



**FACULTAD DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**

**GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

**Evolución de la intención emprendedora en los estudiantes  
de primer curso universitario**

Trabajo Fin de Grado presentado por Paloma Palma Pérez, siendo el tutor del mismo Francisco Liñán Alcalde

Vº. Bº. del Tutor/a/es/as:

Alumno/a:

D. Francisco Liñán Alcalde

D. Paloma Palma Pérez

Sevilla. Julio de 2018





**GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**  
**FACULTAD DE CIENCIAS**  
**ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**

**TRABAJO FIN DE GRADO**  
**CURSO ACADÉMICO [2017-2018]**

TÍTULO:

**EVOLUCIÓN DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN LOS ESTUDIANTES DE PRIMER CURSO UNIVERSITARIO**

AUTOR:

**PALOMA PALMA PÉREZ**

TUTOR:

**D. FRANCISCO LIÑÁN ALCALDE**

DEPARTAMENTO:

**ECONOMÍA APLICADA I**

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

**ECONOMÍA APLICADA**

RESUMEN:

En el siguiente trabajo analizamos el cambio que se produce en las intenciones emprendedoras de los alumnos de las facultades de Económicas y Empresariales y de Turismo y Finanzas durante el primer y el segundo año de estudios universitarios. Con este objetivo, se ha contactado con los estudiantes para que respondan a una encuesta realizada por el profesor Francisco Liñán, sobre las intenciones emprendedoras y el efecto en las mismas de la educación emprendedora. Para explicar la evolución en las intenciones de los alumnos, hemos utilizado la Teoría del Comportamiento Planeado de Ajzen (1991) e introducido el concepto de educación emprendedora y su influencia en la intención.

PALABRAS CLAVE:

Intención emprendedora; educación emprendedora; actitud hacia el emprendimiento; norma subjetiva; control percibido



## ÍNDICE

---

1.	INTRODUCCIÓN.....	1
1.1	JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO.....	2
1.2	OBJETIVOS.....	2
1.3	METODOLOGÍA.....	2
1.4	ESTRUCTURA .....	2
2.	MARCO TEÓRICO.....	3
2.1	TEORÍA DE LA ACCIÓN PLANEADA.....	3
2.2.1	Concepto: .....	3
2.2.2	Determinantes .....	4
2.1.3	Aplicación teórica de la TPB en el emprendimiento.....	8
2.2	EDUCACIÓN EMPRENDEDORA.....	9
2.2.1	Concepto .....	9
2.2.2	Áreas de la educación emprendedora .....	10
2.2.3	Influencia de la educación emprendedora en la intención .....	11
3.	METODOLOGÍA.....	13
3.1	MÉTODO REALIZADO .....	13
3.2	DESCRIPCIÓN DEL CUESTIONARIO .....	13
4.	RESULTADOS DEL ANÁLISIS .....	15
4.1	GÉNERO .....	15
4.2	GRUPO DE EDAD .....	16
4.3	NIVEL SOCIOECONÓMICO .....	17
4.4	EMPRESARIO EN LA FAMILIA EN T1 (2016) – T2 (2018).....	18
4.5	PARTICIPACIÓN EMPRENDEDORA.....	21
4.5.1	Alumnos que han no participado en la educación emprendedora .....	21
4.5.2	Alumnos que sí han participado en formación emprendedora.....	23

5.	CONCLUSIONES Y AGRADECIMIENTOS.....	27
6.	BIBLIOGRAFÍA.....	31
7.	ANEXO.....	37

## ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

• Ilustración 2.1 Modelo de la Teoría de Acción Razonada .....	3
• Ilustración 2.2 Modelo de la Teoría de la Acción Planeada .....	7
• Tabla 2.1 Ejemplo de la intención basado en la creencia del comportamiento y en los resultados .....	5
• Tabla 2.2 Ejemplo de la intención basado en la creencia normativa.....	5
• Tabla 2.3 Ejemplo de la intención basado en el control y en el poder percibido .....	6
• Tabla 2.4 Aplicación de la TPB en estudios empíricos .....	8
• Tabla 4.1 Variación de la IE según el sexo 2016-2018 .....	15
• Tabla 4.2 Variación de la IE según la edad de los estudiantes 2016-2018.....	16
• Tabla 4.3 Variación de la IE según el nivel socioeconómico 2016-2018.....	18
• Tabla 4.4 La IE según si conoce o no a un empresario 2016.....	19
• Tabla 4.5 La IE según si conoce o no a un empresario 2018. ....	20
• Tabla 4.6 Variación de la IE en los alumnos que no han recibido formación .....	21
• Tabla 4.7 Índice de EE en los alumnos que no han recibido formación .....	23
• Tabla 4.8 Influencia de la EE cuando la IE disminuye en los alumnos que no han recibido formación .....	23
• Tabla 4.9 Influencia de la EE cuando la IE crece en los alumnos que no han recibido formación.....	23
• Tabla 4.10 Variación de la IE de los alumnos que si han recibido formación .....	24
• Tabla 4.11 Influencia de la EE cuando la intención disminuye en los la alumnos que si han recibido formación .....	25
• Tabla 4.12 Índice de EE para los alumnos que si han recibido formación .....	25
• Tabla 4.13 Influencia de la EE cuando la IE disminuye en los alumnos que si han recibido formación .....	26
• Gráfica 4.1 Variación de la IE según el género 2016-2018 .....	15
• Gráfica 4.2 Variación de la IE según la edad de los estudiantes 2016-2018 .....	17
• Gráfica 4.3 Variación de la intención según el nivel socioeconómico 2016-2018 .....	18
• Gráfica 4.4 La IE según si conoce o no a un empresario 2016 .....	19
• Gráfica 4.5 La IE según si conoce o no a un empresario 2018 .....	20
• Gráfica 4.6 Variación de la IE en los alumnos que no han recibido formación .....	22
• Diagrama 4.7 Variación de la IE de los alumnos que no han recibido formación .....	22
• Gráfica 4.8 Variación de la IE de los alumnos que si han recibido formación .....	24
• Diagrama de sectores 4.9 Variación de la IE en los alumnos que si han recibido formación.....	25





# CAPÍTULO 1

## INTRODUCCIÓN

### 1.1 JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO

Hoy en día, la actividad emprendedora supone un gran motor de crecimiento y sostenibilidad económica y social para un país. Vivimos en un mundo totalmente dinámico y cambiante, en el que los individuos tienen que tomar decisiones constantemente y el más mínimo detalle puede alterar el orden normal de cada suceso. Por eso, es sumamente importante analizar y evaluar por qué los individuos actúan y se comportan de una forma u otra, intentado descifrar la intención que les impulsa a tomar decisiones emprendedoras o incluso a planteárselas. De ahí que la investigación sea una extraordinaria vía para detectar esas posibles razones y cambios, no solo en la etapa universitaria o de postgrado, sino desde que los estudiantes comienzan con los estudios de educación superior, por ejemplo, el bachillerato o los ciclos de grado medio o superior.

Los jóvenes son considerados una pieza clave para el crecimiento de un país, y analizar su comportamiento y la influencia de elementos externos en ellos mismos, podría ser de gran ayuda para averiguar el modo en que toman sus decisiones y que aspectos tienen en cuenta.

Concretamente, los estudiantes que han finalizados sus estudios superiores y están a punto de comenzar su primer año en la universidad, son un segmento bastante interesante de investigar. Existen un número muy limitado de publicaciones que aborde la influencia de las experiencias empresariales en la intención de emprendedora en los alumnos de primer curso universitario (Nabi, Walmsley, Liñán, Akhtar, y Neame, 2018). Además, estudiar el modo en que sus actitudes toman forma o hacia dónde cambian y realizar un seguimiento para comparar su evolución con investigaciones o trabajos de años anteriores, puede ser clave para hallar las posibles causas de las decisiones que llevan a cabo los alumnos e incluso ver si una gran parte de ellos siguen un mismo patrón.

Por otro lado, es importante destacar el enorme papel que desempeña la educación, desde la formación secundaria, universidad, estudios de postgrados, cursos de formación hasta incluso jornadas emprendedoras. Es considerada un componente esencial y principal para difundir el espíritu empresarial, por eso explorar sus efectos desde que los jóvenes deciden elegir su futuro universitario o incluso que tipo de bachillerato o ciclo de grado superior cursar, nos ayudaría a entender cómo los estudiantes generan y crean ciertas actitudes, aptitudes y valores interpersonales gracias a la influencia de los conocimientos adquiridos.

No debemos olvidarnos de la importancia que representa la innovación y el desarrollo en el mundo empresarial. Un gran número de ideas emprendedoras han surgido gracias a la aplicación de la tecnología y el desarrollo de la innovación, de ahí que estos conceptos y el emprendimiento estén relacionados.

Según el informe GEM ( González- Pernia, Guerrero, Montero, y Peña, 2018) en 2018, el 49,8% del TEA español corresponde a emprendedores que poseían formación superior o de posgrado y un 49,2% había recibido formación específica para crear empresas. Este hecho, destaca la importancia de la formación y del conocimiento para sumergirse en el mundo emprendedor y laboral.

Finalmente, es necesario que la comunidad educativa adapte y renueve sus planes de estudios a las nuevas necesidades del mercado. La inversión en educación e innovación es esencial para que una nación pueda crecer y así, los jóvenes se sientan

motivados para materializar sus ideas en negocios o continuar desarrollando nuevos proyectos.

## **1.2 OBJETIVOS**

El objetivo primordial de este trabajo consiste en el análisis de la influencia de la educación emprendedora en la intención de los estudiantes del primer curso universitario, para identificar las posibles causas y elementos que provocan el incremento o decremento de la intención en los mismos. Este trabajo es una continuación de un estudio llevado a cabo en 2016 (Fernández, 2017), sobre los factores que influyen en la intención empresarial de los estudiantes de primer curso universitario.

Pretendemos evaluar y determinar los efectos que provoca en la intención emprendedora y en sus factores (norma subjetiva, control percibido y la actitud hacia el emprendimiento) la participación en formación emprendedora.

## **1.3 METODOLOGÍA**

Los alumnos pertenecientes a todos los grados de las facultades de Ciencias Económicas y Empresariales y de Turismo y Finanzas, han respondido a un cuestionario, vía online a través de Google. Como hemos comentado anteriormente, esta investigación tiene como inicio un trabajo que se realizó en 2016, por lo que hemos utilizado la misma base de datos de alumnos. La muestra estaba formada por 198 alumnos de los cuales han respondido 54.

Las respuestas al cuestionario ha sido contestadas de forma voluntaria. En primer lugar, el cuestionario aborda preguntas relacionados con la intención y sus determinantes (actitud, norma subjetiva y control percibido). La segunda parte, la cual ha sido añadida este año, está dedicada a la educación emprendedora. Su objetivo es averiguar qué posibles elementos dejan huella en la intención emprendedora, tanto para los alumnos que han recibido formación para el emprendimiento, como para los que no.

Por último, los datos han sido traspasados a una hoja Excel. Mediante esta herramienta los datos se han ordenados y analizados de forma exhaustiva, a través de tablas y gráficos, facilitando así la comparación de la información.

## **1.4 ESTRUCTURA**

El trabajo se estructura en cinco partes. En el primer capítulo realizamos una introducción al tema tratado, explicando la importancia de la actividad emprendedora, los objetivos perseguidos con este trabajo y la metodología utilizada. El desarrollo teórico del tema a tratar se lleva a cabo en el capítulo dos, en el que, por un lado, explicaremos la teoría de la acción planeada de Icek Ajzen (1991) y por otro lado, el concepto de educación emprendedora, las áreas que abarca y su influencia en la intención emprendedora.

En el tercer capítulo explicaremos con más detalles el método llevado a cabo para organizar los datos y el cuestionario utilizado. En el siguiente capítulo pasaremos al análisis de los resultados. En primer lugar, se realizará según el género, la edad, nivel socioeconómico y si el alumno conoce o no a un empresario y, en segundo lugar, según la participación en la educación emprendedora. En el último capítulo se expondrán las conclusiones principales del estudio y los agradecimientos y cerrando el trabajo encontraremos la bibliografía y un anexo con el cuestionario utilizado.

