

## PATRONES DE EMPRENDIMIENTO EN EL ESTUDIANTE UNIVERSITARIO

Margarita Barrera-Lozano<sup>a</sup>, Silvia Martelo-Landroguez<sup>b1</sup>

<sup>a</sup> *Economía Aplicada III, Universidad de Sevilla, Av. Ramón y Cajal 1, 41018, Sevilla, España*

<sup>b</sup> *Administración de Empresas y Marketing, Universidad de Sevilla, Av. Ramón y Cajal 1, 41018, Sevilla, España*

**Resumen:** Este trabajo tiene como finalidad evaluar la capacidad emprendedora de estudiantes de la Universidad de Sevilla. Para ello, se ha llevado a cabo una encuesta con el fin de analizar la presencia de ciertas actitudes y motivaciones en dichos alumnos necesarias para enfrentarse a las posibles dificultades que pueden surgir al tomar la decisión de montar una empresa.

Se pretende establecer los diferentes patrones de actitud emprendedora que presentan los estudiantes de la Universidad de Sevilla. Con esta finalidad, se han añadido a la encuesta anterior varios ítems para testar la actitud emprendedora y las expectativas de aprendizaje y puesta en práctica de competencias relacionadas con la creación de empresas. Los ítems incluidos dentro del cuestionario intentan cubrir los siguientes aspectos: la capacidad de decisión, de afrontar situaciones nuevas y complejas, de asumir riesgos, para trabajar en equipo, para adaptarse a los cambios, para aprender de los errores, etc.

La población objeto de estudio es el alumnado de varios grados universitarios ligados directa o indirectamente con el mundo de la empresa, buscando así poder establecer una comparativa entre diferentes tipos de colectivos.

**Abstract:** This paper evaluates the entrepreneurship skills of students of the University of Seville. To do so, a survey has been carried out with the aim to analyse the existence of necessary attitudes and motivations related to entrepreneurship in these students. These attitudes and motivations are important in order to deal with difficulties emerging when taking decisions in the establishment of companies.

---

\* En caso de ser necesario el comité organizador se reserva el derecho de reubicar las comunicaciones por temática o para atender mejor a las necesidades organizativas del congreso.

\* Autor para correspondencia: Silvia Martelo-Landroguez  
*Correo electrónico:* smartelo@us.es

It is intended to establish different patterns of entrepreneur attitudes present in students of the University of Seville. Therefore, several items have been added to the survey in order to test the entrepreneur attitude and the learning expectations as well as the implementation of competences related to the creation of companies. Such added items cover the following aspects: decision skills, the ability to face new and complex situations, the assumption of risks, team-work ability, adaptation to changes, learning from mistakes, etc.

The university undergrad students in fields linked directly or indirectly with the business world constitute the population of this study. Thus, a comparative among different types of groups could be established.

**Palabras clave:** *Capacidad emprendedora; Actitud emprendedora; Universidad de Sevilla; Empresa.*

**Keywords:** *Entrepreneurship skills; Entrepreneurship attitudes; University of Seville; Business.*

## **1. Objetivos o propósitos:**

---

Este estudio pretende analizar la presencia de capacidades emprendedoras en los estudiantes de la Universidad de Sevilla. Para ello, se emplea una encuesta que ha sido administrada en papel a estudiantes de primer curso de varios grados (Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, Grado en Administración y Dirección de Empresas, y Grado en Marketing e Investigación de Mercados) en el primer cuatrimestre del curso 2017-2018. En cierta manera, todos son estudiantes de ramas cercanas al mundo de la empresa aunque dos de los grados están ligados más directamente a la empresa que el otro.

Cada vez son más las facultades que se preocupan por formar a sus estudiantes en emprendimiento. En algunos casos, el emprendimiento aparece como una competencia transversal en los proyectos docentes de las asignaturas. En otros casos, se crean asignaturas o seminarios específicos.

Esta comunicación muestra la primera parte de un estudio más profundo. Esta primera parte persigue analizar si los estudiantes presentan capacidades emprendedoras en su primer año de

---

carrera. El estudio se completará realizando el mismo cuestionario a los estudiantes cuando estén en último curso. De esta forma, queremos detectar si realmente la formación académica universitaria influye en su capacidad emprendedora.

