

**ARTÍCULO ORIGINAL**

## **Universidad y emprendimiento. Intención emprendedora en estudiantes de universidades privadas madrileñas**

María Olga Castelao Naval  
*mariaolga.castelao@uem.es*

Juan Luis González Pascual  
*juanluis.gonzalez2@uem.es*

Adolfo Jordán Ramos  
*adolfo.jordan@uem.es*

Alicia Ruiz Pomedá  
*alicia.ruiz@uem.es*

Universidad Europea de Madrid

**RESUMEN.** *Objetivos:* explorar la “intención de emprendimiento”, describir los factores influyentes y explorar el papel de la Universidad en este proceso. *Metodología:* cualitativa mediante fenomenología interpretativa. *Muestra:* 14 estudiantes seleccionados mediante muestreo intencional teórico. *Principales resultados:* la intención emprendedora ya está presente en algunos estudiantes antes de llegar a la Universidad y en otros, se gesta durante este periodo. Encuentran motivación en razones tanto internas como externas y piensan que determinadas cualidades personales, tener una idea viable, financiación y asesoramiento profesional son factores influyentes en la intención de emprender. La Universidad juega un papel importante en este proceso, aunque se identifican áreas de mejora: conocimientos prácticos para iniciar un proyecto empresarial y ampliar la visión de futuro en las titulaciones.

**PALABRAS CLAVE.** Emprendimiento, Universidad, Iniciativa, Proactividad, Competencias

### **University and entrepreneurship. Entrepreneurial intention in Madrid private university students**

**ABSTRACT.** *Goals:* exploring the “entrepreneurial intention”, describing its influencing factors and exploring the role the University plays in its development. *Methodology:* qualitative through interpretative phenomenology. *Sample:* 14 students selected through theoretical intentional sampling. *Main findings:* the entrepreneurial intention is already present in some students before starting their University studies and in others, it develops within this period. They find motivation in both internal and external factors. And they think that specific personal qualities, having a viable idea, financing and professional advice are influencing factors towards the intention to undertake a project. The university plays an important role in this process. However, there are some areas for improvement identified: practical knowledge to start a business project and expansion of students’ forward-thinking during their studies.

**KEY WORDS.** Entrepreneurship, University, Initiative, Proactiveness, Competences

Fecha de recepción 28/04/2014 · Fecha de aceptación  
15/06/2015

Dirección de contacto:  
María Olga Castelao Naval  
Departamento de Enfermería  
Facultad de Ciencias de la Salud  
Universidad Europea de Madrid  
C/Tajo s/n. Villaviciosa de Odón  
28670 MADRID

## 1. INTRODUCCIÓN

El concepto de “emprendedor” es multidimensional. La Psicología define espíritu emprendedor como la conducta individual que tiende al reto de seguir una carrera independiente en el futuro, creando nuevas condiciones y mejorando las realidades existentes, a partir de la combinación de toda una serie de factores que determinan el grado de ímpetu en cada caso (Burger-Helmchen, 2012).

El estudio de la tendencia al emprendimiento es cuestión estimulante y primordial para el desarrollo de la sociedad, actual y futura, muy relevante en todos los ámbitos y especialmente significativo en el de los jóvenes. Esta disertación habrá de servir como reflexión para el reconocimiento del camino hacia la culminación en un colectivo de jóvenes cada vez más emprendedor.

Tal y como se presenta en el Plan de Acción de Iniciativa Empresarial 2020 (Comisión Europea, 2013), Europa sufre desde 2008 las consecuencias de la peor crisis económica en 50 años, con más de 25 millones de desempleados y empresas que no han podido recuperarse aún a niveles anteriores al conflicto. Esta gran dificultad es catalizador de cambios profundos y reestructuración.

El espíritu de ímpetu empresarial es un poderoso motor de crecimiento y creación de empleo que dota a la comunidad de nuevas capacidades (Lupiáñez, Priede y López-Cózar, 2014). Para poder recuperar el crecimiento y

niveles altos de empleo es necesario incentivar intensamente dicho ánimo decidido. Sin los puestos de trabajo provenientes de las nuevas empresas, el crecimiento neto medio sería negativo, según indica el informe *Jobs Created from Business Startups in the US* (Kauffman Foundation, 2009). Cálculos de la Comisión Europea basados en las determinaciones de la oficina estadística Eurostat señalan, asimismo, que las PYMEs, representan actualmente la más importante fuente de creación de nuevos empleos, proporcionando más de 4 millones de vacantes cada año, como indica el Plan de Acción de Iniciativa Empresarial 2020 (Comisión Europea, 2013).

