprendizaje entre los jóvenes supondrán nuevos puntos de vista desde los que evaluar el papel de la Universidad en el fomento de la cultura emprendedora.

RECOMENDACIONES



RECOMENDACIONES

A partir de las conclusiones de este trabajo y de la revisión de las pautas de acción sugeridas en diversos documentos desarrollados en el seno de la política europea para el fomento del espíritu empresarial en la Universidad (Dirección General de la Empresa, 2002, 2004, 2008a), proponemos una serie de recomendaciones, tanto para las autoridades públicas autonómicas como para las propias Universidades de Castilla y León. El propósito de todas ellas es el de favorecer la inclusión de la educación de competencias emprendedoras dentro del currículo académico universitario y desarrollar el potencial empresarial del alumnado.

A este respecto, las autoridades públicas de Castilla y León podrían:

- Adoptar una definición de educación de espíritu empresarial que sirva de guía a las actividades que se desarrollen a nivel autonómico.
- Aumentar las actividades de estimulación y difusión de la cultura emprendedora en la Comunidad, incluyéndose aquí la sensibilización de las propias escuelas y departamentos universitarios sobre la importancia del impulso de las cualidades empresariales de los estudiantes.
- Mejorar el compromiso político y la coordinación entre distintos poderes públicos en materia de educación, economía, empleo e investigación, de cara a promover la sistematización del proceso de enseñanza del espíritu emprendedor en los distintos niveles educativos y disciplinas académicas en la Universidad.
- Diseñar material didáctico útil para la educación de competencias empresariales, que pueda ser proporcionado a las instituciones universitarias.
- Desarrollar una legislación más específica de apoyo a las relaciones Universidad-Empresa, incluyéndose la flexibilización de los límites de movilidad de los profesores entre la institución educativa y el mundo empresarial, así como la implicación del profesorado en la enseñanza del espíritu emprendedor.
- Desarrollar un sistema de acreditación para la validación del aprendizaje no formal y las actividades prácticas que favorezcan el desarrollo de la iniciativa emprendedora.
- Estimular la inversión para el desarrollo del espíritu empresarial en todos los niveles y disciplinas académicas.
- Establecer un sistema de incentivos a la iniciativa emprendedora de Universidades, profesores y alumnos.
- Apoyar las actividades de las redes y ONGs existentes que promueven programas educativos basados en la práctica, como las miniempresas de estudiantes y virtuales.

- Crear una estructura o función interdepartamental que coordine las acciones emprendidas y la recopilación de información a nivel autonómico.
- Desarrollar indicadores para la recogida de datos cuantitativos que permitan un mejor examen de la situación actual y su evolución futura.

Asimismo, las propias Universidades públicas de Castilla y León podrían:

- Revisar los planes de estudios a todos los niveles a fin de que incluyan de manera explícita el espíritu empresarial como objetivo docente.
- Establecer una estrategia y un plan de acción para la enseñanza y la investigación en materia de iniciativa emprendedora, incluidas las actividades basadas en la práctica y la creación de empresas y spin-off.
- Crear departamentos específicos de iniciativa emprendedora que actúen como núcleos de difusión de la enseñanza del espíritu empresarial.
- Introducir asignaturas, como mínimo optativas, que permitan el acercamiento de todos los estudiantes universitarios a la iniciativa empresarial y al autoempleo.
- Incrementar las oportunidades de asistencia a seminarios y conferencias sobre emprendizaje en todos los miembros de la comunidad universitaria.
- Establecer sistemas de incentivación para motivar y recompensar al personal docente universitario que ayude a los estudiantes interesados en emprender, y reconocer el valor académico de la investigación y las actividades en el ámbito empresarial.
- Desarrollar normas institucionales claras en materia de propiedad intelectual.
- Conceder créditos académicos por el trabajo práctico realizado en el marco de proyectos de empresa al margen de los cursos establecidos.
- Fomentar la participación de la comunidad local en la enseñanza del espíritu empresarial a través de actividades extracurriculares.
- Recopilar y difundir buenas prácticas entre las Universidades, con ejemplos de programas y medidas eficaces para la educación y fomento del espíritu empresarial.

