



*Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.*



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

## **Análisis de las competencias para el emprendedurismo que se desarrollan en los cursos presenciales de las licenciaturas del área de negocios.**

DR. SALVADOR CEJA OSEGUERA<sup>1</sup>  
DR. TITO LIVIO DE LA TORRE HIDALGO\*  
DRA. LAURA MAYELA RAMÍREZ MURILLO\*

### **Resumen**

Las funciones básicas de las instituciones de educación superior, como la generación y transmisión del conocimiento, la investigación e innovación y la participación de la universidad en el desarrollo económico y social del país se integran en la formación y fortalecimiento de una visión emprendedora y de una cultura de innovación en los alumnos. Una forma de lograr esta meta es consolidar el desarrollo de las competencias necesarias para que los alumnos realmente se involucren en la generación y creación de nuevas empresas y en el reforzamiento del autoempleo. El objetivo de esta investigación no experimental, cuantitativa, descriptiva y transversal simple consiste en analizar las competencias para el emprendedurismo que los alumnos de la escuela de negocios de la UPAEP desarrollaron en sus cursos presenciales, llegándose a la conclusión de que las competencias se desarrollan en diferentes niveles, pero se desarrollaron más las competencias prácticas.

**Palabras clave:** Educación, competencias, emprendedurismo, cultura innovadora, autoempleo

### **Abstract**

Basic functions of Higher Education Institutions, such as the generation and transmission of knowledge, research and innovation, and the involvement of the university in economic and social development of a country, are integrated into the training and strengthening of entrepreneurial vision and a culture of innovation in students. One way to achieve this goal is to consolidate the development of competences necessary for students to really get involved in the generation and creation of new companies and the strengthening of self-employment. The objective of this research, non-experimental, quantitative, descriptive and transversal is to analyze entrepreneurship competencies that students of the School of Business at the UPAEP have developed in their courses, and we concluded that competences are developed at different levels, but developed more practical competences.

**Keywords:** Education, competences, entrepreneurship, innovation culture, self-employment

---

<sup>1\*\*</sup> Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla

## 1. Introducción

En los últimos años las políticas públicas de creación de empleo no han podido cubrir la oferta del mercado de trabajo, obligando a la propia sociedad civil a buscar alternativas que apoyen la generación de empleos estables y de calidad que permitan un desarrollo económico y social sostenible. Según Melián y Campos (2010), la poca generación de empleos tradicionales ha favorecido la creación de otras estrategias como la implantación y constitución de empresas micro, pequeñas y medianas creadas desde el ámbito del sector privado.

La visión emprendedora como una estrategia de desarrollo económico y social ha sido retomada por las universidades, ya que éstas deben consolidar su misión social reorientando sus metas a corto y mediano plazo para implementar programas académicos donde se refuerce el autoempleo, el emprendedurismo y las incubadoras empresariales.

Dentro de la gama de estudios sobre el *emprendedurismo* se pueden detectar tres vertientes. En la primera de ellas, se encuentran los trabajos de los investigadores que se preocupan por definir el concepto y su forma de evaluarlo (Herenkson, 1988; Paniagua, 2002; Krause, 2004; Hisricha, 2005; Lerma, 2007; Longenecker, 2007; González-Molina, 2008)), todos ellos coinciden en que la palabra emprendedor se deriva de la palabra francesa *entreprendre*, cuyo significado es emprender, encargarse de, comprometerse, o de la palabra *entrepreneur* que significa aquella persona que monta su propio negocio por la necesidad de ser su propio jefe.

Los mismos autores también estudian las características básicas que distinguen a las personas emprendedoras en términos generales: detectar oportunidades de negocios, evaluar y desarrollar una idea; conseguir los recursos necesarios; evaluar y asumir riesgos; analizar las condiciones del mercado; poner en marcha un negocio y planificar el futuro.

En la segunda vertiente se encuentran las aportaciones de los autores dedicados al tema de emprendimiento social (Morrison, 2002; Puchol, 2005; Rodeiro, 2008; González y Frank, 2010; Melián y Campos, 2010), quienes relacionan la visión emprendedora ya sea con la lucha contra la exclusión social laboral o bien, con el desarrollo de proyectos empresariales con utilidad social.

La tercera vertiente agrupa los estudios referidos a la función de la universidad como promotora de una visión emprendedora (Clark, 1998; Dalmau, Alonso y Colomer, 2003; Etzkowitz, 2003;

Jiménez-Sáez y Arroyo-Vásquez, 2006), donde se destacan las características de las universidades y su aportación al fortalecimiento del emprendedurismo.

Según el proyecto DeSeCo (2005) de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), las competencias *son habilidades para satisfacer con éxito exigencias complejas en un contexto determinado*. A decir de Perrenoud (2008), las competencias son una capacidad que utiliza varios recursos tanto cognitivos como no cognitivos para enfrentar ciertas situaciones; no son sólo conocimientos, habilidades o actitudes, sino acciones que integran y movilizan recursos. Las competencias profesionales se adquieren en el proceso de formación, pero se fortalecen en la práctica laboral.

En el caso de las competencias destacan dos líneas de trabajos. En la primera se encuentran las investigaciones de teóricos en el área administrativa que argumentan que las competencias facilitan a los alumnos de educación superior su inserción y vinculación al mercado laboral (Westera, 2001; Alles, 2002; Cajide y Abeal, 2002; Álvarez y Ayuste, 2003; Silva, 2008; González, 2010).

