

BORDÓN

Revista de Pedagogía



Volumen 76
Número, 3
2024

SOCIEDAD ESPAÑOLA DE PEDAGOGÍA

EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS DESDE LA ACCIÓN PROFESIONAL ORIENTADORA EN LA UNIVERSIDAD

The development of entrepreneurial skills through professional guidance action at university

CAROLINA ROMERO-GARCÍA Y MAGDALENA SUÁREZ-ORTEGA
Universidad de Sevilla (España)

DOI: 10.13042/Bordon.2024.101120

Fecha de recepción: 25/07/2023 • Fecha de aceptación: 02/08/2024

Autora de contacto / *Corresponding autor*: Carolina Romero-García. E-mail: cromero10@us.es

Cómo citar este artículo: Romero-García, C. y Suárez-Ortega, M. (2024). El desarrollo de competencias emprendedoras desde la acción profesional orientadora en la universidad. *Bordón, Revista de Pedagogía*, 76(3), 145-167.

<https://doi.org/10.13042/Bordon.2024.101120>

INTRODUCCIÓN. En este artículo se analiza la situación del emprendimiento en la universidad, conociendo y comprendiendo las acciones orientadoras que se ponen en marcha para estimular el espíritu emprendedor, así como el desarrollo de proyectos emprendedores en el alumnado universitario. **MÉTODO.** Se aplica una metodología cualitativa, con un enfoque fenomenológico, mediante la realización de 17 entrevistas semiestructuradas a profesionales técnicos expertos en orientación profesional y emprendimiento, entre los que se encuentran 2 profesores de másteres que trabajan la creación de ideas emprendedoras; todos ellos pertenecientes a 12 universidades públicas y españolas donde se imparte el Grado en Pedagogía. Los datos obtenidos han sido analizados a partir de un sistema de categorías (deductivo e inductivo) y con el apoyo del software informático Nvivo, en su versión 12. **RESULTADOS.** Los hallazgos encontrados permiten obtener una visión a nivel global de la situación emprendedora en la universidad, identificando los métodos orientadores que los/as profesionales emplean en las sesiones de orientación y guía, y poniendo de manifiesto las posibles necesidades y mejoras del alumnado universitario en materia de emprendimiento desde la perspectiva de estos profesionales. **DISCUSIÓN.** Los resultados obtenidos permiten establecer conclusiones y propuestas de mejora que ayudan a promover el desarrollo de proyectos emprendedores nacientes en la universidad. En consonancia, este estudio plantea acciones e implicaciones importantes a nivel de política y gestión universitaria, mejorando la formación y orientación de proyectos profesionales emprendedores que incrementen el impacto estudiantil en el mercado laboral, y que den respuesta a las necesidades que se detectan en los estudiantes universitarios.

Palabras clave: *Destreza, Educación emprendedora, Orientación profesional, Empleo, Universidad, Investigación cualitativa.*

Introducción

La educación y la orientación son medios idóneos para identificar posibles actitudes emprendedoras y, en consecuencia, potenciarlas, estimularlas y desarrollarlas (Bernal-Guerrero y Cárdenas-Gutiérrez, 2021). Va en la línea el estudio de Balasubramanian *et al.* (2020), quienes identifican la importante contribución que las universidades hacen al alumnado introduciendo competencias y acciones, que fomentan el emprendimiento desde diferentes vías. Cuando aludimos a competencias emprendedoras y competencias de gestión de la carrera, nos estamos refiriendo a aquellas habilidades y aptitudes claves y transversales con relevancia en la configuración de sus proyectos profesionales y vitales (Sánchez-García y Suárez-Ortega, 2017; Bernal-Guerrero *et al.*, 2021; Renart Vicens *et al.*, 2022). Todo ello, desde un preciso proceso de formación y orientación adecuadamente instaurado, donde la figura del orientador y del proceso orientador cobran especial relevancia (Martínez Clares y González Lorente, 2021), a pesar de que la unión entre orientación profesional y emprendimiento aún sea un tema poco estudiado. Debemos ser conscientes de que la presencia y el buen funcionamiento de las instituciones y/o la consideración de determinados factores institucionales, ayudan en el desarrollo y fomento del emprendimiento universitario y, por consiguiente, favorecen el desarrollo profesional, la inserción sociolaboral y el crecimiento económico (Helens-Hart, 2019).

Estos servicios permiten el desarrollo de ideas de negocios en un entorno cada vez más volátil, incierto, complejo y ambiguo (VUCA), como en el que nos encontramos y encontraremos a corto-medio plazo (Villa Sánchez, 2020). A la vez que adquieren especial relevancia, sobre todo en situaciones de crisis, como pueden ser las sanitarias, sociales y/o políticas, que repercuten en la economía de un país, condicionando la vida de las personas, y su acceso y permanencia en el mercado laboral. Unido a ello, y siendo conscientes de las especificidades a las que se someten las personas en situación de búsqueda de empleo, el poder desarrollarse personal y profesionalmente, y adquirir habilidades de gestión de la carrera (Shmatkov *et al.*, 2022) toma cada vez más fuerza. Esto, a su vez, ha originado en poco tiempo nuevas formas de entender los entornos formativos y el mercado laboral, pasando de un entorno VUCA (Villa Sánchez, 2020) a un entorno quebradizo, ansioso, no lineal e incomprensible (BANI) al que alude Huicab-García (2023), con efecto en los procesos de construcción de la carrera profesional y el emprendimiento. A este escenario, que comenzaba en 2008, se une la crisis sociosanitaria causada por la pandemia del COVID-19 (Martínez Clares y González Lorente, 2021).

En ambas crisis son actores relevantes las altas tasas de desempleo, que provocan inestabilidad e incertidumbre laboral (Shmatkov *et al.*, 2022), y que están originadas por reducciones de jornadas laborales, recortes salariales, dificultades de inserción y elevadas tasas de desempleo, especialmente entre la población universitaria (Garavito-Hernández *et al.*, 2023). Por este y otros motivos, es tan importante contar con profesionales innovadores, que planteen “nuevas formas de intervención, para empoderar a las personas, ofreciéndoles recursos que les permitan afrontar con éxito los retos y cambios sociales” (Requejo Fernández *et al.*, 2022, p. 43). Esto supone una gran oportunidad para el desarrollo de competencias como la creatividad, el talento personal y profesional, o la capacidad de innovar (Ynzunza Cortés e Izar Landeta, 2020; Puerta Gómez *et al.*, 2022). Siendo conscientes de que para que esto ocurra es preciso contar con un proceso de formación y orientación bien instaurado desde las universidades, con la introducción de materias que llenen las aulas de

espíritus emprendedores (Bernal-Guerrero *et al.*, 2021; Ferreras-García *et al.*, 2021), futuros/as profesionales capaces de dar respuesta a las demandas sociolaborales, generando sostenibilidad e impacto social. Todos estos esfuerzos permiten conectar al alumnado con una formación e investigación académica y empresarial de calidad en los contextos universitarios, así como apoyar las acciones que fomentan el emprendimiento, la innovación, la creatividad y la creación de empleo (Observatorio del Emprendimiento en España, 2022; Pocek *et al.*, 2022; Vieira *et al.*, 2023). Solo así, las universidades cumplirán su función de adaptar los títulos de grado a las demandas sociales, dando respuesta a la adecuada inserción sociolaboral de sus egresados. Aquí, la orientación profesional se considera en factor de calidad mediador, necesitando servicios universitarios eficaces que permitan responder a las necesidades orientadoras del alumnado desde que acceden a la universidad hasta que finalizan sus estudios. En línea con lo anterior, estudios como los de Pantoja Vallejo *et al.* (2022) analizan este fenómeno mediante recursos como el plan de acción tutorial (PAT) de varias universidades y las acciones de tutoría que derivan de este plan. Gracias al PAT se organizan y desarrollan acciones que permiten el desarrollo de competencias de desarrollo profesional en el alumnado universitario. Con estrategias como esta se pueden detectar necesidades desde que el alumnado entra en la universidad (Delgado-García *et al.*, 2021), así como analizar posibles atributos que influyen en la iniciativa emprendedora del alumnado (Corrêa *et al.*, 2022). Concretamente en Pedagogía, la situación comentada hasta el momento se complica por la ambigüedad de la titulación (Tallón-Rosales *et al.*, 2022) y las exigencias a las que se enfrenta el alumnado universitario cuando finaliza sus estudios. Por su parte, Aranda *et al.* (2021) detectan cómo el alumnado universitario en general, y concretamente el de Pedagogía, afirma haber adquirido competencias emprendedoras a lo largo de la carrera, sin embargo, se siente incapaz de desarrollar ideas emprendedoras como pedagogos/as.