## CAPÍTULO 2

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 TEORÍA DE LA ACCIÓN PLANEADA

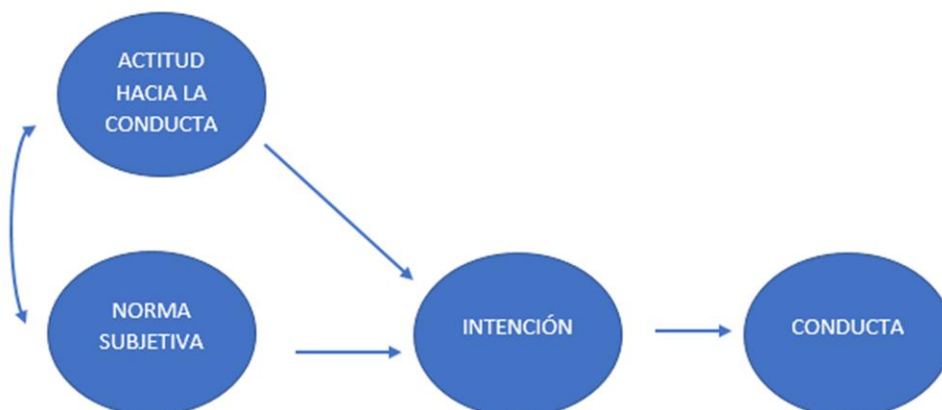
##### 2.2.1 Concepto:

Existen varias teorías para explicar la Intención Emprendedora (Bird, 1988; Douglas y Shepherd, 2000; Shapero y Sokol, 1982) no obstante numerosos estudios realizados en este campo, utilizan como marco de referencia la Teoría de la Acción Planificada (TPB) de Icek Ajzen, considerada como el modelo más sólidamente establecido y extendido en las investigaciones relacionadas con este campo de estudio (Kolvereid, 1996; Liñán y Chen, 2009), siendo aplicada en otras materias como la psicología, la salud y la educación entre otros (Robuan, 2017)

La TPB deriva de la Teoría de la acción razonada. Fue desarrollada por Fishbein y Ajzen en 1975 (Robuan, 2017), quienes afirmaron que el comportamiento humano está bajo control voluntario (Icek Ajzen, 2002). En este modelo, la intención estaba determinada por dos factores, la actitud hacia un comportamiento y la norma subjetiva.

Más tarde en 1991, Ajzen reconoció que no todos los comportamientos eran voluntarios y añadió un tercer antecedente a su teoría anterior, llamado el control percibido (Robuan, 2017). Ambas teorías han sido aplicadas a una amplia variedad de comportamientos, como la pérdida de peso o para la decisión de voto en las elecciones (Ajzen y Fishbein, 1980; Ajzen y Driver, 1992).

Ilustración 0.1 Modelo de la Teoría de Acción Razonada



Fuente: Ajzen y Fishbein (1975)

La Teoría de comportamiento planeado, TPB, nos permite explicar y entender las actividades emprendedoras teniendo en cuenta los factores personales (género o edad) y sociales (nivel socioeconómico) (Krueger, Reilly, y Carsrud, 2000). De este modo, las intenciones emprendedoras pueden ser impulsadas por medio de características

personales (valores, motivaciones y actitudes), del contexto social (percepción de oportunidades y recursos, apoyo social, etc.), la historia de la vida personal (experiencia vicaria) y las habilidades personales (Moriano, 2005; Liñán, 2007; Liñán, Santos, y Fernández, 2011).

El argumento principal de la TPB, es que los comportamientos planeados (por ejemplo, comenzar un negocio) son provocados de forma intencional (Souitaris, Zerbinati, y Al-Laham, 2007). Bird (1988, p. 442) define la intención como “un estado de la mente que dirige la atención de la persona (y, por tanto, la experiencia y la acción) hacia un objeto específico (meta) o hacia un camino para lograr algo (medio)”. Además, se considera el antecedente del comportamiento y se configura como un elemento previo y determinante de la conducta emprendedora (Jaén, 2014). Así la intención emprendedora puede ser definida como un estado de la mente que dirige la acción de un sujeto hacia el desarrollo y el establecimiento de una empresa (Moriano, 2005).

No obstante influencias exógenas, como por ejemplo la demografía, apoyo social, recursos económicos y financieros y, cultura, tienen un afecto significativo en las actitudes e indirectamente en la intención y en el comportamiento (Shapero y Sokol, 1982).

Según Ajzen (1991) las intenciones captan los factores motivacionales que influyen en un comportamiento. Son indicios que miden cómo las personas están dispuestas a intentar conseguir algo, o el nivel de esfuerzo que deberían de ejercer para realizar dicho comportamiento. Además, los valores de la actitud, la norma subjetiva y el control percibido varían a través de comportamientos y situaciones. Por lo tanto, cuanto mayor sea la intención de realizar un comportamiento mayor es la posibilidad que ese comportamiento se lleve a cabo (Robuan, 2017).

Finalmente, de acuerdo con la TPB, la intención emprendedora indica el esfuerzo que un individuo está dispuesto a realizar para poner en práctica un comportamiento emprendedor (Liñán y Rodríguez-Cohard, 2015)

## **2.2.2 Determinantes**

### **2.2.2.1 La actitud emprendedora**

La actitud emprendedora es el primer antecedente de la intención. Se refiere a la evaluación positiva o negativa que realiza un individuo sobre un determinado comportamiento y el resultado de llevar a cabo el mismo (Robuan, 2017). Aplicado al emprendimiento, sería el grado de atracción o deseo de llegar a ser un emprendedor (Padilla-Angulo, 2017). Esta actitud depende de las expectativas y creencias sobre el impacto que supondría para el individuo ser emprendedor (Krueger et al., 2000).

Se podría considerar como una valoración personal. No solo incluye aspectos emocionales o afectivos (si me gusta o es atractivo) sino también como hemos comentado anteriormente, el sujeto evalúa las ventajas e inconvenientes de dicho comportamiento (Liñán y Rodríguez-Cohard, 2015).

Según East (1990), como cita Holdershaw y Gendall (2008), las personas tienen sentimientos negativos y positivos con respecto a un objeto, persona o acción. Por tanto, los individuos realizan un determinado comportamiento cuando lo asocian con sentimientos y resultados positivos. Esta creencia relacionada con la actitud de una persona se denomina creencia del comportamiento. Así que, se deduce que la realización de un determinado comportamiento está asociada con ciertos resultados esperados. La evaluación de dicho resultado se refiere al valor vinculado con el resultado conductual (Robuan, 2017)

**Tabla 0.1 Ejemplo de la intención basado en la creencia del comportamiento y en los resultados**

<b>Creencia del comportamiento</b>	<b>Resultado de la evaluación</b>	<b>Intención</b>
<b>Positivo</b> Si vendo manzanas, conseguiré ingresos	<b>Positivo</b> Ingresos adicionales para aumentar mis ahorros	<b>Actitud positiva hacia una acción específica</b> Mayor probabilidad de vender naranjas
<b>Negativo</b> Si quiero vender online, necesitaré registrar mi compañía	<b>Negativo</b> El registro de la empresa me obligará a declarar el impuesto sobre la renta	<b>Actitud negativa hacia una acción específica</b> Mayor probabilidad de no vender online

*Fuente: Robuan (2017)*

### 2.2.2.2 Norma subjetiva

La norma subjetiva es el segundo antecedente de la intención. Mide la influencia del entorno social en la creencia y motivación de un individuo, para llevar a cabo un determinado comportamiento, tomando un papel importante en la decisión conductual. Se refiere a la importancia de la opinión de la sociedad o entorno cercano en la vida personal de un individuo, a la hora de dar su aprobación o no ante la decisión de crear una empresa, en nuestro caso, basado en las experiencias y expectativas relacionadas con ser emprendedor (Ajzen, 1991).

Este entorno social estaría formado por los padres, hermanos, amigos, entre otros, interfiriendo entre el sujeto y motivándolo a seguir o cumplir con lo que debe hacer. Normalmente la gente lleva a cabo comportamientos considerados positivos (creencia normativa positiva) ya que prefieren cumplir con el deseo de su entorno más cercano (Robuan, 2017).

**Tabla 0.2 Ejemplo de la intención basado en la creencia normativa**

<b>Creencia normativa</b>	<b>Motivación para cumplir</b>	<b>Intención</b>
<b>Positivo</b> Mis padres quieren que yo sea un emprendedor	<b>Positivo</b> Yo quiero escuchar un consejo de mi padre	<b>Norma subjetiva positiva hacia una acción específica</b> Mayor probabilidad de solicitar un curso de negocios en la universidad
<b>Negativo</b> Mis padres no quieren que yo sea un emprendedor	<b>Negativo</b> No me importa lo que mis padres quieran	<b>Norma subjetiva no tiene influencia sobre una acción específica</b> Mayor probabilidad de abrir un negocio con un amigo sin que afecte la opinión de mis padres.

*Fuente: Robuan (2017)*

Sin embargo, este factor no sería de utilidad, si el sujeto tiene un fuerte locus de control interno (Ajzen, 1985; Krueger et al., 2000). Así que la norma subjetiva ejercería una débil influencia en el comportamiento (Armitage y Conner, 2001). Un ejemplo lo encontramos en el caso específico del emprendimiento, donde la existencia de interacciones y efectos indirectos de la norma subjetiva sobre la intención podría explicar estos resultados (Liñán y Chen, 2009).

### 2.2.2.3 Control percibido

El control percibido es el tercer antecedente de la intención. Se define como la facilidad o dificultad de un individuo para llevar a cabo una determinada conducta, por ejemplo ser un emprendedor (Padilla-Angulo, 2017). Normalmente las conductas adoptadas son aquellas que dominamos y controlamos (Jaén, 2014). Es un concepto similar a la autoeficacia o factibilidad percibida (Krueger et al., 2000).

Cuando se introdujo este término en 1991, hacía referencia al control y a las capacidades de un comportamiento. Sin embargo, en 2002, Ajzen lo redefinió como el control percibido sobre el rendimiento de un comportamiento, para evitar un significado erróneo en el control sobre los resultados (Robuan, 2017).

Según Bandura (2007), es definido como la certeza de ejecutar con éxito el comportamiento requerido para producir resultados. Como menciona Ajzen (1991), este antecedente podría predecir comportamientos involuntarios para mejorar la debilidad de la Teoría de Acción Razonada. De hecho, en algunos estudios sobre la autoeficacia de las intenciones emprendedoras se ha sustituido por este antecedente, al demostrar lo confiado que puede sentirse un sujeto al desarrollar un comportamiento emprendedor y comenzar un nuevo negocio (Krueger et al., 2000).

Sin embargo, se ha enfatizado la diferencia entre el control percibido y la autoeficacia (Icek Ajzen, 2002) incluyendo el anterior no solo el sentimiento de llegar a ser un emprendedor, sino, también percepciones sobre la manejabilidad o control del comportamiento.

Este constructo juega un papel principal en determinadas conductas y podría tener dos efectos: predecir la intención y considerarse un predictor directo del comportamiento. Un determinado comportamiento no se llevaría a cabo, si el control percibido sobre dicho comportamiento es bajo, ya que una persona que piensa que no tiene el control sobre el comportamiento, no lo ejecutará, incluso cuando la norma subjetiva y la actitud hacia ese comportamiento sean altas (Robuan, 2017).

Por otro lado, en la creencia de una persona sobre su capacidad para realizar un comportamiento se considera que los factores internos o externos pueden facilitar o inhibir el comportamiento. Además, dicha creencia podría estar basada en la propia experiencia del sujeto o en otros aspectos. Por ejemplo, yo creo que puedo aprender tres idiomas incluso si a la misma vez estoy estudiando otras materias. Si el sujeto cree que tendrá tiempo para aprender y el idioma es fácil, entonces el individuo percibirá un control positivo al realizar ese comportamiento. Como el ejemplo de la tabla 3.2 (Robuan, 2017).

**Tabla 0.3 Ejemplo de la intención basado en el control y en el poder percibido**

<b>Control</b>	<b>Poder percibido</b>	<b>Intención</b>
Probabilidad de jugar al fútbol cuando no soy un buen jugador	Es fácil conseguir el balón cuando no hay muchos jugadores	Mayor probabilidad de jugar al fútbol
Probabilidad de jugar al fútbol cuando está lloviendo	Es difícil jugar al fútbol cuando está lloviendo	Mayor probabilidad de no jugar al fútbol cuando está lloviendo

*Fuente: Robuan (2017)*

### 2.2.2.4 Relaciones entre los tres factores

Por regla general cuanto más favorable sea la actitud y la norma subjetiva con respecto al comportamiento y cuanto mayor sea el control percibido, más fuerte debe ser la intención de un individuo de realizar un determinado comportamiento. Además, la importancia relativa de la actitud, la norma subjetiva y control percibido en la predicción

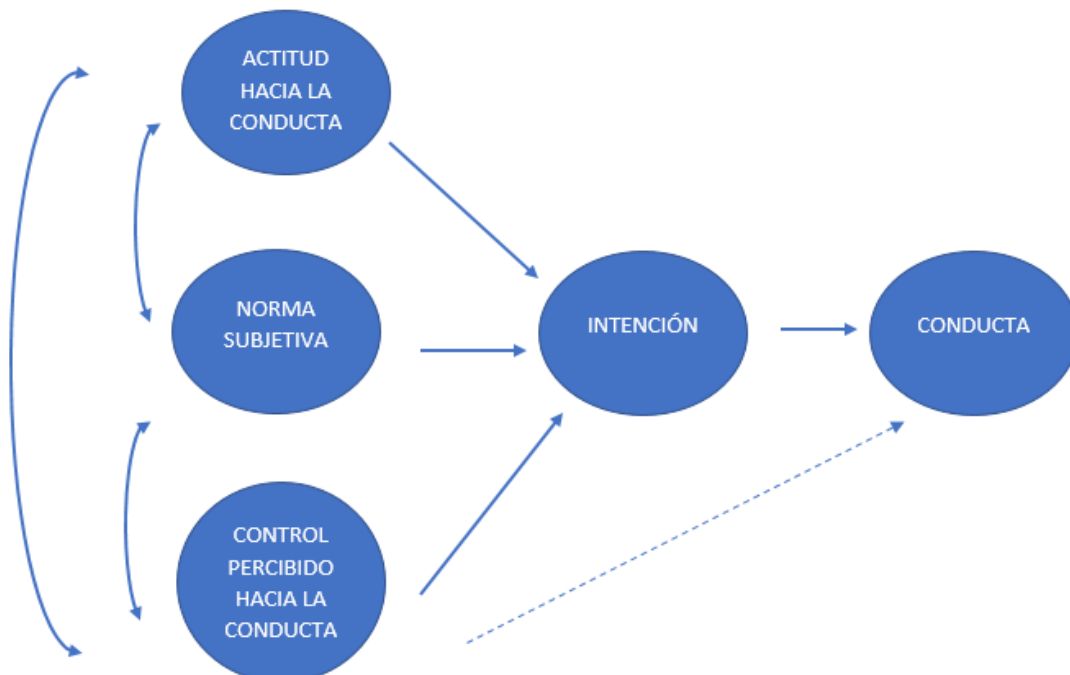
de la intención se espera que varíe a través de comportamientos y situaciones. Así que, en algunas investigaciones se ha hallado que solo las actitudes tienen un impacto significativo en las intenciones. En otros casos, las actitudes y el comportamiento percibido son suficientes para explicar las intenciones y en ocasiones los tres predictores hacen contribuciones independientes (Ajzen, 1991).