## 2. Marco teórico:

---

El marco estratégico para la cooperación europea en el ámbito de la educación y la formación (ET 2020), que busca el máximo potencial de los ciudadanos y crear prosperidad sostenible en Europa, determina cuatro objetivos estratégicos: (1) Aprendizaje permanente y movilidad; (2) Calidad y eficacia de la educación; (3) Equidad, cohesión social y ciudadanía activa y (4) Creatividad e innovación. El cuarto objetivo incluye el espíritu empresarial, por sus efectos sobre el desarrollo económico sostenible, destacando el carácter emprendedor, junto a la adquisición de competencia digital y la conciencia cultural (EU, 2016).

Existe mucha literatura sobre el impacto de la educación universitaria en el emprendimiento (Sánchez et al., 2005; Wilson et al., 2007; Franco et al., 2010; Nabi et al., 2010). No obstante, aún no existe un consenso en cuanto a los resultados obtenidos.

Más concretamente, las intenciones emprendedoras han sido ampliamente estudiadas en relación a los estudiantes universitarios. Por un lado, ciertos resultados sugieren que las universidades no favorecen la aparición de intenciones emprendedoras (Joensuu et al., 2015). Por otro lado, hay estudios que sugieren que la educación universitaria alimenta las actitudes, intenciones y acciones emprendedoras (Lanero et al., 2011).

Las intenciones emprendedoras pueden ser definidas como el compromiso de los estudiantes de montar un negocio (Krueger y Carsrud, 1993). En cambio, las capacidades emprendedoras las definimos como ciertas capacidades o habilidades, muchas de ellas aprendidas, que permitirán al estudiante alcanzar cierto nivel de éxito si decide hacerse emprendedor o montar un negocio.

En nuestro estudio, no analizamos las intenciones emprendedoras en sí. Nosotros buscamos analizar la presencia de actitudes emprendedoras en los estudiantes ya que pensamos que constituyen un antecedente de las intenciones emprendedoras. Además, sobre las capacidades emprendedoras es más factible que la educación universitaria pueda tener algún efecto. El hecho de que las capacidades emprendedoras puedan enseñarse es la principal diferencia frente a las intenciones emprendedoras. Es difícil que la educación universitaria afecte a las intenciones

emprendedoras de los estudiantes, pero sí que podría aumentar o favorecer las capacidades emprendedoras y éstas influir en la intención de montar un negocio.

De acuerdo con los resultados obtenidos por Lanero et al. (2011), la implicación en cuanto a orientación emprendedora de las universidades españolas analizadas es muy limitada según la opinión de los estudiantes. Nuestro estudio pretende analizar si la preocupación por transmitir el espíritu empresarial en el alumnado (EU, 2016) está calando realmente en la educación universitaria o si es necesario diseñar nuevos programas educativos que fomenten la actitud emprendedora y que sea percibido por los estudiantes.

### 3. Metodología:

---

La muestra objeto de estudio se compone de 131 estudiantes de primer curso de la Universidad de Sevilla, de los cuales 60 corresponden al Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, 46 al Grado en Administración y Dirección de Empresas y 25 al Grado en Marketing e Investigación de Mercados <sup>2</sup>. Se han elegido estas titulaciones por cursar asignaturas que tienen entre sus competencias las de fomento del espíritu emprendedor.

Para poder establecer las capacidades emprendedoras que estos estudiantes presentan al comienzo de sus estudios universitarios, se hace uso de un cuestionario sobre capacidades emprendedoras de uso habitual a nivel de Administraciones Públicas, entre ellas el Gobierno de España (2017), con 20 ítems. Sin embargo, en nuestro análisis, se amplía incorporando dos nuevas cuestiones, tal y como se observa en el Cuadro 1 y se gradúa en base a una escala de Likert.

