

Emprendimiento en programas de doctorado: Perspectivas de doctorandos y profesores sobre el contenido de los cursos

Antonio Eleazar Serrano-López, Patricia Alonso-Álvarez, Elías Sanz-Casado, José Carlos García-Zorita

Resumen: La literatura académica confirma la diferencia entre las perspectivas de estudiantes y profesores a la hora de diseñar y aplicar metodologías de enseñanza. Este trabajo utiliza el caso de la enseñanza de emprendimiento en programas doctorales para señalar las diferencias entre ambos grupos en el propio contenido de los módulos y la necesidad de incorporar las perspectivas de los estudiantes en el diseño de este tipo de cursos. Este artículo parte del proyecto prodPhD, financiado dentro del programa H2020-Swarfs y comenzado en 2020 y expone algunos de sus primeros resultados. El objetivo de esta fase del proyecto es el diseño de herramientas de recuperación de información que permitan conocer las necesidades de la comunidad universitaria (en particular, estudiantes y profesores de programas doctorales) en cuanto a la educación en emprendimiento. Se aplica, para ello, metodología mixta, que incluye encuestas a estudiantes y profesores y entrevistas a estudiantes de varias universidades y países europeos. En una primera fase, se distribuyeron las entrevistas a través de los puntos de contacto de las universidades. Tras el análisis de los resultados, se realizaron entrevistas a aquellos participantes que mostraron interés en continuar en el estudio. Los resultados revelan que, en el terreno del emprendimiento, estudiantes y profesores tienen prioridades diferentes. Es, por tanto, necesario tratar de compaginar ambas perspectivas y complementar las necesidades de los alumnos con el conocimiento y experiencia de los profesores para crear cursos atractivos y que ofrezcan a los estudiantes recursos para terminar su formación con un perfil acorde a sus necesidades profesionales.

Palabras clave: Educación de posgrado; Emprendimiento; Métodos mixtos; Encuestas y cuestionarios; Entrevista.

Entrepreneurship in doctoral programs: Perspectives of doctoral students and professors on the content of the courses

Abstract: The academic literature confirms the difference between the perspectives of students and professors when designing and applying teaching methodologies. This paper uses the case of entrepreneurship teaching in doctoral programs to point out the differences between both groups when designing the content of the modules. It also highlights the need to incorporate students' perspectives in the design of this type of courses. This article presents some of the first results of the prodPhD project, funded under the H2020-Swarfs program and started in 2020. The objective of this phase of the project is the design of information retrieval to know the needs of the university community (in particular, students and professors of doctoral programs) in terms of entrepreneurship education. The study uses a mixed methodology which includes surveys to students and professors and interviews to students from several universities and European countries. In a first phase, the interviews were distributed through the contact points of the universities. After the analysis of the results, interviews were conducted with those participants who showed interest in continuing the study. The results reveal that, in the field of entrepreneurship, students and professors have different priorities. It is therefore necessary to combine both perspectives and complement the needs of students with the knowledge and experience of professors to create attractive courses that offer students resources to fulfill their professional needs.

Keywords: Education, Graduate; Entrepreneurship; Mixed methods; Surveys and questionnaires; Interview.

1. Introducción

Este estudio parte de un proyecto financiado en el marco del programa H2020-Swarfs que comienza en 2020 y cuyo objetivo es implementar metodologías colaborativas innovadoras que enseñen a los doctorandos las bases teóricas y las habilidades necesarias para desarrollar su proyecto empresarial, independientemente de su disciplina. El proyecto culminará con la creación de una plataforma y el desarrollo de metodologías para el aprendizaje en emprendimiento. El consorcio del proyecto está formado por cuatro organizaciones especializadas en cada fase del proyecto, trabajando en colaboración con profesores, expertos en emprendimiento y con los propios doctorandos con la intención de cubrir sus necesidades.

Varios estudios apuntan las diferencias entre las perspectivas de estudiantes y profesores en varios ámbitos, como las metodologías de enseñanza (Corrales et al. 2016; Myers et al. 2009; Tjeerdsmá, 1997) o el uso de las nuevas tecnologías digitales (Gómez-Rey et al., 2016; Pearcy, 2014; Rosenberg & Asterhan, 2018). Este trabajo utiliza el caso de la enseñanza de emprendimiento en programas doctorales para señalar las diferencias entre ambos grupos así como la necesidad de incorporar las perspectivas de los estudiantes en el diseño de este tipo de cursos.