**REFERENCIAS
BIBLIOGRÁFICAS**



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AJZEN, I., 1987. Attitudes, traits and actions: dispositional prediction of behavior in social psychology. *Advances in Experimental Social Psychology*, 20, pp. 1-63.
- 1991. The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior & Human Decision Processes*, 50, pp. 179-211.
- AJZEN, I., y FISHBEIN, M., 1980. *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- ASTIN, H. S., 1984. The meaning of work in women's lives: a sociopsychological model of career choice and work behavior, *The Counselling Psychologist*, 12, pp. 117-126.
- BANDURA, A., 1986. *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- 1997. *Self-efficacy: The Exercise of Control*. New York: W. H. Freeman & Co.
- BAUMOL, W. J., 1968. Entrepreneurship in economic theory. *American Economic Review: Papers and Proceedings*, 58, pp. 64-71.
- BLUSTEIN, D. L., PHILIPS, S. D., JOBIN DAVIS, K., FINKELBERG, S. L. y ROARKE, A. E., 1997. A theory-building investigation of the school-to-work transition. *The Counselling Psychologist*, 25, pp. 364-402.
- CAMPBELL, C. A., 1992. A decision theory model for entrepreneurial acts. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(1), pp. 21-27.
- CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL DE CASTILLA Y LEÓN, 2008. *Situación Económica y Social de Castilla y León 2008*. Valladolid: Consejo Económico y Social de Castilla y León.
- COMISIÓN EUROPEA, 2000. *Carta Europea de la Pequeña Empresa*. Disponible en http://europa.eu/legislation_summaries/enterprise/business_environment/n26002_en.htm. Consultado en julio de 2009.
- COMISIÓN EUROPEA, 2003. *Informe de Síntesis. El Debate Público Suscitado por el Libro Verde sobre el Espíritu Empresarial en Europa*. Bruselas: Comisión Europea.

- COMISIÓN EUROPEA, 2007. *Panorama of the European Labour Market*, Bruselas: Comisión Europea.
- DE NOBLE, A. F., JUNG, J. y EHRLICH, S. B., 1999. Entrepreneurial self-efficacy: the development of a measure and its relationship to entrepreneurial action. En P. D. Reynolds, W. D. Bygrave, S. Manigart, C. M. Manson, G. D. Meyer, H. J. Sapienza y K. S. Shaver (Eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research-1999* (pp. 73-87). Wellesley, MA: Babson College.
- DIRECCIÓN GENERAL DE LA EMPRESA, 2002. *Informe Final del Grupo de Expertos. Proyecto del Procedimiento Best sobre Educación y Formación en el Espíritu Empresarial*. Bruselas: Comisión Europea.
- DIRECCIÓN GENERAL DE LA EMPRESA, 2003. *Libro Verde. El Espíritu Empresarial en Europa*. Bruselas: Comisión Europea.
- DIRECCIÓN GENERAL DE LA EMPRESA, 2004. *Informe Final del Grupo de Expertos. Educación y Formación en el Espíritu Empresarial*. Bruselas: Comisión Europea.
- DIRECCIÓN GENERAL DE LA EMPRESA, 2008a. *La Iniciativa Emprendedora en la Enseñanza Superior, especialmente en Estudios no Empresariales*. Bruselas: Comisión Europea.
- DIRECCIÓN GENERAL DE LA EMPRESA, 2008b. *Survey of Entrepreneurship Education in Higher Education in Europe*. Bruselas: Comisión Europea.
- DIRECCIÓN GENERAL DE ESTADÍSTICA DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN, 2007. *Situación Económica y Social de la Juventud*. Disponible en: www.jcyl.es/scsiau/Satellite/up/es/Institucional/Page/PlantillaDetalleContenido/1131977879401/Redaccion/1207834341310/_?asm=jcyl. Consultado en julio de 2009.
- DOUGLAS, E. J. y SHEPHERD, D. A., 2000. Entrepreneurship as a utility-maximizing response. *Journal of Business Venturing*, 15(3), pp. 231-252.
- EISENHAUER, J. G., 1995. The entrepreneurial decision: economic theory and empirical evidence. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19(4), pp. 67-79.
- EISER, J. R., 1989. *Psicología Social*. Madrid: Pirámide.
- FLAVIÁN, C. y LOZANO, F. J., 2004. Market orientation in public university: a challenger for the Spanish university system. *International Review on Public and Non Profit Marketing*, 1(2), pp. 9-28.
- GARCÍA ESPEJO, M. I., 1998. *Recursos Formativos e Inserción Laboral de los Jóvenes*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- INSTITUTO DE EMPRESA, 2008. *Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo GEM España 2008*. Madrid: I. De la Vega, A. Corduras, C. Cruz, R. Justo y I. González.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, p. 205.