En consecuencia, necesitamos conocer cómo se desarrolla la orientación profesional para el emprendimiento en la universidad, con la intención de identificar qué estrategias y metodologías se aplican para responder a las necesidades del alumnado en esta materia. Para dar respuesta a este objeto de estudio, nos planteamos los siguientes objetivos:

1. Analizar la situación del emprendimiento en la universidad, describiendo en qué áreas se estimulan, en mayor o menor medida, las acciones emprendedoras.
2. Indagar sobre los métodos de orientación empleados por los/as profesionales/técnicos de servicios de orientación profesional de las universidades.
3. Conocer la intención y las necesidades de formación emprendedora que presenta el alumnado universitario.

Método

Por la naturaleza del problema, el diseño de investigación se aborda desde un enfoque cualitativo, descriptivo y existencial (Maxwell, 2019; McMahon, 2020). De un lado, para describir la situación general del emprendimiento universitario, considerando servicios, acciones y resultados. De otro, para comprender cómo se lleva a cabo la orientación, qué metodologías y acciones se desarrollan y en qué medida estas permiten dar respuesta a las necesidades del alumnado universitario en emprendimiento.

Participantes

En este estudio participan 17 profesionales técnicos/as-orientadores/as-expertos/as de servicios de orientación y emprendimiento de las diferentes universidades españolas, dentro de los cuales también se incluye el profesorado de másteres de emprendimiento. Ellos pertenecen a 12 de las 19 universidades públicas y españolas donde se imparte el Grado en Pedagogía, las cuales son: Universidad de Granada, Universidad de Murcia, Universidad de Valencia, Universidad Rovira i Virgili, Universidad de Barcelona, Universidad de Girona, Universidad de Navarra, Universidad del País Vasco, Universidad Complutense de Madrid, Universidad de La Laguna, Universidad de las Islas Baleares y Universidad Nacional de Educación a Distancia.

En cuanto a los/as profesionales de orientación, se trata de un personal con amplia experiencia en el sector de la orientación y el emprendimiento en entidades públicas, concretamente en el Secretariado de Transferencia del Conocimiento y Emprendimiento (STCE), y con gran implicación por el desarrollo de actividades emprendedoras en el contexto universitario. Por su parte, el profesorado de másteres en emprendimiento se caracteriza por contar con una amplia experiencia investigadora en el campo del emprendimiento. Estos/as profesionales han sido seleccionados de acuerdo con los siguientes criterios: 1) inclusión de profesionales con perfil orientador o técnico en emprendimiento existente en los servicios de orientación (STCE) de las universidades participantes; 2) voluntariedad de los/as participantes para participar en la investigación.

Técnicas de recogida de datos

Como técnica para la recogida de información se aplicó un guion de entrevista semiestructurada, adaptado del protocolo desarrollado en el marco del proyecto (Proyecto EDU2013-45704-P, Diseño de la carrera y gestión del talento emprendedor. Financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad –Excelencia. Plan Estatal I+D 2013-2016. Coord. Magdalena Suárez-Ortega, Universidad de Sevilla, España. Periodo de ejecución 2014-2018. Web <http://transitions.careers/>). El guion está organizado en cuatro dimensiones, con un total de 39 preguntas (tabla 1); de estas, 5 son relativas a la dimensión información de la institución, 11 sobre la metodología de asesoramiento con estudiantes, 13 aluden a la descripción y caracterización de la situación del emprendimiento universitario y, por último, 10 relativas a la descripción y caracterización de las necesidades de los estudiantes en formación y orientación para el emprendimiento.

El acceso a los/as informantes se ha realizado a través de *e-mail*, como primera toma de contacto, gracias a la cual se informaba de todo el procedimiento del estudio de investigación, de los objetivos de este, así como del procedimiento de recogida de datos y de la voluntariedad de participar en el estudio. Los medios empleados para la realización de las entrevistas han sido Teams, Zoom y videollamada de WhatsApp, todos en formato virtual. Por su parte, en todo momento se ha mantenido el anonimato de los/as participantes, así como la confidencialidad de la información aportada en base a este estudio (LO 3/2018).

TABLA 1. Guión de las entrevistas

| Dimensión | Preguntas |
|--|--|
| Información acerca de la institución | <ol style="list-style-type: none"> 1. Denominación de la institución: 2. ¿Desde cuándo está funcionando este servicio? 3. Breve descripción de las tareas desarrolladas 4. ¿Cuántas personas lo componéis y qué perfiles? 5. Perfil del profesional del técnico/a |
| Metodología de asesoramiento con usuarios/as | <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué métodos utilizáis para asesorar a los usuarios y usuarias? 2. ¿Qué información le pedís para continuar con el asesoramiento? 3. ¿Tenéis un mínimo y máximo de citas con cada emprendedor o persona que quiere emprender? 4. ¿Cuántas citas soléis tener a lo largo del día con futuros emprendedores/as? 5. ¿Lo ayudáis con la elaboración del plan de empresa y de viabilidad? 6. ¿Le proporcionáis webs relacionadas con el emprendimiento? (por ejemplo: webs con modelos de planes de empresa y de viabilidad, técnicas de creatividad tales como el modelo CANVAS, etc.) 7. ¿Lleváis a cabo la tramitación de alta desde la universidad? 8. ¿Lo deriváis a otras instituciones a los estudiantes que quieren emprender? 9. ¿Poneís en marcha ferias de emprendimiento para que el alumnado universitario/emprendedor realice <i>networking</i>? 10. ¿Lleváis a cabo concursos de ideas de negocio o premios al emprendimiento? 11. ¿Disponéis de espacios de preincubación o <i>coworking</i> en esta universidad?: <ol style="list-style-type: none"> a) ¿Qué características presentan los espacios (zonas donde se encuentran, son gratis o no, etc.)? b) ¿Cómo es el proceso para poder optar a uno de ellos? c) ¿Hay empresas alojadas en los espacios de preincubación relacionados con estudios de educación? d) ¿Pedagogos y pedagogas en concreto? |
| Descripción y caracterización de la situación del emprendimiento universitario | <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo se distribuyen los estudiantes universitarios a la hora de emprender? (considerando sexo, sectores de actividad, fórmulas jurídicas, área geográfica...) 2. ¿Vienen estudiantes de todas las facultades o por el contrario destacan algunas más? 3. ¿Existe motivación por parte del alumnado a la hora de emprender? 4. ¿Acuden los estudiantes por propia iniciativa o son impulsados por algún condicionante? 5. ¿Suelen venir con ideas claras y reales o por tenéis que madurar con ellos/as la idea? 6. ¿Cuántos alumnos/as que salen directamente de la carrera se constituyen como empresa? 7. ¿Cuántos alumnos/as con máster se constituyen como empresa? 8. ¿Piden asesoramiento estudiantes de la Facultad de Educación?: <ol style="list-style-type: none"> a) Teniendo en cuenta esta facultad, ¿destaca la actitud por emprender en unas carreras más que en otras? b) Y en concreto, ¿el estudiante de Pedagogía suele pedir asesoramiento para emprender? 9. ¿Cuáles son los sectores empresariales con mayor éxito?: <ol style="list-style-type: none"> a) Según su criterio b) Según la demanda de los estudiantes 10. ¿Cuáles son los sectores emergentes en la actualidad? 11. ¿Se los aconsejáis a los estudiantes a la hora de emprender o encaminar su proyecto emprendedor? 12. ¿Cuántas empresas se suelen constituir al año? 13. ¿Existe algún dato estadístico en la web o en algún sitio? |

TABLA 1. Guion de las entrevistas (cont.)

| Dimensión | Preguntas |
|---|--|
| Descripción y caracterización de las necesidades de los/as estudiantes en formación y orientación | <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué necesidades de formación manifiestan los estudiantes que quieren emprender? 2. ¿Considera que esta necesidad se podría mejorar con el fomento del emprendimiento en las aulas? 3. ¿Considera la falta de conocimientos sobre emprendimiento una barrera en los alumnos y alumnas? 4. ¿Cuáles consideras que son los procesos de formación y orientación que debe tener un emprendedor/a, que complemente sus características personales y favorezcan su éxito? 5. ¿Qué tipo de orientación piensa que necesitan los estudiantes para emprender con éxito? 6. ¿Presentan necesidades para innovar con su idea de negocio? 7. ¿Qué tipo de necesidades específicas de formación y orientación se dan en los estudiantes a la hora de emprender? Y en concreto, ¿en los estudiantes de Pedagogía? 8. ¿Considera la falta de financiaciones una barrera a la hora de emprender? 9. ¿Cree que sería necesaria una o varias asignaturas que aportaran todo lo necesario para que los estudiantes accedan con una calidad mucho mejor al mercado laboral? 10. ¿Considera necesario asignaturas donde se fomente la cultura emprendedora en el universitario? |

Nota: elaboración propia.