En la segunda se encuentran los análisis realizados en el área educativa que enfatizan la preocupación de que el aprendizaje basado en competencias ocasione que la educación pierda su carácter humanista y enciclopedista en aras de una educación pragmática que encamine a una mejor preparación para el trabajo y se aleje de la formación integral (Díaz Barriga, 2006; Perrenoud, 2004, 2008; Boutin y Julien, 2010).

En la presente investigación se analiza el desarrollo de las competencias de emprendedurismo que presentan los alumnos de la modalidad presencial que han cursado más del 60% de las asignaturas que contemplan las diferentes licenciaturas que se ubican en escuela de negocios de la UPAEP y se detecta el nivel su nivel de fortalecimiento, con la finalidad de reforzar la idea de que el aprendizaje basado en competencias es de gran ayuda en la educación superior para generar los elementos que fortalezcan la visión y vocación emprendedora.

## **2. Objetivo general**

La investigación se centra en analizar las competencias en emprendedurismo que se desarrollan en los cursos presenciales de las carreras que se ubican en el área de negocios de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla.

## **3. Marco teórico**

### 3.1 Emprendedurismo

Existe un sin número de teorías que explican y definen el concepto de emprendedurismo. A lo largo de la historia este concepto se ha identificado con la idea de que es un proceso para crear nueva riqueza (Tabla 1)

Tabla 1. Definiciones y conceptos del emprendedurismo

TEORÍAS	AUTORES
EMPRENDEDURISMO EN EL SIGLO XIX	En este periodo el concepto de emprendedurismo se identificaba con el administrador de la empresa, donde existía un alto grado de incertidumbre. Una condición necesario del emprendedor era su buen juicio y su habilidad para obtener recursos para la producción (Longenecker, 2007).
	Con Alfred Marshall el concepto del emprendedurismo consistió en la habilidad de las personas en reducir los costos de la producción (Hisricha, 2005).
	Kitzner considera que el emprendedurismo se daa travésel aprendizaje informal, cuando las personas encuentran una oportunidad de negocio que no está siendo explotada (Paniagua, 2002).
	Para Shumpeter es una actividad que perturba el equilibrio existente, es decir, es una actividad de destrucción creativa que altera el equilibrio de la economía. El riesgo y la incertidumbre del emprendedor se minimiza cuando se obtienen recursos para financiar el proyecto (Krause, 2004).
	Para Knigtlcitado en Krause (2004), el emprendedurismo debe tener estos tres elementos: liderazgo en cambios e innovaciones; adaptabilidad al cambio y soporte del riesgo en eventos fortuitos.
EMPRENDEDURISMO EN EL SIGLO XX	Son todas aquellas actividades de un individuo o grupo dirigidas a iniciar actividades económicas en el sector formal bajo una forma legal de negocio. Esta definición deja fuera a todas las personas que realizan actividades dentro del sector informal de la economía (Lerma, 2007).
	Henrekson (1988) asegura que el emprendedurismo debe tener cuatro características básicas. La creación de una empresa debe estar sujeta a una oportunidad como respuesta a un cambio; se deben realizar actividades específicas que pueden ser productivas o improductivas; la actividad se dirigirá a aquella que les brinde mayores ganancias y la actividad puede ser realizada individualmente o por equipos.
	El término es aplicable cualquier intento llevado a cabo por los individuos de empezar una nueva empresa así como cualquier intento de autoemplearse. Desde este punto de vista son emprendedores los taxistas y vendedores ambulantes, entre otros, por lo que es posible que pertenezcan al sector informal de la economía (González-Molina, 2008).
	Es la habilidad de manipular recursos para obtener nuevas oportunidades de negocio (OCDE,2001).

Fuente: Elaboración propia.

Dentro de los conceptos de emprendedurismo destacan los autores que definen las características que deben tener los emprendedores. Para Paniagua (2002) es aquella persona que crea su propio negocio por diferentes razones, entre las que se encuentran: huir de la estructura empresarial y poner en práctica sus ideas creativas, ser socialmente útil a la comunidad y a sí mismo.Lerma (2007) afirma que la figura del emprendedor ha sido definida por economistas y sociólogos quienescoinciden en que es una persona que inicia, hace, logra y construye una empresa de la nada.

Para González-Molina (2008) el emprendedor debe reunir una serie de características básicas y necesarias, pero aunque se puede decir que esta persona *nace* tiene que contar con una determinada formación ya que una buena idea con una mala preparación usualmente lleva al fracaso.

Autores como Longenecker (2007) consideran que uno de los indicadores para medir el emprendedurismo es la tasa de autoempleo, la cual se mide sobre el número de autoempleados sobre el total de la fuerza de trabajo, sin embargo esta medida no puede dar información sobre las actividades innovadoras y no refleja verdaderamente la idea de una visión emprendedora. Ante esto, Henrekson (1988) indica que la tasa de autoempleo es un mal indicador para esta medida ya que existen otras razones por las que una persona decide buscar el autoempleo y no precisamente por tener esta visión, como lo es la búsqueda de la sobrevivencia o la pertenencia a la economía informal.