- JEFATURA DE ESTADO, 2007. Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades. BOE num. 89, pp. 16.241-16.260.
- JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN, 2008. *Estrategia Universidad-Empresa de Castilla y León 2008-2011*. Junta de Castilla y León.
- KOLVEREID, L. (1996). Prediction of status employment choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1), pp. 47-57.
- KRUEGER, N. F. y BRAZEAL, D. V., 1994. Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), pp. 91-104.
- KRUEGER, N. F. y CARSRUD, A. L., 1993. Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5, pp. 315-330.
- KRUEGER, N. F., REILLY, M. D. y CARSRUD, A. L., 2000. Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5/6), pp. 411-432.
- KRUEGER, N. JR. y DICKSON, P. R., 1994. How believing in ourselves increases risk taking: Perceived self-efficacy and opportunity recognition. *Decision Sciences*, 25(3), pp. 385-400.
- LENT, R. W., BROWN, S. D. y HACKETT, G., 1994. Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice and performance. *Journal of Vocational Behavior*, 45, pp. 79-122.
- LENT, R. W. ET AL., 2001. The role of contextual supports and barriers in the choice of Math/Science educational options: a test of Social Cognitive hypotheses. *Journal of Counseling Psychology*, 48, pp. 474-483.
- 2002. Career choice barriers, supports, and coping strategies: College students' experiences. *Journal of Vocational Behavior*, 60, 61-72.
- LOCKE, E. A. y HENNE, D., 1986. Work motivation theories. En C. L. Cooper y I. T. Robertson (Eds.), *International Review of Industrial and Organizational Psychology 1986* (pp.1-35). Chichester, UK: Wiley.
- MCWHIRTER, E. H., HACKETT, G. y BANDALOS, D. L., 1998. A causal model of the educational plans and career expectations of Mexican American high school girls. *Journal of Counseling Psychology*, 45, pp. 166-181.
- MORIANO, J. A., PALACÍ, F. J. y MORALES, J. F., 2006. El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 22(1), pp. 75-99.
- PARLAMENTO EUROPEO y CONSEJO, 2006. Recomendación del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de Diciembre de 2006, sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente. *Diario Oficial de la Unión Europea*, L394/10-18.

- PLACER, J. L. y VÁZQUEZ, J. L., 2005. *Actividades y Resultados del Plan Legio en 2002-05 y Proyección para 2006*. León: Secretariado de Publicaciones y Secretariado de Promoción Empresarial de la Universidad de León.
- PORTAL DE EDUCACIÓN JCYL, p. 207.
- REAL DECRETO 1393/2007, de 29 de Octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales. BOE num 260, pp. 44.037-44.048.
- RICHIE, B. S., FASSINGER, R. E., PROSSER, J. y ROBINSON, S., 1997. Persistence, connection, and passion: a qualitative study of the career development of highly achieving African American-Black and White women. *Journal of Conselling Psychology*, 44, pp.133-148.
- RODEIRO, D., FERNÁNDEZ, S., OTERO, L. y RODRÍGUEZ, A., 2008. Firm creation in universities: a resource based view. *Cuadernos de Gestión*, 8(2), pp. 11-28.
- RODRÍGUEZ, A., 1991. *Psicología Social*. México: Trillas.
- RYCHEN, D. S. y Salganik, L. H. (2001). *Defining and Selecting Key Competencies*. Göttingen, Alemania: Hogrefe & Huber Publishers.
- SÁENZ, O. (1994). *Didáctica General: Un Enfoque Curricular*. Alcoy (Alicante): Marfil.
- SHAPERO, A. y SOKOL, L., 1982. The social dimensions of entrepreneurship. En C. Kent, D. Sexton y K. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 72-90). Englewood Cliffs, NJ: Prentice may.
- SWANSON, J. L., DANIELS, K. K. y TOKAR, D. M., 1996. Measuring perceptions of career-related barriers: The Career Barriers Inventory. *Journal of Career Assessment*, 4, pp. 219-244.
- TABACHNICK, B. G. y FIDELL, L. S. (1996). *Using Multivariate Statistics* (3rd edition). New York: HarperCollins.
- VÁZQUEZ, J. L., NAGHIU, A., GUTIÉRREZ, P. y PLACER, J. L., 2006. University and entrepreneurship: some results from the Spanish Legio experience 2002-06. *Buletinul USAMV-CN*, 63, pp. 1-6.
- VONDRACEK, F. W., LERNER, R. M. y SCHULENBERG, J. E., 1986. *Career development: a lie span developmental approach*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- VROOM, V. H., 1964. *Work and Motivation*. Nueva York: Wiley.
- ZHAO, H., SEIBERT, S. E. y HILLS, G. E., 2005. The mediating role of self-efficacy development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), pp. 1.265-1.272.