Técnicas de análisis de datos

La información recogida ha sido grabada, transcrita y analizada, y el tratamiento de datos se ha realizado mediante el programa cualitativo NVivo, en su versión 12, desde un enfoque mixto (deductivo-inductivo) acompañando de un análisis de contenido (Devi Prasad, 2019; Miles *et al.*, 2019). En una 1.^a fase de análisis, se han aplicado procedimientos tradicionales de codificación, categorización y selección de códigos (categorías deductivas), que fueron integrados en el programa, a partir de lo cual se comenzó a construir el sistema de categorías (tabla 2). En una 2.^a fase, la información fue analizada, identificándose categorías inductivas que formaron parte del sistema de categorías (tabla 2), completándose este hasta conformar una perspectiva mixta. Por último, en una 3.^a fase del proceso de análisis, el programa ayudó a la identificación de fragmentos discursivos incluidos en cada categoría y subcategoría. Todo ello, ha facilitado en última instancia, un análisis más profundo sobre el sentido y significado del material discursivo, sobre el cual se organizaron los resultados de la investigación. El programa NVivo ha permitido la comprensión y reducción de los datos aportados por los/as informantes mediante la focalización y selección de extractos (Maxwell, 2019), interpretando sus discursos, mostrando evidencias y captando el sentido de sus voces en el marco de la investigación.

TABLA 2. Sistema de categorías para el análisis de entrevistas

| Categoría | Subcategoría |
|--|---|
| Dimensión 1. Metodología de asesoramiento con usuarios | |
| <p>Asesoramiento emprendedor: metodología de asesoramiento que se sigue con las personas que acceden a servicios de emprendimiento y la información que se pide a la persona para continuar con el proceso. Se quiere conocer si proporcionan webs de emprendimiento al futuro emprendedor para que disponga de mayor información.</p> | <p>Citas: alude al número mínimo y máximo de citas que se suelen tener con los emprendedores/as, así como al número de citas que suelen tener diaria, semanal, mensualmente.</p> |
| | <p>Proyecto emprendedor: se pretende saber si se le ayuda en la realización de los planes de empresa y planes de viabilidad y qué herramientas y recursos se les aportan.</p> <p>Metodología de orientación: se pretende conocer los procesos de asesoramiento, información y orientación que se mantiene durante el proceso de creación y puesta en marcha de proyectos.</p> |
| <p>Tramitación de alta: trata de conocer si en la misma universidad y en concreto los centros específicos de emprendimiento realizan el alta de un emprendedor.</p> | |
| <p>Derivación externa: hace alusión a si desde la universidad se deriva a los usuarios a otras instituciones para darse de alta como autónomos u otro tipo de función que dentro de la universidad no se lleve a cabo. Asimismo, se hace referencia a si existen convenios o no del departamento que se esté entrevistando con algún centro externo, que trabaje el emprendimiento.</p> | |
| <p>Difusión/captación emprendimiento: se quiere conocer si se realizan ferias, jornadas de emprendimiento o concursos de ideas de negocio con los cuales fomentar la cultura emprendedora de la universidad y crear <i>networking</i>.</p> | <p>Proyectos en marcha: alude a la existencia o no de proyectos que se ponen en marcha a raíz de la participación en concursos o premios para el emprendimiento.</p> |
| <p>Preincubación y coworking: alude a la existencia o no de este tipo de espacios que fomentan el emprendimiento.</p> | <p>Características: de estos espacios: zonas donde se encuentran, precio o si son gratuitos, etc.</p> |
| | <p>Obtención: proceso necesario para optar a algunos de estos espacios.</p> |
| | <p>Empresas alojadas educación: se pretende conocer si existen empresas alojadas que estén relacionadas con estudios de educación.</p> <p>Pedagogas y pedagogos alojados: se pretende conocer si existen empresas alojadas, las cuales sus integrantes sean pedagogos.</p> |

TABLA 2. Sistema de categorías para el análisis de entrevistas (cont.)

| Categoría | Subcategoría |
|--|---|
| Dimensión 2. Descripción y caracterización de la situación del emprendimiento universitario | |
| <p>Distribución de emprendedoras/es: se pretende conocer a través de varios aspectos cómo se encuentra el emprendimiento universitario en la actualidad, es decir, la distribución de estos a la hora de emprender.</p> | <p>Sexo: se pretende conocer si existen diferencias en el emprendimiento por parte de hombres más o menos que de mujeres.</p> |
| | <p>Sectores de actividad: se intenta conocer cuáles son los sectores de actividad donde más emprenden.</p> |
| | <p>Fórmulas jurídicas: pretende conocer cuáles son las fórmulas jurídicas con las que más emprenden.</p> |
| | <p>Área geográfica: pretende conocer la procedencia del universitario emprendedor: ciudad, costa, zona rural, o incluso extranjero</p> |
| | <p>Titulaciones: se refiere a si hay titulaciones que destaquen a la hora de emprender o aquellas que destaquen por nunca emprender.</p> |
| | <p>Ideas: se trata de conocer si el usuario llega a los servicios de orientación con ideas maduras, claras y reales o hay que madurar con ellos la idea; incluso ejemplos.</p> |
| | <p>Egresadas/dos emprendedores: se refiere al alumnado que una vez finaliza sus estudios pone en marcha su idea de negocio.</p> |
| <p>Asesoramiento en la facultad de educación: alude a los procesos de orientación en emprendimiento que se llevan a cabo con el alumnado de titulaciones de educación.</p> | <p>Titulaciones que destacan: se quiere conocer si destaca la actitud por emprender de unas carreras más que de otras dentro de esta facultad.</p> |
| | <p>Estudiantes de pedagogía: se quiere conocer si el alumnado de Pedagogía pide asesoramiento para emprender y las necesidades específicas en formación y orientación que este presenta.</p> |
| <p>Sectores empresariales emergentes: se pretende conocer cuáles son los sectores que se prevé darán numerosas oportunidades, teniendo en cuenta el razonamiento y opinión del entrevistado, por ser emergentes y tener éxito.</p> | <p>Criterio del entrevistado: se trata de conocer cuáles, según el criterio de la persona entrevistada, son los sectores empresariales con mayor éxito.</p> |
| | <p>Demanda del estudiante: se pretende conocer cuáles, según la demanda de los estudiantes, son los sectores emergentes con mayor éxito.</p> |
| | <p>Consejos: se requiere conocer hasta qué punto emplean los sectores empresariales y emergentes con éxito para aconsejarlos como ideas de negocio a los futuros emprendedores.</p> |
| <p>Motivación en emprendimiento: actitud que presenta el usuario a la hora de poner en marcha su negocio o formarse en emprendimiento: si el alumnado emprende por propia iniciativa o promovido por algún condicionante, tipo familiar, etc.</p> | |

TABLA 2. Sistema de categorías para el análisis de entrevistas (cont.)

| Categoría | Subcategoría |
|---|--|
| Dimensión 3. Descripción y caracterización de las necesidades de los/as estudiantes en formación y orientación para el emprendimiento | |
| Necesidades formativas emprendedoras: creencias en emprendimiento a nivel formativo que presenta el alumnado universitario y el sistema educativo universitario. | Barrera para emprender: alude a la relación que se puede establecer o no entre la falta de conocimientos en emprendimiento como una barrera para optar por el emprendimiento como una vía de acceso al mercado laboral. |
| | Fomento del emprendimiento universitario: con esta categoría se intenta conocer en qué grado o qué opinan los entrevistados sobre la introducción de acciones que fomenten el emprendimiento. |
| | Introducción asignaturas: esta pregunta va unida estrechamente a la anterior ya que se pretende conocer si la necesidad de formación en emprendimiento se podría mejorar con la introducción o no de asignaturas. |
| Necesidades de orientación en emprendimiento: se alude al asesoramiento que el alumnado, como futuro emprendedor/a debe tener a lo largo de la etapa de estudiante con el objetivo de emprender. | |
| Necesidad en innovación: se pretende conocer si el alumnado universitario tiene o no necesidades a la hora de innovar en su idea de negocio o no, y cómo se solventa. | |
| Falta de financiación - barrera para emprender: esta categoría alude a la relación existente o no entre la adquisición de financiaciones para poder poner en marcha un negocio y no disponer de ellas; probabilidad de desarrollar una idea de negocio con o sin ellas. | |

Nota: elaboración propia.