1.1 Emprendimiento en los programas de posgrado

Existe un debate permanente sobre si se puede enseñar a los estudiantes a ser empresarios. Muchos autores sostienen que el espíritu empresarial puede y debe enseñarse sobre la base de la comprensión de su naturaleza cambiante y relacionada con el entorno. Una educación empresarial adecuada requiere un conocimiento profundo de los fines y objetivos de la educación empresarial y de las metodologías posibles (Hytti & O'Gorman, 2004). Además, las presiones para lograr una mayor competitividad internacional hacen que Europa considere la educación empresarial como un imperativo político. La educación empresarial implica a muchos actores sociales y a las universidades, que, en su conjunto, están mejor posicionadas que otros actores (Gibb, 2002).

Así, las universidades, además de evolucionar en su misión de enseñanza e investigación, se esfuerzan por desarrollar estrategias para cumplir esta tercera misión, "fomentar una cultura empresarial para prosperar en una sociedad empresarial" (Nicotra et al., 2021). Las universidades desempeñan un importante papel como espacios de aprendizaje empresarial, tanto formal como no formal, y deben dedicar recursos que permitan el diseño de programas educativos adecuados y la creación de nuevas vías de investigación sobre el espíritu empresarial, facilitando la interacción con los diferentes agentes que contribuyen al aprendizaje (Cope, 2005; Bienkowska & Klostén, 2012; Muscio & Ramaciotti, 2019).

En este sentido, Rothaermel, Agung y Jiang (2007) clasifican cuatro correlatos de la investigación: la investigación sobre el espíritu empresarial en la universidad; la productividad de las oficinas de transferencia; la creación de nuevas empresas; y el contexto ambiental, incluidas las redes de innovación. Así pues, las universidades pueden contribuir al desarrollo del espíritu empresarial, fomentando las actitudes empresariales en los jóvenes (Davey et al., 2016). Para ello, deben proporcionar actividades de concienciación, educación y formación sobre emprendimiento, con tres objetivos fundamentales: desarrollar prácticas de enseñanza y aprendizaje del espíritu empresarial, implicar a las partes interesadas dentro y fuera de la universidad y crear un entorno institucional propicio (Almobaireek & Manolova, 2012; Arasti et al., 2012; Peng et al., 2013; Zappe et al., 2013; Lindh & Thorgren, 2016).

En cuanto a la repercusión de la enseñanza en emprendimiento, los estudiantes de los programas de emprendimiento aumentan sus competencias y refuerzan su intención de trabajar por cuenta propia. Asimismo, los programas de emprendimiento tienen un impacto positivo significativo en la probabilidad de que los graduados creen empresas en el futuro (Groves et al., 2011).

2. Metodología

La primera fase del proyecto trata de identificar las necesidades de los estudiantes de doctorado y las perspectivas y puntos de vista de los profesores.

Para reflejar estas necesidades se realizó una encuesta a doctorandos y profesores, que se complementó, de forma posterior, con entrevistas semiestructuradas para entender mejor las expectativas y preferencias de ambos grupos. El trabajo plantea una metodología mixta formada por dos encuestas y dos sets de entrevistas, de tal manera que se pueda realizar un enfoque cuantitativo sobre el primero de los dos métodos de recogida de datos y un análisis cualitativo sobre el segundo. Estas herramientas se diseñan a modo de estudio piloto, con la intención de recabar datos y determinar la utilidad de estos instrumentos para la elaboración posterior de una recogida de datos más compleja y el tratamiento de un volumen de datos mayor. En primer lugar, la recolección de datos se llevó a cabo a través de dos encuestas distribuidas a estudiantes y profesores de universidades europeas. Posteriormente, se utilizaron entrevistas semiestructuradas para comprender las diferencias adicionales entre ambos contextos (el alumnado de doctorado y los profesores) y entender los contextos y mecanismos subyacentes a cada grupo. Las encuestas y las entrevistas son procedimientos de investigación muy utilizados, ya que permiten obtener información de forma rápida y eficaz (Groves et al., 2011; Hurt & McLaughlin, 2012; Joye et al., 2016; Nardi, 2018), y ambos se utilizan a menudo como estudios de métodos mixtos para investigar valoraciones educativas (Harris and Brown, 2010). Ambos métodos se han utilizado en estudios sobre el espíritu empresarial para conocer las opiniones de estudiantes, profesores y otras partes interesadas sobre la educación universitaria en este campo, su metodología educativa o su importancia académica y social (Seikkula-Leino et al., 2010; Groves et al., 2011; Arasti et al., 2012; Peng et al., 2013; Ahmad & Buchanan, 2015; Lindh et al., 2016).

Las encuestas se enviaron a un número limitado de universidades con el objetivo de recabar información para elaborar posteriormente herramientas de recogida de datos para poblaciones de estudiantes y profesores mucho más amplias, por lo que los resultados que se presentan han de entenderse como los obtenidos durante el proceso de *pre-test* para la metodología que se desarrolla en las siguientes secciones.