Enfatiza que ser emprendedor no implica solamente buscar la independencia o cierto estilo de vida, ni producir bienes o servicios generando empleos temporales o un mecanismo para escapar de la discriminación o falta de capital social. Ser emprendedor es perseguir una oportunidad de negocio a través de la formación de una empresa nueva, generar fuentes de empleo, saber obtener recursos y administrarlos, crear un negocio para obtener no sólo beneficios personales sino para crear valor para los clientes y generar valor para la sociedad. Otro indicador utilizado según el mismo autor es analizar el número de empresas que se crean y desaparecen en un periodo de tiempo dado, ya que la generación de nuevas empresas supone innovación y creatividad

### **3.2 Emprendimiento social**

Existen muchos conceptos del emprendedor social; una de sus principales características es que buscan la creación de empresas que sean viables técnica y financieramente pero su principal objetivo consiste en luchar contra la exclusión socio-laboral y la distribución del ingreso inequitativo.

Según Puchol (2005) ser emprendedor social implica tener los siguientes rasgos: ser capaz de reconocer una necesidad, reunir los recursos necesarios y realizar acciones para poner a disposición de la comunidad aquellos bienes y servicios que se necesitan sin olvidar las obligaciones ante la sociedad y asumiendo los riesgos que se presenten, no solamente los financieros sino incluyendo los asociados a la organización social.

Rodeiro (2008) considera que el emprendedor social es una persona comprometida con su comunidad por lo que requiere un capital tanto humano como social para llevar a cabo su idea. Este

autor considera que las empresas como organizaciones sociales no están aisladas de su entorno, sino que requieren de todo un sistema de relaciones con el capital social, entendido como el valor agregado que generan los clientes, proveedores, accionistas y grupos de interés.

González y Frank (2011) por su parte, consideran que el emprendedor social tiene dos elementos que no se pueden separar: un componente personal que es consistente con la búsqueda de independencia, libertad y beneficios económicos y otro componente social, relacionado con el compromiso con los empleados y el deber de obtener resultados económicos, sociales, cooperativos, públicos y cognitivos.

Morrison (2002) menciona que el emprendedor social reúne una serie de criterios sociales y económicos que no se pueden separar. En términos sociales es el resultado de iniciativas de grupos de ciudadanos con poder de decisión para distribuir los beneficios obtenidos y en términos económicos es una actividad continua de producción, con un elevado grado de autonomía, de riesgo económico y trabajo remunerado.

Para Melián y Campos (2011) en épocas de crisis el emprendimiento debe estar asociado a un pensamiento social, considerando una dimensión local que garantice la creación de mercados regionales y locales; una dimensión empresarial y económica, que promueva no sólo la eficiencia sino también la eficacia, consolidación del empleo y el crecimiento económico; una dimensión ético-social, donde se genere la creación de cooperativas pero con un pensamiento comunitario, compromiso ético y participación ciudadana.

### **3.3 La universidad como promotora del emprendedurismo**

La función de las universidades como un elemento clave en la formación de emprendedores ha sido estudiada por varios autores (Clark, 1998, Dalmau, Alonso y Colomer, 2003; Etzkowitz, 2003; Jiménez-Sáez y Arroyo-Vásquez, 2006) tanto en universidades europeas como estadounidenses.

Clark (2004) asegura que la misión de la actual universidad es ser una organización flexible con una interacción social y económica, capaz de adaptarse a los cambios del ambiente y buscar recursos adicionales para financiar la investigación, la enseñanza y el modelo emprendedor. Para Etzkowitz (2003) las universidades deben realizar dos tareas críticas: la primera consiste en fomentar el emprendedurismo a través de un modelo emprendedor propio que sea dinámico, en donde se motive y sensibilice a los alumnos en la necesidad de la misión emprendedora, mientras que la segunda se

centra en el apoyo al desarrollo de empresas, en donde se buscan, reconocen y desarrollan las oportunidades de negocios, la puesta en marcha de las empresas y su crecimiento. Dalmau, Alonso y Colomer (2003) consideran que la visión emprendedora fomentada por las universidades debe tener los siguientes elementos: investigación, enseñanza, apoyo al desarrollo de empresas, formación y consultoría, y los siguientes procesos: el reconocimiento y desarrollo de la y la creación de valor.

Jiménez-Sáez y Arroyo Vásquez (2006) consideran que un modelo emprendedor generado por las universidades debe tener tres elementos: primeramente debe desarrollar el apoyo a los futuros emprendedores por medio de la sensibilidad personal y empresarial, propiciar la innovación y creatividad y desarrollar las habilidades y competencias emprendedoras en los alumnos; en segundo lugar, apoyar la creación de empresas por medio del acceso a financiamiento -capital de riesgo, entidades financieras y posibles socios-, la incubación y servicios -alojamiento, servicios y contactos- y proporcionar redes comerciales -acceso a clientes, proveedores y socios comerciales- y en tercer lugar, apoyar al desarrollo de las empresas a través de la supervisión durante los primeros años para apoyar el crecimiento, la creación de redes para el desarrollo de la investigación y desarrollo -acceso a socios tecnológicos y acceso a laboratorios de investigación y desarrollo- y proporcionar servicios tecnológicos.

González y Frank (2011) aseguran que la universidad es la encargada de potencializar las capacidades y competencias de los emprendedores. Esta visión extensionista de las instituciones de educación superior permitirá un desarrollo integral del emprendedor y su corresponsabilidad en el desarrollo social.

### **3.4 Competencia**

La crisis de la educación actual ha provocado que las instituciones de educación superior continúen buscando referencias para orientar sus programas educativos. Dentro de esta situación, el modelo educativo por competencias ha permeado la visión de las principales teorías del mundo, reorientando los programas de estudio hacia este camino.