Resultados¹

Los resultados que a continuación se exponen ayudan a describir la situación del emprendimiento en las universidades, comprender los métodos de orientación que emplean los/as profesionales del STCE con los/as usuarios/as, así como conocer la intención y las necesidades de formación emprendedora que presenta el alumnado universitario. Los resultados se apoyan con fragmentos textuales de los/as profesionales, identificados con las siglas “EE”, conforme a los códigos establecidos, y se presentan atendiendo a la secuencia de formulación de los objetivos. Así, en primer lugar, se exponen resultados sobre la situación del emprendimiento en las universidades, en relación con las actuaciones emprendedoras que se llevan a cabo. En segundo lugar, se aporta la perspectiva de los/as profesionales participantes, conociendo los métodos de orientación que ponen en marcha con los futuros emprendedores, para el desarrollo de sus proyectos. Por último, se presentan los resultados obtenidos acerca de la percepción sobre si

estas estrategias y recursos permiten responder a las necesidades que tiene el alumnado en competencias emprendedoras.

Descripción del emprendimiento universitario

Aunque cada vez es un tema más arraigado a las nuevas formas de desarrollo, en líneas generales, existe un bajo número de estudiantes dispuestos a iniciar proyectos emprendedores. Así, algunos informantes nos dicen, que:

Hay muchos alumnos que quieren emprender, pero no se atreven (EE10).

Pocas veces encuentras a alguien que te diga que quiere emprender (EE11).

De los pocos usuarios que acuden a estos servicios, el perfil es bastante variado: desde estudiantes universitarios, personal de investigación, docentes o incluso personal externo a la universidad. Gracias a ellos ciertos aspectos son más fáciles de trabajar por la experiencia que traen; *ejemplo de ello son personas con mucho espíritu emprendedor con ganas de convertirse en gestores y dinamizadores de innovación (EE4)*. En todos, un aspecto destacable por la mayoría de entrevistados es la escasa diferencia entre hombres y mujeres en el desarrollo de ideas, creándose, incluso, proyectos mixtos, a los que los propios profesionales dan mayor valía.

Considerando las percepciones de los/as profesionales en lo relacionado con la procedencia del alumnado interesado en emprender, se descubre que, a pesar de haberse considerado siempre la relación del emprendimiento con titulaciones del área de administración, finanzas y económicas, nos encontramos con un alumnado de diferentes titulaciones. Al respecto, un informante plantea lo siguiente:

De empresariales hay muchos, no tantos como esperábamos porque siempre que pensamos en empresariales pensamos en crear una empresa. Entonces, siempre nos llama la atención que hay menos, pero no es porque haya pocos, sino porque nosotros esperamos más (EE1).

De hecho, manifiestan que *se trata de una relación más directa según la universidad y la difusión que, tanto los servicios de emprendimiento como el propio profesorado hagan dentro de las distintas facultades (EE1, EE5)*. De la misma manera, los/as profesionales plantean que, no todas las ideas emprendedoras están vinculadas al tipo de titulación que estudian; son ejemplo de ello las siguientes intervenciones, entre las que destaca Biología por coincidir en la respuesta de varios expertos:

En Biología por ejemplo sí, y estamos muy contentos porque es una facultad que tradicionalmente no ha generado y ha tenido unas cuantas de acciones de divulgación, y de encuentros con emprendedores (EE9).

Lo que más: ingeniería, empresariales y ciencias y tecnología: biólogos, físicos, matemáticos (EE12).

Y, en lo que se refiere a titulaciones de educación y en concreto a la titulación de Pedagogía, *aunque cada vez van siendo más activos (EE3), se trata de una facultad con escasos proyectos emprendedores, destacando algún postgraduado, pero de forma poco significativa (EE9)*. Unido a ello, es relevante considerar los sectores en los que estos usuarios suelen emprender y, por encima de todo, *destacan proyectos tecnológicos relacionados con la innovación tecnológica (EE4)*. Y de esta herramienta, llamada Internet, surgen otras áreas como: tecnología avanzada, *blockchain*, inteligencia artificial, diseño 3D, *esports*, *ecommerce*, diseño gráfico, apps, desarrollos informáticos inteligentes, *machine learning*, *big data*, *insurtech*, *ehealth*, digitalización de empresas, *biotech*. En definitiva, y como indican los siguientes expertos:

La tecnología no deja de ser el siguiente paso. No es que sea una moda, no es una tendencia que vendrá y se irá, es el futuro... El usuario ya está acostumbrado a buscar todo en Internet (EE1).

En lo relacionado con el tipo de ideas que los estudiantes presentan, en su mayoría se encuentran en *fases de preincubación (EE10), poco trabajadas y con necesidad de madurarlas (EE3, EE7 y EE8)*. Así lo explica el informante EE17 en su discurso:

Hay alguno que llega con ideas claras, pero la mayor parte hay que revisar la idea, hay que pivotarla. Lo tienen todo, así como muy tópico, pero no han pensado cómo van a monitorizar, cómo van a obtener ingresos, la inversión, de dónde van a obtener su dinero... (EE17).

Otros expertos (EE2, EE4, EE16) aluden a un *alumnado con ideas cada vez más buenas y claras, que cubren una necesidad, y cuyo objetivo principal es acelerar su salida al mercado laboral*.

Cada vez son más los que vienen con ideas trabajadas, otra cosa es que la terminen desarrollando o que haya un parón por exámenes (EE3).

Suelen tener una idea bastante clara, lo que pasa que a lo largo del programa la van modulando... Son capaces de cambiar de idea por conseguir que un proyecto pueda ser real y rentable (EE14).

Por último, destacan personas con ideas muy interesantes, que no ponen en marcha por falta de conocimiento sobre aspectos relacionados con el emprendimiento.

Realmente, sí es necesario porque es que hay gente que tiene ideas muy buenas, y no las lleva a cabo por miedo, falta de financiamiento, de ignorancia (EE11).

Normalmente esto ocurre casi a la finalización de sus estudios universitarios. Sin embargo, esta falta de sintonía y estas necesidades provocan que el alumnado finalmente desista de su idea y prefiera acceder al mercado laboral como trabajador por cuenta ajena. En este sentido, prefieren mayoritariamente adquirir experiencia profesional como trabajadores asalariados y no como emprendedores. Se trata, sobre todo, del *alumnado de grado, ya que cuando hablamos de máster o doctorado sí que se encuentran con un alumnado más propenso a emprender, entre otras cuestiones por tener adquiridas otras competencias más relacionadas con el desarrollo de la carrera*, tal y como lo plantean los expertos EE3, EE4, EE6, EE7, EE9, EE12, EE16 en sus discursos. Así, por ejemplo, el informante EE9 nos dice:

Nada más terminar, a cinco años vista que ya han estado en el mercado y han visto las dificultades, sube bastante significativamente (EE9).

Metodología de asesoramiento emprendedor

En este apartado se concentran resultados que muestran las percepciones de los/as informantes sobre las técnicas y herramientas de orientación que los/as profesionales de la orientación emplean en sus sesiones. Y es que el proceso orientador y sus profesionales es especialmente relevante para el desarrollo de un proyecto emprendedor. De este modo, se observa cómo se ayuda al futuro emprendedor a conocer la base del emprendimiento, y se les hace conscientes de todo lo que conlleva el proceso emprendedor para su futuro profesional. Estos datos son evidenciados por los siguientes participantes:

Yo siempre tengo dos preguntas cuando veo que realmente llevan una idea adelante: la primera es ¿te apasiona esto?; y la segunda, ¿para qué haces esto? (EE2).

Nuestro papel es ayudarles a generar esa situación de validación y avance para el buen desarrollo del proyecto (EE10).

Un aspecto recurrente que detectan los/as profesionales es la mentalidad del alumnado, que sigue marcada por finalizar sus estudios y encontrar empleo. Y, actualmente, el mercado laboral, en un estado totalmente líquido, vive una situación diferente, obviando el trabajo para toda la vida y abogando por un trabajo por proyectos. A ello aludía el informante EE5 en su discurso:

Los estudiantes al final, aunque no estén convencidos, van a acabar gestionando su vida en términos de carrera de proyectos. Antes terminabas la carrera y sabías que tenías un trabajo, ahora sabes que tienes proyectos (EE5).

Partiendo de esta base, el profesional pretende dar respuesta al alumnado que llega con una idea mediante su propio *modus operandi*, necesitando de una formación teórico-práctica de calidad que permita dar respuesta a problemas sociales específicos. Para ello, los/as profesionales manifiestan que la forma de trabajar con el alumnado es desde una metodología teórico-práctica, y de esta forma estimular el desarrollo efectivo de los proyectos emprendedores y las competencias vinculadas. También, los/as profesionales evidencian la importancia de una formación adaptada a la realidad sociolaboral a la que se enfrentan como profesionales. Esto puede apreciarse en los discursos emitidos por profesionales, al plantear que:

Muchas veces, vienen pidiendo que se les diga cómo empezar; pocos son los que piden algo concreto, les vamos acompañando de la mano en el comienzo, que sean ellos mismos los que vean los puntos de innovación y diferenciación (EE10).

