



DESAFÍO Y PERSPECTIVAS ACTUALES EN EL CAMPO DE LA EDUCACIÓN

COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS EN LA EDUCACION UNIVERSITARIA

José C. SÁNCHEZ

Cátedra de Emprendedores. Universidad de Salamanca
Avda de la Merced, 109. 37005 Salamanca
jsanchez@usal.es

Valeria Caggiano

Universidad Roma-3. Italia

Brizeida Hernández

Facultad de Educación Social y Especial
Universidad de las Américas
Ciudad de Panamá, Panamá

Fecha de recepción: 12 de enero de 2011

Fecha de admisión: 10 de marzo de 2011

RESUMEN

El fenómeno del emprendizaje académico ha despertado el interés de las diferentes administraciones públicas y de las universidades debido al impacto esperado sobre el desarrollo económico y social. A esto hay que añadir el proceso de reforma que esta experimentando la universidad sobre su misión en la actual sociedad del conocimiento. Desde el Espacio Europeo de Educación Superior se contemplan una tercera misión en la Universidad se vertebra en torno a tres ejes principales: emprendimiento, innovación y compromiso social. El cómo llevar a cabo esta nueva misión con cierto éxito se presenta como un tema de importancia capital en el contexto universitario. La realidad es que el potencial emprendedor de las universidades es escaso. Por ello, el cambio de actitudes, la potenciación de competencias emprendedoras, el desarrollo de nuevos valores y la capacitación en habilidades personales, cognitivas y gerenciales tienen que formar parte del diseño curricular para que los estudiantes comiencen a mentalizarse que existen nuevas opciones laborales dentro de la propia universidad. En aras de potenciar este espíritu emprendedor, se ha escrito el presente trabajo para dar respuesta a una serie de preguntas que son básicas en el desarrollo de cualquier programa formativo de emprendimiento.

Palabras Clave: Emprendimiento, Universidad, competencias emprendedoras

ABSTRACT

The phenomenon of academic entrepreneurship has attracted the interest of different public administrations and universities due to its expected impact on economic and social development. To



COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS EN LA EDUCACION UNIVERSITARIA

this must be added the process of reform that universities are experiencing about its mission in today's knowledge society. From the European Higher Education is been examined a third mission of the University which is structured around three main themes: entrepreneurship, innovation and social commitment. How to accomplish this new mission successfully is presented as an issue of importance in the university context. Actually the entrepreneurial potential of universities is limited. Therefore, curriculum must include aspects such as changing attitudes, enhancement of entrepreneurial competencies, development of new values, personal, cognitive and management capabilities training, with the pursuit of students begin to be aware of the new employment options within the own University. In order to promote entrepreneurship, this study has been written responding to a series of questions that are central in the development of any entrepreneurial training program.

Key words: entrepreneurship, university entrepreneurial competencies

INTRODUCCION

El nuevo planteamiento docente a nivel europeo fomenta capacidades que son muy valoradas y recomendadas en el campo del emprendimiento. Existen directrices de fomento del espíritu emprendedor que incluyen la recomendación de distintas medidas. Entre ellas, como se ha dicho, se encuentra el fomento de la capacidad y las competencias emprendedoras, introduciendo la educación y formación en todos los niveles educativos. En el Libro verde sobre el espíritu emprendedor en Europa, presentado en Bruselas en 2003, se pone de manifiesto la necesidad de fomentar el dinamismo emprendedor de un modo eficaz y se articulan directrices para tratar de crear un entorno favorable. Una de las medidas contempladas es la educación y formación en el espíritu emprendedor para el fomento de una actitud favorable y para desarrollar la sensibilización hacia el autoempleo.