#### **Cuadro 1. Afirmaciones del Test del emprendedor y expectativas de adquisición de capacidades**

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Me considero una persona adaptable a los cambios</li> <li>2. Tengo confianza en mis posibilidades y capacidades</li> <li>3. Para mi es importante disponer de autonomía en el trabajo</li> <li>4. Tengo facilidad de comunicación</li> <li>5. Me considero creativo</li> <li>6. Afronto los problemas con optimismo</li> </ol>
<ol style="list-style-type: none"> <li>7. Tomo la iniciativa ante situaciones complejas nuevas</li> </ol>

---

<sup>2</sup> Inicialmente la muestra se componía de 143: 66 del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, 50 del Grado en Administración de Empresas y 27 del Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Se desestimaron las observaciones en las que algún ítem no se había contestado. Se observa además que los ítems 10, 13 y 14 son los que más individuos no han contestado, lo que indica una mayor complejidad de estas afirmaciones.

<p>8. Tengo predisposición para asumir riesgos</p> <p>9. Tomo notas escritas sobre mis proyectos</p> <p>10. Arriesgaría recursos propios si pusiera en marcha un proyecto empresarial</p> <p>11. Me resultaría fácil asignar tareas a los demás</p> <p>12. Sé trabajar en equipo</p>
<p>13. Sé administrar mis recursos económicos</p> <p>14. Tengo facilidad para negociar con éxito</p> <p>15. Planifico de forma rigurosa acciones concretas para el desarrollo de un trabajo o un proyecto</p> <p>16. Me planteo los temas con visión de futuro</p> <p>17. Cumpló los plazos que me fijo para realizar un trabajo</p> <p>18. Siento motivación por conseguir objetivos</p> <p>19. Me considero profesionalmente bueno en aquello que sé hacer</p> <p>20. Sacrificaría mi tiempo libre si el trabajo lo demanda</p>
<p>21. Creo que los estudios que estoy cursando mejorarán mis habilidades emprendedoras</p> <p>22. Creo que los estudios que estoy cursando tendrán algún impacto en mi futura práctica profesional como emprendedor</p>

Elaboración propia. Fuente: Gobierno de España (2017)

La estructura del cuestionario se divide en cuatro apartados, los tres primeros buscan establecer las aptitudes del encuestado y el último sus expectativas de aprendizaje. Los grupos de ítems de aptitudes empresariales se identifican con los descritos por Sánchez (2010): Autoeficacia, personalidad proactiva y propensión al riesgo. Identificando los ítems 1 a 6 con la autoeficacia, 7 a 12 con la personalidad proactiva y 13 a 20 con la propensión al riesgo y los ítems 21 y 22 con las expectativas de aprendizaje.

La inclusión de nuevas cuestiones busca establecer las capacidades del alumnado, y sus expectativas sobre la previsible mejora de sus capacidades y el impacto sobre su actividad emprendedora en el futuro. Mientras que la modificación de la forma de valoración de las cuestiones trata de expresar la graduación original en términos numéricos, aprovechando las ventajas derivadas de las escalas Likert, que se caracterizan por su fácil interpretación por parte de los individuos encuestados, y que ofrece una graduación de menor acuerdo a mayor acuerdo.

Este tipo de escalas fue, en origen, propuesta en Likert (1932) como referente de escala para la valoración de actitudes y ha sido implementada en multitud de estudios con posterioridad. Asigna un valor numérico a cada posible alternativa, donde 1 marca un extremo de la escala y el valor máximo el otro extremo. Dicha graduación hace posible observar que las personas encuestadas difieren cuantitativamente en sus actitudes. Las escalas de Likert están conformadas para hacer posible la graduación de respuestas a través de la suma total de las mismas, por lo que para el análisis se diferenciará entre las cuestiones estándar y las dos cuestiones correspondientes a las expectativas de los encuestados.

El Gobierno de Aragón (2017) utiliza una versión más amplia del mismo cuestionario en el que utiliza 40 ítems, dividiendo las puntuaciones posibles en cuatro patrones de persona: 1. Perfil de

empresario (190 puntos); 2. Reúne características para ser un buen empresario (140-189); 3. Debe tener precaución aunque tiene potencial empresarial (91-139); 4. Queda mucho camino por recorrer (Menos de 90 puntos). La explicación de cada posible perfil viene resumida en el Cuadro 2.