Sin embargo, la edición Flash del Eurobarómetro 354 “Entrepreneurship” citada también en dicho Plan de Acción, continúa explicando que desde 2004 la proporción de personas que optan por el autoempleo, frente a una posición de asalariado, ha disminuido en 23 de los 27 Estados miembros. Mientras que en 2010 el 45% de los europeos tomaban el trabajo por cuenta propia como primera opción, ahora este porcentaje se ha reducido al 37%.

Para favorecer la reversión de esta tendencia, el Plan dispone visiones renovadas y acciones concluyentes a escala comunitaria, con tres pilares fundamentales: el refuerzo de las situaciones marco para los emprendedores, mediante la eliminación de barreras y con más apoyo en las fases decisivas del ciclo de vida empresarial; la dinamización de la cultura del espíritu emprendedor; y por último, asiento fundamental en el ámbito de trabajo de esta investigación, la educación y la formación específica desde la Escuela y en la Educación Superior, para apoyar el necesario impulso de crecimiento y la creación de empresas solventes.

La inversión en educación empresarial es una de las de más bajo coste y alto

retorno. Las encuestas muestran que los estudiantes que participan en programas dirigidos de emprendimiento tienen un 50% más de posibilidades de arrancar después su propia empresa (Jenner, 2012). Por otro lado, como ya se ha apuntado, inclusive cuando no se establezcan después empresas, los jóvenes formados en impulso empresarial desarrollan habilidades y actitudes relevantes, entre las que se incluyen la creatividad, la iniciativa, la tenacidad, las destrezas del trabajo en equipo, la comprensión de los riesgos o el sentido de responsabilidad. El espíritu de ímpetu empresarial ayuda a los emprendedores a transformar sus ideas en acción y aumenta significativamente la empleabilidad. Para mejorar la tasa de emprendimiento eficaz se puede pues intervenir no sólo a través de la legislación, sino también mediante la acción en los sistemas educativos (Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, 2012).

Centrado específicamente en el grupo de las personas más jóvenes el informe *Policy Brief on Youth Entrepreneurship* (OCDE, 2012) tiene por objetivo promover actividades de autoempleo y espíritu de empresa entre la juventud. Además analiza los principales motivos que promueven o entorpecen dichas iniciativas. Los jóvenes que buscan iniciar un negocio necesitan de soportes tales como asesoramiento, orientación o tutoría para poder superar lagunas en el conocimiento, así como también apoyo económico. Carecen de experiencia por cuenta propia y, a menudo, también de experiencia en el mercado de trabajo por cuenta ajena. Si bien inicialmente, según esto, se pudiese entender entonces que son menos proclives al ejercicio emprendedor, tienen, muy al contrario, interés creciente en dicho impulso empresarial. Asumen, eso sí, con frecuencia enfoques distintos y ejecutan diferentes tipos de negocio que los emprendedores más adultos (OCDE, 2012).

Se sabe que la educación aumenta la propensión a la intención emprendedora (Noel, 2001). Los estudiantes que tienen tendencia a ser emprendedores pueden ser expuestos en la Universidad a la situación que les haga convertirse en emprendedores, a través de la formación específica (Mwasalwiba, 2010). El fomento de la capacidad emprendedora durante el periodo de formación se hace, pues, cada vez más indispensable para dar soporte a la inquietud intrínseca de los jóvenes estudiantes. El mito que sugería que los emprendedores nacen (no se hacen), ha evolucionado hasta el actual consenso general que considera la iniciativa emprendedora una disciplina que, como cualquier otra disciplina, puede aprenderse (Drucker, 2007; Timmons, 2003).

Podemos hablar entonces de desarrollo de actitud emprendedora como competencia fundamental para desarrollar en el marco de las nuevas titulaciones universitarias. Uno de los objetivos de las universidades españolas debiera ser mejorar la empleabilidad de sus universitarios egresados. El papel de la Educación Superior en el fomento de dicha iniciativa es principal. Por otro lado, tengamos también en cuenta que la tasa de inserción laboral de los titulados universitarios (Ramos-Rodríguez, Medina-Garrido y Ruiz-Navarro, 2012; Ruiz, Solé y Veciana, 2002) se ha convertido en un indicador de la calidad de la gestión universitaria. En este contexto la Comisión Europea, en colaboración con la OCDE, ya ha desarrollado un marco para universidades emprendedoras, en la comunicación *Rethinking Education* de 2012 (citada en el Plan de Acción de Iniciativa Empresarial 2020). El marco está diseñado para ayudar a las universidades interesadas a autoevaluar y mejorar su capacidad con módulos de aprendizaje.

Para complementar el panorama de introducción sobre la actividad

empresaria que nos ocupa, se presentan a continuación cuestiones relativas a las circunstancias y actitudes hacia el emprendimiento en España.