La contribución de estos tres factores motivacionales explica que la intención emprendedora no está establecida de antemano. La configuración específica de las relaciones entre los constructos debe ser determinada empíricamente para comportamientos específicos (Ajzen, 1991, 2002).

En particular, la norma subjetiva ejerce una débil influencia en numerosos comportamientos, y un ejemplo de ello lo podemos encontrar en el caso específico del emprendimiento (Autio, H. Keeley, Klofsten, G. C. Parker, y Hay, 2001; Liñán y Chen, 2009; Moriano, Gorgievski, Laguna, Stephan, y Zarafshani, 2012). Puede haber razones para considerar que la norma subjetiva tiene un efecto tanto en la actitud como en el control percibido (Liñán y Chen, 2009).

Desde el punto de vista de capital social, un número de autores discuten si los valores transmitidos por referentes deberían causar percepciones favorables respecto a la actitud percibida y el control percibido (Cooper, 1993; Matthews y Moser, 1995; Scherer, Brodzinsky, y Wiebe, 1991). Los estudios en capital humano sugieren que los valores y normas transmitidas por otras personas importantes para el sujeto, afectan a las motivaciones (Casson y Della Giusta, 2007). Así que estos valores -recibidos por los demás- pueden particularmente determinar la actitud emprendedora y el control percibido. Estas influencias indirectas están presentes en el caso del emprendimiento (Autio et al., 2001; Liñán y Chen, 2009). Este cambio en el modelo de la intención emprendedora ha sido usado como una herramienta en programas de educación empresarial (Frestschner y Weber, 2013).

**Ilustración 0.2 Modelo de la Teoría de la Acción Planificada**



Fuente: Ajzen (1991)

Por lo tanto, aunque algunas investigaciones están de acuerdo de la relación directa entre la norma subjetiva y la intención, puede existir controversia en dicha relación. En este sentido, la posibilidad de efectos indirectos en la norma subjetiva y en la intención emprendedora debería investigarse más a fondo (Liñán y Chen, 2009).

Liñán y Santos (2007) describen la norma subjetiva como una forma específica de capital social y sugieren un efecto de causalidad sobre los otros dos antecedentes de la intención. Por otro lado, el capital humano y otros factores demográficos tienen influencia en la intención ( Tubbs y Ekeberg, 1991 Boyd y Vozikis, 1994; Lee y Wong, 2004). En particular, un gran conocimiento de diferentes aspectos emprendedores seguramente contribuirán a la obtención de percepciones más reales sobre la actividad empresarial (Icek Ajzen, 2002), así que indirectamente influye en las intenciones.

El interés por la experiencia y la educación ha sido destacado ampliamente, por el incremento de conocimiento que aporta (Cooper, 1985, 1993). Se espera que las diferentes circunstancias que modifican el nivel de conocimiento emprendedor tengan efectos distintos y significativos sobre los antecedentes de la intención motivacional (Liñán y Chen, 2009).

### 2.1.3 Aplicación teórica de la TPB en el emprendimiento

La teoría del Comportamiento Planeado de Ickx Ajzen, ha sido aplicada a diversos estudios enmarcados en el área del emprendimiento. La Tabla 2.4. muestra un cuadro resumen de algunos estudios en los que ha sido aplicada la Teoría del Comportamiento Planeado.

**Tabla 0.4 Aplicación de la TPB en estudios empíricos**

<b>Autor</b>	<b>Año</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Muestra</b>	<b>Resultado</b>
Krueger et al.	2000	Negocios como carreras profesionales	Estudiantes de negocios	Compara el modelo de Shapero de la EE con la TPB para predecir la intención
Armitage and Conner	2001	Meta-análisis de 185 estudios		La TPB explica el 27% del comportamiento y el 39% de la intención
Autio et al.	2001	Los negocios como opciones profesionales	Estudiantes de universidad de varios países	La TPB explica el 21% de las variaciones en la intención emprendedora
Fayolle and Gailly	2005	Infraestructura para analizar programas de emprendimiento	Estudiantes que asisten a un curso de un día	La TPB puede ser usada para acceder al emprendimiento incluso a pequeña escala
Souitaris et al.	2007	Efectividad de un programa de educación de emprendimiento	Estudiantes antiguos	Marco conceptual
Turker & Selcuk	2009	El impacto de la intención emprendedora	Estudiantes de universidad	Factores educativos y estructurales que afectan a la intención emprendedora
Liñán and Chen	2009	Emprendedor como una elección de carrera	Muestra de dos países	Apoyo del uso de la TAP en la predicción de la intención incluso con diferentes ambientes culturales
Gelderen et al.	2008	La intención emprendedora en los estudiantes de negocios	Estudiantes de negocios en Ámsterdam	La alerta emprendedora y la seguridad financiera explica la intención
Liñán et al.	2011	Usando el cuestionario EIQ y un factor de procedimiento de regresión	Estudiantes de universidad en Andalucía	Mantener la viabilidad percibida y la oportunidad como principal factor para explicar la IE
Merle Kuttim et al.	2014	El impacto de la satisfacción en la intención	17 países europeos	El apoyo de la educación emprendedora tiene un impacto positivo en la intención, pero no entre diferentes géneros

*Fuente: elaboración propia*



Por otro lado, Liñán y Chen (2009) la han aplicado para la construcción de un cuestionario sobre la intención empresarial y analizar sus propiedades psicométricas a una muestra de 519 individuos procedentes de España y Taiwán, dos entornos culturales totalmente diferentes. Segundo lugar, Moriano et al. (2012) llevó a cabo un estudio con una muestra de 1074 estudiantes de distintos países (Alemania, India, Irán, Polonia, España y los países bajos) y en las que se evalúa la intención emprendedora. Finalmente, Robuan (2017) realizó un estudio enfocado en la intención de los estudiantes de primer año de todas las disciplinas de la Universidad Nacional de Malasia, al introducir por primera vez un curso obligatorio sobre emprendimiento.

## **2.2 EDUCACIÓN EMPRENDEDORA**

Hoy en día, el emprendimiento es considerado un fenómeno global y se ha convertido en la espina dorsal de las economías (Robuan, 2017). Por eso, su difusión a través de la educación es sumamente importante. La educación emprendedora se ha extendido rápidamente entre las instituciones de enseñanza superior en un gran número de países alrededor de todo el mundo (Fretschner y Weber 2013). Así el emprendimiento ha sido atribuido como vehículo de renovación y promoción económica y de crecimiento (Greene y Saridakis 2008).

El primer curso sobre emprendimiento fue impartido en 1947, en la escuela de negocio de Harvard por Myles Mace (Katz, 2003). Este hecho fue clave para la expansión y divulgación de la educación emprendedora a través de cursos instructivos, llegando a ser Estados Unidos el país líder donde desempeñar este tipo de formación (Robuan, 2017).

Actualmente, la mayoría de las observaciones están de acuerdo con que es el momento para realizar ciertos cambios en los modelos de negocios tradicionales de las escuelas (Bécharde y Grégoire, 2005; Gibb, 2002; Jones y Iredale, 2014; Sarasvathy y Vankataraman, 2011). Además, si se desea fomentar una mente emprendedora, la innovación y las pedagogías centradas en el estudiante deberían ser introducidas en la educación emprendedora (Fiet 2001; Hytti y O'Gorman, 2004; Jones y Iredale, 2014; Kyrö y Carrier, 2005; Solomon, 2007).

Sin embargo, no existe suficiente conocimiento sobre cómo la educación emprendedora incrementa la intención y efectivamente no todos los estudios pueden corroborarlo (Oosterbeek, van Praag, y Ijsselstein, 2010).

### **2.2.1 Concepto**

Podríamos definir la educación emprendedora como la oferta formativa que proporciona a los estudiantes, los conocimientos, las capacidades y los atributos necesarios para iniciar una nueva empresa o negocio (QAA, 2012).

Un punto a favor de la educación emprendedora es que el emprendimiento puede ser enseñando (Fretschner y Weber 2013), contribuye a desarrollar la intencionalidad emprendedora entre los estudiantes y básicamente facilita la creación de negocios (Pittaway, Luke y Cope, 2007). Además, el desarrollo de las intenciones empresariales está aumentando cada día más, promovándose desde el comienzo de la educación superior con el objetivo de estimular el comportamiento emprendedor (Smith y Beasley 2011).

Por otro lado, es importante entender como los estudiantes forman y crean sus intenciones emprendedoras, puesto que se les consideran el predictor más efectivo para el emprendimiento (Krueger et al., 2000). Investigaciones previas destacan la necesidad de acciones procedentes de instituciones académicas para una adecuada comprensión

del impacto, que el emprendimiento ha tenido en la intención emprendedora de los estudiantes (Liñán, Urbano, y Guerrero, 2011).

No obstante, existe un número de estudios limitados sobre la intención emprendedora en los estudiantes de primer año de enseñanza superior (Majumdar and Varadarajan 2013)

Un desarrollo temprano de las intenciones empresariales particularmente conduce a una persistencia de la intención cuando deseamos comenzar un negocio (DeGeorge y Fayolle 2008). Así los programas de emprendimiento en el primer año de educación superior juegan un papel importante en el desarrollo de intenciones empresariales. No obstante, existen muy pocos trabajos sobre el desarrollo de las intenciones empresariales especialmente en los estudiantes de primer año (Nabi et al., 2018).

Según Souitaris, Zerbinati y Al-Laham (2007) existen dos principales áreas en las que se enmarca la educación emprendedora: el aprendizaje emprendedor (conocimiento y habilidades) y la inspiración emprendedora (cambios en las mentes de los individuos hacia el emprendimiento)

## **2.2.2 Áreas de la educación emprendedora**

### **2.2.2.1 Aprendizaje**

El aprendizaje impulsa el conocimiento sobre el emprendimiento que los estudiantes adquieren durante un programa (Souitaris et al., 2007).

Johanisson (1991) propone una clasificación conceptual con cinco niveles de aprendizaje provenientes de la educación emprendedora: por qué los emprendedores actúan (valores, motivación), qué va a ser realizado (conocimiento), cómo llevarlo a cabo (habilidades), a quién deberíamos conocer (habilidades sociales y redes de contactos) y finalmente cuándo actuar (experiencia e intuición).

Los resultados actuales asocian el conocimiento previo con la identificación de un gran número de oportunidades empresariales e innovadoras (Shepherd y DeTienne, 2005). Este conocimiento previo se refiere a la información que posee un individuo, característico de un tema determinado (Venkataraman, 1997) y puede ser el resultado de las experiencias o educación recibida (Gimeno, Folta, Cooper, y Woo, 1997).

La educación derivada del conocimiento (referido al capital humano) facilita la integración y acumulación de nueva información, proporcionando a las personas un conjunto de oportunidades (Gimeno et al., 1997). El conocimiento (proveniente de la educación) conduce a oportunidades empresariales de mayor calidad, de ahí que la materia aprendida durante un programa de emprendimiento ayudaría a los participantes a identificar sus propias habilidades y por lo tanto aumentar actitudes y sus intenciones empresariales (Souitaris et al., 2007). Un reciente estudio (Lorz, Mueller, & Volery, 2013) afirma esta una relación positiva entre participar en un programa educación emprendedora y las intenciones empresariales.

### **2.2.2.2 Inspiración**

La inspiración se define generalmente como la inyección de alguna idea o propósito en la mente y en la conciencia o la creación de estímulos (Diccionario Oxford; Simpson y Weiner, 1989)

Según Thrash y Elliot como cita Soutirais et al. (2007), la inspiración es evocada (provocada por alguna causa), en lugar de iniciarse directamente a través de un acto de voluntad o surgir sin causa aparente. Este concepto implica motivación, llegando a reactivar el estímulo directo del comportamiento hacia una meta deseada (Nabi et al., 2018). Es necesario un detonante como por ejemplo, una persona, idea o suceso (Thrash y Elliot 2003) pudiendo influenciar en los nuevos pensamientos y comportamientos que ayudan al logro de objetivos individuales (Nabi et al., 2018).