Teniendo en cuenta que tanto la personalidad como las aptitudes son elementos claves del éxito, las competencias personales relacionadas con el espíritu emprendedor, como ya indicamos más arriba, deberían ser enseñadas desde una fase temprana hasta el nivel universitario. La universidad, por ser un escenario de formación y generación de conocimiento y por su proximidad al mercado laboral, está en una posición privilegiada para fomentar el espíritu emprendedor de todos los miembros de la comunidad universitaria, alumnado, personal docente e investigador. La enseñanza del espíritu emprendedor puede contribuir a la combinación del potencial empresarial y el técnico. La educación en espíritu emprendedor, combinada con los programas públicos de investigación, reúne los ingredientes necesarios para unir la excelencia científica a la comercialización de los resultados. Será la potenciación de una cultura emprendedora en los centros junto a una actitud favorable de los jóvenes hacia la creación empresarial, lo que permitirá incubar un nuevo estilo de empresa basado en la ciencia y la tecnología.

DESARROLLO DE LA CUESTION PLANTEADA

Uno de los objetivos que tiene planteado la universidad de hoy en día es colaborar con la sociedad con el objetivo de la creación de empleo. Para ello es necesario una transferencia de conocimiento y tecnología que poseen las universidades, favoreciendo así el cambio cultural en la población. Esta es una buena manera de retornar a la sociedad la inversión (humana y económica) que la universidad recibe.

Para dar cumplimiento a este objetivo, de creación de empleo, es manifiesto que la universidad tiene que preparar a sus estudiantes en aquellas competencias emprendedoras que la sociedad demanda como prioritarias a este acceso. Pero la oferta docente en materia de emprendimiento no se ha de reservar exclusivamente a los estudiantes de Económicas o Empresariales, sino que debe



DESAFÍO Y PERSPECTIVAS ACTUALES EN EL CAMPO DE LA EDUCACIÓN

ofrecerse a todos los estudiantes. Por eso consideramos importante la incorporación a los planes de estudio de asignaturas centradas en esta materia, así como todo tipo de formación no reglada, ya sean charlas, cursos, seminarios, libre elección, etc.

Independientemente de la modalidad, la oferta docente ha de considerar tres tipos de factores que influyen en el proceso de aprendizaje para llegar a ser emprendedor: psicológicos, socioculturales y gerenciales (Véase Figura.1). Estos factores hacen referencia a los enfoques explicativos del fenómeno emprendedor en las universidades según la literatura existente (Benavides y García, 2004).

Figura 1 Proceso del aprendizaje emprendedor en las Universidades según los factores influyentes de Veciana (Fuente: elaboración propia)



Los factores psicológicos hacen referencia al perfil de personalidad que debe poseer un estudiante para llegar a ser emprendedor, incluyéndose aquí la necesidad de logro o la búsqueda de independencia. Lo mejor que se puede hacer desde las universidades para favorecerlos son las jornadas sobre motivación empresarial. Dentro del enfoque sociocultural, o los factores socioculturales, se estudia la incidencia de factores sociales, políticos, económicos, familiares y, en especial, la influencia del apoyo institucional en la decisión del emprendedor de crear su propia empresa. Aquí la universidad tiene un papel institucional de apoyo en materia de información, asesoramiento y facilitación de relaciones para que los estudiantes desarrollen su idea. Esto suele hacerse desde los viveros de empresas o parques tecnológicos asociados a la Universidad. El enfoque gerencial enfatizaría en los conocimientos y habilidades adquiridas en el ámbito de la economía y la dirección de Empresas. Para mejorar este factor las Universidades deben incluir en sus planes de estudio, además de las materias típicas de cada titulación, otras formas de formación complementaria en materia empresarial, favoreciendo las habilidades de trabajo en equipo, pensamiento crítico o autoconocimiento continuado.

Algunos de los constructos psicológicos más frecuentemente estudiados en relación con la intención emprendedora han sido la autoeficacia, la propensión al riesgo y la proactividad. Según Covin y Slevin (1989), la propensión al riesgo junto con la proactividad y la innovación, son las tres dimensiones de la llamada orientación emprendedora. Este esquema puede ser de utilidad de cara a preparar la formación de los estudiantes para el emprendimiento.