La propia Comunidad Económica Europea en su Consejo Europeo realizado en Lisboa (2000, p. 26) marcó el siguiente objetivo: “Llegar a ser la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de tener un conocimiento sostenible con más y mejores trabajos y con una mayor cohesión social” por lo cual, dentro de su plan estratégico propuso que los Estados miembros del Consejo que definieran las nuevas *destrezas básicas* proporcionadas por el

aprendizaje a lo largo de la vida. A estas destrezas básicas las nombró *competencias*. Para ellos las competencias fueron definidas según la OCDE y el Proyecto DeSeCo (2005) como *las habilidades necesarias para resolver problemas en contextos complejos*. Después, la misma Comisión Europea en su Programa de educación y formación (2010) propuso once competencias básicas para educación y formación profesional.

Este concepto de competencias ha sido reforzado con las aportaciones de muchos investigadores (Westera, 2001; Alles, 2002; Álvarez y Ayuste, 2003; Silva, 2008; González, 2010; Ceja, de la Torre y Vera, 2011) que han profundizado en el tema. Actualmente en el área administrativa las competencias se asocian con las habilidades y actitudes que un alumno debe tener para insertarse en su vida profesional. Álvarez y Ayuste (2003) consideran que el aprendizaje basado en competencias es adecuado para el mundo actual, ya que las competencias son constructivistas y no se forman de experiencias predeterminadas, sino que emergen en los procesos de mejora continua tanto en la educación como en el trabajo.

Para Westera (2001), las competencias profesionales se adquieren en el proceso de formación, pero se fortalecen en la práctica de un trabajo concreto. Según Ceja, De la Torre y Vera (2011, p.83) las competencias permiten a los estudiantes sobrevivir en el mundo empresarial ya que “cada vez más, las empresas demandan profesionistas capaces de actuar en ambientes complejos y confusos, resolver problemas no definidos y contar con información contradictoria”.

En el campo pedagógico las competencias son los movilizadoras de los recursos cognitivos: conocimientos, técnicas, habilidades, aptitudes, es decir, las competencias son *movimiento de saberes* (Díaz Barriga, 2006). El mundo de la educación ha retomado el modelo de competencias aunque existen todavía muchos estudios que enfatizan los elementos negativos de las mismas.

Boutin y Julien (2010, p. 20) opinan que el modelo por competencias en la educación “fomenta la uniformidad del discurso pedagógico y se basa en una visión estrecha del aprendizaje”, en donde todo se reduce a *se sabe hacer o no se sabe hacer*. Enfatizan que este modelo limita el conocimiento porque las competencias se describen de manera restringida, al presentarse en forma de lista. Perrenoud (2008) rechaza *el modelo conductista por competencias* porque considera que no se pueden desarrollar las competencias en la escuela sin limitar el tiempo consagrado a la asimilación de los saberes, pero aprueba el *modelo constructivista por competencias* ya que dice

que por medio de él se puede conseguir un equilibrio entre la generación del conocimiento y los saberes o habilidades concretas, es decir, un equilibrio entre la teoría y la práctica.

#### 4. Modelo de estudio

Para realizar el análisis de las competencias en emprendedurismo que se desarrollan, se revisó la propuesta de la Comisión Europea, en su Consejo Europeo realizado en Lisboa (2000) en donde se consideraron ocho competencias fundamentales en el proceso de enseñanza-aprendizaje, que después fueran ratificadas por el Programa de Educación y Formación (2010) de la misma Comisión Europea, las cuales fueron: comunicación en la lengua materna; comunicación en una lengua extranjera; competencias en matemáticas, ciencia y tecnología; competencia digital; aprender a aprender; competencias interpersonales y cívicas; espíritu emprendedor y expresión cultural (Tabla 2).

Tabla 2. Visión general de las competencias claves.

COMPETENCIAS	DEFINICIÓN
Comunicación en la lengua materna	Comunicación es la habilidad para expresar e interpretar pensamientos, sentimientos y hechos tanto de forma oral como escrita (escuchar, hablar, leer y escribir) y para interactuar lingüísticamente de forma apropiada.
Comunicación en una lengua extranjera	La comunicación en lenguas extranjeras comparte de forma general las principales dimensiones de las destrezas de comunicación: está basada en la habilidad para comprender, expresar e interpretar pensamientos, sentimientos y hechos.
Competencias matemáticas	La alfabetización numérica es la habilidad para usar la suma, resta, multiplicación, división y ratio en cálculo mental y escrito para resolver problemas. Se enfatiza el proceso más que el resultado, y la actividad más que el conocimiento.
Competencia digital	Implica el uso confiado y crítico de los medios electrónicos para el trabajo, ocio y comunicación. Se relaciona con el pensamiento lógico y crítico, con destrezas para el manejo de información de alto nivel, y destrezas comunicativas.
Aprender a aprender	Comprende la disposición y habilidad para organizar y regular el propio aprendizaje, tanto individual como en grupo. Incluye la habilidad de organizar el tiempo propio de forma efectiva, de resolver problemas, de adquirir y procesar conocimientos nuevos.
Competencias interpersonales y cívicas	Comprenden todo tipo de comportamiento que un individuo debe dominar para ser capaz de participar de forma eficiente y constructiva en la vida social y para poder resolver conflictos cuando sea necesario.
Espíritu emprendedor	Tiene un componente activo y otro pasivo: comprende tanto la capacidad para inducir cambios como la habilidad para acoger, apoyar y adaptarse a los cambios debidos a factores externos.
Expresión cultural	Comprende una apreciación de la importancia de la expresión de ideas de forma creativa en una serie de medios de expresión (música, literatura y artes plásticas).