Dentro del contexto de la educación emprendedora, la inspiración emprendedora ha sido definida como un cambio de actitud (emoción) y mente (motivación) causado por eventos y aportaciones de programas orientados hacia a ser un emprendedor (Souitaris et al., 2007).

Este concepto implica emociones tales como la elevación, el respeto y la admiración, un sentimiento que a menudo se asocia con el “enamoramamiento” (Branzei y Zietsma, 2003). Las emociones se definen como manifestaciones personales de estados afectivos o “agitados” (Shepherd, 2003). Por lo tanto, la inspiración tiene un elemento emocional en sí mismo, según Falcioni (2001) implica un cambio de actitud y de mentalidad. Además, abarca una motivación directa hacia un nuevo objetivo. Según Isabella (1990), la inspiración implica pensamientos y comportamientos más actualizados.

### **2.2.3 Influencia de la educación emprendedora en la intención**

El impacto de la educación emprendedora en las actitudes y en la intención sigue siendo un asunto sin determinar (Gorman, Hanlon, y King, 1997; Krueger y Deborah Brazeal, 1994; Peterman y Kennedy, 2003). Como ya hemos comentado anteriormente, las intenciones están determinadas por actitudes y dichas actitudes afectadas por influencias exógenas, tales como rasgos de la personalidad y variables situacionales (Ajzen, 1991; Krueger et al., 2000).

Según Souitaris (2007) en su estudio sobre los efectos de los programas sobre formación para el emprendimiento, sitúa a la educación emprendedora como un factor de influencia externa, tanto en la actitud como en la intención. Concretamente hace referencia a los programas de emprendimiento, un concepto más amplio que un curso, ya que incluyen una serie de actividades complementarias agrupadas en cuatro componentes: de enseñanza, de plan de negocio, de interacción práctica y el último relacionado con el apoyo de la universidad (recursos de búsqueda de mercados, espacio para reuniones, entre otros)

Además, según Ajzen (2006), “Las Intervenciones diseñadas para cambiar el comportamiento pueden ser dirigidas a uno o más de sus determinantes: actitudes, normas subjetiva o percepciones del control”. Los cambios en estos factores deberían producir modificaciones en las intenciones del comportamiento. En este caso, la educación emprendedora se utiliza como un elemento para modificar la intención. Algunos estudios han destacado el efecto positivo de la educación empresarial en la intención (Liñán, Santos, et al., 2011; Souitaris et al., 2007; Wu y Wu, 2008; Turker y Selcuk, 2009; Ertuna y Gurel, 2011; Saravanakumar y Saravanan, 2012).

Liñán (2007) expone que las habilidades empresariales, las cuales podrían desarrollarse a través de la educación empresarial, tendrían un impacto en la intención. Sin embargo, hay estudios que muestran la ausencia de efecto de la educación emprendedora en las características personales y en la intención (Gurel, Altinay y Daniele, 2010) e incluso hallaron un impacto negativo en la intención empresarial (Oosterbeek et al., 2010).



## CAPITULO 3

### METODOLOGÍA

#### 3.1 DISEÑO DEL ESTUDIO EMPÍRICO

Se trata de un seguimiento sobre una encuesta que se realizó el 2016 a los alumnos de primer curso de las facultades de Ciencias Económicas y Empresariales y de Turismo y Finanzas de la Universidad de Sevilla cuyo objetivo fue identificar qué factores influyen en la intención empresarial de los estudiantes encuestados (Fernández, 2017). Este año hemos vuelto a contactar con dichos alumnos por correo electrónico para que rellenaran un nuevo cuestionario voluntariamente. El cuestionario se ha realizado mediante la herramienta Google Forms, en Google Drive, y se ha distribuido a través de la aplicación Gmail. Los datos personales fueron proporcionados por los alumnos el pasado año de forma opcional con el objetivo de continuar con la investigación, siendo tanto los datos obtenidos este año como los proporcionados a través del estudio de 2016, custodiados de forma anónima. El total de alumnos que respondieron a la encuesta fueron 54 de los 198 que proporcionaron sus datos personales en 2016.

Tras la recolección de datos, estos han sido analizados e interpretados mediante la opción insertar tabla del programa Excel, utilizando la opción de filtros y tablas dinámicas para agilizar el estudio. Estas herramientas anteriormente comentadas, nos han permitido seleccionar una variable y observar el efecto que causaba en los resultados.

Por un lado, hemos calculado la media aritmética de la intención y sus determinantes de los todos los alumnos que han participado para realizar un análisis descriptivo y comparar los resultados, con los de que se obtuvieron en 2016. Además, se han añadido gráficos y tablas para facilitar la interpretación de los datos.

Por otro lado, para el análisis del efecto de la educación emprendedora hemos usado un índice calculado a través de los resultados obtenidos de las cinco preguntas realizadas en el cuestionario para evaluar este ítem.

Las preguntas que aparecen en el cuestionario están vinculadas con los tres factores que intervienen en la intención emprendedora: actitudes personales, normas subjetivas y control percibido. Además, aparece una nueva sección relacionada con la educación emprendedora recibida por los encuestados hasta la fecha y la influencia de dicha formación en la intención emprendedora. Por último, se dedica una sección a las variables demográficas y a la situación laboral.

#### 3.2 DESCRIPCIÓN DEL CUESTIONARIO

El cuestionario se divide en 9 partes y se utiliza una escala de valoración de 1 (nada importante) a 7 muy importante. Las seis primeras corresponden a la intención emprendedora y sus determinantes, de la parte 5-9 a la educación emprendedora y la última parte a los datos demográficos del alumno.

La primera y la segunda parte se evalúa la actitud emprendedora de los alumnos. Cada parte está formado por seis preguntas. La tercera parte está destinada al control percibido, mediante cuatro cuestiones se intenta medir la capacidad del individuo. En la cuarta y quinta parte se estudia los posibles efectos de la norma subjetiva, constituida por 3 ítems cada parte. Finalmente, en la quinta parte se medirá la intención

empresarial, mediante 6 ítems. Todos los ítems de estos bloques están valorados con la escala explicada anteriormente.

Para evaluar la influencia de la educación empresarial, los que han recibido formación empresarial responderán a las preguntas 7, 8, 9 y 10 y los que no han recibido formación empresarial contestarán solamente a las preguntas 7 y 11.

Esta sección comienza con la pregunta 7 a la que los alumnos responderán sí o no han recibido formación específica sobre el emprendimiento. En caso afirmativo, automáticamente el alumno responderá la pregunta 8. En la pregunta 9, se les plantea a los estudiantes si en ese tipo de formación, ha habido algún elemento que le haya inspirado para ser emprendedor. Si ese elemento ha existido, pasarán a la pregunta 10 y en caso de que no, tendrán que responder a la sección relacionada con los datos demográficos, de obligatoriedad de todos los alumnos.

Si el alumno no hubiera recibido formación específica para el emprendimiento, respondería a la pregunta 11, relacionada con la formación obtenida en la universidad.

## CAPÍTULO 4

### RESULTADOS DEL ANÁLISIS

En este capítulo, trataremos de comparar la información extraída de los cuestionarios respondidos, con los datos procedente de un estudio descriptivo que se realizó a los alumnos de las titulaciones relacionadas con economía y empresa en 2016. El objetivo es analizar, la evolución de la intención emprendedora según el género, el grupo de edad y el nivel socioeconómico y observar cómo ha influido la educación emprendedora en dicha intención y en sus tres determinantes (actitud, control percibido y norma subjetiva).

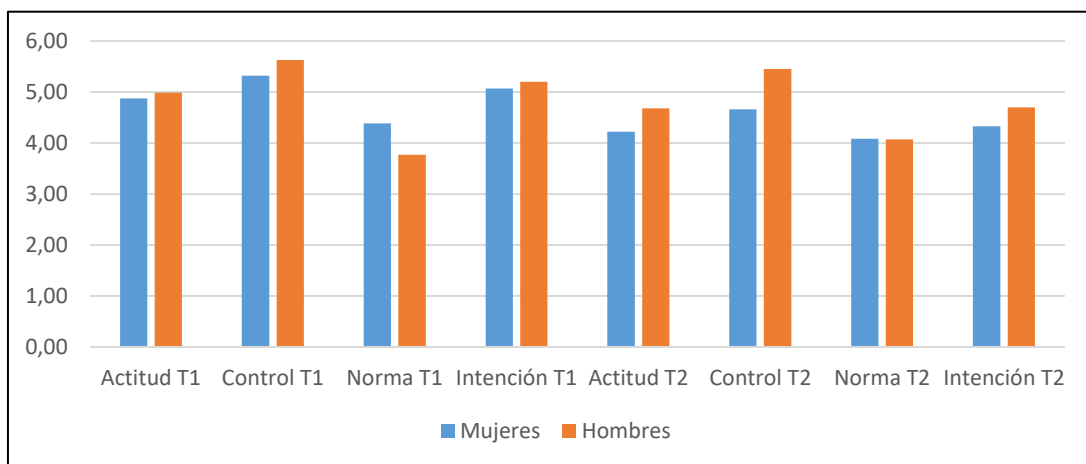
#### 4.1 GÉNERO

**Tabla 2.1 Variación de la IE según el sexo 2016-2018**

	MUJER (28)				HOMBRE (26)			
	ACTITUD	CONTROL	NORMA	INTENCIÓN	ACTITUD	CONTROL	NORMA	INTENCIÓN
T1 (2016)	4,88	5,37	4,47	5,28	5,43	5,48	3,86	5,4
T2 (2018)	4,1	4,66	3,81	4,2	4,91	5,35	3,95	4,58
VAR	-0,78	-0,71	-0,66	-1,08	-0,52	-0,13	0,09	-0,82

*Fuente: elaboración propia*

**Gráfica 2.1 Variación de la IE según el género 2016-2018**



*Fuente: elaboración propia*

En la tabla 4.1 observamos la evolución de la intención emprendedora y sus componentes según el sexo, hombre y mujer. Por un lado, la intención emprendedora ha disminuido en 2018 con respecto a 2016 para ambos géneros, dicha variación es mayor en las mujeres (-1,08) y menor en los hombres (-0,82). Este hecho puede ser debido a que las mujeres están expuestas a mayores obstáculos y prejuicios que los hombres cuando tratan de iniciarse o progresar en el mundo laboral.

Por otro lado, la actitud y el control percibido también presentan una variación negativa en ambos géneros y siendo más acentuada en las mujeres que en los hombres. Sin embargo, destacamos que la norma subjetiva es mayor en las mujeres, aunque en los hombres ha experimentado una variación positiva (0,09) durante 2018 con respecto a 2016 que puede ser causada por la experiencia positiva que han experimentado sus familiares en el ámbito empresarial.

## 4.2 GRUPO DE EDAD

En cuanto a la edad de los estudiantes, se ha dividido en tres grupos: 17 y 18 años, que estaría formado por los estudiantes que han comenzado su primer año en la facultad; 19 y 20 años, los que ha repetido alguna vez, y más de 21 años, han repetido más de 1 vez.

Para los tres grupos de edades la intención ha disminuido durante periodo de estudio (2016-2018), aunque esta cifra se ha mantenido superior al punto medio de la escala en los tres grupos de edad. Puede ser que los estudiantes presenten menor impulso para emprender.

Los estudiantes de 21 o más años, son los que han experimentado una caída más acentuada de la intención pasando de 5,13 a 4,13. Al igual sucede con el resto de los factores durante 2018, la norma subjetiva cae en 0,7, llegando a la cifra de 3,16 y el control percibido en un 0,8 alcanzando el 4,68. La caída más significativa es protagonizada por la actitud, que disminuye hasta 3,88, una variación negativa de 1,23 puntos.

En el grupo de 19-20 años, la intención emprendedora (4,85) en 2018, es la más alta en comparación con el resto de los grupos, con una variación negativa (-0,5) respecto a 2016. Los tres factores disminuyen, con una variación de 0,38 en la actitud y 0,29 en el control. La norma subjetiva encabeza la caída, con una variación del 0,75.