El informe GEM España 2012 (Global Entrepreneurship Monitor, GEM, 2013), reflejo anual del fenómeno emprendedor, indica que la pauta de intención de emprendimiento en España aumenta desde 2009. La tasa de emprendedores potenciales se situó en 2012 en un 12,05% de la población adulta, quedando la tasa de actividad emprendedora en España en el 5,7%. Un 72,3% ha obedecido a motivos de oportunidad y el resto fue consecuencia de la necesidad y el alto nivel de desempleo, por lo que la composición del conjunto de iniciativas es más heterogénea que antes de la crisis, respecto a sus rasgos cualitativos. La implicación de los jóvenes de entre 18 y 35 años de edad es proporcionalmente más alta que la de los adultos de entre 36 y 64. De este modo la tasa de actividad emprendedora juvenil es del 6,74%, mientras que la del segundo conjunto se sitúa en un 5,28%. La población joven en España reproduce no obstante, con escasas diferencias, el modelo de los más adultos. La tasa de percepción de oportunidad es algo mayor así como también su grado de competitividad. Sin embargo, la prevalencia de habilidades necesarias para poner en marcha proyectos emprendedores es inferior. El perfil del emprendedor medio español corresponde a un hombre de algo más de 38 años de edad, con estudios secundarios, formación específica para emprender y nivel de renta en el tercio superior. La tendencia de crecimiento del ímpetu emprendedor, así como circunstancias de motivación o el enfoque del tipo de negocio, entre los jóvenes españoles, es pues diferente del de sus homólogos de otros países de la Unión.

Si bien es cierto que, en tanto que no existen todavía suficientes modelos de referencia y el trasfondo cultural nacional

no ha apoyado, en general, la cultura emprendedora, el país no se ha distinguido tradicionalmente por significativas tasas de aportación creativa y los jóvenes españoles se disponen comparativamente, en lo referido a numerosos indicadores de conducta relacionados con el tema, en posiciones inferiores respecto de los de otros países (Pérez-Díaz y Rodríguez, 2010), la tendencia está cambiando últimamente, como consecuencia de las acuciantes circunstancias laborales. En España, en el año 2012 la tasa de desempleo fue del 53,2% entre los menores de 25 años, el doble de la media de los Estados miembros de la Unión Europea (Eurostat, 2012) y del 39,7% según la Encuesta de Población Activa entre los titulados universitarios menores de 25 años (Instituto Nacional de Estadística, 2013), de modo que la consideración de la figura del que emprende como posibilidad cierta, es cada vez más apreciada como opción, y vital para implementar iniciativas innovadoras que mejoren el sistema económico y sean motor endógeno de desarrollo. De los resultados de la encuesta del estudio Flash Eurobarometer Survey on Entrepreneurship (Comisión Europea, 2012), a solicitud de la Dirección General de Empresa e Industria, se puede concluir también que los jóvenes españoles son ahora más emprendedores.

Dicha renovada cultura emprendedora responde en este momento a un patrón de conducta provisto de potencial para poner en marcha pequeñas iniciativas de negocio, pero con poca tolerancia al riesgo, baja capacidad de percepción de oportunidades y poco espíritu competitivo. Aun cuando las oportunidades de negocio en España son, contrariamente a lo que se pudiera suponer, convenientes, los resultados se atenúan porque no se aprovechan debidamente y el relevo empresarial es insuficiente. La persistencia de este modelo condiciona la modernización de los mecanismos emprendedores y sus resultados (GEM, 2013).

El Libro Blanco de la Iniciativa Emprendedora en España (Alemany, Álvarez, Planellas y Urbano, 2011), otro de los más importantes instrumentos al respecto del tema de esta investigación, se centra sobre dificultades complejas y evidentes en cuestiones de financiación, así como falta de estímulo de pensamiento crítico o autoestima en el entorno familiar, e incide en la importancia de promover el avance en el desarrollo de habilidades emprendedoras resueltas, para situarnos al nivel de los otros países del entorno, y el trascendente papel que debe jugar al respecto la formación. La educación no fomenta aún, en general, verdaderas actitudes de emprendimiento y no desarrolla suficientemente competencias necesarias. La sociedad actual, sumergida en una honda crisis económica, muestra un avance tecnológico y científico voluble, progresivo e incierto, que requiere de los procedimientos pedagógicos y transformaciones significativas para liderar los procesos de cambio y auxiliar, de modo certero, el avance económico y social. Cada vez más, los sectores productores están pidiendo profesionales con capacidades, más allá de las puramente técnico profesionales, poniendo el foco en las personales (Iglesias-Cortizas y Rodicio-García, 2013).