La autoeficacia se refiere a la convicción de que uno puede organizar y ejecutar efectivamente acciones para producir unos resultados requeridos (Bandura, 1997; Chen, Greene y Crick, 1998). La autoeficacia afecta a la elección de la acción y a la cantidad de esfuerzo ejercido (Waug, 1995), siendo el principal predictor individual de la elección de carrera. Además en los últimos años algunas investigaciones han demostrado con éxito el poder predictivo de las percepciones de autoeficacia.



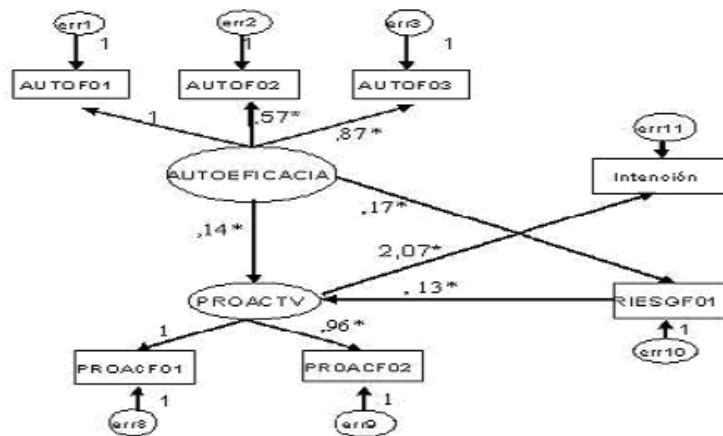
COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS EN LA EDUCACION UNIVERSITARIA

cia sobre la formación de intenciones emprendedoras, tanto por su influencia directa sobre éstas como por su asociación con otras variables de interés en la explicación de las intenciones de autoempleo (Zhao et al., 2005; Segal et al., 2005).

La propensión al riesgo puede definirse como el rasgo de personalidad que determina la tendencia y disposición del individuo para asumir riesgos. Como la intención emprendedora conlleva la posibilidad de fracaso, ésta se relaciona con la propensión al riesgo. Pero no necesariamente un emprendedor es el que se percibe como más propenso a asumir riesgos, sino el que categoriza las situaciones de riesgo como más positivas. La personalidad proactiva se refiere a la tendencia a iniciar y mantener acciones que directamente alteran el ambiente circundante. Existe evidencia de relación entre la proactividad en el contexto de la orientación emprendedora y el desarrollo empresarial por un lado, y la carrera exitosa por otro (Seibert, Kraimer y Crant, 2001).

Basándose en este marco teórico, Sánchez, Lanero y Yurrebaso (2005) realizaron un estudio con 907 estudiantes universitarios para comprobar un modelo explicativo que relacionaba la intención emprendedora con los tres factores personales antes desarrollados. Los resultados obtenidos planteaban que la proactividad influía directamente sobre la intención de emprender mientras que la autoeficacia y la propensión al riesgo presentaban un efecto indirecto, a través de la proactividad. La autoeficacia presentó una relación directa sobre la proactividad y la asunción de riesgos (figura 2)

Figura 2 Modelo explicativo de la intención emprendedora (Sánchez, Lanero y Yurrebaso, 2005)



* P < .000

Martín, Hernangómez y Rodríguez (2005) realizaron un estudio con 2012 universitarios españoles con la finalidad de determinar que factores eran explicativos de una mayor orientación emprendedora, llegando a la conclusión de que variables de carácter demográfico, de formación y de experiencia se relacionaban con la mayor propensión a crear una empresa. Encontraron diferencias en función del sexo, siendo las mujeres menos propensas a crear empresas. Respecto a la formación universitaria los conocimientos de informática y de idiomas, siempre que estos últimos se aprendieran en el extranjero, refuerzan el espíritu emprendedor, al igual que la experiencia laboral sin contrato. Los hombres que han trabajado previamente en una empresa propia, muestran un mayor interés en emprender de nuevo, mientras que las mujeres aumentan su interés tras realizar prácticas o voluntariado.