FUENTE: Comisión Europea. (2010). Competencias claves para un aprendizaje a lo largo de la vida. Educación y formación.

En el caso del espíritu emprendedor, la Comisión reconoce tres competencias básicas o genéricas: competencias cognitivas, competencias prácticas y competencias actitudinales (Tabla 3).

Tabla 3. Competencias básicas del emprendedurismo

DOMINIO	DEFINICIÓN DE COMPETENCIAS	COMPETENCIAS CONGNITIVAS	COMPETENCIAS PRÁCTICAS	COMPETENCIAS ACTITUDINALES	
ESPÍRITU EMPRENDEDOR	<p>Incluye la aceptación del cambio</p> <p>La responsabilidad por las propias acciones (positivas y negativas);</p> <p>Objetivos claros y motivación para lograr el éxito.</p>	Conocimiento para detectar oportunidades de negocios ante una idea que se presente.	Habilidad para determinar los pasos a seguir en una idea-empresa	Actitud positiva para realizar un negocio con amigos, familiares, compañeros, etc.	
		Conocimiento sobre una posible ideas-negocios ha desarrollar.	Destreza para organizar la información que se presenta.	Disposición a asumir los riesgos en la generación de una idea-empresa.	
		Conocimiento sobre la posible idea-empresa en el área de conocimiento.	Habilidad para comunicar las ideas en forma clara y sencilla.	Actitud ante los cambios inesperados de una idea-empresa.	
		Conocimiento para detectar carencias en un determinado proceso.	Destreza para considerar los indicadores a evaluar en una idea-empresa	Disposición a asumir los riesgos de una empresa sin el apoyo de la familia.	
		Conocimiento de la recepción de cambios a lo largo de la vida.	Habilidad para organizar todos los elementos que conforman una idea-empresa.	Disposición para aceptar apoyo de terceros en la generación de una idea-empresa	
		Conocimiento para concretar una idea-negocio.	Habilidad para crear y trabajar con equipos de trabajo.	Actitud para aceptar los errores de los demás y ayudar a solucionarlos	
		Conocimiento para integrar los saberes que se tienen de diferentes áreas.	Habilidad para organizar el talento humano en una empresa	Disposición de aceptar los fracasos y superarlos.	
		Conocimiento para aprovechar los cambios del entorno.	Destreza para establecer funciones en los miembros de un equipo.	Actitud responsable respecto las posesiones materiales.	
		Conocimiento sobre la responsabilidad de las decisiones tomadas.	Habilidad para conocer las fortalezas en la formación de una idea-empresa	Disposición al éxito, aspiraciones, seguir metas y ser efectivo en las decisiones.	
		Conocimiento sobre la absorción de la enseñanza de los maestros.	Habilidad para conocer las debilidades en la formación de una idea-empresa.	Actitud respeto a sólo buscar la diversión.	
		Conocimientos sobre la absorción de ideas de tus pares.	Habilidad para absorber los cambios inesperados que afectan las decisiones.	Disposición a los desafíos, novedades, cambios, experiencias.	
				Habilidad para crear una empresa al finalizar los estudios.	Actitud hacia la búsqueda de objetivos, metas y planes.
				Destreza para asimilar los conocimientos previos en otras empresas.	

FUENTE: Elaboración propia.

## 6. Metodología

Se diseñó una investigación no experimental, cuantitativa, descriptiva y transversal simple, para analizar las competencias que se desarrollan en emprendedurismo en los alumnos que estudian en el área de negocios de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, retomando el modelo de competencias en visión emprendedora que propone la Comisión Europea (2010). De los datos de los alumnos inscritos en la modalidad presencial del área de negocios proporcionados por el Departamento Escolar, se determinó que 126 habían cursado y aprobado más del 60% de las asignaturas que contempla su respectivo plan de estudios. La muestra calculada con un 95% de intervalo de confianza y un 5% de error de estimación fue de 85 encuestados.

El instrumento de recolección de datos se estructuró con 36 ítems medidos en una escala Likert 5, donde la posición 1 corresponde a *muy en desacuerdo* mientras que la posición 5 corresponde a *muy de acuerdo*, mismos que se distribuyeron en las tres dimensiones que presenta el modelo: competencias cognitivas, competencias prácticas y competencias actitudinales, evaluados con 11, 13 y 12 ítems respectivamente. La prueba piloto se realizó con 50 alumnos de la modalidad presencial del área de humanidades, lo que permitió afirmar que el instrumento de recolección de datos es confiable porque el Alfa de Cronbach global y el de cada una de las dimensiones es mayor a 0.65 (Tabla 4).

Tabla 4. Confiabilidad del instrumento de recolección de datos

CATEGORÍAS	ALFA DE CRONBACH
Global	.856
Competencias cognoscitivas	.804
Competencias prácticas	.846
Competencias actitudinales	.779

FUENTE: Elaboración propia.

Igualmente es válido porque de acuerdo a Vila, Küster y Aldás (2002) todas las correlaciones son significativas y a su vez son menores que el Alfa de Cronbach de la correspondiente dimensión (Tabla 5). Se aplicó a la población lográndose obtener la respuesta de 75 alumnos.