La instrucción puede contribuir entonces enormemente a la creación de una cultura emprendedora, que debe empezar en la escuela. Impulsar actitudes y capacidades emprendedoras resultará del todo útil en las actividades laborales y en la vida cotidiana (Cámaras de Comercio y Ministerio de Educación y Ciencia, 2006). El espíritu emprendedor está adquiriendo importancia en los programas educativos y hay numerosas iniciativas políticas en marcha en este ámbito. Sin embargo, queda por delante el compromiso fundamental de intercambiar prácticas y experiencias sobre herramientas y políticas valiosas.

Es desde la aprehensión de esta idea principal que se ejecuta esta investigación, para conocer las actitudes de los estudiantes del grupo seleccionado.

## **2. PLANTEAMIENTO Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

A partir de lo expuesto previamente, se evidencia que el emprendimiento de los jóvenes españoles, en el contexto europeo de crisis económica, es un tema de gran importancia y actualidad, y que la educación en general y la Universidades particulares pueden desempeñar un importante papel, influyendo en el desarrollo del espíritu emprendedor de los estudiantes.

Por ello, hemos planteado una investigación con los siguientes objetivos:

- Explorar la “intención de emprendimiento” de los estudiantes de tercer curso en contextos de Universidades Privadas en la Comunidad de Madrid.
- Describir qué factores refiere el estudiante que han influido en su intención de emprender.
- Explorar el papel de la Universidad para fomentar la intención emprendedora entre los estudiantes, desde la perspectiva de los propios estudiantes.

## **3. DISEÑO Y METODOLOGÍA**

### **3.1. Metodología**

Dentro del paradigma cualitativo (Taylor y Bogdan, 1996), la metodología utilizada es la fenomenología interpretativa o hermenéutica, cuyo objetivo es comprender las prácticas y experiencias de los seres humanos (Castillo, 2000), de modo que se puedan descubrir los fenómenos a través del análisis de las

descripciones que dan las personas de las experiencias vividas por ellas mismas (Ruiz y Moreno, 2013).

### **3.2. Muestra**

El tamaño de la muestra se ha determinado a posteriori, al alcanzar el punto de saturación (Hammersley y Atkinson, 1994), cuando el análisis no ha aportado ningún dato nuevo relevante respecto a los encontrados previamente. La muestra está formada por 14 informantes.

### **3.3. Forma de selección de los informantes**

Se hace a través de un muestreo intencional teórico, basándose en la utilidad para la generación de información nueva relevante (Ruiz, 2009). En nuestro caso se ha buscado y seleccionado a estudiantes de tercer curso con y sin intención emprendedora, de las titulaciones de Grado en Enfermería y Grado en Diseño de tres Universidades privadas españolas (tabla resumen de informantes en Anexo 1). Se han escogido estas titulaciones como paradigmáticas de profesiones que trabajan por cuenta ajena (Enfermería) y cuenta propia (Diseño). Se han seleccionado Universidades privadas porque no existían estudiantes en últimos cursos del Grado en Diseño en Universidades públicas de nuestro entorno.

### **3.4. Técnicas concretas de recogida de información**

Han sido las entrevistas semiestructuradas (Ruiz, 2009). Las entrevistas se grabaron en audio (mediante una grabadora de voz Olympus VN-712PC) y se transcribieron literalmente en un archivo Word (MS Office 2010).

### **3.5. Proceso de análisis cualitativo**

Análisis por codificación abierta y axial mediante un proceso de

comparaciones constantes (Strauss y Corbin, 2002). Se ha utilizado el programa Atlas.ti versión 6.2.28. Para confirmar los resultados se ha utilizado la triangulación, tanto de informantes (diferentes Universidades, diferentes titulaciones, diferentes edades...) como de investigadores (cada entrevista ha sido analizada por dos investigadores y se han conceptualizado las categorías por consenso).

### **3.6. Aspectos éticos**

Se ha solicitado consentimiento informado verbal (grabado en la entrevista) a cada estudiante que ha participado, siendo informado del título de la investigación, de la composición del equipo investigador y su pertenencia a la Universidad Europea de Madrid, del propósito de la investigación, de que la participación era voluntaria, de la posibilidad de no contestar a alguna pregunta o retirarse en el momento que quisiera sin tener que dar explicación alguna y sin consecuencias, y de que su nombre sería anonimizado mediante un código en la transcripción de la entrevista. Se ha proporcionado una copia de la transcripción a los estudiantes para que pudieran revisarlo y eliminar el contenido que no quisiesen que constase en la misma.

### **3.7. Declaración de intereses**

Este proyecto ha sido financiado mediante una beca interna por parte de la Universidad Europea de Madrid (referencia 2013/UEM24).