DESAFÍO Y PERSPECTIVAS ACTUALES EN EL CAMPO DE LA EDUCACIÓN

No debemos olvidar que las escuelas, centros de formación profesional, o las universidades, están inmersas en una sociedad que también necesita sensibilizarse de la importancia del espíritu emprendedor. En este sentido el papel de los medios de comunicación es capital ya que pueden mejorar la imagen social del empresario, pueden usar campañas de marketing sobre la necesidad de crear nuevos empleos y negocios por cuenta propia y pueden influir en la motivación de los jóvenes con la presentación de modelos adecuados.

LA TERCERA MISIÓN DE LA UNIVERSIDAD

La educación superior ha sufrido cambios importantes en las últimas décadas, siendo de interés el crecimiento de su demanda. Los gobiernos ante este panorama han apostado por aumentar el número de centros universitarios, ampliar los ya existentes y dotar a la educación superior de mayores recursos para que ésta sea capaz de dar respuesta a las demandas sociales. Así las universidades ya no pueden ser las salvaguardas del conocimiento, ni meras transmisoras de él. Hoy se aboga, como ya hemos visto, por una educación basada en competencias, es decir una educación que transfiera no sólo conocimientos sino también habilidades y actitudes emprendedoras que permita a los recién titulados desarrollar con éxito su carrera profesional. Esta eficiencia profesional se traduce en términos de planificación adecuada del trabajo, capacidad de innovación y de adaptación a nuevas tareas, pensamiento reflexivo y crítico de las situaciones, facilidad para relacionarse, etc.

Por todo esto, en los últimos años se ha empezado a hablar de una tercera misión en la Universidad, más allá de los cometidos de educación e investigación. Esta tercera misión ha venido "impuesta" por la creciente sociedad del conocimiento y se engloba en cuatro ejes: emprendimiento, innovación, transmisión del conocimiento y compromiso social. Esta misión debe orientarse, sobre todo, a la necesidad de saber aplicar la ciencia, es decir, a la transferencia del conocimiento a la sociedad, para poder responder a esta demanda social. Y se materializará en una comercialización tecnológica de los recursos de la Universidad y en una actividad emprendedora para convertir la Universidad en una institución de transferencia de I+D. Para que esto sea posible se necesita una mayor colaboración entre los dos elementos implicados, la Universidad y la empresa, cuestión que fue el centro de los contenidos de la Cumbre de Barcelona en 2004 del Consejo Europeo.

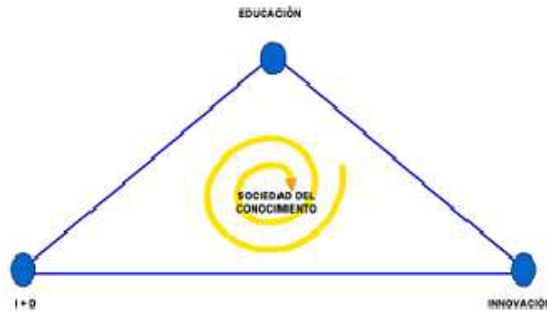
Los sistemas universitarios públicos están sometidos a dos fuerzas coordinadoras de su actividad: el control estatal y la autonomía universitaria. A partir de los años 80 se puede decir que la autonomía en las universidades europeas ha crecido, debido al gran esfuerzo que suponía para el estado mantener un control sobre un mundo tan cambiante. Clark (1983) nos habla del triángulo de la coordinación de los sistemas universitarios para explicar los procesos de oferta y demanda que en ellos ocurren.

Según este autor todo sistema universitario se encontraría en un punto interior de un triángulo cuyos vértices serían: el Estado, la oligarquía académica y el mercado. El mercado hace referencia a la manifestación de las demandas y necesidades de la sociedad respecto del papel de la educación como creadora de conocimiento. Si la Universidad es un lugar donde se forma una proporción muy grande de la población, es necesario que ésta responda a las necesidades de la población inclinándose para ello hacia el vértice del mercado. La inclinación hacia esta tendencia favorecerá la calidad de la educación y de la labor investigadora, mejorando así los servicios que aporta a la sociedad. Para que todo este proceso sea posible son necesarias unas políticas públicas adecuadas que afecten a todos los componentes implicados.



COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS EN LA EDUCACION UNIVERSITARIA

Figura 3 El Triángulo de la sociedad del conocimiento



La Universidad española, en relación al triángulo de Clark, se encuentra a partir de la Ley Orgánica de Reforma Universitaria (LRU), alejándose del Estado, acercándose a la oligarquía y aún bastante lejos del vértice del mercado. Para que la Universidad sea considerada una empresa al servicio de la sociedad del conocimiento el Estado debería tener un papel de árbitro que garantice que las relaciones Universidad-sociedad sean las adecuadas. Cuando se habla de la universidad como una “empresa”, las reacciones son contrarias en el personal de las universidades, unos se entusiasman con la idea y otros se muestran opuestos a convertir a la universidad en un negocio. Pero es evidente que estamos en un momento en el que más que nunca el conocimiento tiene una relación muy estrecha con el progreso social y económico y, al poner el conocimiento, y su transferencia, en el centro del progreso social, en palabras de Calleja (1990), se está proponiendo un modelo dinámico, universalista y humanista.

La transferencia de conocimientos se puede definir, por tanto, como el desplazamiento de dichos conocimientos del lugar de su producción al de su utilización. Para trasladar los conocimientos generados en los centros de investigación a la actividad económica se pueden seguir fundamentalmente tres estrategias: la patentación de los conocimientos y su licencia para su utilización por empresas actuales; la investigación cooperativa (colaborativa) entre los centros de investigación y las empresas y la creación de empresas spin-off a partir de los equipos de investigación que deciden crear una empresa para explotar los conocimientos producidos. La facilidad para la transferencia y el mecanismo más adecuado cambian según las características de los conocimientos.

En la actualidad los organismos o estructuras donde “va a parar” la transferencia del conocimiento y la explotación de los resultados son: las Oficinas de Transferencia de Resultados de la Investigación (OTRI), los Centros Tecnológicos, las Plataformas Tecnológicas, los clusters, las grandes instalaciones científicas o laboratorios, los Parques Científicos y Tecnológicos o las Incubadoras de empresas (en un punto posterior desarrollaremos estas estructuras). Para que esta transferencia o explotación se lleve a cabo serían necesarias acciones como: los contratos I+D+i, la explotación de la propiedad intelectual a través de contratos de licencia y la comercialización de las tecnologías; la creación de Empresas de Base Tecnológica; y los programas de apoyo de las administraciones públicas.

Es de esta manera como la universidad pasa de ser reactiva a ser proactiva, a ser emprendedora. El concepto de universidad emprendedora engloba a universidades con la habilidad interna para transformar el conocimiento producido dentro de la universidad en una propiedad intelectual y resultado económico socialmente útil. Por ello son las universidades, principalmente, las que deberían fomentar el espíritu emprendedor, para que mejoren las tasas de creación de empresas y a largo plazo la competitividad y productividad del país.



DESAFÍO Y PERSPECTIVAS ACTUALES EN EL CAMPO DE LA EDUCACIÓN

BUENAS PRÁCTICAS PARA POTENCIAR EL EMPRENDIMIENTO EN LAS UNIVERSIDADES

La primera iniciativa, de la que tengamos noticia, en el fomento del espíritu emprendedor y el apoyo en la creación de empresas desde la universidad fue en 1992 en la Universidad Politécnica de Valencia (UPV), que junto al instituto Valenciano de la Pequeña y Mediana Empresa (IMPIVA) realizaron el proyecto "Programa de iniciativas para el Desarrollo de Nuevas empresas (IDEAS)", siendo el único programa para fomentar la creación de empresas de base tecnológica hasta 1997. En este año se instauraron tres programas similares en la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad Pública de Navarra y la Universidad del País Vasco. Cinco más se añadieron a este fin en 1998 y 1999, diez en 2000, cinco en 2001 y 2002 y tres en 2003. En el año 2004 el 55% de las 68 universidades españolas contaban con un programa de creación de empresas, lo que ha supuesto la implantación de 900 nuevas empresas en nuestro país.