2.1 Target groups y participantes

El objetivo del estudio es comprender las ideas de profesores universitarios y estudiantes de doctorado sobre la enseñanza en emprendimiento, en particular, sobre las materias y cursos más interesantes/importantes para cada grupo, abordando la pregunta de si existe diferencia entre la percepción de ambos grupos y cómo pueden conciliarse ambas visiones. Para ello, se contactaron estudiantes de doctorado y profesores universitarios de varias disciplinas y universidades europeas. El envío de las encuestas estuvo limitado a 20 universidades que manifestaron su interés en participar en el proyecto, ubicadas en 13 países diferentes. Se trata de un conjunto de universidades muy heterogéneo, que incluye tanto centros multidisciplinarios como otros especializados (universidades politécnicas, centros de negocios, etc.).

2.2 Recolección de datos

La recolección de datos tuvo lugar en dos fases. Una primera encuesta de preguntas tanto abiertas como cerradas que se distribuyó a los dos grupos (estudiantes y profesores) y una segunda fase en la que se entrevistó a algunos de los participantes en la encuesta. Las encuestas de profesores y estudiantes se distribuyeron a través de los contactos del grupo de investigación con las universidades. En el caso de los estudiantes, se consiguió la participación de 111 estudiantes de las 20 universidades mencionadas, ubicadas en 13 países, mientras que, en el caso de los profesores, la participación se redujo a 32 participantes, provenientes de 15 universidades y 11 países. Por otro lado, las entrevistas se realizaron a un total de 7 estudiantes que manifestaban su deseo ser contactados para una posible entrevista.

Las encuestas fueron enviadas a través de Google Forms y distribuidas en inglés a todos los participantes. Para la elaboración de las encuestas se consultaron encuestas previas sobre educación en emprendimiento (como, por ejemplo, el GUESS Report o el Informe del Observatorio sobre Emprendimiento Universitario) y se contrastaron con expertos en la materia, cuyos comentarios fueron incorporados a la versión final del cuestionario.

Asimismo, se hicieron pruebas con un grupo reducido de estudiantes y profesores a los que se les pidió que añadiesen sus percepciones sobre el contenido y la forma de la encuesta, valorando especialmente la claridad de las preguntas. Los comentarios recibidos se valoraron individualmente y fueron utilizados para mejorar la encuesta. Los cuestionarios dirigidos a los estudiantes se diseñaron distribuyendo 32 preguntas (abiertas y cerradas) en diez secciones diferentes:

1. Carta de presentación del cuestionario (objetivos, duración, instrucciones, etc.).
2. Información demográfica.
3. Perspectivas profesionales.
4. Perspectivas y antecedentes de negocio.
5. Información sobre cursos de emprendimiento.
6. Formación alternativa sobre emprendimiento.
7. Competencias sobre emprendimiento.
8. Valoraciones sobre la importancia del emprendimiento.
9. Evaluación de los cursos de emprendimiento.
10. Datos de contacto.

En el caso de los cuestionarios dirigidos a profesores, éstos contenían 18 preguntas abiertas y cerradas, distribuidas en las siguientes secciones:

1. Carta de presentación del cuestionario (objetivos, duración, instrucciones, etc.)
2. Información demográfica.
3. Experiencia en cursos de emprendimiento.
4. Evaluación de los cursos de emprendimiento.
5. Datos de contacto.

Una vez recabadas las respuestas se procedió a su normalización, eliminando aquellas respuestas que eran incompletas o habían sido respondidas de manera que pudiera comprometer la integridad del estudio, por ejemplo, las de aquellos participantes que habían respondido lo mismo a todas las preguntas.

En cuanto a las entrevistas, se realizaron siguiendo un modelo semiestructurado, con una aproximación predefinida, basada en el análisis de la literatura científica al respecto, así como en las respuestas obtenidas a través de los cuestionarios. Debido a la situación sanitaria, así como a la dispersión geográfica de los entrevistados, las entrevistas se llevaron a cabo a través de videoconferencia, utilizando la herramienta Zoom y tuvieron una duración aproximada de 20 a 30 minutos cada una.