**Cuadro 2. Perfiles empresariales en un cuestionario de 40 ítems con cuatro posibles opciones**

A	Más de 190 puntos	Tu perfil se asemeja bastante al de un/a empresario/a. Tienes iniciativa y disciplina, eres independiente. Ello no quiere decir que ya tengas asegurado el éxito pero sin duda a nivel personal tienes los rasgos necesarios para triunfar. Cuando decides hacer algo, no te detienes hasta que lo consigues. Partes de una buena base. Continúa con esta actitud, no te pares el éxito estará a tu lado.
B	De 140 a 189 puntos	Reúnes bastantes características para ser un buen empresario/a. No obstante aunque tus aptitudes son buenas, no te relajes, hay ciertos puntos que debes perfeccionar para lograr el éxito. Analiza tus puntos débiles y fija una serie de acciones concretas para mejorarlos en un plazo determinado de tiempo.
C	De 91 a 139 puntos	Debes tener precaución, tómate el tiempo necesario para recapacitar sobre tu futura empresa, aún tu confianza, determinación y conocimientos empresariales están un poco flojos, pero no te preocupes, lo único que debes hacer es leer, hablar con otras personas emprendedoras con éxito para aprender sus trucos, aprende de ellos/as introduciendo tu propio estilo. Tienes potencial empresarial pero te falta un empujón.
D	Menos de 90 puntos	Si realmente lo que quieres es crear tu propia empresa, aún te queda un camino por recorrer, aunque en tu perfil hay alguno de los caracteres de persona emprendedora, en la mayoría de aspectos las dudas y la inseguridad te acompañan. Intenta analizar las razones de todo eso y procura desarrollar tu creatividad, capacidad de asumir riesgos, confianza... mientras las vas desarrollando, continúa trabajando para terceras personas y aprende de lo mejor de ellos.

Fuente: Test para evaluar la capacidad emprendedora. Gobierno de Aragón (2017)

Se ha tomado como referencia el cuestionario original de 20 ítems (Gobierno de España, 2017) para facilitar la obtención de un mayor número de observaciones y asegurar la máxima información y colaboración posible. A partir de los perfiles indicados en el Cuadro 2 se estiman los perfiles resultantes del cuestionario utilizado en el presente análisis y que se recogen en el Cuadro 3.

**Cuadro 3. Perfiles empresariales en un cuestionario de 20 ítems a valorar en una escala Likert de 1 a 7**

A	Más de 133 puntos (95% del total de puntos posibles)	Perfil de empresario
B	De 98 a 132 puntos (Entre un 70% y un 95% de puntos posibles)	Buenas aptitudes empresariales con necesidad de perfeccionamiento

C	De 63 a 97 puntos (Entre un 45% y un 70% de puntos posibles)	Potencial empresarial con falta de confianza, determinación y conocimientos empresariales
D	Menos de 63 puntos (Menos de un 45% de puntos posibles)	Perfil no empresarial carente de visión crítica y capacidad para asumir riesgos, confianza, etc. Necesita un mayor aprendizaje.

Elaboración propia. Fuente: Test para evaluar la capacidad emprendedora. Gobierno de Aragón (2017) y Test del emprendedor. Gobierno de España (2017)

#### 4. Discusión de los datos, evidencias, objetos o materiales:

---

Los resultados se han segregado por titulación y por perfil empresarial. Por una parte, se han analizado las valoraciones totales de cada individuo y, por otra parte, se ha considerado el número de individuos que se caracteriza por cada uno de los perfiles de referencia.

##### 4.1. Datos generales

**Tabla 1. Valoración cuantitativa de las capacidades emprendedoras**

	RRPP	MK	ADE
Media	108	100	99
Desviación típica	12	15	14
Máximo	132	123	132
Mínimo	86	54	78

Nota: Datos en puntos obtenidos

Aunque los tres grupos se clasifican dentro de un perfil tipo B, los alumnos del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas presentan una valoración media más alta, seguido del Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Curiosamente, los alumnos de Administración y Dirección de Empresas son los que muestran menos aptitudes para el emprendimiento al comienzo de sus estudios, rozando incluso un perfil tipo C. Los estudiantes menos homogéneos en este aspecto son los del Grado en Marketing e Investigación de Mercados, y los más homogéneos los del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

Sería interesante analizar si esta heterogeneidad en sus aptitudes tiene relación con la nota de corte para acceder a los estudios universitarios, siendo más alta en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, de manera que una mayor proporción de estos estudiantes (1) habrían

elegido prioritariamente la titulación que cursan y (2) presentarían mejores aptitudes ya que en general son mejores estudiantes.