Estos programas suelen estar constituidos por varias fases: sensibilización, fijación de los cimientos del proyecto empresarial, preincubación, incubación y explotación. Esta última fase conlleva el seguimiento y apoyo de las empresas una vez consolidadas y no está incluida en todos los programas, siendo su ausencia un índice negativo en la supervivencia de la empresa. Como índices positivos dentro de los programas podemos nombrar el apoyo financiero que puede facilitar el programa al proyecto empresarial en sus inicios; el número de entidades tanto públicas como privadas que estén involucradas en la infraestructura del programa de la universidad (red de apoyo); y el aprovechamiento adecuado que se haga de los recursos disponibles en la universidad.

Los resultados de un estudio realizado por Albers Garrigos e Hidalgo Nuchera (2007) indican que las universidades tienen un mayor número de proyectos cooperativos que las empresas, pero que básicamente cooperan con otras universidades, centros de investigación y muy poco con las empresas.

La solución ante el déficit en la creación de empresas empieza por diseñar políticas atractivas para el personal docente e investigador de las universidades y programas para fomentar el emprendimiento en el mundo académico. Algunas iniciativas a este respecto ya se han puesto en marcha como el desarrollo de unidades o estructuras para la explotación de los resultados, entre otras, las Oficinas de Transferencia de Resultados de la Investigación (OTRI), los Centros Tecnológicos, las Plataformas Tecnológicas, los clusters, las grandes instalaciones científicas o laboratorios, los Parques Científicos y

En los últimos años algunas universidades han creado sus propios órganos de motivación, formación y semilleros empresariales, con el objetivo de impulsar con más fuerza la aparición de emprendedores universitarios. Un ejemplo claro puede encontrarse en el Programa IDEAS, de la Universidad Politécnica de Valencia que, desde el año 2001 en que fue creado, ha promovido la creación de más de 360 empresas. En la actualidad la gran mayoría de las universidades disponen de un programa de creación de empresas, pero no existe una única fórmula, probablemente porque cada universidad busca un camino propio con base en su saber hacer. Ejemplos de ello son: el programa INNOVA de la Universidad Politécnica de Cataluña, creado en 1996, el programa UNI-EMPRENDE de la Universidad de Santiago de Compostela, creado en el 2001, el Plan GALILEO de la Universidad de Salamanca, creado en 2001, etc. También nos encontramos con redes de trabajo donde participan varias Universidades juntas, ejemplos de ello son la Red Andaluza de Transferencia de Resultados de Investigación (RATRI) o el Sistema Madri+d, donde se agrupan instituciones públicas y privadas de investigación y las asociaciones empresariales regionales. A su vez las administraciones públicas han creado proyectos regionales para fomentar y facilitar la iniciativa emprendedora de nuevas spin-off.

Aún con los esfuerzos que se están llevando a cabo existen muchas debilidades en las estrategias universitarias para comercializar las tecnologías a terceros, ya que no se entiende ni como un



COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS EN LA EDUCACION UNIVERSITARIA

objetivo institucional, ni como fuente de ingresos, ni como vehículo de promoción personal, a lo cual se une una baja capacidad y motivación para la protección de la tecnología generada.