En este sentido, son muchos los servicios que colaboran con otras entidades, de tal forma que el alumnado desarrolla su proyecto con la finalidad de presentarlo a un concurso, programa, etc. Ejemplo de ellos son el *Yuzz* (EE2), *Banco Santander* y *Proyecto Explorer* (EE13), *Emprende.ull* (EE7), *Women Emprende* (EE6) o el *Concurso de ideas* (EE9). En ellos, se trabajan contenidos

necesarios para el desarrollo empresarial, y el alumnado se motiva por la unión con un programa concreto y la posibilidad de lanzar su idea. Esto puede apreciarse en el discurso del sujeto EE7, que plantea lo siguiente:

*Hemos querido desarrollar el método *Emprende.ull*, tocando los siguientes puntos: información general sobre el proceso de emprender; análisis de necesidades como emprendedor/a y diseño de las acciones de asesoramiento a realizar; información cualificada acerca de la idea y visión de negocio; análisis del modelo de negocio; elaboración del plan económico-financiero y acompañamiento empresarial una vez tu negocio esté en funcionamiento (EE7).*

En definitiva, desde la perspectiva de los/as informantes, se alude a la importancia de una primera toma de contacto entre profesionales y usuarios, gracias a la cual se determinan aspectos que de otro modo no se podrían analizar. Sobre todo, en lo relacionado con necesidades de formación y orientación, desconocimiento del propio programa o servicio, y en lo relacionado más directamente con la idea que tienen en mente. De esta forma, se analizan y diagnostican posibles componentes que van a servir de base para las siguientes sesiones de orientación y seguimiento de proyectos emprendedores; *estableciendo un plan de apoyo para cada proyecto y emprendedor (EE10)*. Así lo vemos reflejado en las palabras de otro de los/as profesionales:

En esa sesión presencial determinamos en qué punto se encuentra ese emprendedor/a, si es una idea, un proyecto, un sueño, y qué tipo de formación necesita, qué tipo de actividades debería necesitar, y normalmente se le suelen enviar los primeros deberes, o planteamientos (EE2).

De esta forma, como puede apreciarse, *se crean proyectos emprendedores de calidad (EE2)*, y podremos generar otro tipo de emprendimiento socialmente más viables y sostenibles, que permitan asimismo una mayor inserción sociolaboral de los titulados universitarios, siendo más capaces de aportar al tejido productivo y a la retención de talentos españoles en nuestro propio contexto. Esto lo añade implícitamente otro profesional destacando, que:

No nos preocupamos tanto en sacar proyectos de emprendimiento como en formar a las personas en características emprendedoras e intraemprendedoras (EE8).

Necesidades de competencias emprendedoras

Los expertos manifiestan en sus discursos necesidades formativas en todo el proceso emprendedor, todo ello, independientemente de la carrera universitaria de la que provengan. Como consecuencia de este desconocimiento, nace la barrera para emprender, que se intenta erradicar con propuestas e intervenciones que ayuden al fomento del emprendimiento. Concretamente, las necesidades que salen a la luz están relacionadas con metodologías de gestión de proyectos, desarrollo empresarial (plan de empresa y viabilidad), solicitud de subvenciones, definición y validación de una idea de negocio, elección correcta de fórmulas jurídicas, contabilidad, incluso gestión de la incertidumbre.

Formación específica en todo lo que tiene que ver con el proceso de emprender (idea y modelo de negocio, ventas y marketing, viabilidad, publicidad y comunicación, etc.) (EE7).

A ello se unen necesidades relacionadas con la parte de *marketing* y comunicación, así como comercialización de servicios y productos, sin olvidar contenido relacionado con habilidades comunicativas. Según plantea el experto EE6:

Nuestros emprendedores son muy académicos y no tienen normalmente muchos conocimientos de cómo llevar una empresa o conocimientos de marketing, es decir, necesitamos la parte comercial y la parte administrativa (EE6).

Estas necesidades actúan de barrera hacia el emprendimiento, por tanto, no se considera esta alternativa al empleo como una opción más, siguiendo de este modo una desconexión entre la universidad y el mercado laboral. A continuación, lo ejemplifican dos de nuestros/as informantes:

Muchos alumnos no se plantean la oportunidad de emprender por desconocimiento, cuando lo conocen ven que es una oportunidad realmente buena para tener una visión más amplia de muchas áreas que muchas veces ni habían pensado (EE10).

El hecho de no disponer de formación específica en materia de emprendimiento hace que no tengan en cuenta esta alternativa profesional y se centran los años de universidad en sacarse la carrera sin pensar en el futuro (EE15).

Como impulso hacia la eliminación de estas barreras, una de las cuestiones que se les planteaba a los entrevistados estaba relacionada con la introducción de asignaturas que trabajen el emprendimiento en la carrera. En este caso, 7 de ellos han respondido sí a la introducción de asignaturas de forma obligatoria, por ejemplo, mediante la realización de los trabajos finales de grado o máster. Ejemplo de ello lo podemos apreciar en los discursos de los siguientes informantes:

Deberían introducir asignaturas dirigidas a promover la innovación, la creatividad u otros elementos que aparecen en el mundo startup (EE10).

Estaría bien que hubiera en todas las formaciones un módulo que fomentara el emprendimiento y que también pusiera énfasis en estos ámbitos en los que generalmente los emprendedores van más flojos (EE16).

Por otra parte, 3 informantes no perciben necesaria la inclusión de asignaturas específicas sobre emprendimiento. Sin embargo, consideran necesario el trabajo con el alumnado para desarrollar competencias emprendedoras en el marco de sus carreras, por ejemplo, mediante los trabajos finales. Estos consideran que la solución no es añadir asignaturas y explicar el proceso emprendedor a todo el mundo, sino trabajar aquellas competencias que le ayuden a ser una persona emprendedora e intraemprendedora, siendo una competencia transferible para el mercado. Específicamente, el informante EE8 así nos lo expresa: *Introducir esos valores que hemos entendido que son importantes para formar emprendedores, como el trabajo en equipo, la capacidad de exponer y de gestionar el riesgo (EE8)*. Nos indica, además, que estas mejoras serían precisas y necesarias tanto en los planes de estudios y sus correspondientes proyectos docentes, como en las metodologías docentes instauradas en el pasado, que aún se siguen poniendo en práctica.

A modo de cierre, destacamos que algunos de los/as informantes (EE10, EE11) consideran especialmente relevante la adaptación de los títulos universitarios al mercado de trabajo actual y a

la sociedad a la que tendrá que enfrentarse el egresado. De tal forma que, a veces, más que obligar la introducción de asignaturas de emprendimiento, aluden a la adaptación de las asignaturas ya impuestas hacia un enfoque más alineado con las necesidades sociales actuales. Específicamente, en este sentido, es relevante el discurso del informante EE6, como puede verse a continuación:

Hay dos cosas que deberían mejorarse, una es enfocar los estudios a un ámbito mucho más real, es decir, que sean mucho más aplicados, que los estudiantes pudieran ver el mundo laboral como es, y dos explicarles y formarles en emprendimiento, porque si tú eres capaz de emprender, tienes dos salidas: emprender o trabajar como un emprendedor (EE6).

En opinión de algunos de los técnicos, antes de poner en marcha un proyecto emprendedor, la persona debe saber si tiene habilidades y competencias emprendedoras o simplemente si lo que quiere realmente es emprender; aspectos que no se podrían analizar ni considerar de otro modo si no existieran estos servicios.

Siguiendo las opiniones de los/as profesionales, no debemos pasar por alto que sus usuarios son alumnos y alumnas, en muchos casos, recién egresados, muy unidos al ámbito académico. Esto nos hace ser conscientes de que *las herramientas que precisan han de ser prácticas y servirles de apoyo en la creación de su proyecto emprendedor (EE8)*. Unido a ello destacamos la aplicabilidad de sus estudios en la realidad social y laboral en la que se encuentra y en el desarrollo de su proyecto, *con un asesoramiento y seguimiento personalizado (EE12)*. De manera específica, el informante EE10 plantea que:

Se debe dotar a los estudiantes de herramientas que les permitan mejorar su capacidad de gestión de equipos y liderazgo, así como un enfoque formativo hacia el aprendizaje rápido y reactivo en un entorno de incertidumbre, en ocasiones, casi extrema (EE10).

Atendiendo a los resultados obtenidos, se ve una necesidad clara de fomentar el emprendimiento en las aulas universitarias y apoyar los servicios de orientación y emprendimiento con los que cuentan las distintas universidades, todo ello como vía para impulsar su formación universitaria y estimular la inserción sociolaboral como egresados.