**Tabla 2. Perfiles empresariales por titulación**

	<i>A</i>	<i>B</i>	<i>C</i>	<i>D</i>	<i>Suma</i>
RRPP	0	46	14	0	60
MK	0	16	8	1	25
ADE	0	21	25	0	46
<b>Suma</b>	0	83	47	1	131

Nota: Datos en número de individuos

Las observaciones se agrupan principalmente en los perfiles B y C para todas las titulaciones analizadas, destacando que no hay ninguna que se clasifique dentro del perfil A, y tan sólo un estudiante, concretamente del Grado en Marketing e Investigación de Mercados, se considera dentro del perfil D.

El 77% de los estudiantes del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas presentan perfil B y el 23% perfil C. El 64% de los estudiantes del Grado en Marketing e Investigación de Mercados se clasifican en perfil B y el 32% en perfil C. Los estudiantes del Grado en Administración y Dirección de Empresas se reparten más uniformemente entre ambos grupos, con un 46% en B y un 54% en C.

Desde otro punto de vista, el 55% de los estudiantes tipo B estudian el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, el 19% el Grado en Marketing e Investigación de Mercados y el 25% el Grado en Administración y Dirección de Empresas, mientras que el 30% de los estudiantes tipo C corresponden al Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, el 17% al Grado en Marketing e Investigación de Mercados y el 53% al Grado en Administración y Dirección de Empresas.

#### **4.2. Datos por titulación y tipo de cuestión**

A continuación, se presentan los resultados agrupados por titulación, por ítems y por conjunto de preguntas, lo que permite separar la importancia de cada uno de los principales componentes de las aptitudes emprendedoras que consideramos en este estudio: Autoeficacia, personalidad proactiva y propensión al riesgo, y sus expectativas de aprendizaje en materia emprendedora o empresarial.



**Tabla 3. Publicidad y Relaciones Públicas. Autoeficacia**

	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Media	5,2	5,3	5,52	5,53	5,4	4,68
Desviación típica	1,39	1,24	0,85	1,35	1,22	1,31
Máximo	7	7	7	7	7	7
Mínimo	1	2	4	1	1	1
<b>Media del bloque</b>	5,27					

**Tabla 4. Publicidad y Relaciones Públicas. Personalidad proactiva**

	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	<i>12</i>
Media	5,15	4,98	5,15	4,92	5,45	6,17
Desviación típica	1,23	1,07	1,52	1,25	1,20	0,83
Máximo	7	7	7	7	7	7
Mínimo	2	3	1	2	3	4
<b>Media del bloque</b>	5,3					

**Tabla 5. Publicidad y Relaciones Públicas. Propensión al riesgo**

	<i>13</i>	<i>14</i>	<i>15</i>	<i>16</i>	<i>17</i>	<i>18</i>	<i>19</i>	<i>20</i>
Media	5,5	5,12	5,27	5,65	5,52	6,28	5,8	5,6
Desviación típica	1,28	1,09	1,12	1,12	1,28	0,80	0,84	1,26
Máximo	7	7	7	7	7	7	7	7
Mínimo	1	3	2	3	2	4	4	2
<b>Media del bloque</b>	5,59							

**Tabla 6. Publicidad y Relaciones Públicas. Expectativas de aprendizaje**

	<i>21</i>	<i>22</i>
Media	5,82	5,87
Desviación típica	1,19	1,31
Máximo	7	7
Mínimo	2	1
<b>Media del bloque</b>	5,84	

Los ítems con una valoración más alta en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas son el 18 y el 12, mientras que los ítems con una valoración promedio más baja son el 6 y el 10. Los bloques siguen el siguiente orden por puntuación media: Expectativas de aprendizaje, propensión al riesgo, personalidad proactiva y autoeficacia.