PÁGINAS WEB

Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA). www.aneca.es.

Campus Emprende. www.campusemprende.com.

Dirección General de Estadística de la Junta de Castilla y León. www.jcyl.es/sie.

Instituto Nacional de Estadística. www.ine.es.

Plan Galilero. plangalileo.usal.es.

Plan Legio. www3.unileon.es/personal/wwddejvb/planlegio.

Portal de Educación de la Junta de Castilla y León. www.educa.jcyl.es.

Programa UbuEmprende.

www.ubu.es/ubu/cm/ubu/tkContent?idContent=112418&locale=es_ES&textOnly=false.

Programa UvaEmprende. www.funge.uva.es/innovacion/tablaEmpresas.htm.

ÍNDICE DE FIGURAS



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo de interacciones recíprocas entre Universidad, mercado de trabajo y empresa	29
Figura 2. Distribución por edades del potencial empresarial en España, 2008	49
Figura 3. Diferencias regionales en actividad emprendedora, 2008	51
Figura 4. Los elementos del currículo	70
Figura 5. Distribución de las muestras de estudiantes de primer y último curso en función del sexo	92
Figura 6. Distribución de las muestras de estudiantes de primer y último curso en función de la rama científica y el sexo	93
Figura 7. Niveles percibidos de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad (muestra total)	98
Figura 8. Niveles de proyecciones laborales (muestra total)	99
Figura 9. Niveles de competencia percibida general y específica para la creación de una empresa (muestra total)	101
Figura 10. Niveles de anticipación de dificultades y previsiones de éxito en la creación de una empresa (muestra total)	102
Figura 11. Niveles de expectativas de resultados con la creación de una empresa (muestra total)	104
Figura 12. Niveles percibidos por los estudiantes de primer curso de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad	105
Figura 13. Niveles percibidos por los estudiantes de último curso de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad	105
Figura 14. Niveles de proyecciones laborales de los estudiantes de primer curso	106
Figura 15. Niveles de proyecciones laborales de los estudiantes de último curso	107
Figura 16. Niveles de competencia percibida general y específica de los estudiantes de primer curso para la creación de una empresa	109
Figura 17. Niveles de competencia percibida general y específica de los estudiantes de último curso para la creación de una empresa	110

Figura 18. Niveles de anticipación de dificultades y previsiones de éxito de los estudiantes de primer curso en la creación de una empresa	111
Figura 19. Niveles de anticipación de dificultades y previsiones de éxito de los estudiantes de último curso en la creación de una empresa	112
Figura 20. Niveles de expectativas de resultados de los estudiantes de primer curso con la creación de una empresa	113
Figura 21. Niveles de expectativas de resultados de los estudiantes de último curso con la creación de una empresa	113
Figura 22. Diferencias entre estudiantes de primer y último curso en percepciones de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad	115
Figura 23. Niveles percibidos por los estudiantes de Ciencias Experimentales de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad	117
Figura 24. Niveles percibidos por los estudiantes de Ciencias de la Salud de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad	117
Figura 25. Niveles percibidos por los estudiantes de Ciencias Sociales y Jurídicas de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad	118
Figura 26. Niveles percibidos por los estudiantes de Humanidades de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad	118
Figura 27. Niveles percibidos por los estudiantes de Ciencias Técnicas de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad	118
Figura 28. Niveles de proyecciones laborales de los estudiantes de Ciencias Experimentales	119
Figura 29. Niveles de proyecciones laborales de los estudiantes de Ciencias de la Salud	120
Figura 30. Niveles de proyecciones laborales de los estudiantes de Ciencias Sociales y Jurídicas	120
Figura 31. Niveles de proyecciones laborales de los estudiantes de Humanidades	120
Figura 32. Niveles de proyecciones laborales de los estudiantes de Ciencias Técnicas	121
Figura 33. Niveles de competencia percibida general y específica de los estudiantes de Ciencias Experimentales para la creación de una empresa	124
Figura 34. Niveles de competencia percibida general y específica de los estudiantes de Ciencias de la Salud para la creación de una empresa	125