Discusión

En primer lugar, la metodología de orientación que emplean los/as profesionales es muy heterogénea (Ferreira, 2021), haciendo uso de técnicas y herramientas personalizadas a los/as usuarios/as y a sus respectivos proyectos. Partiendo de ello, se intenta realizar una primera toma de contacto presencial, mediante una entrevista donde se recoge información del proyecto. Sin embargo, considerando los cambios sociales, la necesidad de adaptabilidad constante y el poco tiempo presencial con el que muchas veces contamos, algunos de los entrevistados (EE1) aluden al *uso de medios tecnológicos* para estas sesiones de orientación, por ejemplo, con la herramienta *Skype*, *el correo electrónico*, o *incluso la utilización de redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn)*. Todo ello se convierte hoy en día en *recursos esenciales para el fomento del emprendimiento y la gestión de la carrera emprendedora (EE13)*.

Universidades como la de Granada ofrecen información sobre emprendimiento a través de MOOC (EE2), de tal forma que si una persona tiene una idea o inquietud por emprender, puede desarrollarla mediante entornos virtuales. En este sentido, es incuestionable la importancia que adquiere la tecnología en estos tiempos, especialmente con los cambios sobrevenidos por la situación de la pandemia mundial por COVID-19, que ha dado un giro histórico a la forma de pensar y hacer. Investigaciones como las de Ahmed *et al.* (2021) y Requejo Fernández *et al.* (2022) ven aquí una estrategia interesante para orientar, por las características de ser abiertos, masivos y *online*, además de estar disponible para cualquier público.

Considerando lo comentado y la opinión de los/as expertos/as en esta materia, el alumnado cuenta con instrumentos y servicios desde las universidades que dan apoyo y sirven para mejorar su empleabilidad (Helens-Hart, 2019). Sin embargo, a pesar de todo, en este estudio se aprecia cómo el fomento del emprendimiento transmitido al alumnado no llega a toda la población universitaria. En consecuencia, queda aún un extenso trabajo de difusión, formación y orientación por realizar en los contextos universitarios.

Por otro lado, se aprecia cómo las ideas vinculadas a acciones emprendedoras (concursos, premios, espacios de preincubación y *coworking*...) en las universidades son cada vez más frecuentes, visibilizándose el compromiso que estos contextos tienen con el desarrollo emprendedor y la aceleración de ideas y proyectos (Colther *et al.*, 2020; Pocek *et al.*, 2022).

En cuanto al mapa emprendedor con el que nos encontramos (Observatorio del Emprendimiento en España, 2022), puede afirmarse que aún existe un número bastante bajo de alumnado que emprende, sobre todo cuando se trata de recién egresado del grado; situación que cambia cuando el alumnado proviene de máster o doctorado (Riesco Lind y Condori Calapuja, 2022). Claro ejemplo de ello es la intervención de EE9 cuando aclara que: *Nada más terminar, a cinco años vista que ya han estado en el mercado y han visto las dificultades, sube bastante significativamente la intención emprendedora, sin embargo, durante los años de grado es menos significativa*. A ello se une la intervención de EE3 en relación con las facultades de educación y en concreto a la titulación de Pedagogía, que, *aunque cada vez van siendo más activos, se trata de una facultad con escasos proyectos emprendedores*, y esto se debe en cierto modo a las necesidades formativas en materia de emprendimiento que presentan (Aranda *et al.*, 2021). Por otro lado, esto también parece deberse a la experiencia profesional con la que cuentan los estudiantes que finalizan estudios de posgrado (Ferrerías-García *et al.*, 2021), ya que disponen de competencias profesionales que han podido ir adquiriendo tras su paso por la universidad. Aun así, encontramos estudios recientes como el de Garavito-Hernández *et al.* (2023) que encuentran una vinculación positiva y significativa entre factores personales (lugar donde vive, contexto familiar, incluso las redes de apoyo) e intención emprendedora de los estudiantes. No obstante, siguen siendo clave, las necesidades de formación y orientación emprendedora que presenta el alumnado para llevar a cabo su idea de negocio (Hueso *et al.*, 2021).

Como los participantes ponen de manifiesto, *los proyectos que llegan a sus servicios, suelen ser mayoritariamente ideas en fases muy iniciales, con una gran necesidad de maduración* (EE9), *aunque cada vez más van llegando ideas muy buenas, con ganas de sacarlas a la luz* (EE11). Estos proyectos suelen estar formados por mujeres y hombres, conformando así equipos multidisciplinares. En consecuencia, parece que la diferencia de género en emprendimiento no se detecta por los técnicos; se trata más bien de aspectos relacionados con la iniciativa y la formación

(Bhattacharyya y Kumar, 2020). No obstante, esta cuestión la dejamos abierta como prospectiva, pues hay estudios que ponen de manifiesto diferencias de género en este sentido (Costa y Pita, 2021; Siivonen *et al.*, 2022), llevándonos a establecer nuevas hipótesis de estudio.

En cuanto a las necesidades de formación y orientación con las que cuenta el alumnado, la mayoría de los/as profesionales aluden a la falta de conocimientos del servicio de orientación profesional y emprendimiento que ofrecen las universidades, por un lado, y del proceso emprendedor, por otro. Esto conlleva bajas tasas de emprendimiento por parte del alumnado universitario, siendo esta una barrera para iniciar proyectos emprendedores tal y como ponen en evidencia indicadores sociales actuales (Observatorio del Emprendimiento en España, 2022). Unido a la necesidad más relacionada con el propio proceso de creación y validación de una idea de negocio, profesionales como EE13 transmiten su preocupación por la necesidad de formar al alumnado en competencias intraemprendedoras, gracias a las cuales contemplen otras formas de crear emprendimiento y desarrollarse profesionalmente (Elo y Vincze, 2019). Estas necesidades, además de ser una barrera, en ocasiones ayudan a disminuir la motivación por emprender, más aún cuando la persona no tiene consigo bien adquiridas las competencias de gestión de la carrera emprendedora. En este sentido, y de acuerdo con Wanyoike y Maseno (2021), las motivaciones en emprendimiento están muy unidas a la visualización de nuevas oportunidades y al propio desarrollo profesional. Cuando una persona lleva consigo la motivación por emprender, el riesgo para abandonar su proyecto es mucho menor. Por este motivo, a pesar de ser casi imprescindible que el alumnado adquiera competencias de gestión de la carrera emprendedora, cuando está motivado para poner en marcha su idea de negocio, la idea florece. A partir de lo cual, se identifica en los hallazgos obtenidos que la importancia del factor motivacional en el proceso emprendedor universitario es esencial. Esto tiene sus efectos en la planificación de los estudios universitarios, y en la capacidad de encontrar un valor social y laboral para los estudiantes (RD 822/2021 de 28 de septiembre).

Por otro lado, encontramos profesionales que detectan una gran desconexión entre las competencias y aptitudes que desarrolla el alumnado que llega a sus servicios, y las exigencias del mercado laboral (Ynzunza Cortés e Izar Landeta, 2020), caracterizado por la inestabilidad a la que aludían los autores Villa Sánchez (2020) y Huicab-García (2023). En este sentido, estudios como los de Balasubramanian *et al.* (2020) o Guillén-Tortajada *et al.* (2020) identifican la importante contribución que las universidades y más concretamente los/as profesionales de la orientación hacen introduciendo acciones que fomentan el emprendimiento en las aulas universitarias.

En relación con las necesidades detectadas en materia de emprendimiento, los datos obtenidos muestran que no solo estudiantes del área de educación presentan necesidades en emprendimiento, sino que también son percibidas y manifiestas por los/as profesionales en estudiantes de económicas, administración y dirección de empresas, datos que van en la línea del estudio de Villa Sánchez *et al.* (2021).

En definitiva, a la luz de todos los hallazgos encontrados, se pone de manifiesto que cada persona debe saber gestionar su propia carrera (personal y profesional) en función de sus posibilidades y de las exigencias que el entorno genere (Martínez Clares y González Lorente, 2021). Pero, para ello, es completamente necesario contar con el apoyo de profesionales de la orientación adecuadamente formados en la materia, capaces de servir de ayuda en el desarrollo profesional y académico de los futuros profesionales de la sociedad (Marwan y Ali, 2019; Nassar *et al.*, 2019).

Conclusiones

La orientación profesional no sigue unas normas establecidas, sino que cada universidad y concretamente cada experto en emprendimiento hace uso de unas estrategias metodológicas propias que, bajo su responsabilidad y opinión, considera oportunas para llevar a cabo. La universidad ofrece servicios y departamentos a los cuales puede acceder el alumnado. Sin embargo, en ocasiones, este no decide emprender porque ni siquiera conoce que dispone de servicios para ello. Esta orientación es pieza clave para incentivar proyectos profesionales emprendedores con relevancia sociolaboral.