**Tabla 2.2 Variación de la IE según la edad de los estudiantes 2016-2018**

	17-18 (31)	19-20 (12)	21 o más (11)
<b>ACTITUD T1</b>	4,93	4,75	5,11
<b>ACTITUD T2</b>	4,67	4,37	3,88
<b>VARIACIÓN</b>	-0,26	-0,38	-1,23
<b>CONTROL T1</b>	5,44	5,53	5,48
<b>CONTROL T2</b>	5,10	5,24	4,68
<b>VARIACIÓN</b>	-0,34	-0,29	-0,80
<b>NORMA T1</b>	3,88	4,85	3,86
<b>NORMA T2</b>	4,39	4,10	3,16
<b>VARIACIÓN</b>	0,51	-0,75	-0,70
<b>INTENCIÓN T1</b>	5,03	5,40	5,13
<b>INTENCIÓN T2</b>	4,51	4,85	4,13
<b>VARIACIÓN</b>	-0,52	-0,55	-1,00

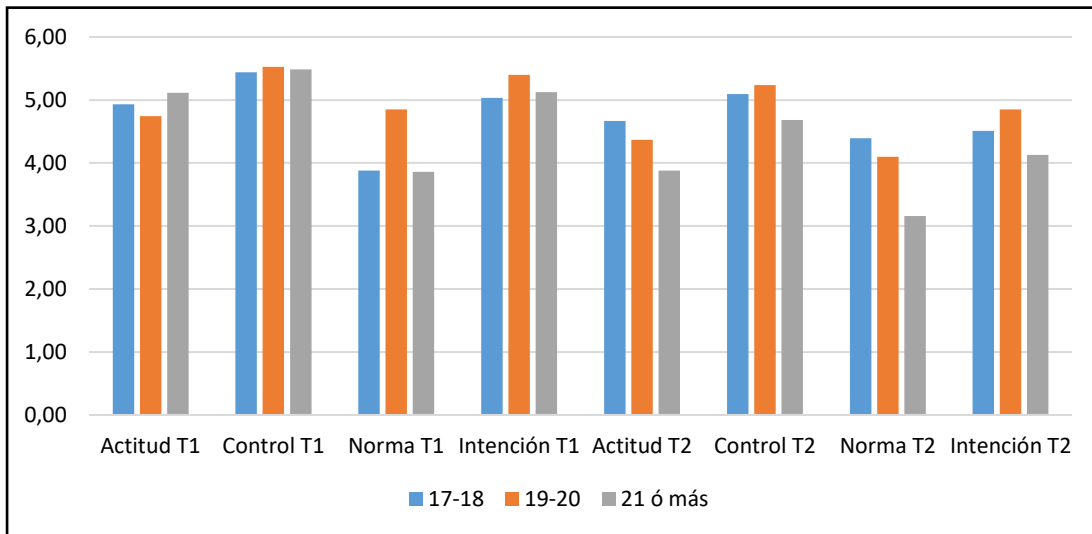
*Fuente: elaboración propia*

En el grupo de 17-18, la intención emprendedora ha presentada una variación similar al grupo anterior. La variación de la actitud (-0,26) aunque ha sido negativa, es la menor,



resultando el mayor nivel de actitud de los tres grupos en 2018. El control ha decrecido en 0,34 pero se encuentra alrededor de la media y en el caso de la norma subjetiva la variación ha sido positiva, llegando al 0,50.

**Gráfica 2.2 Variación de la IE según la edad de los estudiantes 2016-2018**



Fuente: elaboración propia

### 4.3 NIVEL SOCIOECONÓMICO

El nivel socioeconómico se ha agrupado en tres niveles: nivel bajo (en el que encontramos los estudiantes de nivel bajo y medio-bajo), nivel medio y por último agrupados en el nivel alto, los estudiantes de nivel medio-alto y alto.

Los estudiantes que han marcado un nivel socioeconómico bajo tienen una intención de un 4,2 en 2018. Esta cifra ha disminuido un 0,6 con respecto a 2016 y es la más baja de todos los niveles. La actitud ha variado de forma negativa en 0,24 y el control percibido un 0,41 pudiendo ser provocado por impedimentos o alguna dificultad que los estudiantes hayan experimentado para llevar a cabo una idea o incluso plantearse emprender. Además, todos los componentes de este grupo son alumnos que han repetido una vez o más de una vez y este hecho puede influir. Por otro lado, destacamos el aumento de la norma subjetiva que puede ser propiciada por una experiencia positiva de parientes cercanos y amigos a la hora emprender.

Para los que han seleccionado un nivel medio, la intención ha sufrido una variación negativa de 0,6 llegando hasta la cifra de 4,45. La norma subjetiva en 2018 (4,37) se mantiene casi en el mismo nivel que en 2016 (4,27). No obstante, la actitud y el control percibido presenta la misma variación (-0,5), los estudiantes se sentirán un poco más pesimistas a la hora de emprender y habrán observado ciertos obstáculos.

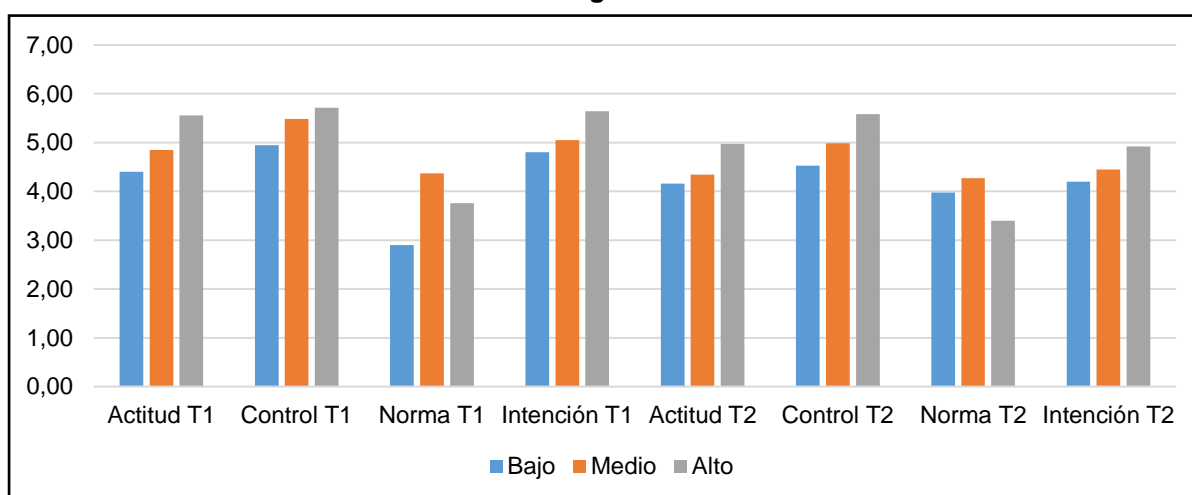
Por último, los alumnos de nivel socioeconómico más alto son los que han sufrido una mayor disminución de la intención 5,64 en 2016 y 4,92 en 2018, aunque siguen siendo en ambos momentos los que expresan un mayor nivel absoluto de intención emprendedora. El resto de los factores han experimentado también una variación negativa, la actitud (-0,59), el control (-0,16) y la norma (-0,14). Como se puede apreciar la norma subjetiva y el control han sido menos perjudicados.

Tabla 2.3 Variación de la IE según el nivel socioeconómico 2016-2018

	Bajo (6)	Medio (38)	Alto (10)
<b>ACTITUD T1</b>	4,40	4,85	5,56
<b>ACTITUD T2</b>	4,16	4,35	4,97
<b>VARIACIÓN</b>	-0,24	-0,50	-0,59
<b>CONTROL T1</b>	4,94	5,49	5,72
<b>CONTROL T2</b>	4,53	4,98	5,58
<b>VARIACIÓN</b>	-0,41	-0,51	-0,14
<b>NORMA T1</b>	2,90	4,37	3,76
<b>NORMA T2</b>	3,98	4,27	3,40
<b>VARIACIÓN</b>	1,08	-0,1	-0,36
<b>INTENCIÓN T1</b>	4,80	5,05	5,64
<b>INTENCIÓN T2</b>	4,20	4,45	4,92
<b>VARIACIÓN</b>	-0,60	-0,60	-0,72

Fuente: elaboración propia

Gráfica 2.3 Variación de la intención según el nivel socioeconómico 2016-2018



Fuente: elaboración propia

#### 4.4 EMPRESARIO EN LA FAMILIA EN T1 (2016) – T2 (2018)

Comentaremos la influencia en la intención y en sus determinantes, de conocer o no a un empresario que pertenezca a la familia.

- **PERIODO T1 (2006)**

En el 2016 un tercio de los estudiantes aproximadamente no conocía a ningún empresario que fuese familiar, sin embargo, la mayoría (59%) sí. Esto hecho repercute en la intención y en sus componentes, ya que observamos valores más bajos en los alumnos que no conocían a un empresario en comparación con los alumnos que sí lo conocían y con experiencia positiva.

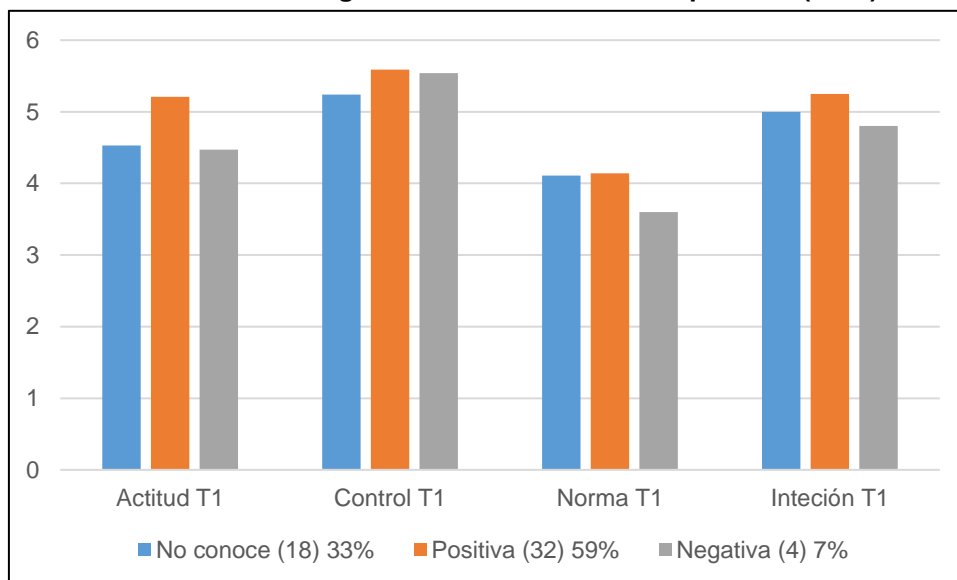
Como se observa en la tabla 4.4 los alumnos que no conocían a ningún empresario tienen una intención de 5,00 mientras los que sí conocían presentaban una intención de 5,25. Aunque la diferencia no es muy alta, estos alumnos se verán más atraídos hacia la idea de emprender (5,21), percibirán menos obstáculos (5,59) y tendrán más en cuenta la opinión por parte de sus familiares (4,60). Por otro lado, los alumnos que no conocían a un empresario presentan una norma subjetiva (4,11) menor, pero no mantienen demasiada diferencia con los sí conocían a un empresario. La actitud emprendedora (4,53) y el control percibido (5,24) mantienen los valores más bajos, aunque por encima del nivel medio de la escala situado en el valor 4.

**Tabla 2.4 La IE según si conoce o no a un empresario 2016**

	ACTITUD T1	CONTROL T1	NORMA T1	INTENCIÓN T1
No conoce (18) 33%	4,53	5,24	4,11	5,00
Positiva (32) 59%	5,21	5,59	4,14	5,25
Negativa (4) 7%	4,47	5,54	3,60	4,80

Fuente: elaboración propia

**Gráfica 2.4 La IE según si conoce o no a un empresario (2016)**



Fuente: elaboración propia

Por último, solo un 7% de los estudiantes presentan una experiencia negativa. Como consecuencia, su intención emprendedora (4,80), es la más baja de todo el grupo. Esta disminución se debe a que las experiencias negativas de los familiares presentan una gran influencia, aportando una actitud más desfavorable (4,47), mayor número de obstáculos a la hora de emprender (5,54), un menor apoyo esperado de parte de sus familiares (3,60).

#### • PERIODO T2 (2018)

Durante el periodo 2016-2018 observamos que ha disminuido el número de alumnos que no conocía a ningún empresario (tabla 4.4), aumentando en dos alumnos tanto los que han tenido una experiencia positiva como negativa.

Un 22% de los estudiantes aproximadamente no conocía a ningún empresario que fuese familiar. Esto repercute en su intención (4,57) aunque en este caso es casi tan

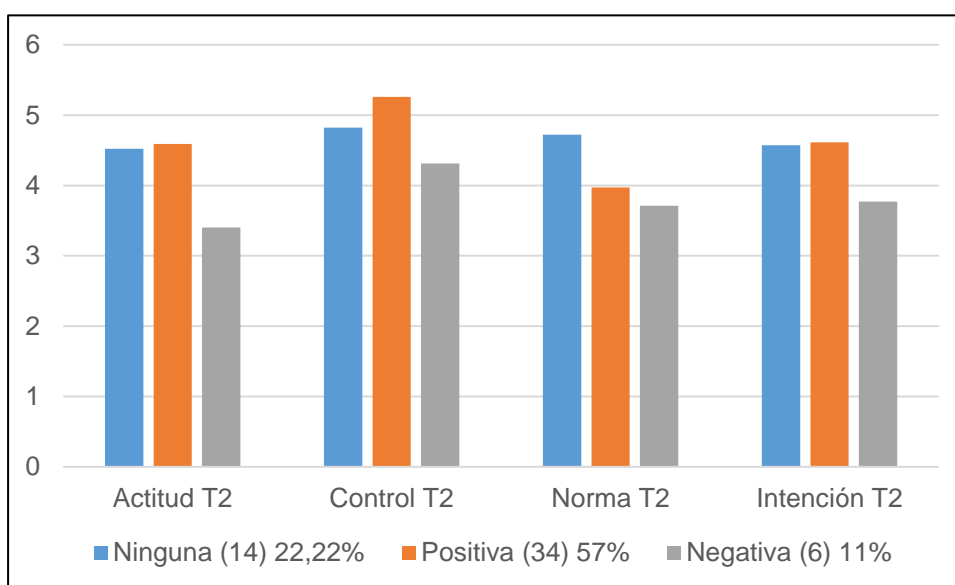
alta como la de los que conocían a un empresario y tiene una valoración positiva de él/ella, al igual que el resto de los factores: actitud 4,52, norma subjetiva 4,82 (en este caso es incluso superior) y control percibido 4,72.