**Tabla 7. Marketing e Investigación de Mercados. Autoeficacia**

	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Media	5,24	4,84	5,52	5,04	4,88	4,68
Desviación típica	1,36	1,37	1,23	1,62	1,62	1,60
Máximo	7	7	7	7	7	6
Mínimo	3	1	4	2	1	1
<b>Media del bloque</b>	5,03					

**Tabla 8. Marketing e Investigación de Mercados. Personalidad proactiva**

	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	<i>12</i>
Media	4,64	4,28	4,44	4,8	5	5,56
Desviación típica	1,63	1,34	2,42	1,66	1,71	1,56
Máximo	7	7	7	7	7	7
Mínimo	1	1	1	1	1	1
<b>Media del bloque</b>	4,79					

**Tabla 9. Marketing e Investigación de Mercados. Propensión al riesgo**

	<i>13</i>	<i>14</i>	<i>15</i>	<i>16</i>	<i>17</i>	<i>18</i>	<i>19</i>	<i>20</i>
Media	5,12	4,92	5,08	5,32	4,6	5,76	5,08	4,8
Desviación típica	1,56	0,95	1,58	1,31	1,68	1,16	1,47	1,55
Máximo	7	7	7	7	7	7	7	7
Mínimo	1	3	1	3	1	3	1	1
<b>Media del bloque</b>	5,09							

**Tabla 10. Marketing e Investigación de Mercados. Expectativas de aprendizaje**

	<i>21</i>	<i>22</i>
Media	5,52	5,4
Desviación típica	1,45	1,44
Máximo	7	7
Mínimo	2	2
<b>Media del bloque</b>	5,46	

Los ítems con una valoración más alta en el Grado en Marketing e Investigación de Mercados son el 18 y el 12, mientras que los ítems con una valoración promedio más baja son el 8 y el 9. La ordenación de los bloques por puntuación media es la siguiente: Expectativas de aprendizaje, propensión al riesgo, autoeficacia y personalidad proactiva.

**Tabla 11. Administración y Dirección de Empresas. Autoeficacia**

	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Media	5,07	5,15	5,28	5,26	4,52	4,91
Desviación típica	1,18	1,28	1,19	1,36	1,66	1,52
Máximo	7	7	7	7	7	7
Mínimo	3	1	2	3	1	2
<b>Media del bloque</b>	5,03					

**Tabla 12. Administración y Dirección de Empresas. Personalidad proactiva**

	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	<i>12</i>
Media	4,57	4,63	3,61	4,46	5,04	5,8
Desviación típica	1,28	1,29	1,57	1,57	1,21	1,05
Máximo	7	7	7	7	7	7
Mínimo	2	2	1	1	3	3
<b>Media del bloque</b>	4,68					

**Tabla 13. Administración y Dirección de Empresas. Propensión al riesgo**

	<i>13</i>	<i>14</i>	<i>15</i>	<i>16</i>	<i>17</i>	<i>18</i>	<i>19</i>	<i>20</i>
Media	5,5	4,83	4,41	5,09	4,65	5,5	5,67	5,24
Desviación típica	1,24	1,20	1,31	1,21	1,52	1,13	1,01	1,42
Máximo	7	7	7	7	7	7	7	7
Mínimo	2	3	2	2	2	2	4	1
<b>Media del bloque</b>	5,11							

**Tabla 14. Administración y Dirección de Empresas. Expectativas de aprendizaje**

	<i>21</i>	<i>22</i>
Media	5,96	6,15
Desviación típica	0,97	0,89
Máximo	7	7
Mínimo	4	4
<b>Media del bloque</b>	6,05	

Los ítems con una valoración más alta en el Grado en Administración y Dirección de Empresas son el 21 y el 22, destacando también el número 12, mientras que los ítems con una valoración promedio más baja son el 9 y el 15. La ordenación de los bloques por puntuación media es:

Expectativas de aprendizaje, propensión al riesgo, autoeficacia y personalidad proactiva (la misma prelación que en el caso del Grado en Marketing e Investigación de Mercados).

## **5. Resultados y/o conclusiones:**

---

Entre los ítems que han recibido una valoración más alta, destaca uno que coincide en los tres grados analizados y es el ítem 12. Este ítem hace referencia al trabajo en equipo.