Se concluye que los modelos de orientación profesional para el emprendimiento no son los adecuados, y deberían homogeneizarse y acordarse procedimientos generales. De tal manera, que se parta de un modelo integral, donde la función de los orientadores y técnicos sea facilitar, acompañar y estimular positivamente el desarrollo profesional de los estudiantes universitarios en emprendimiento (Martínez Clares y González Lorente, 2021).

Sobre las necesidades de orientación, puede concluirse que muchos de ellos detectan necesidades relacionadas con la validación de ideas, la elaboración de planes económico-financieros, la gestión y solicitud de subvenciones de emprendimiento, la elección de unas fórmulas jurídicas u otras, así como todo lo relacionado con la venta y promoción del proyecto. Todo ello disminuye la prevalencia de actitudes emprendedoras en el alumnado, así como la elección del autoempleo como acceso al mercado laboral.

Considerando lo expuesto, una conclusión importante derivada de este estudio es que debemos ser conscientes de la necesidad de crear una universidad más emprendedora, donde el alumnado adquiera competencias de gestión de su propia carrera y, por consiguiente, autonomía para la creación de su propio proyecto profesional, conformándolo desde que accede a la universidad. Esta es una vía para generar formaciones universitarias que permitan comprender mejor los perfiles profesionales que cursan, haciéndolos más prácticos, funcionales y sostenibles a nivel social. Para ello, es necesario un cambio de cultura, con una política global que de respuestas innovadoras a las nuevas demandas sociales de formación y orientación a nivel universitario.

Fuente de financiación de la investigación

Este trabajo forma parte de la tesis doctoral intitulada *Necesidades de formación y orientación para el emprendimiento del alumnado universitario. Un estudio nacional desde los títulos de Grado en Pedagogía*, Prof. Dra. Carolina Romero-García, Universidad de Sevilla; y se ha desarrollado en el marco del proyecto de I+D+i Diseño de la carrera y gestión del talento emprendedor, en el que se inscribe, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad en la Convocatoria de 2013 Plan Estatal I+D 2013-2016 Excelencia, con Referencia: EDU2013-45704-P, coordinado por la Prof. Dra. Magdalena Suárez-Ortega, Universidad de Sevilla, España, y ejecutado entre 2014-2018.

Notas

1. Los fragmentos discursivos aportados por los/as participantes se presentan en cursiva y son tomados de manera literal de las transcripciones de los datos aportados, a fin de mantener la literalidad de las expresiones.

Referencias bibliográficas

- Ahmed, M. M., Sultana, N., Astri Dwi Jayanti, S., Mardoni, Y. y Helmiatin, H. (2021). Attitude towards entrepreneurship development courses of MOOCs. *Asian Association of Open Universities Journal*, 16(1), 129-141. <https://doi.org/10.1108/AAOUJ-09-2020-0081>
- Aranda, L., Fernández Jiménez, M. A. y Mena Rodríguez, E. (2021). Análisis de las expectativas laborales del alumnado de pedagogía. *Revista de Curriculum y Formación del Profesorado*, 25(3), 157-174. <https://doi.org/10.30827/profesorado.v25i3.9518>
- Balasubramanian, S., Yang, Y. y Tello, S. (2020). Does university entrepreneurial orientation matter? Evidence from university performance. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 14(4), 661-682. <https://doi.org/10.1002/sej.1341>
- Bernal-Guerrero, A. y Cárdenas-Gutiérrez, A. R. (2021). La educación de la competencia emprendedora como iniciativa y autonomía personal. *Cuestiones Pedagógicas*, 2(30), 27-42. <https://doi.org/10.12795/CP.2021.i30.v2.02>
- Bernal Guerrero, A., Cárdenas Gutiérrez, A. R. y Athayde, R. (2021). Test de potencial emprendedor: adaptación al español (ATE-S). *Bordón. Revista de Pedagogía*, 73(1), 19-37. <https://doi.org/10.13042/Bordon.2021.71417>
- Bhattacharyya, A. y Kumar, N. (2020). Who is more entrepreneurial? A comparative study of vocational and academic students. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(1), 15-30. <https://doi.org/10.1108/APJIE-06-2019-0047>
- Colther, C. M., Fecci, E., Cayun, G. y Rojas-Mora, J. (2020). Enseñanza de la cultura emprendedora en la universidad: el caso de la Universidad Austral de Chile. *Formación universitaria*, 13(4), 129-138. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062020000400129>
- Corrêa, V. S., Queiroz, M. M., Cruz, M. A. y Shigaki, H. B. (2022). Entrepreneurial orientation far beyond opportunity: the influence of the necessity for innovativeness, proactiveness and risk-taking. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(4), 952-979. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-06-2021-0518>
- Costa, J. y Pita, M. (2021). Entrepreneurial initiative in Islamic economics – the role of gender. A multi-country analysis. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(6), 793-813. <https://doi.org/10.1108/JIABR-01-2020-0010>
- Delgado-García, M., Conde Vélez, S. y Azaustre Lorenzo, M. C. (2021). Validación de un instrumento para detectar necesidades de orientación en alumnado universitario de nuevo ingreso. *Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*, 32(1), 92-115. <https://doi.org/10.5944/reop.vol.32.num.1.2021.30742>
- Devi Prasad, B. (2019). Qualitative Content Analysis: Why is it Still a Path Less Taken? *Forum Qualitative Sozialforschung Forum: Qualitative Social Research*, 20(3). <https://doi.org/10.17169/fqs-20.3.3392>
- Elo, M. y Vincze, Z. (2019). Transnational intrapreneurship: opportunity development in transnational teams in the Nordic periphery. *International Journal Entrepreneurship and Small Business*, 36(1/2), 03-125. [10.1504/IJESB.2019.096954](https://doi.org/10.1504/IJESB.2019.096954)

- Ferreira, C. (2021). El sistema de orientación universitaria en Finlandia: Identificación de buenas prácticas aplicables al contexto español. *Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*, 32(1), 7-29. <https://doi.org/10.5944/reop.vol.32.num.1.2021.30737>
- Ferreras-García, R., Sales-Zaguirre, J. y Serradell-López, E. (2021). Developing entrepreneurial competencies in higher education: a structural model approach. *Education + Training*, 63(5), 720-743. <https://doi.org/10.1108/ET-09-2020-0257>
- Garavito-Hernández, Y., García-Méndez, S., Ramírez-Torres, W. E. y Avellaneda-Rueda, C. (2023). Influencia de las características personales y factores del entorno en la intención emprendedora en estudiantes universitarios. *INNOVA Research Journal*, 8(1), 89-107. <https://doi.org/10.33890/innova.v8.n1.2023.2201>
- Guillén-Tortajada, E., Jiménez-Martínez, M. P., Szalai, L., Caballero-García, P. A. y Alcaraz-Rodríguez, R. E. (2020). Diseño y validación inicial de un instrumento de medición de la competencia emprendedora sobre su tratamiento y comunicación en las aulas universitarias. *Comunicación y Hombre*, 16, 193-224. <https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2020.16.603.193-224>
- Helens-Hart, R. (2019). Career Education Discourse: Promoting Student Employability in a University Career Center. *Qualitative Research in Education*, 8(1), 1-26. <https://doi.org/10.17583/qre.2019.3706>
- Hueso, J. A., Jaén, I. y Liñán, F. (2021). From personal values to entrepreneurial intention: a systematic literature review. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(1), 205-230. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2020-0383>
- Huicab-García, Y. (2023). Gestión del talento humano en el entorno BANI. *Digital Publisher CEIT*, 8(1), 155-165 <https://doi.org/10.33386/593dp.2023.1-1.1533>
- Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de datos personales y garantía de los derechos digitales. *Boletín Oficial del Estado*, 294, de 6 de diciembre de 2018, pp. 1-68. <https://www.boe.es/eli/es/lo/2018/12/05/3/con>
- Martínez Clares, P. y González Lorente, C. (2021). *Orientación profesional en la incertidumbre. Un programa de inserción sociolaboral*. Editorial Pirámide.
- Marwan, H. y Ali, A. (2019). Experts' Consensus to Identify Elements of Career Management Competencies in Work-Based Learning (WBL) Program Using Fuzzy Delphi Analysis. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (IJET)*, 14(20), 73-86. <https://doi.org/10.3991/ijet.v14i20.11461>
- Maxwell, J. A. (2019). *Diseño de investigación cualitativa*. Editorial Gedisa.
- McMahon, W. (2020, Noviembre). Systems thinking, identity and story: Applications in career development. II Conferencia Internacional de la Asociación Española de Orientación y Psicopedagogía (AEOP) y XX Seminario Permanente de Orientación Profesional (SEPEROP).
- Miles, M. B., Huberman, A. M. y Saldana, J. (2019). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Editorial SAGE PUBLN.
- Nassar, S., Al-Qimlass, A., Karacan-Ozdemir, N. y Tovar, L. Z. (2019). Considerations for career intervention services in global youth workforce development: consensus across policy, research, and practice. *Empirical Research in Vocational Education and Training*, 11(1), 1-23. <https://doi.org/10.1186/s40461-019-0080-4>
- Observatorio del Emprendimiento en España (2022). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2021-2022*. Universidad de Cantabria. <https://www.gem-spain.com/informes-nacionales/>
- Pantoja Vallejo, A., Colmenero Ruiz, M. J. y Molero, D. (2022). Aspectos condicionantes de la tutoría universitaria. Un estudio comparado. *Revista de Investigación Educativa*, 40(1), 33-49. <https://doi.org/10.6018/rie.373741>