**Tabla 2.5 La IE según sí conoce o no a un empresario (2018)**

	ACTITUD T2	CONTROL T2	NORMA T2	INTENCIÓN T2
Ninguna (14) 22,22%	4,52	4,82	4,72	4,57
Positiva (34) 57%	4,59	5,26	3,97	4,61
Negativa (6) 11%	3,40	4,31	3,71	3,77

*Fuente: elaboración propia*

**Gráfica 2.5 La IE según si conoce o no a un empresario (2018)**



*Fuente: elaboración propia*

Solo un 11% de los estudiantes presenta una experiencia negativa. Este hecho repercute tanto en la intención, la cual alcanza el valor más bajo (3,77), como en el resto de los factores. En este caso, los alumnos poseen una actitud desfavorable (3,40), y perciben más obstáculos (4,31) si decidieran emprender. Además, el poder ejercido por la opinión de los demás en sus decisiones empresariales (3,71) se sitúa en cifras inferiores, en comparación con los que han experimentado una experiencia positiva y con los que no conocen a ningún empresario.

Por último, el 57% de los estudiantes presentan una experiencia favorable, siendo su intención emprendedora 4,61, el valor más alto con respecto al resto de estudiantes. Debido a este hecho, la actitud emprendedora (4,59) y el control percibido (5,26) presentan los valores más altos, a excepción de la norma subjetiva 3,97.

## 4.5 PARTICIPACIÓN EMPRENDEDORA

Para analizar la influencia de la educación emprendedora en la intención, además de evaluar sus tres componentes, utilizaremos el índice de educación emprendedora (EE), a través del cual determinaremos como ha repercutido la formación recibida en los estudiantes.

El índice de educación emprendedora mide la influencia de los conocimientos aprendidos y la experiencia adquirida en materia empresarial, evaluando si han aumentado o disminuido las capacidades y actitudes emprendedoras, además de las habilidades prácticas para crear una empresa, identificación de oportunidades y desarrollo de una red de contactos. La escala de valoración utilizada coincide con la que hemos seleccionado para valorar los resultados de todo el trabajo, 1 (nada importante) y 7 (muy importante). Para calcular este índice, han sido necesarias las puntuaciones correspondientes a la pregunta número 8 (en el caso los alumnos que sí han recibido formación) y a la pregunta número 11 (para los alumnos que no han recibido formación). Tanto en la sección 8 como en la 11 los estudiantes han tenido que valorar cinco cuestiones. A continuación, se ha calculado la media de las puntuaciones de estas cinco preguntas a nivel individual y posteriormente, el promedio de todas las puntuaciones de los estudiantes. De este modo hemos obtenido el índice de EE.

En cuanto a la interpretación de los resultados, el valor mínimo lo situaremos en 1, señalando que la educación emprendedora no ha aportado nuevas nociones sobre el mundo empresarial, y su valor máximo en 7, en este caso la educación emprendedora ha impulsado la adquisición y el aprendizaje de nuevos conocimientos sobre el emprendimiento. No obstante, definiremos el valor medio en 4, una cifra de referencia para determinar que la educación emprendedora recibida ha tenido algún efecto significativo en el estudiante.

### 4.5.1 Alumnos que han no participado en la educación emprendedora

Según hemos comentado anteriormente, la educación emprendedora es considerada un factor de influencia externa en la intención (Souitaris et al., 2007), por lo tanto aquellos alumnos que reciban algún tipo de formación desarrollarán una mayor intención emprendedora y un mayor número de facilidades para desarrollar habilidades empresariales en comparación con los que no la reciban.

**Tabla 2.6 Variación de la IE en los alumnos que no han recibido formación**

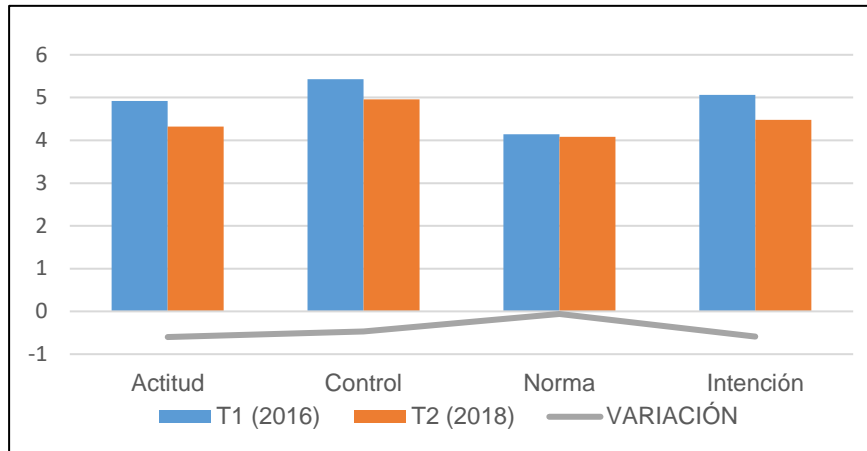
	ACTITUD	CONTROL	NORMA	INTENCIÓN
<b>T1 (2016)</b>	4,92	5,43	4,14	5,06
<b>T2 (2018)</b>	4,32	4,96	4,08	4,48
<b>VAR</b>	-0,60	-0,47	-0,06	-0,59

*Fuente: elaboración propia*

Con respecto a los alumnos que no han recibido formación emprendedora, en términos generales, la intención ha disminuido hasta 4,48 en 2018, cuya variación ha sido de 0,59 similar a la que ha sufrido tanto el control percibido (0,47), como la actitud (0,60). Además, apreciamos que la disminución de la norma subjetiva ha sido menos significativa (-0,06). Cabe destacar que la formación universitaria que han recibido

dichos alumnos no les ha impulsado a mejorar sus aptitudes empresariales o identificar oportunidades. De la misma manera tampoco han estado en contacto de un centro de apoyo a emprendedores.

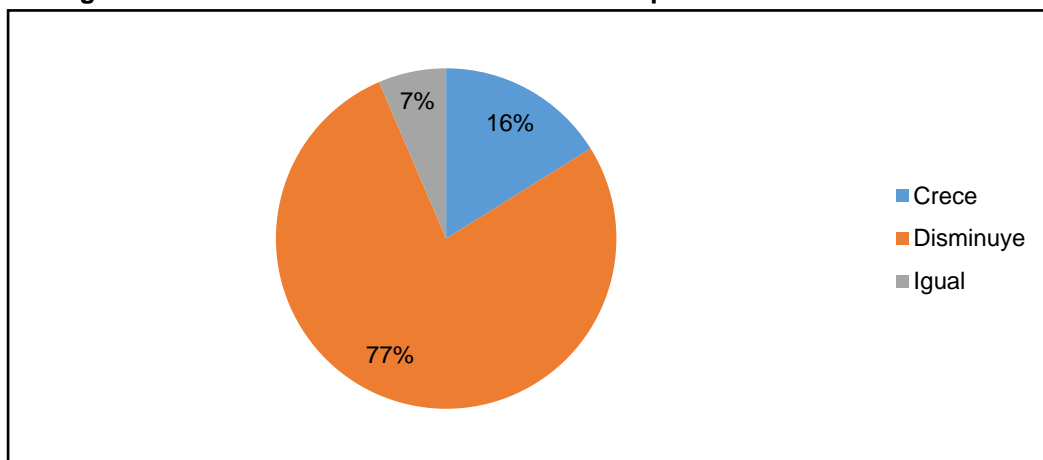
**Gráfica 2.6 Variación de la IE en los alumnos que no han recibido formación**



Fuente: elaboración propia

Profundizando aún más, en este diagrama de sectores observamos en los estudiantes que no han recibido formación en el periodo 2016-2018. que la intención disminuye en un 77% de los casos, en un 7% permanece igual y en un 16% ha aumentado.

**Diagrama 2.7 Variación de la IE de los alumnos que no han recibido formación**



Fuente: elaboración propia

#### 4.5.1.1 Disminución de la intención emprendedora

Ahora analizamos el caso de los 12 alumnos que no han participado en EE, pero cuya intención emprendedora ha disminuido en el año y medio transcurrido. Observamos que el índice de EE se sitúa en 3,09, es decir por debajo de la media y que ninguno de estos alumnos ha estado en contacto con ningún organismo de apoyo a emprendedores y tampoco han encontrado algún elemento que le haya inspirado. Por lo tanto, estos hechos también pueden influirán en la intención y en este caso acentuando su disminución.

**Tabla 2.7 Índice de EE en los alumnos que no han recibido formación**

	EE (NO)
Crece	4,84
Igual	3,00
Disminuye	3,09

*Fuente: elaboración propia*

En la tabla 4.8 observamos que la intención se encuentra por encima de la media (4,34), aunque ha experimentado una variación negativa de un punto con respecto 2016. Como consecuencia se observa tanto de la actitud (-0,68), del control (-0,49) y como de la norma subjetiva (0,38). Este último factor en 2018 se encuentra por debajo de la media, así que para estos alumnos la opinión de sus familiares más cercanos tiene una menor repercusión en ellos mismos.

**Tabla 2.8 Influencia de la EE cuando la IE disminuye en los alumnos que no han recibido formación**

Disminuye	ACTITUD	CONTROL	NORMA	INTENCIÓN
T1 (2016)	5,08	5,41	4,24	5,33
T2 (2018)	4,40	4,92	3,86	4,34
VAR	-0,68	-0,49	-0,38	-0,98

*Fuente: elaboración propia*

#### 4.5.1.2 Aumento de la intención emprendedora

Este apartado examinaremos el caso de los 2 alumnos que no han participado en EE, pero cuya intención emprendedora ha aumentado en el año y medio transcurrido. En este caso podemos apreciar que ha sido debido al incremento de la norma subjetiva (1,55) ya que la actitud y el control disminuyen en la misma cifra (-0,13). En todos los casos la experiencia empresarial de sus familiares y amigos es positiva y uno de los sujetos se ha planteado ser empresario gracias al trabajo en equipo. Además, el índice de EE se encuentra en 4,84, por encima de la media (Tabla 4.7).

**Tabla 2.9 Influencia de la EE cuando la IE crece en los alumnos que no han recibido formación**

Crece	ACTITUD	CONTROL	NORMA	INTENCIÓN
T1 (2016)	4,15	5,07	3,41	3,92
T2 (2018)	4,02	4,93	4,96	5,00
VAR	-0,13	-0,13	1,55	1,08

*Fuente: elaboración propia*

#### 4.5.2 Alumnos que sí han participado en formación emprendedora

En cuanto a los alumnos que sí han recibido formación observamos que su intención (4,55) ha disminuido en 0,68 respecto al 2016. La actitud hacia el emprendimiento (-0,33) y el control percibido (-0,37) han experimentado una variación similar. No obstante, la intención emprendedora se encuentra por encima de la media. En comparación con

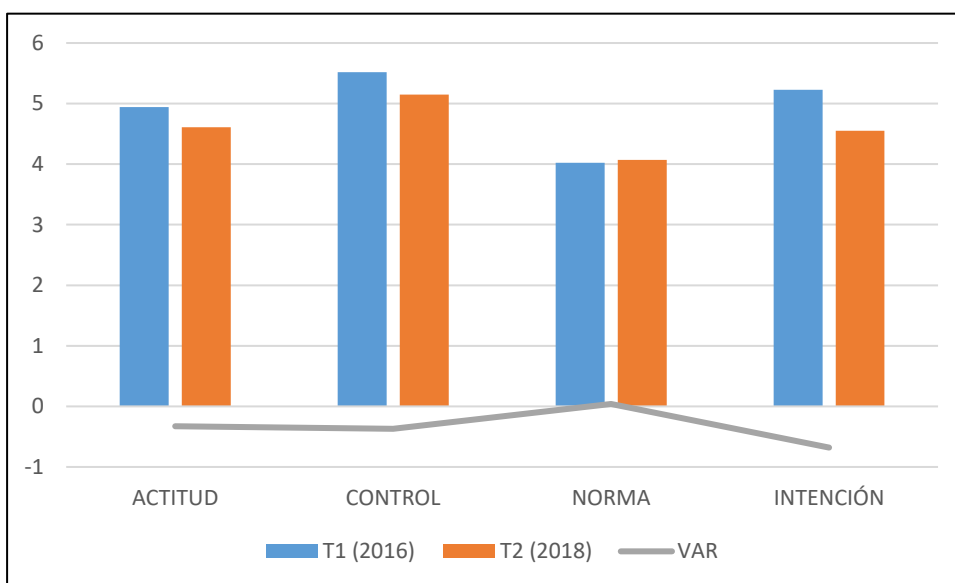
los alumnos que no han recibido formación (4,48) señalamos que la diferencia no es muy significativa.