Tabla 5. Validación del instrumento de recolección de datos

	Competencias cognoscitivas	Competencias prácticas	Competencias actitudinales
Competencias cognoscitivas	.804( $\alpha$ )		
Competencias prácticas	.266*	.846( $\alpha$ )	
Competencias actitudinales	.651**	.138*	.779( $\alpha$ )

\*\*La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral)  
 ( $\alpha$ ) Alfa de Cronbach de la dimensión

FUENTE: Elaboración propia.

## Hipótesis

Por lo indicado anteriormente, se plantean las siguientes hipótesis

H1: Las competencias cognitivas en emprendedurismo son las más desarrolladas en los alumnos.

H2: Las competencias prácticas en emprendedurismo son las más desarrolladas en los alumnos.

H3: Las competencias actitudinales en emprendedurismo son las más desarrolladas en los alumnos.

## 6. Resultados

Se presentan los promedios de los datos de los ítems: valor mínimo, valor máximo y promedio (Tablas 6, 7 y 8); se resaltan las competencias que obtuvieron los promedios más altos y más bajos (Tabla 9), así como el resumen de las dimensiones (Tabla 10).

Tabla 6. Dimensión competencias cognitivas

COMPETENCIAS COGNOSCITIVAS	Mínimo	Máximo	Promedio	Promedio de dimensión
1. Detectas oportunidades de negocios ante una idea que se te presenta	1	5	4.12	3.81
2. Piensas continuamente en posibles ideas-negocios que puedes desarrollar	1	5	3.89	
3. Consideras que la capacitación para la generación de una idea-empresa es vital en tu carrera	1	5	4.17	
4. Te gusta proponer ideas nuevas cuando detectas una carencia en un proceso determinado	1	5	3.92	
5. Eres receptivo a los cambios que se te presentan en tu vida	1	5	4.00	
6. Consideras que tus conocimientos para concretar una idea-empresa son suficientes	1	5	2.97	
7. Integras los conocimientos que tienes de varias áreas para generar una idea-empresa	1	5	3.73	
8. Aprovechas los cambios que se te presentan en tu entorno para concretar tu idea-empresa	1	5	3.61	
9. Consideras que eres responsable de lo que sabes sobre la creación de una empresa	1	5	3.64	
10. Estás abierto a los consejos de maestros en la creación de una empresa	1	5	4.23	
11. Estás abierto a los consejos de amigos en la creación de una empresa	2	5	3.65	

FUENTE: Elaboración propia.

Tabla 7. Dimensión competencias prácticas

COMPETENCIAS PRÁCTICAS	Mínimo	Máximo	Promedio	Promedio de dimensión
12. Crees que puedes determinar los pasos a seguir para concretar una idea-empresa	1	5	3.84	3.95
13. Cuando encuentras información sobre una idea-empresa en forma desordenada sabes organizarla	1	5	3.68	
14. Sabes comunicar tu idea-empresa de forma clara y sencilla para que la entiendan otras personas	1	5	3.80	
15. Cuando tu idea-empresa se está llevando a cabo tienes claros los indicadores para evaluar el desempeño de la misma	1	5	3.72	
16. Crees que eres una persona hábil para organizar todos los elementos que conforman una idea-empresa	1	5	3.96	
17. Crees que eres una persona hábil para crear equipos de trabajo	2	5	3.99	
18. Crees que eres una persona hábil para organizar el talento humano	1	5	3.89	
19. Crees que eres capaz de establecer las funciones de los miembros del equipo en forma cooperativa	1	5	4.03	
20. Conoces tus fortalezas para la realización de una idea-empresa	1	5	4.03	
21. Conoces tus debilidades para la realización de una idea-empresa	1	5	4.20	
22. Crees que los cambios inesperados que se te presenten en tu idea-empresa pueden afectar las decisiones que tomaste	1	5	3.80	
23. Tienes el firme propósito de iniciar tu propio negocio al terminar tus estudios	1	5	4.25	
24.- Consideras que ser empleado en una organización es sólo el primer paso para que concretes tu idea-empresa	1	5	4.11	

FUENTE: Elaboración propia.

Tabla 8. Dimensión Competencias actitudinales

COMPETENCIAS ACTITUDINALES	Mínimo	Máximo	Promedio	Promedio de dimensión
25. Cada vez que tienes oportunidad, haces negocios (con amigos, familiares, compañeros o conocidos)	1	5	3.33	3.57
26. Crees que el desarrollo de una idea-empresa es muy complicado pero asumes los riesgos de la misma	1	5	3.71	
27. Cuando has iniciado una idea-empresa cambias continuamente la orientación de la misma	1	5	3.01	
28. Eres capaz de iniciar una idea-empresa sin el apoyo de tu familia	1	5	3.37	
29. Eres capaz de aceptar que no lo sabes todo por lo que buscas apoyo de expertos	1	5	4.11	
30. Cuando trabajas en equipo aceptas los errores de los demás y tratas de ayudarlos	1	5	3.96	
31. Crees que puedes soportar el fracaso e iniciar otra vez tu idea-empresa	1	5	3.72	
32. Crees que tener posesiones materiales, dinero, respeto y aprobación de los demás es lo más importante en tu vida	1	5	2.61	
33. Crees que tener altas aspiraciones, conseguir metas y ser competente y efectivo es lo más importante en tu vida	1	5	3.97	
34. Crees que satisfacer tus deseos, divertirse y pasarla bien es lo más importante en tu vida	1	5	2.89	
35. Crees que tener una vida llena de desafíos, novedades, cambios, experiencias estimulantes, aventuras, es lo más importante en tu vida	1	5	4.00	
36. Crees que seleccionar tus objetivos, metas y confiar en ti mismo es lo más importante en tu vida	1	5	4.12	

FUENTE: Elaboración propia.