## **4. RESULTADOS**

Del análisis de las entrevistas han surgido cuarenta y cinco categorías, agrupadas en seis metacategorías, que se presentan en la siguiente tabla:

Metacategoría	Definición
Visión de los estudiantes sobre emprendimiento	Opiniones de los estudiantes sobre la intención emprendedora y el emprendimiento
Motivación para emprender	Las causas, que en opinión de los estudiantes, les han llevado a pensar en emprender, o pueden llevar a otros a emprender
Cualidades personales para emprender	Aquellas características personales de los estudiantes que influyen sobre la capacidad de emprender, y el origen de las mismas
Necesidades percibidas para emprender	Los aspectos identificados por los estudiantes como necesarios para que pueda existir emprendimiento
Influencias externas en emprendimiento	Los factores externos al individuo que pueden influir sobre la intención emprendedora, tanto a nivel del grupo familiar como a nivel de la formación en la Universidad
Propuestas de mejora Universidad	Los aspectos que pueden mejorarse en la Universidad para favorecer el emprendimiento

Tabla 1. Listado de metacategorías con definición

Las metacategorías se relacionan con los objetivos de la investigación de la siguiente manera:

- *Visión de los estudiantes sobre emprendimiento* y *Motivación para emprender* son resultados relativos al objetivo de explorar la “intención emprendedora” de los estudiantes de tercer curso en contextos de Universidades Privadas en la Comunidad de Madrid.
- *Motivación para emprender*, *Cualidades personales para emprender*, *Necesidades percibidas para emprender* e *Influencias externas en emprendimiento*, son resultados relativos al objetivo de describir qué factores refiere el estudiante que han influido en su intención de emprender.
- *Influencias externas en emprendimiento* y *Propuestas de mejora Universidad* son resultados relativos al objetivo de explorar el papel de la Universidad para fomentar la intención emprendedora entre los estudiantes, desde la perspectiva de los propios estudiantes.

A continuación se presentan los principales resultados, agrupados según metacategorías. Las citas textuales de los estudiantes se indican entre comillas, en cursiva, seguidas del código que identifica a cada informante entre paréntesis. En el Anexo I se puede consultar la relación entre informantes y códigos.

#### 4.1. Visión de los estudiantes sobre emprendimiento

Al indagar por el momento en el que comienza su intención de emprender, se observa cómo algunos estudiantes refieren que ya tenían esa idea antes de ir a la Universidad, como expresan dos estudiantes, uno de Enfermería y otro de Diseño: “*La verdad es que esta idea la he tenido siempre*” (E5); “*mi idea era estudiar la carrera para poder montar mi negocio*” (E13). Sin embargo, en otros casos es la situación laboral que se vislumbra desde la Universidad la que lleva a plantearse el emprender: “*No, no, es más bien cómo está el país, los amigos, que algunos han terminado, no encuentran dónde colocarse y es lo que hablamos (...)*”

*Te animas porque ves que al terminar la carrera te va a ser muy difícil colocarte, entonces te tienes que echar a la calle y la forma de hacerlo es montando tu propio negocio” (E11). Lo que sí se reconoce es que la Universidad amplía las opciones “es una opción que antes no, tampoco me planteaba que existiese, no que lo vaya a hacer, sino simplemente que existiese” (E6).*

Los estudiantes universitarios expresan una opinión positiva sobre el emprendimiento, creen que tiene más beneficios, tanto económicos como personales, ser emprendedor-empresario que ser un profesional que trabaja por cuenta ajena en una empresa “*porque todo el mundo sabe que en una empresa el empresario va a tener más beneficio, por eso lo haces en principio, tampoco es una ONG, y luego también el motivo personal; yo creo que la superación, el decir: esto lo he hecho por mí misma, he sacado un negocio adelante” (E3); pero no se trata de una opinión fantasiosa, los estudiantes conocen ejemplos de personas que lo han conseguido, por lo que no se ve como algo utópico y lejano, sino algo cercano y posible: “lo que yo he vivido a mi alrededor es que por ejemplo mi hermano, gente joven que ha emprendido hace relativamente poco, mi hermano, mi prima, mi primo, todos los que han emprendido y han luchado por su sueño y han trabajado, a todos les está yendo más o menos bien” (E1).*

#### **4.2. Motivación para emprender**

En relación a qué motiva a una persona para ser emprendedor, los estudiantes hacen mención a diferentes razones, algunas de las cuales se puede considerar que son internas, como la vocación, el ser independiente, el afán de superación o el deseo de ganar más dinero, y otras que se pueden entender como externas, como la situación económica actual en España o la tradición familiar. A

continuación se desarrollan algunos de los motivos:

- “Ser tu propio jefe” relacionado también con la vocación y llevar a cabo el sueño/ilusión que tienen de forma independiente, sin depender de otros: “*Entonces también tiene que estar ahí un poco tu gusto, si tú quieres ser un empleado más o quieres ser algo más en una empresa. Yo por ejemplo prefiero ser algo más que solo un empleado” (E9).*
- “Afán de superación”: “*... luego también el motivo personal; yo creo que la superación, el decir: esto lo he hecho por mí misma, he sacado un negocio adelante” (E3).*
- “Necesidad”, empujado por la situación económica actual y la falta de trabajo: “*Yo creo que se va haciendo después cuando vas estudiando y cuando te vas dando cuenta de que no encuentras ningún trabajo y que a lo mejor de esa manera puedes salir adelante” (E8).*
- “Tradición familiar”, por el entorno en el que se ha crecido: “*Yo, en mi caso, desde pequeña he mamado lo que es un negocio en la familia por lo tanto desde que empecé a estudiar siempre he querido ser empresaria” (E9).*

#### **4.3. Cualidades personales para emprender**

En el análisis de las entrevistas surgen múltiples cualidades personales necesarias para emprender, en opinión de los estudiantes universitarios, entre las que se incluyen la actitud ante los cambios y ante el fracaso, la autoconfianza, capacidad de lucha, ilusión, valor, creatividad, flexibilidad, proactividad, liderazgo, capacidad autocrítica, capacidad de gestión, autonomía, responsabilidad.



A continuación se desarrollan algunas de estas cualidades, recogiendo las ideas de los estudiantes:

- “La capacidad de ver los cambios y el fracaso como algo positivo que sirve para evolucionar y aprender”: *“Un fracaso no es un fracaso sino, como he dicho al principio, el cambio siempre va a ser para mejor, va a ser positivo. Si has fracasado en ese momento lo que te toca es analizar por qué, qué ha ocurrido, qué ha pasado y la siguiente vez ser más fuerte. Es eso, es evolucionar, es aprendizaje”* (E1).
- “Autoconfianza y esfuerzo, lucha, perseverancia”: *“para emprender tienes que creer en ti, en lo que vas a hacer, luchar, esforzarte”* (E1), *“Pienso que un emprendedor sobre todo lo que tiene que tener es ganas de trabajar”* (E13).
- “Flexibilidad”: *“pienso que tiene que ser una persona abierta a consejos para ir cambiando de ideas, para ir haciendo cambios a lo largo de lo que es todo el proyecto”* (E4).
- “Proactividad, buscar la oportunidad”: *“tienes que ser una persona muy abierta, muy proactiva no esperar a que te vengan las cosas sino salir afuera a buscarlas”* (E3).

Aunque estas cualidades se consideran necesarias, no existe consenso entre los estudiantes sobre si son características innatas o adquiridas, es decir, si cualquier persona puede llegar a ser emprendedor o solamente algunos: *“Está claro que como para todo hay gente que nace con un don, llamémoslo así (...) creo que el que nace es mejor emprendedor pero que puedan serlo tanto el que nace como el que aprende, (...) pero ante la rapidez, el que nace yo creo que va a tener más posibilidades”* (E4). *“Yo creo que te vas haciendo, con la edad uno va madurando. Todo el mundo no vale para emprender pero yo creo que te vas haciendo, no naces”* (E14).

#### 4.4. Necesidades percibidas para emprender

Los estudiantes mencionan diferentes aspectos como requisitos necesarios para emprender, entre los que se incluyen tener una idea viable, poseer las cualidades necesarias como emprendedor, obtener financiación, y contar con asesoramiento experto.

No basta con tener una idea para poder emprender, los resultados indican que hace falta una “idea viable”, lo cual consiste en tener una idea y además un análisis de si es posible aplicarla a un negocio, es decir, un plan de empresa: *“Tienes que tener una idea que sea viable y sobre todo lo que pienso es que para ser un buen emprendedor tienes que tener un plan de negocio, un plan de empresa”* (E3). Pero aunque se tenga la idea viable, no se puede comenzar un negocio sin financiación: *“Para empezar un negocio hace falta tener (...) tener dinero para poder montar el negocio”* (E13).