Las encuestas se diseñaron con el objetivo profundizar y obtener explicaciones adicionales sobre algunas de las cuestiones que habían resultado de mayor interés al analizar los resultados de la encuesta. Por tanto, se puso el foco sobre los siguientes aspectos concretos: cursos sobre emprendimiento, metodologías colaborativas de enseñanza, experiencia en emprendimiento y plataformas de aprendizaje. En este trabajo, se exploran las respuestas a las preguntas sobre los módulos o habilidades que son más interesantes a ojos de los participantes. Las entrevistas se analizaron a través de una metodología deductiva teniendo en cuenta los códigos recogidos en las encuestas (Love & Corr, 2022) y se codificaron extrayendo de las mismas los ítems o ideas fundamentales sobre cómo deberían ser los modelos formativos en emprendimiento y qué competencias deberían proporcionar a los estudiantes. En este sentido, debido al escaso número de entrevistas a tratar, no se consideró apropiado el uso de ningún software específico para la codificación de las entrevistas, si no que se elaboraron plantillas para la transcripción y extracción de los conceptos fundamentales en cada una de las respuestas.

Para profundizar en el punto de vista del alumnado, las entrevistas incluyeron una pregunta sobre las habilidades necesarias para el emprendimiento. El análisis de las entrevistas permite conocer en mayor profundidad las ideas y necesidades de los doctorandos y complementar los resultados de la encuesta.

La libertad de respuesta en las entrevistas semiestructuradas permite que los participantes expresen sus puntos de vista de forma menos reglada y más espontánea, señalando aquellas habilidades y capacidades que realmente consideran imprescindibles sin reflexionar sobre otras que sí se ven obligados a considerar en la encuesta. Las respuestas de los doctorandos permiten crear patrones en función de su formación en emprendimiento y de su conocimiento en la materia.

En general, podemos deducir que la combinación de encuestas y entrevistas es útil para diseñar no solo metodologías de enseñanza adecuadas, sino para adaptar los contenidos de los módulos y cursos a las necesidades de los estudiantes.

3. Resultados

3.1 Encuesta

Los resultados de los cuestionarios se analizaron a través de indicadores descriptivos, con el fin de caracterizar los datos obtenidos y las muestras de los que procedían. En este sentido, lo primero que cabe destacar es que la mayor parte de las respuestas procedían de estudiantes de universidades politécnicas, debido probablemente a que ofrecen un mayor abanico de oportunidades de emprendimiento para este tipo de estudios. Asimismo, destacan sus expectativas laborales, ya que la opción preferida por la mayoría de ellos en cuanto a sus perspectivas profesionales sigue siendo la de continuar en el ámbito académico, seguida por la carrera en la empresa profesional y sólo en tercer lugar, la de comenzar su propio negocio.

En el caso de los profesores, también se obtuvo un mayor porcentaje de respuestas en el caso de las universidades politécnicas, destacando el hecho de que el 91% de los encuestados aseguraba no haber impartido nunca cursos sobre emprendimiento y aquellos que lo habían hecho los abordaban desde un punto de vista teórico, mientras que quienes no los imparten alegaban fundamentalmente una falta de conocimientos sobre el tema.

Sin embargo, las preguntas que arrojaron más luz sobre el objeto de estudio fueron aquellas relacionadas con las habilidades que eran necesarias a la hora de emprender su propio negocio, ya que puede observarse una notable discrepancia entre las respuestas de los estudiantes y las de los profesores. Para cuantificar estas diferencias se calculó la media de la puntuación de cada pregunta. La Tabla 1 muestra las medias de profesores y estudiantes y la diferencia entre ambas. En general, las medias de los estudiantes son más altas que las de los profesores con cuatro de ellas superando los cuatro puntos: “real case studies”, “business plan”, “resources” y “idea to market”. En el caso de los profesores, las medias son más bajas y ninguna de las categorías supera los cuatro puntos.

Existen, por tanto, puntos en común pero también algunas diferencias importantes: Como punto en común, profesores y estudiantes le otorgan menor peso a la teoría, mientras que las habilidades y conocimientos concretos tienen una mayor puntuación, mientras que en el lado de las diferencias, “encouraging” es la única categoría que los estudiantes valoran por debajo de los profesores (-0,38). Otras diferencias significativas se dan en “management”, “business kinds” y “resources”, en las que las medias difieren en más de 0,6 puntos (+0,66, +0,62 y +0,78, respectivamente). Otras categorías obtienen puntajes más igualados, como es el caso de “innovation and creativity” y “problema solving” (+0,01 y 0,11, respectivamente). Estos resultados muestran que los estudiantes le dan más importancia a los contenidos sustantivos y a la enseñanza concreta de habilidades que los profesores.

Para comprobar la validez de estas diferencias se aplicó un t de student, encontrándose diferencia significativa entre ellas con un p-valor inferior a 0,01.

Tabla 1. Valoraciones de estudiantes y profesores de las capacidades relacionadas con el emprendimiento.