Figura 35. Niveles de competencia percibida general y específica de los estudiantes de Ciencias Sociales y Jurídicas para la creación de una empresa	126
Figura 36. Niveles de competencia percibida general y específica de los estudiantes de Humanidades para la creación de una empresa	127
Figura 37. Niveles de competencia percibida general y específica de los estudiantes de Ciencias Técnicas para la creación de una empresa	128
Figura 38. Niveles de anticipación de dificultades y previsiones de éxito de los estudiantes de Ciencias Experimentales en la creación de una empresa	130
Figura 39. Niveles de anticipación de dificultades y previsiones de éxito de los estudiantes de Ciencias de la Salud en la creación de una empresa	130
Figura 40. Niveles de anticipación de dificultades y previsiones de éxito de los estudiantes de Ciencias Sociales y Jurídicas en la creación de una empresa	131
Figura 41. Niveles de anticipación de dificultades y previsiones de éxito de los estudiantes de Humanidades en la creación de una empresa	131
Figura 42. Niveles de anticipación de dificultades y previsiones de éxito de los estudiantes de Ciencias Técnicas en la creación de una empresa	131
Figura 43. Niveles de expectativas de resultados de los estudiantes de Ciencias Experimentales con la creación de una empresa	132
Figura 44. Niveles de expectativas de resultados de los estudiantes de Ciencias de la Salud con la creación de una empresa	133
Figura 45. Niveles de expectativas de resultados de los estudiantes de Ciencias Sociales y Jurídicas con la creación de una empresa	133
Figura 46. Niveles de expectativas de resultados de los estudiantes de Humanidades con la creación de una empresa	133
Figura 47. Niveles de expectativas de resultados de los estudiantes de Ciencias Técnicas con la creación de una empresa	134
Figura 48. Diferencias entre estudiantes de distinta rama científica en percepciones de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad	138
Figura 49. Diferencias entre estudiantes de distinta rama científica en competencia percibida general y específica para la creación de una empresa	139
Figura 50. Diferencias entre estudiantes de distinta rama científica en expectativas de resultados con la creación de una empresa	139

ÍNDICE DE TABLAS



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Número de alumnos matriculados en Universidades españolas por clase de enseñanzas y curso académico	34
Tabla 2. Número de alumnos que terminaron sus estudios en Universidades españolas por clase de enseñanzas y curso académico	34
Tabla 3. Población entre 16 y 29 años según su nivel de estudios	35
Tabla 4. Número de alumnos matriculados en las Universidades de Castilla y León por rama de especialización. Curso 2007/2008	35
Tabla 5. Número de alumnos de nuevo ingreso en las Universidades de Castilla y León por rama de especialización. Curso 2007/2008	36
Tabla 6. Evolución del número total de matriculados de nuevo ingreso en las Universidades públicas de Castilla y León	36
Tabla 7. Número de alumnos egresados de las Universidades de Castilla y León por rama de especialización. Curso 2007/2008	37
Tabla 8. Distribución por sexo de los alumnos de las Universidades de Castilla y León. Curso 2007/2008	37
Tabla 9. Dinámicas de empleo y desempleo en España según sexo, 2008	38
Tabla 10. Dinámicas de empleo y desempleo en Castilla y León según sexo, 2008	39
Tabla 11. Dinámicas de empleo y desempleo en España según grupo de edad, 2008	39
Tabla 12. Dinámicas de empleo y desempleo en Castilla y León según grupo de edad, 2008	40
Tabla 13. Situación laboral de los jóvenes de entre 16 y 29 años en Castilla y León según nivel de estudios, 2007	41
Tabla 14. Tipo de contrato de los jóvenes de entre 16 y 29 años en Castilla y León según nivel de estudios, 2007	41
Tabla 15. Actividad Emprendedora en España, 2008	48
Tabla 16. Nivel de estudios de los emprendedores españoles, 2008	49