La financiación puede obtenerse mediante los recursos personales, proveniente de diferentes fuentes (ahorro y propiedades previas): *“trabajo personal; trabajar y ahorrar, trabajar y ahorrar”* (E10), *“voy a vender mi casa que es lo que quiero poner para empezar mi negocio”* (E5); mediante el apoyo familiar: *“yo creo que o te lo deja tu familia o es bastante complicado”* (E9); buscando patrocinio: *“un patrocinador o algo así, tener mi proyecto bien afianzado y presentárselo a una persona que me pueda...”* (E4); buscando socios: *“si me surge una idea que yo vea, y esté muy segura que tiene futuro y que puede funcionar, me buscaría algún método o socios”* (E6); mediante financiación externa, que se plantea complicada de inicio: *“más ahora como están las cosas porque antes cuando uno abría tenías más crédito, pero ahora que el banco no da nada casi”* (E3), *“hoy en día conseguir la financiación en los bancos una persona joven, alrededor de veintitrés”*

*años que es los que vas a tener cuando termines de estudiar más o menos, es complicado si no tienes un trabajo fijo, nada que te pueda avalar” (E9).*

Además de las cualidades, la idea viable y la financiación, los estudiantes consideran necesario contar con asesoramiento profesional para aspectos específicos de gestión económica, legal, etc..., dado que no los han estudiado en su carrera *“también a nivel económico tendrás que contar con alguien que, si tú no sabes hacerlo, que te aconseje y que te asesore, porque si no, un negocio no funciona” (E6).*

#### **4.5. Influencias externas en emprendimiento**

Los estudiantes expresan que la intención emprendedora es influenciada por diferentes factores externos, que pueden actuar sobre la motivación, las cualidades personales o las necesidades percibidas para emprender. Esas influencias son la trayectoria vital de cada estudiante, la familia y la Universidad, en relación a la formación, los profesores como orientadores o motivadores, las prácticas en empresas, la internacionalidad y los recursos que fomentan o ayudan al emprendimiento.

La experiencia de la vida del estudiante contribuye al desarrollo de un perfil más orientado al emprendimiento, por su trayectoria vital como expresan en los siguientes fragmentos de entrevista: *“a lo mejor mi perfil sería de emprendimiento y porque creo que también si algo tiene la edad es que también tengo cosas positivas de mucha experiencia” (E3).*

La familia puede influir de forma positiva para fomentar el emprendimiento, tanto en su papel de socialización y ejemplo, como proporcionando respaldo económico: *“A lo mejor tus padres son empresarios, es lo que has mamado desde*

*pequeñito, ese saber hacer a la hora de montar una empresa y a lo mejor te nace porque es lo que has vivido” (E4);* pero también puede influir negativamente al ver de primera mano el esfuerzo que implica ser emprendedor: *“porque toda mi familia es emprendedora y quizá tenga una visión un poco de ¡uf! (...) sí tendría capacidad pero no sé si me apetece” (E1).*

En la Universidad, los profesores pueden ampliar u orientar el campo profesional en el que los estudiantes se plantean emprender: *“estoy supercontenta porque emprendedora yo era pero me han abierto mucho el campo (...) y eso ha sido gracias a lo que me han enfocado desde aquí profesores de la Universidad; para mí sí ha sido importante” (E4).* Además los profesores pueden actuar como motivadores: *“los profesores a veces comentan también el tema” (E14).*

Las prácticas en empresas en personas con intención emprendedora, pueden servir para proporcionar ideas y centrar en la realidad laboral las ideas previas: *“Eso no es que te vaya a quitar la idea de emprender pero sí que puedas empezar y decir bueno, para enfocarme, para ver cómo es el tema laboral, cómo es este mundo laboral del diseño, que lo desconozco totalmente” (E3);* pero en los que no la tengan, sólo acercan al mundo laboral: *“Yo creo que el que es emprendedor le va a ver a esas prácticas algo por donde emprender pero el que no es emprendedor no le va a ver nada a esas prácticas” (E4).*

Hay estudiantes que han oído hablar de que en su Universidad hay recursos para favorecer el empleo, pero de forma genérica y nunca han acudido personalmente: *“He oído, porque hay un edificio o algo así, que te ayuda un poco a... es que no estoy muy bien informada, creo que te ayuda si tengo un proyecto voy y ellos me asesoran (...) no te puedo decir porque nunca he ido; no sé si funcionaría o no” (E4);* y además no lo relacionan con

ayuda al Emprendimiento sino con trabajo por cuenta ajena: *“Esto no lo sé, lo que sí que he mirado que había algo, me han dicho algo así para... pero era más bien para actualizar tu currículum y enseñarte otros caminos, para irte a trabajar fuera y estas cosas”* (E5).

El estar en otros países se ve como algo positivo, que enriquece y hace que se tengan en cuenta nuevas ideas de emprendimiento e innovación: *“Creo que siempre es bueno el viajar, te abre un mundo diferente, ver cómo se trabaja en otros países es fundamental”* (E5). Además, ante un mercado cada vez más global, todo está interrelacionado, de forma que el tener una visión amplia es beneficioso para el desarrollo profesional futuro: *“para el emprendimiento por supuesto que sí, además los temas son cada vez más globales, tú qué sabes si vas a acabar vendiendo en no sé dónde”* (E3).