**Tabla 2.10 Variación de la IE de los alumnos que si han recibido formación**

	ACTITUD	CONTROL	NORMA	INTENCIÓN
T1 (2016)	4,94	5,52	4,02	5,23
T2 (2018)	4,61	5,15	4,07	4,55
VAR	-0,33	-0,37	0,04	-0,68

Fuente: elaboración propia

**Gráfica 2.8 Variación de la IE de los alumnos que si han recibido formación**

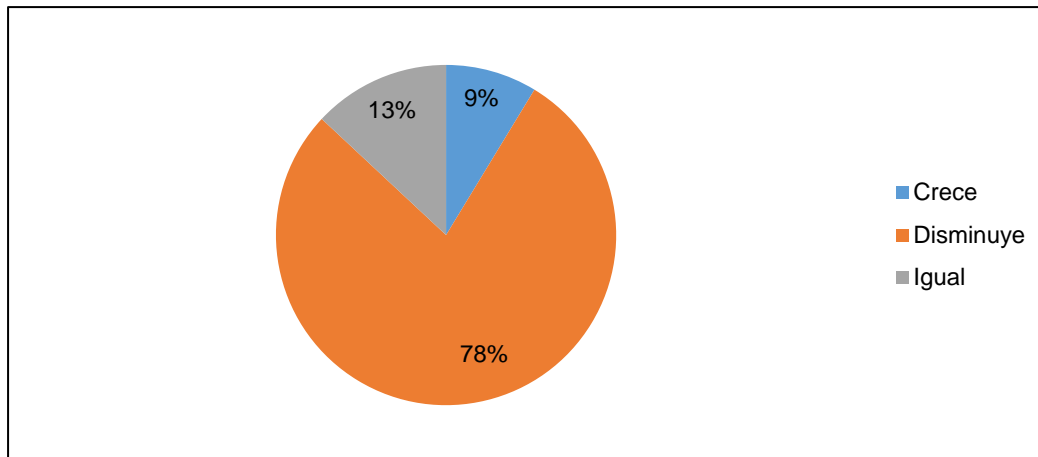


Fuente: elaboración propia

Como observamos en el diagrama de sectores 4.9 sobre la variación de la intención de los alumnos que sí han recibido formación, el 78% ha disminuido su intención, valor similar en comparación con los alumnos que no han recibido formación (77%). Un 13% de los alumnos no varía y un 9% aumenta, porcentaje menor con respecto a los alumnos que no han recibido formación específica en emprendimiento.



**Diagrama de sectores 2.9 Variación de la IE en los alumnos que sí han recibido formación**



Fuente: elaboración propia

#### 4.5.2.1 Disminución de la intención emprendedora

A continuación, analizamos el caso de los 8 alumnos que han participado en EE, pero cuya intención emprendedora ha disminuido en el año y medio transcurrido. Según los resultados obtenidos, un 78% de los estudiantes que han recibido formación han disminuido su intención en 0,91 en comparación con 2016. La actitud (-0,44) y el control (-0,45) tiene una disminución similar y la influencia de las opiniones de familiares y amigos sigue constante (-0,08).

**Tabla 2.11 Influencia de la EE cuando la IE disminuye en los alumnos que sí han recibido formación**

Disminuye	ACTITUD	CONTROL	NORMA	INTENCIÓN
T1 (2016)	4,79	5,50	4,26	5,18
T2 (2018)	4,35	5,05	4,17	4,27
VAR	-0,44	-0,45	-0,08	-0,91

Fuente: elaboración propia

La educación emprendedora en este caso no ha mostrado un efecto positivo, al disminuir la intención emprendedora de los alumnos, aunque el índice de EE se encuentra por encima de la media (4,66).

**Tabla 2.12 Índice de EE para los alumnos que sí han recibido formación**

	EE (SI)
Crece	5,60
Igual	2,60
Disminuye	4,66

Fuente: elaboración propia

Profundizando aún más en los resultados, un 22,22% de los alumnos que han recibido formación y han disminuido su intención, han encontrado un elemento que les ha inspirado a plantearse seriamente ser empresario. Entre estos elementos se

encuentran, la participación en la simulación de creación de una empresa, Tinnyhouses, tomar decisiones sobre diversos aspectos del funcionamiento de la empresa y la libertad financiera. Además, observamos que solo un 33,33% de los alumnos, han estado en contacto con un organismo o centro relacionado con el emprendimiento.

Para algunos estudiantes estos elementos inspiradores y el contacto con el organismo han resultado efectivos elevando el índice de la educación emprendedora, sin embargo, para otros casos no. También nos encontramos alumnos que sin haber tenido contacto con ningún elemento ni centro relacionado con el emprendimiento poseen un índice alto de EE.

#### 4.5.2.2 Aumento de la intención emprendedora

En esta sección analizamos el caso de los 14 alumnos que sí han participado en EE, pero cuya intención emprendedora ha aumentado en el año y medio transcurrido. Por otro lado, solo el 9% de los alumnos que ha recibido formación para el emprendimiento aumenta su intención. Como se aprecia en la tabla 4.12, la variación positiva solo ha sido de 0.4. Puede ser debido a que la actitud hacia el emprendimiento ha disminuido en casi un punto con respecto a 2016 y la norma subjetiva (0,08) y el control percibido (0,71) han aumentado.

Puede ser que la educación emprendedora haya causado que dichos estudiantes hayan adquirido una creencia y percepciones más negativas y desfavorables hacia el emprendimiento, dadas las experiencias personales vividas, sean la causa de la disminución de la actitud hacia el emprendimiento. No obstante, este grupo que estamos analizando ha recibido formación sobre el emprendimiento y creación de empresas. Además, ha habido un elemento inspirador en la formación, la seguridad y la tranquilidad transmitida en este caso y el índice de EE es de 5,60 bastante significativo. Por lo que corroboramos de este modo el impacto de dicha formación.

**Tabla 2.13 Influencia de la EE cuando la IE disminuye en los alumnos que sí han recibido formación**

Crece	ACTITUD	CONTROL	NORMA	INTENCIÓN
T1 (2016)	6,43	6,08	3,67	5,50
T2 (2018)	5,45	6,17	4,38	5,90
VAR	-0,98	0,08	0,71	0,40

*Fuente: elaboración propia*

## CAPÍTULO 5

# CONCLUSIONES

Tras analizar los datos y compararlos, realizamos una valoración de los resultados para obtener las conclusiones generables.

En primer lugar, obtenemos que la intención emprendedora disminuye desde 2016 a 2018 con respecto al género, la edad, el nivel socioeconómico y si algunos de sus familiares han tenido alguna experiencia empresarial.

Según el género observamos que dicha disminución es mayor en las mujeres con respecto a los hombres. La razón de este hecho es probablemente explicada por la responsabilidad y el papel que realiza la mujer en la unidad familiar y los impedimentos que tiene que atravesar en el mundo laboral. Este fenómeno es llamado el Techo de cristal. Debido a este motivo suelen tener mayores obstáculos a la hora de emprender. Esta situación podemos verla reflejada desde el punto de vista del control percibido, siendo mayor en los hombres que en las mujeres.

Los estudiantes que han repetido más de una vez son los que presenta mayor variación negativa en la intención emprendedora, puede ser debido a que son más pesimistas a la hora de emprender. Al considerarse repetidores ellos mismos piensan que son menos capaces de afrontar nuevos retos y son más sensibles a la opinión de sus familiares, amigos o referentes.

Con respecto al nivel económico de los estudiantes, la variación de la intención emprendedora durante el periodo 2016-2018 ha sido similar los tres grupos, siendo mayor en los estudiantes de nivel socioeconómico más alto. No obstante, los alumnos de nivel socioeconómico bajo, han aumentado notablemente la norma subjetiva en 2018, se sienten más influenciados por las opiniones de sus familiares.

Aquellos estudiantes cuyos familiares han tenido una experiencia negativa en el ámbito empresarial son los que mayor descenso han tenido en la intención emprendedora, mostrando un leve aumento de la norma subjetiva. Este grupo de estudiantes se sienten menos capaces y perciben más obstáculos para emprender. Además, los que ya conocen a un familiar con una experiencia positiva también han disminuido la intención, pero en menor medida.

En segundo lugar, en cuanto al efecto de la educación emprendedora en la intención empresarial, aquellos estudiantes que han recibido formación presentan una mayor disminución, en comparación con los estudiantes que no han recibido formación. A pesar de este resultado, el índice de educación emprendedora para esta muestra de estudiantes se mantiene superior a la media, por lo que, aunque la intención no haya aumentado, este tipo de formación ha tenido efecto, incrementando las nociones básicas sobre emprendimiento y creación de empresas de los estudiantes.

Los alumnos en los que la intención emprendedora ha aumentado, el índice de EE ha incrementado considerablemente y se encuentra un punto por encima de los alumnos en los que la intención ha disminuido. Puede ser provocado por los elementos transmitidos en ese tipo de formación, como por ejemplo la seguridad y la tranquilidad transmitida, los cuales hayan inspirados a los estudiantes.

Destacamos que hay estudiantes que sin haber recibido formación para el emprendimiento han aumentado su intención. Observamos que, en todos los casos, la experiencia empresarial de sus familiares más cercanos ha sido satisfactoria e incluso el índice de EE ha superado la media.

Para terminar los alumnos que no han impartido formación emprendedora y han disminuido su intención, no han visualizado ningún elemento que les haya impulsado a plantearse la idea emprender. Además, no se han relacionado con ningún organismo de apoyo de emprendedores.

En conclusión, es importante animar a los jóvenes para que continúen formándose mientras estudian un grado universitario y que las instituciones educativas faciliten el acceso de los alumnos a este tipo de formación. Promover una cultura emprendedora y un ambiente creativo es un aspecto clave para que los jóvenes puedan desarrollar y mejorar sus actitudes y aptitudes. No debemos olvidar la relevancia que tienen los estudios de investigación en el campo del emprendimiento, beneficiando tanto a los estudiantes como a la comunidad universitaria. Por eso es vital importancia que se prosiga investigando para que, en un futuro no muy lejano, el emprendimiento se encuentre más accesible para los jóvenes.

### **Agradecimientos:**

La realización de este trabajo ha sido un gran reto y la misma vez una experiencia muy satisfactoria e inolvidable. Me ha aportado nuevos conocimientos que antes desconocía, aumentando mis nociones sobre el ámbito del emprendimiento y percatándome de la importancia que tiene para toda la comunidad educativa la investigación.

Agradecerle toda su dedicación y colaboración al Profesor Francisco Liñán, quién me propuso el tema tratado en este trabajo, además de proporcionarme toda la información necesaria para su desarrollo.



## Bibliografía

---

- Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. *Action Control*, 11–39. [https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3_2).
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Ajzen, I. (2002). ). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior1. *Journal of Applied Social Psychology*, 30(6), 2918–2940. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>
- Ajzen, I. (2002). Residual Effects of Past on Later Behavior : *Personality and Social Psychology Review*, 6(2), 107–122.
- Ajzen, I., & Driver, B. E. (1992). Application of the Theory of Planned Behaviour to Leisure Choice. *Journal of Leisure Research*, 24, 207–224.
- Ajzen, I. (2006). Behavioral interventions based on the theory of planned behavior: Brief description of the theory of planned behavior.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). Understanding attitudes and predicting social behavior. Englewood Cliffs, NJ: Prentice—Hall.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: a meta-analytic review. *The British Journal of Social Psychology / the British Psychological Society*, 40(Pt 4), 471–499. <https://doi.org/10.1348/014466601164939>
- Autio, E., H. Keeley, R., Klofsten, M., G. C. Parker, G., & Hay, M. (2001). Entrepreneurial Intent among Students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*. <https://doi.org/10.1080/14632440110094632>.
- Bandura, A. (2007). Much ado over a faulty conception of perceived self-efficacy grounded in faulty experimentation. *Journal of Social and Clinical Psychology*, No. 6, 2007, pp 641-658.
- Béchar, J.-P. and Grégoire, D. (2005), “Understanding teaching models in entrepreneurship for higher education”, in Kyrö, P. and Carrier, C. (Eds), *The Dynamics of Learning Entrepreneurship in a Cross-Cultural University Context*, Research Center for Vocational and Professional Education, Faculty of Education, University of Tampere, Tampere, pp. 104-134.
- Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453. <https://doi.org/10.5465/AMR.1988.4306970>.
- Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. (1994). The Influence of Self-Efficacy on the Development of Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18, 63–77. <https://doi.org/10.1080/02640410152475847>.
- Branzei, O., & Zietsma, C. 2003. Entrepreneurial love: The enabling functions of positive illusions in venturing. Paper presented at the Babson-Kauffman Entrepreneurship Research Conf., Wellesely, MA. Chrisman.
- Casson, M. and Della Giusta, M. (2007), “Entrepreneurship and social capital – analysing the impact of social networks on entrepreneurial activity from a rational action perspective”, *International Small Business Journal*, Vol. 25 No. 3, pp. 220-244.