A esto se le une dos tipos de obstáculos dentro de las propias universidades. Uno de la mano de los profesionales que no reconocen o apoyan esta labor emprendedora, y aunque lo hagan carecen de la formación adecuada para llevarla a cabo. Y otro por parte de los alumnos, que al estar acostumbrados a que los profesores se lo den todo hecho son incapaces de emprender por iniciativa propia. Quizá la Universidad, al ser una institución vieja, sea lenta en los procesos de cambio, y aun haya muchos problemas de recursos (tiempo y dinero) para llevar a cabo una docencia con un enfoque pedagógico alineado con las nuevas exigencias. Aun así la Universidad ha mantenido dos líneas de acción ante la creciente necesidad de emprendimiento: una externa, fomentando la relación universidad-empresa mediante cursos de creación de empresas, cátedras de emprendedores, foros de debate, revistas, páginas web, etc ; y una interna, a través de la modificación de planes de estudio, programas de formación para profesionales y fomento del espíritu emprendedor.

Otra de las estructuras con las que cuentan las universidades para la transferencia del conocimiento son los Parques Científicos. Según la Asociación Internacional de Parques Científicos (IASP), un Parque Científico es una organización gestionada por profesionales especializados, cuyo objetivo fundamental es incrementar la riqueza de su comunidad promoviendo la cultura de la innovación y la competitividad de las empresas e instituciones generadoras de saber instaladas en el parque o asociadas a él. A las empresas que nacen de las universidades con el objetivo de transferir el conocimiento científico se las denomina con el término anglosajón *spin-off*, que hace referencia a las empresas que nacen en el seno de otras empresas ya existentes. En estas empresas participarían empleados y miembros de la comunidad universitaria contando con el apoyo financiero y de infraestructuras de la empresa matriz o administraciones públicas. Además proporciona otros servicios de valor añadido así como espacio e instalaciones de gran calidad.

En la visión tradicional de la universidad ésta se encargaba de la formación profesional con la idea de proporcionar a la sociedad profesionales asalariados. En la actualidad los estudiantes deben ser considerados potenciales emprendedores a los cuales la universidad debería dotar de una formación profesional y una cultura de emprendimiento e innovación, para convertirlos en profesionales emprendedores que creen nuevos proyectos de investigación y nuevas organizaciones. Entre los emprendedores y el producto y/o servicio estarían los Parques Tecnológicos, estos tienen un centro de atención al emprendedor y una red de apoyo para relacionarlo con las incubadoras de empresas o centros de competencias.

El fenómeno de los Parques Tecnológicos llega a España en los 80 desde Europa (Francia y Reino Unido, principalmente), la cual importó el concepto de Estados Unidos de principios de los 70. El origen de los Parques Científicos y Tecnológicos está íntimamente ligado a la experiencia de Silicon Valley. En apenas dos décadas este valle californiano experimentó un gran desarrollo tecnológico que se vio acompañado por un alto crecimiento económico. Como consecuencia, estableció también un modelo que todo el mundo ha tratado de reproducir de una forma u otra. En esta época en España se habían creado los gobiernos regionales, y las Comunidades Autónomas ven en los parques una oportunidad para crear nuevas políticas en materia de desarrollo tecnológico, innovación y desarrollo industrial. El primer parque se crea en 1985 en Bilbao, y entre esta fecha y 1992 se crean en España ocho parques tecnológicos promovidos por las Comunidades Autónomas. Las universidades no empiezan a interesarse por los parques hasta 1995, momento en que empiezan a convertirse en científicos.

A partir de 1998 se produce un gran crecimiento económico debido al desarrollo de la Sociedad de la Información y nace un nuevo modelo de parque: Los Parques Científicos, los cuales son promovidos por las universidades. Estos se diferencian de los Parques Tecnológicos en que existe un



DESAFÍO Y PERSPECTIVAS ACTUALES EN EL CAMPO DE LA EDUCACIÓN

predominio de actividades de investigación y desarrollo y en que se especializan en la creación de empresas de base tecnológica. En el Parque Tecnológico se da mayor importancia a la actividad productiva, donde las instituciones académicas no revisten de tanta importancia. La incubadora es un centro en el que se concentran empresas de nueva creación, con el objetivo de desarrollarlas y mantener su supervivencia. Sobre todos ellos el gobierno central y autonómico está brindando fuertes apoyos.