Tabla 17. Autónomos afiliados a la Seguridad Social en Castilla y León, 2007-2008	.52
Tabla 18. Variación del número de empresas en Castilla y León y España por estrato de asalariados, 2006-2007	.52
Tabla 19. Conocimientos, destrezas y actitudes vinculados a la competencia emprendedora	.65
Tabla 20. Distribución de la muestra por curso (primero vs. último) y rama científica	.92
Tabla 21. Percepciones de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad (muestra total)	.97
Tabla 22. Proyecciones laborales de los estudiantes (muestra total)	.98
Tabla 23. Competencia percibida general y específica para la creación de una empresa (muestra total)	.99
Tabla 24. Anticipación de dificultades y previsiones de éxito en la creación de una empresa (muestra total)	.102
Tabla 25. Expectativas de resultados con la creación de una empresa (muestra total)	.103
Tabla 26. Percepciones de los estudiantes de primer y último curso sobre la educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad	.104
Tabla 27. Proyecciones laborales de los estudiantes de primer y último curso	.106
Tabla 28. Competencia percibida general y específica de los estudiantes de primer y último curso para la creación de una empresa	.108
Tabla 29. Anticipación de dificultades y previsiones de éxito de los estudiantes de primer y último curso en la creación de una empresa	.111
Tabla 30. Expectativas de resultados de los estudiantes de primer y último curso con la creación de una empresa	.112
Tabla 31. Resultados del MANOVA (I)	.114
Tabla 32. Percepciones de educación y apoyo a la iniciativa emprendedora en la Universidad en función de la rama científica	.116
Tabla 33. Proyecciones laborales en función de la rama científica	.119
Tabla 34. Competencia percibida general y específica para la creación de empresas en función de la rama científica	.122
Tabla 35. Anticipación de dificultades y previsiones de éxito en función de la rama científica	.129
Tabla 36. Expectativas de resultados con la creación de una empresa en función de la rama científica	.132
Tabla 37. Resultados del MANOVA (II)	.135
Tabla 38. Análisis HSD de Tukey	.137

**Convocatoria
del Premio
de Investigación
2010**



El Consejo Económico y Social de Castilla y León, en desarrollo de las funciones de asesoramiento, estudio y colaboración en materias socioeconómicas que le son propias, para promover la investigación sobre estas materias en el ámbito de la Comunidad Autónoma, convoca, por décima vez y para el año 2010, el presente Premio de Investigación.

RESOLUCIÓN de 5 de octubre de 2009, del Presidente del Consejo Económico y Social de Castilla y León, por la que se convoca el PREMIO DE INVESTIGACIÓN DEL CESCYL (edición 2010). (BOCyL nº 194, de 08-10-09)

CONVOCATORIA 2010 BASES

PRIMERA

Se convoca el PREMIO DE INVESTIGACIÓN DEL CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL DE CASTILLA Y LEÓN, correspondiente al año 2010.

SEGUNDA

Podrán optar al mismo todos los trabajos de investigación que, siendo inéditos, se refieran a temas económicos, sociales o laborales y resalten de forma especial la incidencia de los mismos en el ámbito territorial de la Comunidad de Castilla y León.

La extensión de los trabajos no superará las 300 páginas, en formato DIN-A4, a doble espacio.

No podrán participar cualquiera de los autores de aquellos trabajos que hayan obtenido el Premio en las anteriores dos últimas ediciones de este Premio de Investigación.

Tercera

Los autores que deseen optar al Premio habrán de remitir sus trabajos, en papel y en soporte informático, al CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL DE CASTILLA Y LEÓN, c/ Duque de la Victoria, 8, 3ª y 4ª planta, 47001 Valladolid, indicando en el sobre "PREMIO DE INVESTIGACIÓN", hasta el día 30 de julio de 2010, incluido, identificando el mismo únicamente con el título del trabajo.