Capacidad	Estudiantes	Profesores	Diferencia
Theory	3,23	2,87	0,36
Encouraging	3,32	3,7	-0,38
Management	3,89	3,23	0,66
Marketing	3,78	3,27	0,52
Business creation	3,68	3,12	0,52
Employment to self-employment transition	3,84	3,27	0,57
Real case studies	4,06	3,73	0,32
Business plan	4,18	3,9	0,28
Innovation and creativity	3,81	3,8	0,01
Different kind of business	3,86	3,23	0,62
Competences for successful entrepreneur	3,93	3,4	0,53
Obtaining resources	4,25	3,47	0,78
Problem solving	3,81	3,7	0,11
Overcome failure	3,95	3,7	0,25
Work under pressure	3,69	3,27	0,43
Idea to market	4,31	3,8	0,51

La Figura 1 muestra de forma gráfica estos resultados y permite visualizar las tendencias de los dos grupos. La línea naranja, que representa la media de las respuestas de los profesores, se coloca en valores menores que la de los estudiantes, en azul. Sin embargo, puede verse que, en ocasiones, las líneas se cruzan –“encouraging”– o se solapan –“innovation and creativity”.



Figura 1. Diferencias entre las valoraciones de estudiantes y profesores.

3.2 Entrevistas

Los estudiantes entrevistados pueden dividirse en tres grupos: estudiantes de doctorado sin experiencia o enseñanza previa en emprendimiento; estudiantes con cierta experiencia en emprendimiento (algunos cursos durante su formación universitaria o a través de plataformas online); y aquellos que tienen una amplia experiencia en temas relacionados con el emprendimiento, ya sea por su formación o su propia experiencia como emprendedores. Aunque la cantidad de respuestas no es suficiente para establecer una teoría clara, sí pueden observarse algunos patrones.

La Tabla 2 muestra las respuestas más representativas de cada estudiante. Los estudiantes sin experiencia destacan la importancia de los conocimientos en dirección de empresas y otras *soft skills* como liderazgo y resolución de problemas. En segundo lugar, añaden finanzas y otras *hard skills* que no llegan a concretar. Los estudiantes con conocimientos medios de emprendimiento, aunque admiten que otras habilidades son necesarias, destacan la importancia de la idea o el “producto”. Por último, aquellos estudiantes con conocimientos más avanzados son más exhaustivos en su enumeración y críticos con la estructura de algunos cursos y talleres, que parecen enfocados únicamente en las primeras fases del proyecto y después “tienes que ir solo”.

Tabla 2. Extractos de las entrevistas.

Sin experiencia	Cierta experiencia	Experiencia
Estudiante 1	Estudiante 2	Estudiante 5
“Las habilidades más importantes son habilidades de comunicación, management, liderazgo, resolución de problemas y motivación. Otras habilidades importantes son el conocimiento en finanzas y economía y otras hard skills.”	“Las habilidades más importantes son business management, liderazgo y resolución de problemas. Las hard skills (por ejemplo, finanzas) son también importantes”	“Todos los cursos están muy enfocados a la parte inicial y luego parece que ya sabes cómo hacerlo y tienes que ir solo, pero no es así, hay muchas más cosas que puedes aprender [...], pero todo está muy enfocado a la idea.” “Tener una alta capacidad de colaboración. También la parte técnica: marketing,

Sin experiencia	Cierta experiencia	Experiencia
		finanzas, etc., aunque le pidas a alguien que la haga, tienes que saber algo de eso.”
	Estudiante 3	Estudiante 6
	“Necesitas a gente que sea buena en finanzas, marketing, etc. Normalmente las personas que tienen buenas ideas no son buenas en estas cosas.” “La primera cosa que necesitas es tener el producto. Lo importante no es empezar una empresa, sino tener un producto.”	“Un emprendedor tiene que saber sobre plan de negocio, tecnología, manejo de redes sociales, conocimientos de marketing y conceptos financieros. Tiene que tener habilidades de comunicación, compasión, honestidad y responsabilidad.”
	Estudiante 4	Estudiante 7
	“Pasos entre la idea y la construcción de la empresa.” “Primero parece que es solo la idea, pero una vez que sabes algo ves que hay mucho más detrás.” “El requisito principal es que tengas una buena base económica y que tu idea sea buena.”	“Las habilidades más importantes son business y project management y comunicación. Otras capacidades que es Bueno tener son conocimientos legales y en finanzas.”