Otro resultado que llama la atención es que los ítems que reciben la valoración más alta en el Grado en Administración y Dirección de Empresas son los relativos a las expectativas de aprendizaje (ítems 21 y 22). Esto puede deberse a que se trata del grado más directamente relacionado con el mundo empresarial. Por tanto, los estudiantes ven una relación más directa entre el contenido de las asignaturas de dicho grado y una mejora de sus habilidades emprendedoras y su futura práctica profesional como emprendedor.

En cuanto a los ítems con una valoración más baja, no hay ninguno que coincida en los tres grados analizados. En el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas los estudiantes destacan que no afrontan los problemas con optimismo y que no arriesgarían recursos propios en un proyecto empresarial. Los estudiantes del Grado en Marketing e Investigación de Mercados no están dispuestos a asumir riesgos y no toman notas escritas sobre los proyectos. Y en el Grado de Administración y Dirección de Empresas tampoco toman notas escritas sobre los proyectos y no planifican acciones concretas.

Estos ítems con menor puntuación tendrían que ser tenidos en cuenta para proponer actividades o talleres que permitan al alumnado mejorar sus capacidades emprendedoras.

Como cualquier estudio, el nuestro también presenta limitaciones. La principal limitación es que la muestra no es lo suficientemente amplia para poder generalizar las conclusiones.

## **6. Contribuciones y significación científica de este trabajo:**

---

En primer lugar, en esta comunicación presentamos el objetivo que persigue el estudio que estamos llevando a cabo. A continuación, situamos nuestro estudio dentro de la literatura relacionada ya existente y explicamos la metodología empleada. Y, por último, se presentan los resultados y conclusiones.

La principal contribución de este trabajo es la de establecer las capacidades emprendedoras que un conjunto de estudiantes universitarios presentan al comienzo de sus estudios. Estas capacidades son aquellas que han sido adquiridas en estadios educativos previos, en el núcleo familiar o que hayan sido innatas en los individuos objeto de estudio. Al mismo tiempo, se pretende conocer cuáles son las expectativas de estos individuos, sobre la mejora de su capacidad emprendedora y la importancia que tendrán sus estudios universitarios sobre su actividad empresarial en el futuro.

Tanto la determinación de las capacidades emprendedoras como de sus expectativas son de gran relevancia en el contexto europeo, por ser el espíritu empresarial una de las prioridades fijadas por la Unión Europea en el ET 2020, y sus efectos sobre el desarrollo económico sostenible.

## 7. Referencias bibliográficas:

---

- EU. (2016). *Cooperación de la Unión Europea en el ámbito de la educación y la formación (ET 2020)*. Obtenido de European Union law: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=LEGISSUM:ef0016>
- Franco, M. H. (2010). Students' entrepreneurial intentions: an inter-regional comparison. *Education + Training*, 52(4), 260-275.
- Gobierno de Aragón. (2017). *Testa para evaluar la capacidad emprendedora*. Obtenido de Gobierno de Aragón: [http://servicios.aragon.es/redo\\_docs/guias\\_ol/docs/Test\\_capacidad\\_emprendedora.pdf](http://servicios.aragon.es/redo_docs/guias_ol/docs/Test_capacidad_emprendedora.pdf)
- Gobierno de España. (2017). *Test del emprendedor*. Obtenido de 060: [www.060.es](http://www.060.es)
- Joensuu, S., Varamäki, E., & Viljamaa, A. (2015). Beyond intentions – what makes a student start a firm? *Education + Training*, 57(8/9), 853-873.
- Krueger, N., & Carsrud, A. (1993). Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behavior. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5(4), 315-330.
- Lanero, A., Vázquez, J. L., Gutiérrez, P., & García, M. P. (2011). The impact of entrepreneurship education in European universities: an intention-based approach analyzed in the Spanish area. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 8(2), 111-130.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 22(140), 55.
- Nabi, G. H. (2010). From student to entrepreneur: towards a model of graduate entrepreneurial career-making. *Journal of Education and Work*, 23(5), 389-415.
- Sánchez, J. C. (2010). Evaluación de la personalidad emprendedora: Validez Factorial del cuestionario de orientación emprendedora. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 42(1), 41-52.
- 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.

Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 387-406.