En sobre aparte cerrado presentarán los datos identificativos del investigador o equipo investigador.

CUARTA

Junto con los datos identificativos, el investigador principal del mismo habrá de incluir una declaración jurada de que se trata de un trabajo inédito y de que no ha sido enviado para su publicación a ningún medio nacional ni extranjero.

No obstante se admitirán aquellos trabajos para cuya realización se haya obtenido financiación, siempre que de ello no se derive la pérdida del carácter inédito del trabajo ni haya supuesto el traspaso de los derechos de autor.

QUINTA

El Jurado estará presidido por el Presidente del CES o persona en quién delegue, y compuesto por los dos Vicepresidentes o las personas en quienes éstos deleguen, por el Secretario General del CES, por los investigadores principales de los equipos que hayan obtenido el Premio en las anteriores dos últimas ediciones de este Premio de Investigación, y por dos miembros de reconocido prestigio en materia económica, social o laboral, elegidos por la Comisión Permanente del CES a propuesta de su Presidente.

SEXTA

El Jurado, por decisión mayoritaria, seleccionará de entre los trabajos presentados un **máximo de cinco**, atendiendo a los siguientes criterios: estructura expositiva, metodología científica, esfuerzo realizado, interés para la Comunidad de Castilla y León, redacción y estilo. Los trabajos seleccionados serán publicados en la **Revista de Investigación del Consejo Económico y Social de Castilla y León**.

De entre dichos trabajos el mismo Jurado decidirá, sin posibilidad de impugnación ni recurso, a cual de ellos se otorga el **PREMIO DE INVESTIGACIÓN DEL CONSEJO ECONÓMICO Y SOCIAL DE CASTILLA Y LEÓN**, pudiendo otorgar, así mismo, un **ACCÉSIT**, cuando otro de los trabajos presentados revista una especial calidad e interés. Tanto el Premio como el Accésit, podrán ser declarados desiertos.

La resolución del Jurado se producirá en el mes de septiembre de 2010.

SÉPTIMA

El **PREMIO** tendrá una dotación económica de **DOCE MIL EUROS (12.000 €)**, y el **ACCÉSIT**, si lo hubiera, tendrá una dotación de **TRES MIL EUROS (3.000 €)**.

Cada uno de los **trabajos seleccionados** por el Jurado, y que no resulten premiados, recibirá una dotación económica de **SEISCIENTOS EUROS (600 €)**.

Todos estos premios se abonarán con cargo a la aplicación 0824.912B01.22706.0 del Presupuesto del Consejo Económico y Social de Castilla y León.

OCTAVA

Los trabajos que no fueran seleccionados por el Jurado serán devueltos a los autores que lo soliciten. Sólo en estos casos, y en el de los seleccionados, se procederá por el CES a la apertura del sobre con los datos identificativos.

Los trabajos que sean seleccionados por el Jurado para su publicación en la Revista de Investigación Económica y Social de Castilla y León quedarán en propiedad del CES, que podrá reproducirlos o utilizarlos en otras publicaciones sin precisar para ello de autorización de sus autores.

**NOVENA**

El incumplimiento de alguna de las obligaciones que aquí se establecen, y en particular la vulneración del carácter de inédito de alguno de los trabajos presentados, dará lugar a su exclusión y a la no entrega de la dotación económica que pudiera corresponderle, o al reintegro de la misma si se hubiese hecho efectiva.

DÉCIMA

La entrega de los Premios se efectuará en un acto público que será convocado al efecto.

DECIMOPRIMERA

La participación en esta convocatoria supone la aceptación expresa de todas sus bases y la cesión en exclusividad al CES de los derechos de autor.

Valladolid, 5 de octubre de 2009

**EL PRESIDENTE DEL CONSEJO ECONÓMICO
Y SOCIAL DE CASTILLA Y LEÓN**

Fdo.: José Luis Díez Hoces de la Guardia

Consejo Económico y Social Comunidad de Castilla y León

Duque de la Victoria, 8, 3ª y 4ª planta - 47001 Valladolid
Tels.: 983 394 200 - 983 394 355 - Fax: 983 396 538
cescyl@cescyl.es • www.cescyl.es

Comunidad de Castilla y León



Consejo Económico y Social