Tabla 9. Resumen

COMPETENCIAS		
Cognoscitivas	Más desarrolladas	Estás abierto a los consejos de maestros en la creación de una empresa Consideras que la capacitación para la generación de una idea-empresa es vital en tu carrera
	Menos desarrolladas	Consideras que tus conocimientos para concretar una idea-empresa son suficientes Aprovechas los cambios que se te presentan en tu entorno para concretar tu idea-empresa
Prácticas	Más desarrolladas	Tienes el firme propósito de iniciar tu propio negocio al terminar tus estudios Conoces tus debilidades para la realización de una idea-empresa
	Menos desarrolladas	Cuando encuentras información sobre una idea-empresa en forma desordenada sabes organizarla Cuando tu idea-empresa se está llevando a cabo tienes claros los indicadores para evaluar el desempeño de la misma
Actitudinales	Más desarrolladas	Crees que seleccionar tus objetivos, metas y confiar en ti mismo es lo más importante en tu vida Eres capaz de aceptar que no lo sabes todo por lo que buscas apoyo de expertos
	Menos desarrolladas	Crees que tener posesiones materiales, dinero, respeto y aprobación de los demás es lo más importante en tu vida Crees que satisfacer tus deseos, divertirse y pasarla bien es lo más importante en tu vida

FUENTE: Elaboración propia.

Tabla 10. Resumen de dimensiones

DIMENSIONES		
Competencias prácticas	Más desarrollada	3.95
Competencias cognoscitivas	Desarrollo intermedio	3.81
Competencias actitudinales	Menos desarrollada	3.57

FUENTE: Elaboración propia.

Con los resultados obtenidos, se contrastaron las hipótesis planteadas y el resultado fue el siguiente:

*H1: Las competencias cognoscitivas en emprendedurismo son las más desarrolladas en los alumnos. Se rechaza.*

*H2: Las competencias prácticas en emprendedurismo son las más desarrolladas en los alumnos. Se acepta.*

*H3: Las competencias actitudinales en emprendedurismo son las más desarrolladas en los alumnos. Se rechaza.*

## **7. Conclusiones**

Dentro de los puntos considerados por la Comisión Europea para el rubro de educación y cultura se puede observar que la visión emprendedora es una de las directrices de su modelo por competencias. Independientemente de cuál sea la postura de los educadores respecto a este modelo, las competencias en la educación superior llegaron para quedarse por un largo tiempo y por lo tanto se debe buscar más las fortalezas que representan para el proceso de enseñanza-aprendizaje, que las debilidades que pueda provocar.

La visión emprendedora tiene que permear en los alumnos no sólo como posible forma de autoempleo, sino como una filosofía de apoyo a las condiciones económicas y sociales de una comunidad. Ser emprendedor es mucho más que sólo crear una fuente de empleo, implica el compromiso y la responsabilidad de los emprendedores con todo su entorno social. Implica en algunos casos la implantación de nuevas formas organizativas y laborales basadas en el establecimiento de nuevas relaciones sociales con los clientes, trabajadores, proveedores, grupos intermedios, etc.

Corresponde a las instituciones de educación superior fortalecer este tipo de formación, ya que así no sólo apoyará a superar la crisis del empleo formal de la actualidad, sino que fomentará el compromiso social de los alumnos. Las instituciones de educación superior deben fomentar las competencias cognoscitivas, prácticas y actitudinales indispensables para que los proyectos empresariales de los alumnos lleguen a realizarse.

De las tres dimensiones analizadas en esta investigación se encontró que las competencias más desarrolladas son prácticas, destacando las que tienen que ver con la habilidad organizativa de los alumnos para detectar tanto las oportunidades como amenazas de una posible idea-empresa. Los alumnos consideran que pueden iniciar su propio negocio, pues tienen las competencias prácticas

adecuadas para lograrlo, sin embargo, dentro de las competencias menos desarrolladas en esta dimensión se pueden observar que los alumnos consideran que en la realización de una idea-empresa existe mucha información que a veces les resulta problemático organizar y retomar la más importante, pues todavía no tienen muy claros cuáles podrían ser los indicadores para evaluar si una idea-empresa podría llegar a ser un proyecto de éxito.

La competencia desarrollada que ocupa el segundo lugar es la cognoscitiva, la cual tiene que ver con los conocimientos indispensables que deben poseer los alumnos para llevar a cabo una idea-empresa. En esta dimensión se encontró que los rubros más destacados por los alumnos fueron: que consideran como vitales el tener una capacitación constante y contar con los consejos y ayuda de los maestros en la creación de una empresa. Mientras que los rubros menos desarrollados en esta dimensión fueron: que los alumnos consideran que todavía no tienen los conocimientos adecuados para generar una idea-empresa y que todavía no son capaces de aprovechar la coyuntura socioeconómica para generar una idea empresa.

Por lo que se refiere a la dimensión competencias actitudinales, que fue la competencia que tuvo los promedios más bajos, se pueden detectar resultados interesantes: por ejemplo, los alumnos aceptan que no lo saben todo por lo que están abiertos a los consejos de los expertos, tienen una gran confianza en sí mismos y consideran que el pasársela bien todo el tiempo no es lo más importante en la vida.