4. Análisis

Lo más destacado del análisis de la valoración que estudiantes y profesores realizan sobre el enfoque de los cursos de formación empresarial es que se han observado importantes diferencias y similitudes que deben ser tenidas en cuenta. En primer lugar, las diferencias estarían relacionadas con la mayor valoración que los alumnos dan a casi todos los aspectos relacionados con su formación, excepto el "encouraging". En este caso, parece claro que, para el profesorado, la formación relacionada con el fomento del espíritu emprendedor y la gestión empresarial es más importante que para los estudiantes.

Otros aspectos de la formación en los que existen importantes diferencias entre los estudiantes y el profesorado son los relacionados con la obtención de recursos, con la formación relacionada con la gestión y la consolidación de las empresas o con el funcionamiento de los diferentes tipos de empresa. Resulta especialmente llamativo que la formación sobre la obtención de recursos tenga una valoración tan diferente en ambos grupos de interés, mostrándose esencial para los estudiantes a la hora de formarse en el emprendimiento, mientras que su papel para el profesorado no es tan relevante. Este hallazgo está en consonancia con las conclusiones de Torres (2010) sobre la importancia de enseñar a gestionar los recursos en los planes de formación sobre emprendimiento.

En cuanto a la priorización de las necesidades formativas de ambos colectivos, algunos de los aspectos que los estudiantes consideran prioritarios son similares a los del profesorado; por ejemplo, si tenemos en cuenta las cinco primeras categorías, cuatro de ellas son comunes tanto en los estudiantes como en el profesorado, aunque el orden varía para cada colectivo. Para los alumnos, los conocimientos que consideran prioritarios en su formación son los relativos a cómo llevar el proyecto/idea al mercado, mientras que para el profesorado la formación sobre estos conocimientos estaría en segundo lugar, siendo más importantes los relativos al desarrollo del plan de negocio. Otra diferencia importante en cuanto a la priorización está relacionada con la ya mencionada obtención de recursos, que ocupa el segundo lugar en las necesidades expresadas por los estudiantes, mientras que el profesorado no la considera entre sus cinco prioridades. Por otro lado, el profesorado considera la formación sobre innovación y creatividad en el tercer lugar, mientras que para los estudiantes es una formación que no consideran fundamental, ya que no está entre las cinco primeras.

Aquellos participantes que desconocen el mundo de la empresa dan respuestas parecidas y más vagas. Sin embargo, los estudiantes que han estudiado o conocen de primera mano la materia ofrecen respuestas más complejas y en las que influyen más factores, incluso criticando la falta de apoyo en fases más avanzadas de su proyecto empresarial. Esta crítica es consecuente con las diferencias encontradas en la encuesta entre profesores y estudiantes, ya que la motivación es la primera fase en la creación de cualquier empresa o proyecto y, si los esfuerzos pedagógicos se centran en ella, pueden dejar de lado otros contenidos relevantes a los que se pueden enfrentar los nuevos emprendedores. Las entrevistas también muestran la evolución de *la idea*, que pasa de ser el concepto principal a ser uno más que tiene ser complementado con otras habilidades necesarias para que dicha idea pueda finalmente convertirse en un negocio viable.

La falta de inclusión de las visiones de los estudiantes en el desarrollo de los módulos puede dar lugar a discrepancias entre lo que estos esperan de un curso específico y lo que finalmente se encuentran. Es, por tanto, necesario tratar de compaginar ambas perspectivas y complementar las necesidades de los alumnos con el conocimiento y experiencia de los profesores para crear cursos atractivos y que ofrezcan a los estudiantes recursos para terminar su formación con un perfil acorde a sus necesidades profesionales. En cualquier caso, tal y como señalan Neck y Corbett (2018), los roles de ambos colectivos han evolucionado desde posiciones pasivas y teóricas hasta la enseñanza y el aprendizaje práctico del emprendimiento, a pesar de lo cual sigue siendo necesario motivar a docentes y estudiantes para conseguir que adopten roles aún más activos en la formación para el emprendimiento en el que los docentes pasen a ser facilitadores de las iniciativas de emprendimiento que promuevan los propios estudiantes.

5. Conclusiones

El análisis de las dos herramientas de recogida de datos utilizadas en este trabajo nos permite destacar las siguientes conclusiones:

La primera conclusión que podemos extraer es que las áreas y programas de doctorado más técnicos son los aquellos en los que el emprendimiento genera un mayor interés, tanto para estudiantes como para profesores.

En cuanto a las habilidades necesarias para el emprendimiento, las diferencias más significativas entre la percepción de profesores y estudiantes se dan en la motivación, que los profesores puntúan de manera más alta, mientras que ocurre lo contrario con las habilidades de negocio y la obtención de recursos, mejor valoradas por los estudiantes, lo que nos lleva a pensar que los estudiantes valoran mucho más este tipo de habilidades concretas que los profesores. Por otro lado, las habilidades en las que se muestran más de acuerdo tienen que ver con la capacidad de innovación y la creatividad, así como con la orientación a la resolución de problemas.