En la actualidad, los Parques Tecnológicos y Científicos están en pleno auge y se van a desarrollar aun más en el futuro, teniendo un impacto significativo, tanto en el ámbito de la investigación como en el más puramente económico. Los Parques Tecnológicos deben ser capaces de ofrecer a las empresas que se instalen en ellos un valor añadido a las actividades que aquellas realizan habitualmente: servicios de logística e infraestructuras generales, infraestructuras en telecomunicaciones, servicio de asesoría, formación, información, promoción de redes de apoyo y dinamización, etc. Además el lugar en el que se localiza un Parque Científico-Tecnológico es importante a la hora de su consolidación y desarrollo. La proximidad a Universidades u otros centros de Investigación podrá proporcionarles personal cualificado. Así debiera de disponer de avances en telecomunicación, buena comunicación en transporte, ser un entorno rico en servicios, oferta adecuada de suelo, techo y servicios internos, zonas verdes, etc.

CONCLUSION

Los emprendedores no sólo nacen, se hacen. Por ello, enseñar a emprender es uno de los nuevos temas que atañe a la educación de los países que quieren mover el empleo fuera de lo público y de las grandes empresas. En el presente trabajo hemos destacado a la universidad como transmisora de conocimiento a la sociedad. Esto será posible a partir del fomento del emprendedurismo en sus estudiantes, dotándoles no solo de conocimientos sino también de habilidades y actitudes que les permitan transferir sus conocimientos en un producto económico y socialmente rentable. Por ello hemos destacado los proyectos que están llevando a cabo las universidades españolas para fomentar el emprendedurismo y motivar para la creación de empresas. Por último, hemos señalado algunas de las limitaciones que se están encontrando el personal de las universidades para crear su propia empresa de I+D, el papel que juega la Red OTRI y la importancia actual del fenómeno de los parques tecnológicos.

REFERENCIAS

- Albors Garrigos, J.; Hidalgo Nuchera, A. (2007): Transferencia tecnológica en programas públicos de cooperación universidad-empresa. Propuesta de un modelo basado en la evidencia empírica. Dirección y organización: Revista de dirección, organización y administración de empresas, 35, 116-124
- Bandura, A. (1997): Self-efficacy: The exercise of control. New York: Freeman
- Benavides, M.M; García, I. (2004): El estudiante universitario como emprendedor: un análisis cualitativo desde la perspectiva de los diferentes agentes implicados. En Roig, S.; Ribeiro, D.; Torcal, R.; De la Torre, A.; Cerver, E. (2004): El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I. Servei de Publicacions Universitat de Valencia, cap. pp. 24, 403-419.
- Chen, C.C.; Greene, P. G.; Crick, A. (1998): Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? Journal of Business Venturing, 13, 295-316
- Clark, B., (1983). The higher education system. Academic organization in cross-national perspective. University of California Press, Berkeley y Los Angeles.



COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS EN LA EDUCACION UNIVERSITARIA

- Covin , J. G.; Slevin, D. P. (1989): Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10, 75-87
- Martín, N.; Hernangómez, J.; & Hernández, A.I (2007). Análisis de la formación y la experiencia laboral como determinantes del espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios. *Revista Asturiana de Economía (RAE)*, 34, 131-146
- Sánchez, J.C.; Lanero, A.; Yurrebaso, A. (2005): Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario. *Revista de psicología social aplicada*. 15, 1-2, 37-60
- Segal, G., Borgia, D.; Schoenfeld, J. (2005): The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(1), 42-57
- Seibert, S. E., Kraimer, M. L. ; Crant, J. M. (2001): What do proactive people do? A longitudinal model linking proactive personality and career success. *Personnel Psychology*, 54, 4, 854-874
- Waung, M. (1995): The effects of self-regulatory coping orientation on newcomer adjustment and job survival. *Personal Psychology*, 48, 633-649.
- Zhao, H., Seibert, S. E.; Hills, G. E. (2005): The mediating role of self-efficacy development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90 (6), 1265-1272.