- Cooper, A.C. (1985). The role of incubator organizations in the founding of growth-oriented firms. *Journal of Business Venturing*, 1(1), 75–86.
- Cooper, A.C. (1993), “Challenges in predicting new firm performance”, *Journal of Business Venturing*, Vol. 8 No. 3, pp. 241-253.
- DeGeorge, Jean Michel, and Alain Fayolle. 2008. “Is Entrepreneurial Intention Stable Through Time? First Insights from a Sample of French Students.” *International Journal of Entrepreneurship and Small Business* 5 (1): 7–27.
- Douglas, E. J., & Shepherd, D. A. (2000). Entrepreneurship as a utility maximizing response. *Journal of Business Venturing*, 15(3), 231–251. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00008-1](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00008-1).
- East, R. (1990). *Changing Consumer Behaviour*. London: Cassell Educational Limited.
- Ertuna , Z. I. & Gurel, E. (2011). The moderating role of higher education on entrepreneurship. *Education + Training*. Vol. 53(5): pp.387 - 402.
- Falcioni, J.G. 2001. Editorial: Heart and minds. *Mechanical Engineering*. 4th April.
- Fernández, M. (2017). Estudio de las variables que afectan a la intención emprendedora en jóvenes universitarios. Universidad de Sevilla, 1–41. Retrieved from <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/64749>
- Fiet, J.O. (2001), “The pedagogical side of entrepreneurship theory”, *Journal of Business Venturing*, Vol. 16 No. 2, pp. 101-117.
- Fretschner, Michael, and Susanne Weber. 2013. “Measuring and Understanding the Effects of Entrepreneurial Awareness Education.” *Journal of Small Business Management* 51 (3): 410–28. doi: 10.1111/jsbm.12019.
- Fretschner, M. and Weber, S. (2015), “Measuring and understanding the effects of entrepreneurial awareness education”, *Journal of Small Business Management*, Vol. 51 No. 3, pp. 410-428.
- 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*, Vol. 4 No. 3, pp. 233-269.
- Gimeno, J., Folta, T. B., Cooper, A. C., & Woo, C. Y. (1997). Survival of the Fittest? Entrepreneurial Human Capital and the Persistence of Underperforming Firms. *Administrative Science Quarterly*, 42(4), 750. <https://doi.org/10.2307/2393656>.
- González- Pernia, José L., Guerrero, M., Montero, J., y Peña, I., (2018). GEM, Global Entrepreneurship Monitor. Informe España.2017-2018.
- Gorman, G., Hanlon, D., & King, W. (1997). Some Research Perspectives on Entrepreneurship Education, Enterprise Education and Education for Small Business Management: A Ten-Year Literature Review. *International Small Business Journal*, 15(3), 56–77. <https://doi.org/10.1177/0266242697153004>.
- Greene, Francis J., and George Saridakis. 2008. “The Role of Higher Education Skills and Support in Graduate Self-employment.” *Studies in Higher Education* 33 (6): 653–72. doi: 10.1080/03075070802457082.
- Gurel, E., Altinay, L., & Daniele, R. (2010). Tourism students’ entrepreneurial intentions. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 646–669. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.12.003>.
- Holdershaw, J., & Gendall, P. (2008). Understanding and predicting human behaviour, (July), 1–15.
- Hytti, U. and 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*, Vol. 46 No. 1, pp. 11-23.
- Isabella, L.A. 1990. Evolving interpretations as a change unfolds: How managers interpret key organisational events. *Academy of Management Journal* 33(1): 7-41Katz.
- Jaén, I. (2014). Estudio de los valores y la intención emprendedora de los titulados universitarios en España.
- Johannisson, Bengt. 1991. “University Training for Entrepreneurship: Swedish Approaches.” *Entrepreneurship & Regional Development* 3 (1): 67–82.
- Jones, B. and Iredale, N. (2014), “Enterprise and entrepreneurship education: towards a comparative analysis”, *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, Vol. 8 No. 1, pp. 34-50.
- Katz, J. A. (2003). The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education 1876-1999. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 283–300. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00098-8](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00098-8).
- Kolvareid, L. (1996). Prediction of Employment Status Choice Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1), 47–58. <https://doi.org/10.1177/104225879602100104>.
- Krueger, N. F., & Deborah Brazeal, J. V. (1994). Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 91–104. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1505244>.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). COMPETING MODELS OF ENTREPRENEURIAL INTENTIONS, 9026(98), 411–432.
- Kyrö, P. and Carrier, C. (2005), “Entrepreneurial learning in universities: bridges across borders”, in Kyrö, P. and Carrier, C. (Eds), *The Dynamics of Learning Entrepreneurship in a Cross-Cultural University Context*, Research Center for Vocational and Professional Education, Faculty of Education, University of Tampere, Tampere, pp. 14-43.
- Lee, S. H., & Wong, P. K. (2004). An exploratory study of technopreneurial intentions: A career anchor perspective. *Journal of Business Venturing*, 19(1), 7–28. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00112-X](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00112-X).
- Liñán, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccola Impresa/Small Business*, 3(January 2004), 1–30.
- Liñán, F. (2007). The role of entrepreneurship education in the entrepreneurial process. *Handbook of Research in Entrepreneurship Education: A General Perspective*, 230–247.
- Liñán, F. and Chen, Y.W (2009), "Development and cross cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 33 No. 3, pp. 593-617.
- Liñán, F., & Rodríguez-Cohard, J. C. (2015). Assessing the stability of graduates’ entrepreneurial intention and exploring its predictive capacity. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 28(1), 77–98. <https://doi.org/10.1108/ARLA-06-2013-0071>.
- Liñán, F., & Santos, F. J. (2007). Does social capital affect entrepreneurial intentions? *International Advances in Economic Research*, 13(4), 443–453. <https://doi.org/10.1007/s11294-007-9109-8>.
- Liñán, F., Santos, F. J., & Fernández, J. (2011). The influence of perceptions on potential entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(3), 373–390. <https://doi.org/10.1007/s11365-011-0199-7>.

- Liñán, F., Urbano, D., & Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship and Regional Development*, 23(3–4), 187–215. <https://doi.org/10.1080/08985620903233929>
- Lorz, M., Mueller S., & Volery, T. (2013). Entrepreneurship Education: a Systematic Review of the Methods in Impact Studies. *Journal of Enterprising Culture*, 21(02), 123–151. <https://doi.org/10.1142/S0218495813500064>
- Majumdar, Sudipa, and Damodharan Varadarajan. 2013. “Students’ Attitude Towards Entrepreneurship: Does Gender Matter in the UAE?” *Foresight* 15 (4): 278–93.
- Moriano, J. A. (2005). *El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio realizado en Castilla y León*. Madrid: Consejo Económico y Social.
- Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., & Zarafshani, K. (2012). A Cross-Cultural Approach to Understanding Entrepreneurial Intention. *Journal of Career Development*, 39(2), 162–185. <https://doi.org/10.1177/0894845310384481>
- Nabi, G., Walmsley, A., Liñán, F., Akhtar, I., & Neame, C. (2018). Does entrepreneurship education in the first year of higher education develop entrepreneurial intentions? The role of learning and inspiration. *Studies in Higher Education*, 43(3), 452–467. <https://doi.org/10.1080/03075079.2016.1177716>
- Oosterbeek, H., van Praag, M., & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, 54(3), 442–454. <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2009.08.002>.
- Padilla-Angulo, L. (2017). Student associations and entrepreneurial intentions. *Studies in Higher Education*, 0(0), 1–14. <https://doi.org/10.1080/03075079.2017.1336215>.
- Peterman, N., & Kennedy, J. 2003. Enterprise education: Influencing students’ perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice* 28(2): 129-144.
- Quality Assurance Agency (QAA) (2012), *Enterprise and Entrepreneurship education: Guidance for UK Higher Education Providers*, The Quality Assurance Agency for Higher Education, Gloucester, available at: [www.qaa.ac.uk/](http://www.qaa.ac.uk/) 24 October 2017
- Pittaway, Luke and Cope, J. (2007). Entrepreneurship Education A Systematic Review of the Evidence. *International Small Business Journal*, 25(5), 479–510.
- Robuan, M. R. S. Bin. (2017). Towards entrepreneurial excellence through entrepreneurship education : An analysis on the students in UKM Malaysia.
- Sarasvathy, S.D. and Venkataraman, S. (2011), “Entrepreneurship as method: open questions for an entrepreneurial future”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 35 No. 1, pp. 113-135.
- Saravanakumar, M., & Saravanan, S. (2012). Entrepreneurship education shaping students entrepreneurial intention. *European Journal of Social Sciences*, 33(2), 317-323.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). Social dimensions of entrepreneurship. In C. A. Kent, D. L. Sexton & K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72-90). Englewood Cliffs (NJ): Prentice Hall.
- Shepherd, D. A. (2003). Learning from Business Failure: Propositions of Grief Recovery for the Self-Employed *The Academy of Management Review* NOTE LEARNING FROM BUSINESS FAILURE: PROPOSITIONS OF GRIEF RECOVERY FOR THE SELF-EMPLOYED. Source: *The Academy of Management Review* *Academy of Management Review*, 28(2), 318–328. <https://doi.org/10.2307/30040715>.

- Shepherd, D.A. & DeTienne, D.R. 2005. Prior knowledge, potential financial reward, and opportunity identification. *Entrepreneurship Theory and Practice* 29(1): 91-112.
- Simpson, J., & Weiner, E. (1989). Oxford English dictionary online. Oxford: Clarendon Press. Retrieved. Retrieved from [http://www.multilingualism2013.lt/isvados/W\\_IWS\\_I\\_Simpson.pdf](http://www.multilingualism2013.lt/isvados/W_IWS_I_Simpson.pdf).
- Smith, Kelly, and Martin Beasley. 2011. "Graduate Entrepreneurs: Intentions, Barriers and Solutions." *Education+Training* 53 (8/9): 722–40.
- Solomon, G. (2007), "An examination of entrepreneurship education in the United States", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 14 No. 2, pp. 168-182.
- Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566–591. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2006.05.002>
- Tubbs, M.E. & Ekeberg, S.E. (1991). The role of intentions in work motivation: Implications for goal-setting theory and research. *Academy of Management Review*, 16(1), 180–199.
- Turker, D., & Sonmez Selçuk, S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students?. *Journal of European Industrial Training*, 33(2), 142-159.
- Venkatraman, N. (1989). The concept of fit in strategy research: toward verbal and statistical correspondence. *Academy of Management Review*, 14(3), 423-444.
- Wu, S., & Wu, L. (2008). The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(4), 752-774.



## Anexos

---

### CUESTIONARIO REALIZADO A LOS ALUMNOS

1. Crear una nueva empresa (ser emprendedor) que ti supondría....
  1. Enfrentarme a nuevos retos
  2. Crear empleo para otras personas
  3. Ser creativo e innovar
  4. Tener altos ingresos económicos
  5. Asumir riesgos calculados
  6. Ser mi propio jefe (independiente)
  
2. Ahora debe señalar hasta qué punto son deseables para ti en tu vida en general...
  1. Enfrentarte a nuevos retos
  2. La creación de empleo para otras personas
  3. La creatividad y la innovación
  4. Altos ingresos económicos
  5. Asumir riesgos calculados
  6. Ser independiente
  
3. Por favor, indique hasta qué punto serías capaz de realizar eficazmente las siguientes tareas:
  1. Definir mi idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa
  2. Mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa
  3. Negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos
  4. Reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios
  5. Relacionarme con personas clave para obtener capital para crear una nueva empresa
  6. Crear y poner en funcionamiento una nueva empresa
  
4. Por favor, piensa ahora en tus familiares y amigos más cercanos. ¿En qué grado se mostrarían de acuerdo si decides emprender y crear tu propia empresa?
  1. Mi familia directa (padres y hermanos)
  2. Mis amigos íntimos
  3. Mis compañeros o colegas

5. Y, ¿cómo valora la opinión de estas personas a este respecto? La considero...
1. La de mi familia directa (padres y hermanos)
  2. La de mis amigos íntimos
  3. La de mis compañeros o colegas
6. Por favor, señale su grado de intención respecto a las siguientes afirmaciones:
1. Es muy probable que llegue a crear una empresa algún día
  2. Estoy dispuesto a esforzarme lo que sea necesario para ser empresario
  3. Tengo serias dudas sobre si alguna vez llegaré a crear una empresa
  4. Estoy decidido a crear una empresa en el futuro
  5. Mi objetivo profesional es ser empresario
7. ¿Has recibido formación específica sobre emprendimiento y creación de empresas en el último año y medio?
8. En caso afirmativo, ¿En qué medida esa formación te ha permitido aumentar...?
1. Tu comprensión sobre las actitudes, valores y motivaciones de los emprendedores
  2. Tu comprensión sobre las acciones necesarias para crear una empresa
  3. Tus habilidades prácticas para crear una empresa
  4. Tu capacidad para desarrollar tus redes de contacto
  5. Tu capacidad para identificar oportunidades
9. ¿Ha habido en esa formación algún concreto que te haya inspirado para plantearte seriamente ser empresario?
10. En caso afirmativo, ¿Cuál ha sido ese elemento o circunstancia que te ha inspirado?
11. En caso negativo, si no has recibido formación sobre emprendimiento, en general, a lo largo de este año y medio en la universidad, ¿la formación recibida te ha permitido aumentar...?
1. Tu comprensión sobre las actitudes, valores y motivaciones de los emprendedores
  2. Tu comprensión sobre las acciones necesarias para crear una empresa
  3. Tus habilidades prácticas para crear una empresa
  4. Tu capacidad para desarrollar tus redes de contacto

5. Tu capacidad para identificar oportunidades

Con respecto a los datos demográficos, las preguntas han sido:

- Situación laboral
- Contacto con un centro de apoyo a emprendedores o no
- Empresario conocido o no