En cuanto a las entrevistas, una de las cuestiones a destacar es que los estudiantes valoraban las diferentes habilidades en función de su experiencia con el emprendimiento, de tal manera que habilidades como el liderazgo o la resolución de problemas eran más valorados por quienes apenas tenían experiencia emprendiendo, mientras que quienes se habían enfrentado a esta experiencia valoraban más otras cuestiones como la “idea” o el “producto” o la falta de formación específica para las fases posteriores del emprendimiento, dado que la mayor parte de los cursos están enfocados a las fases iniciales del mismo.

La principal limitación del estudio realizado es que se trata de una herramienta piloto, de tal manera que el pre-test realizado así como las entrevistas complementarias, si bien han sido realizadas a un número limitado de participantes y universidades, sirven de base para la elaboración de unas herramientas de recogida de datos más completas y enfocadas en los problemas concretos a los que se enfrentan estudiantes y profesores a la hora de formarse y formar en emprendimiento. Estas herramientas se encuentran actualmente en desarrollo y serán puestas en práctica para llevar a cabo análisis sobre la formación en emprendimiento con una mayor profundidad.

6. Agradecimientos

Este trabajo contó con el apoyo del proyecto “Social network tools and procedures for developing entrepreneurial skills in PhD programmes” (GA 101005985), financiado por la Comisión Europea a través del llamamiento SH2020-SwafS-2020-1.

7. Referencias

- Syed Zamberi Ahmad & Robert Frederick Buchanan (2015). Entrepreneurship education in Malaysian universities, *Tertiary Education and Management*, 21(4), 349-366, 10.1080/13583883.2015.1106577
- Almobaireek, W.N. & Manolova, T.S. (2012) Who Wants to Be an Entrepreneur? Entrepreneurial Intentions among Saudi University Students. *African Journal of Business Management*, 6, 4029-4040. <https://doi.org/10.5897/AJBM11.1521>
- Arasti, Z., Falavarjani, M. K., & Imanipour, N. (2012). A Study of Teaching Methods in Entrepreneurship Education for Graduate Students. *Higher education studies*, 2(1), 2-10. 10.5539/hes.v2n1p2
- Bienkowska, D., & Klofsten, M. (2012). Creating entrepreneurial networks: academic entrepreneurship, mobility and collaboration during PhD education. *Higher Education*, 64(2), 207-222. <https://doi.org/10.1007/s10734-011-9488-x>
- Cope, J. (2005). Toward a dynamic learning perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 29(4), 373-397. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00090.x>
- Corrales, K. A., Paba Rey, L. A., & Santiago Escamilla, N. (2016). Is EMI enough? Perceptions from university professors and students. *Latin American Journal of Content & Language Integrated Learning*, 9(2). <https://doi.org/10.5294/7094>
- Davey, T., Hannon, P., & Penaluna, A. (2016). Entrepreneurship education and the role of universities in entrepreneurship: Introduction to the special issue. *Industry and higher education*, 30(3), 171-182. <https://doi.org/10.1177/0950422216656699>
- Gibb, A. (2002). In pursuit of a new ‘enterprise’ and ‘entrepreneurship’ paradigm for learning: creative destruction, new values, new ways of doing things and new combinations of knowledge. *International journal of management reviews*, 4(3), 233-269. <https://doi.org/10.1111/1468-2370.00086>
- Gómez-Rey, Pilar; Barbera, Elena; Fernández-Navarro, Francisco (2016). Measuring teachers and learners’ perceptions of the quality of their online learning experience. *Distance Education*, 37(2), 146–163. doi:10.1080/01587919.2016.1184396
- Groves, R.M., Fowler Jr, F.J., Couper, M.P., Lepkowski, J.M., Singer, E. & Tourangeau, R. (2011) *Survey methodology*. John Wiley & Sons.
- Hurt, R. L., & McLaughlin, E. J. (2012). An applied introduction to qualitative research methods in academic advising. *NACADA Journal*, 32(1), 63-71.
- Hytti, U., & O’Gorman, C. (2004). What is “enterprise education”? An analysis of the objectives and methods of enterprise education programmes in four European countries. *Education+ training*. 46(1), 11-23. <https://doi.org/10.1108/00400910410518188>
- Joye, D., Wolf, C., Smith, T. & Fu, Y. (2016). Survey methodology: challenges and principles. In Joye, D., Wolf, C., Smith, T. & Fu, Y. (Eds.) *The SAGE Handbook of survey Methodology* (pp. 3-15). SAGE Publications Ltd, <https://dx.doi.org/10.4135/9781473957893>
- Lindh, I., & Thorgren, S. (2016). Entrepreneurship education: the role of local business. *Entrepreneurship & Regional Development*, 28(5-6), 313-336. <https://doi.org/10.1080/08985626.2015.1134678>
- Love, H. R., & Corr, C. (2022). Integrating Without Quantitizing: Two Examples of Deductive Analysis Strategies Within Qualitatively Driven Mixed Methods Research. *Journal of Mixed Methods Research*, 16(1), 64–87. <https://doi.org/10.1177/1558689821989833>
- Myers, S. A., Horan, S. M., Kennedy-Lightsey, C. D., Madlock, P. E., Sidelinger, R. J., Byrnes, K., ... & Mansson, D. H. (2009). The relationship between college students' self-reports of class participation and perceived instructor impressions. *Communication Research Reports*, 26(2), 123-133. <https://doi.org/10.1080/08824090902861580>