Estos resultados indican que los alumnos de licenciatura están cada vez más conscientes de los problemas a los cuales se van a enfrentar al egresar de sus carreras, en donde la demanda de trabajo excede por mucho la oferta de empleos que ofrecen las empresas, y por lo tanto ellos tienen que esforzarse por buscar nuevas formas de autoempleo sin olvidar su responsabilidad social. Las universidades, como promotoras de la visión emprendedora, deben continuar fortaleciéndola, especialmente en los rubros de motivación y actitud hacia esta actividad.

## **REFERENCIAS**

- Alles, M. (2002). *Gestión por competencias. El diccionario*. México: Ediciones Granica.
- Álvarez, I., Ayuste, A., Gros, B., Guerra, V., Romaña, T. (2003) Construir conocimiento con soporte tecnológico para un aprendizaje colaborativo. *En Revista Iberoamericana de Educación*. (4).

- Boutin, G. y Julien, L. (2010). Los límites del enfoque por competencias, *Revista en Educación*, 15(178), 20-24.
- Cajide, J. y Abeal, C.(2002). Competencias adquiridas en la universidad y habilidades requeridas por los empresarios.*Revista de Investigación Educativa*, 20(2), 449-467
- Ceja, S., De la Torre, T., Vera, E. (2012). Conductismo & Constructivismo. Comparativo entre la modalidad presencial y online (e-learning) para desarrollar competencias. *Internacional Review of business research papers*, 3(3), 81-94.
- Clark, B. (1998). *Creating entrepreneurial universities: Organizational pathways of transformation*.Oxford: PergamonPress.
- Comisión Europea. (2010). *Competencia clave para un aprendizaje a lo largo de la vida*. Educación y formación. Grupo de trabajo B.
- Consejo Europeo de Lisboa (2000). 23 y 24 de marzo. p. 26.
- Dalmau, J. I., Alonso, J. L. y Colomer, J. (2003). *Programas IDEAS. Un modelo de éxito para fomentar la creación de empresas desde las universidades*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- DeSeCo (2005). *The definition and selection of keycompetencies*. EjecutivoSummary. OCDE
- Díaz Barriga, A. (2006). El enfoque de competencias en la educación: ¿una alternativa o un disfraz de cambio? *En Perfileseducativos*, 28(11), 7-36.
- Etzkowitz, H. (2004). The evolution entrepreneurial university.*International Journal of Technology and Globalisation*, 1(1), 64-77.
- González-Molina, G. (2008). *Tus talentos emprendedores*. México: UDLAP.
- González, S.F. (2010). Competencias en la reforma educativa. *Revista en Educación*, 15(178),7-11.
- González, U y Frank, J. (2011). Emprendedurismo: una visión extensionista de investigación y acción. *Revista científica del centro de investigación de estudios gerenciales (Barquisimeto-Venezuela)*, (2), 203-216.
- Henrekson, M. (1988).*Explaining the growth of government*.New York: Nort-Holland.
- Hisricha, D. R. (2005).*Entrepreneurship: emprendedores*. Madrid: Mc-Graw-Hill.
- Jiménez-Sáez, F. y Arroyo-Vázquez, M. (2006). *El fomento del emprendedurismo universitario a través de un modelo integrador*. España: Instituto ingenio.
- Krause, M. (2004). *Economía para emprendedores*. México: Aguilar.
- Lerma, K. A. (2007). *Liderazgo emprendedor*. México: Thomson.
- Longenecker, G. J. (2007). *Administración de pequeñas empresas: enfoque emprendedor*. México: CengageLearning.

- Melián, N. A y Campos, C. V (2010). Emprendedurismo y economía social como mecanismos de inserción sociolaboral en tiempos de crisis. *Revesco. Revista de estudios cooperativos* (100), 43-67.
- Moreno, T. (2009). Competencias en Educación Superior: un alto en el camino para revisar la ruta de viaje. *Perfiles Educativos*, 31(124), 7-36.
- Morrison, E. W (2002). Newcomers relationships: the role of social network ties during socialization. *Academy of Management Journal*, 45(6), 1149-1160.
- Paniagua, A. (2002). Autoempleo de alta cualificación en la España rural. *Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 7(119), 77.
- Perrenoud, P. (2004). *Diez nuevas competencias para enseñar*. Barcelona: Graó.
- Perrenoud, P. (2008). Construir las competencias ¿Es darle la espalda a los saberes?’, *Revista de Docencia Universitaria*, 2(6), 12-16.
- Puchol, L. (2005). *El libro del emprendedor. Como crear tu empresa y convertirte en tu propio jefe*. Madrid: Díaz Santos.
- Rodeiro, D. (2008). *La creación de empresas en el entorno universitario español y la determinación de su estructura financiera*. España: Universidad de Santiago de Compostela.
- Silva, M. (2008). ¿Contribuye la universidad tecnológica a formar las competencias necesarias para el desempeño profesional? *Revista Mexicana en Investigación Educativa*. Julio-septiembre, 13(38), 773-800.
- Vila, N., Küster, I., & Aldás, J. (2003). Desarrollo y validación de escalas de medida en marketing. *Quadern de treball*, 104. (Nova época). Facultad d’Economía, Universitat de Valencia.
- Westera, W. (2001), Competences in education: A confusion of tongues. *Journal of Curriculum Studies*, 33(1), 75-88.