- Pocek, J., Politis, D. y Gabriellsson, J. (2022). Entrepreneurial learning in extra-curricular start-up programs for students. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(2), 325-345. <https://doi.org/10.1108/IJEER-04-2020-0206>
- Puerta Gómez, J., Aceituno Aceituno, P. y Burgos García, M. C. (2022). Educación para el emprendimiento: un enfoque orientado a incrementar las posibilidades de éxito y evitar el fracaso prematuro. *Revista de Marketing y Publicidad*, 5, 67-94. <https://doi.org/10.51302/marketing.2022.1426>
- Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad. *Boletín Oficial del Estado*, 233, de 29 de septiembre de 2021, pp. 119537 a 119578. <https://www.boe.es/eli/es/rd/2021/09/28/822>
- Renart Vicens, G., Vall-llosera Casanovas, L., Saurina Canals, C. y Serra, L. (2022). Entrepreneurship analysis in Spanish universities. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 12(1), 178-190. <https://doi.org/10.1108/HESWBL-11-2020-0248>
- Requejo Fernández, E., Raposo-Rivas, M. y Sarmiento Campos, J. A. (2022). El uso de tecnologías en la orientación profesional: una revisión sistemática. *Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*, 33(3), 40-65. <https://doi.org/10.5944/reop.vol.33.num.3.2022.36460>
- Riesco Lind, G. y Condori Calapuja, L. (2022). Entrepreneurship in Latin America: Skills and Education for COVID-19 and Beyond. *Revista de investigación en Ciencias Económicas, Contables y Empresariales*, 13, 7-22. <https://www.doi.org/10.36901/illustro.v13i1.1292>
- Sánchez-García, M. F. y Suárez-Ortega, M. (2017). *Orientación para el desarrollo profesional*. UNED.
- Shmatkov, D., Nadiia, B., Yurii, B. y Sánchez Zafra, M. (2022). The development of professionally important qualities as a result of various activities: Learning, sport, and labour mark. *Retos*, 43, 17-26. <https://doi.org/10.47197/retos.v43i0.87830>
- Siivonen, P.T., Komulainen, K., Kasanen, K. y Kupiainen, P. (2022). Aged and gendered master narratives on entrepreneurship in Finnish higher education. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 14(1), 26-43. <https://doi.org/10.1108/IJGE-01-2021-0010>
- Tallón-Rosales, S., Cáceres-Reche, M. P., Gómez-García, G. y Rodríguez-Jiménez, C. (2022). Perfil profesional del grado en pedagogía: análisis de las percepciones universitarias. *Formación Universitaria*, 15(1), 197-208. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062022000100197>
- Vieira, L. d. S., Meirelles, D. A. y Emmendoerfer, M. (2023). Organizational Support for Entrepreneurial Orientation: The Perception of Professionals from Early Childhood Education Centers in Brazil. *Journal of New Approaches in Educational Research*, 12(1), 100-119. <https://doi.org/10.7821/naer.2023.1.1118>
- Villa Sánchez, A. (2020). Liderazgo resiliente pertinente para una sociedad cambiante. *Foro Educativo*, 34, 77-103. <https://doi.org/10.29344/07180772.34.2361>
- Wanyoike, C. N. y Maseno, M. (2021). Exploring the motivation of social entrepreneurs in creating successful social enterprises in East Africa. *New England Journal of Entrepreneurship*, 24(2), 79-104. <https://doi.org/10.1108/NEJE-07-2020-0028>
- Ynzunza Cortés, C. B. e Izar Landeta, J. M. (2020). Las motivaciones, competencias y factores de éxito para el emprendimiento y su impacto en el desempeño empresarial. Un análisis en las MIPyMES en el estado de Querétaro, México. *Contaduría y Administración*, 66(1), 1-26. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2021.2327>

Abstract

The development of entrepreneurial skills through professional guidance action at university

INTRODUCTION. This article analyses the situation of entrepreneurship in the university, knowing and understanding the guiding actions that are implemented to stimulate the entrepreneurial spirit, as well as the development of entrepreneurial projects in university students. **METHOD.** A qualitative methodology was applied, with a phenomenological approach, by means of 17 semi-structured interviews with technical professionals who are experts in career guidance and entrepreneurship, including 2 lecturers of master's degrees who work on the creation of entrepreneurial ideas; all of them belonging to 12 public and Spanish universities where the Bachelor's Degree in Pedagogy is taught. The data obtained were analysed using a system of categories (deductive and inductive) and with the support of Nvivo software, version 12. **RESULTS.** The findings allow us to obtain an overall view of the entrepreneurial situation at the university, identifying the guidance methods that professionals use in counselling and guidance sessions, and highlighting the possible needs and improvements of university students in terms of entrepreneurship from the perspective of these professionals. **DISCUSSION.** The results obtained allow conclusions and proposals for improvement to be drawn that help to promote the development of nascent entrepreneurial projects at the university. Accordingly, this study raises important actions and implications at the level of university policy and management, improving the training and guidance of entrepreneurial professional projects that increase student impact on the labour market, and that respond to the needs detected in university students.

Keywords: Skill, Business education, Career guidance, Employment, University, Qualitative research.

Résumé

Le développement des compétences entrepreneuriales par l'action d'orientation professionnelle au niveau universitaire

INTRODUCTION. Cet article analyse la situation de l'entrepreneuriat à l'université, en examinant les actions d'orientation mises en œuvre pour stimuler l'esprit d'entreprise et le développement de projets entrepreneuriaux chez les étudiants universitaires. **MÉTHODE.** Une méthodologie qualitative, avec une approche phénoménologique, a été appliquée à travers 17 entretiens semi-structurés avec des experts en orientation professionnelle et en entrepreneuriat, y compris 2 professeurs de maîtrise spécialisés dans la création d'idées entrepreneuriales. Tous les participants appartiennent à 12 universités publiques espagnoles où la licence en pédagogie est enseignée. Les données obtenues ont été analysées à l'aide d'un système de catégories (déductif et inductif) et avec le soutien du logiciel Nvivo, version 12. **RÉSULTATS.** Les résultats offrent une vision globale de la situation entrepreneuriale à l'université, identifient les méthodes d'orientation utilisées par les professionnels lors des sessions d'orientation et de guidance, et mettent en évidence les besoins et améliorations potentiels des étudiants universitaires en matière d'entrepreneuriat, selon les professionnels interrogés. **DISCUSSION.** Les résultats permettent de formuler des conclusions et des propositions d'amélioration pour

promouvoir le développement de projets entrepreneuriaux naissants à l'université. Cette étude propose des actions et des implications importantes au niveau de la politique et de la gestion universitaire, visant à améliorer la formation et l'orientation des projets professionnels entrepreneuriaux, augmentant ainsi l'impact des étudiants sur le marché du travail et répondant aux besoins détectés chez les étudiants universitaires.

Mots-clés : *Compétences, Formation à l'entreprise, Orientation de carrière, Emploi, Université, Recherche qualitative.*

Perfil profesional de las autoras

Carolina Romero-García (autora de contacto)

Profesora sustituta interina del Departamento de Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación de la Universidad de Sevilla. Su principal línea de investigación se relaciona con la orientación profesional y el emprendimiento.

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9766-4599>)

Correo electrónico de contacto: cromero10@us.es

Dirección para la correspondencia: Facultad de Ciencias de la Educación, c/ Pirotecnia, s/n. 41013 Sevilla (España).

Magdalena Suárez-Ortega

Profesora titular del Departamento de Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación de la Universidad de Sevilla. Sus principales líneas de investigación están vinculadas a la orientación profesional, el emprendimiento y la construcción de proyectos profesionales y vitales.

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0188-3074>

Correo electrónico de contacto: msuarez@us.es