- Muscio, A., & Ramaciotti, L. (2019). How does academia influence Ph. D. entrepreneurship? New insights on the entrepreneurial university. *Technovation*, 82, 16-24. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2019.02.003>
- Nardi, P.M. (2018) *Doing survey research: A guide to quantitative methods*. Routledge.
- Neck, H. M., & Corbett, A. C. (2018). The scholarship of teaching and learning entrepreneurship. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 1(1), 8-41.
- Nicotra, M., Del Giudice, M., & Romano, M. (2021). Fulfilling University third mission: towards an ecosystemic strategy of entrepreneurship education. *Studies in Higher Education*, 46(5), 1000-1010. <https://doi.org/10.1080/03075079.2021.1896806>.
- Pearcy, M. (2014). Student, teacher, professor: Three perspectives on online education. *The History Teacher*, 47(2), 169-185. <http://www.jstor.org/stable/43264218>.
- Peng, Z., Lu, G., & Kang, H. (2013). Entrepreneurial intentions and its influencing factors: A survey of the university students in Xi'an China. *Creative education*, 3(08), 95. 10.4236/ce.2012.38B021
- Rosenberg, H., & Asterhan, C. S. (2018). "Whatsapp, teacher?"-student perspectives on teacher-student Whatsapp interactions in secondary schools. *Journal of Information Technology Education: Research*, 17, 205-226. <https://doi.org/10.28945/4081>
- Rothaermel, F. T., Agung, S. D., & Jiang, L. (2007). University entrepreneurship: a taxonomy of the literature. *Industrial and corporate change*, 16(4), 691-791. doi:10.1093/icc/dtm023
- Seikkula-Leino, J., Ruskovaara, E., Ikavalko, M., Mattila, J. & Rytölä, T. (2010), Promoting entrepreneurship education: the role of the teacher?, *Education + Training*, 54(2), 117-127. <https://doi.org/10.1108/00400911011027716>
- Tjeerdsmä, B. L. (1997). A comparison of teacher and student perspectives of tasks and feedback. *Journal of teaching in physical education*, 16(4), 388-400. <https://doi.org/10.1123/jtpe.16.4.388>
- Torres, C. T. (2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades. *Estudios gerenciales*, 26(117), 41-60.
- Zappe, S., Hochstedt, K., Kisenwether, E., & Shartrand, A. (2013). Teaching to innovate: Beliefs and perceptions of instructors who teach entrepreneurship to engineering students. *International Journal of Engineering Education*, 29(1), 45-62.

Antonio Eleazar Serrano-López

Research Institute for Higher Education and Science (INAEU) (UC3M-UAM); Univ Carlos III de Madrid, España
 <https://orcid.org/0000-0003-1261-386X>
 ✉ aeserran@bib.uc3m.es

Patricia Alonso-Álvarez

Research Institute for Higher Education and Science (INAEU) (UC3M-UAM); Univ Carlos III de Madrid, España
 <https://orcid.org/0000-0002-9305-6024>
 ✉ patalons@pa.uc3m.es

Elías Sanz-Casado

Research Institute for Higher Education and Science (INAEU) (UC3M-UAM); Univ Carlos III de Madrid, España
 <https://orcid.org/0000-0002-0188-7489>
 ✉ elias@bib.uc3m.es

José Carlos García-Zorita

Research Institute for Higher Education and Science (INAEU) (UC3M-UAM); Univ Carlos III de Madrid, España
 <https://orcid.org/0000-0002-6860-8069>
 ✉ czorita@bib.uc3m.es

Data de submissão: 02/2022

Data de avaliação: 04/2022

Data de publicação: 07/2022