No siempre es necesario hacer una estancia en otro país. El tener estudiantes de esos países en España se considera que también proporciona los mismos beneficios: *“estudiantes de Erasmus que te cuentan sus experiencias. También es bueno informarse acerca de cómo se llevan a cabo este tipo de proyectos en otros países”* (E9).

#### **4.6. Propuestas de mejora Universidad**

Los estudiantes encuentran áreas de mejora en la Universidad para fomentar el emprendimiento y apoyar a aquellos que tienen intención de emprender, para que puedan llevar a cabo esa intención y convertirse en profesionales emprendedores.

Solicitan una mayor formación en competencias como la capacidad crítica y autocrítica y el trabajo en equipo. También se reclama más información general sobre el emprendimiento, porque no hay

suficiente conocimiento sobre el tema: *“dar más información a los estudiantes, que estuvieran más informados para ver si nos dan opciones para emprender. Creo que sí que hay gente que quiere emprender lo que pasa es que tampoco... (...) creo que si dan una buena información la gente querría más trabajar por cuenta propia”* (E5).

Se pide ayuda para ampliar la visión de qué se puede hacer con el título que se obtiene, tanto en España como en otros países, incluyendo la opción del emprendimiento como salida profesional, pero concretamente en su carrera, en su profesión: *“que nos cuenten todas las oportunidades que tenemos, todo lo que podemos hacer con nuestra carrera, y también que nos aporten de diferentes países las cosas que se hacen allí, las diferentes experiencias, creo que eso es importante”* (E6), *“pero me falta información, me gustaría que me dieran... de una persona que trabajara exactamente en esto y ver cómo podríamos hacer (...), sino que sí me gustaría que me indicaran el emprendimiento de lo mío en concreto”* (E3).

Igualmente, no se percibe que exista suficiente información sobre los recursos de los que disponen las universidades para orientar o ayudar a los estudiantes con intención emprendedora: *“Yo no lo conozco pero tampoco lo he preguntado mucho; pero creo que si hubiera estado ya nos hubiéramos enterado de que hay ese... eso para emprendedores, de que hay un gabinete para emprendedores o como se llame”* (E3), *“No lo sé, creo que no, no tengo la verdad conocimiento de ese tema”* (E7); aunque quizás el problema no esté tanto en la información en sí sino en que no llega a los estudiantes de una forma que les resulte interesante, por lo que no se le presta atención: *“Nos ha llegado mucha información de allí, tanto en folletos como por email, lo que pasa es que no le he prestado mucha atención”* (E6).

Se destaca el papel del profesor universitario como mentor, como persona que acerca al mundo profesional y orienta (*“Y sí deberían ayudarnos en ese sentido (...) simplemente: pues mira, (...) sé que va más en este perfil, va más para emprendedora porque ella lo quiere tal, cuando acabes el año que viene vas a ir ya metiéndote más en estos temas de orientación o de asesoría laboral”* (E3) ) y ayuda a que cada estudiante pueda analizarse y descubrir si puede emprender, apoyando además su desarrollo de competencias: *“y por supuesto que cada uno que diga: yo podría o yo no, que cada uno se haga un análisis personal de las debilidades y fortalezas en este tema, que tenga muy clara la información de lo que es y luego claro, que pudieran optar a este tipo de habilidades”* (E3).

También se propone proporcionar los conocimientos necesarios a nivel práctico para iniciar un proyecto empresarial: *“no tengo noción de que haya una asignatura, o que dentro de una asignatura se dedique un tiempo a orientarnos un poco a nivel papeleo, digamos, de todo esto que se tiene que hacer”* (E4), por ejemplo a través de los créditos de Actividades Universitarias: *“tenemos la asignatura (...) de Actividades Formativas Universitarias, (...) porque yo creo que mucha gente que no tiene la intención de emprender a lo mejor se le enciende la chispa de decir...”* (E3).

También hay sugerencias relacionadas con las prácticas en empresas, por ejemplo en Diseño creen que deberían dedicar más tiempo mientras que en Enfermería no se percibe utilidad porque las prácticas profesionales están orientadas al empleo por cuenta ajena.

## **5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES**

### **5.1. Discusión**

En relación a la intención emprendedora, evidenciamos que tanto en aquellos estudiantes que no tenían intención de emprender antes de ir a la Universidad, como en aquellos que sí la tenían, nuestros entrevistados manifiestan que la Universidad amplía las opciones. La educación universitaria desempeña un papel primordial en el desarrollo de una sociedad emprendedora formando parte del adiestramiento de emprendedores como individuos de características múltiples (Martín, Hernangómez, Rodríguez y Saboia, 2010). Existen varias razones por las cuales la educación parece importante para estimular la iniciativa empresarial. En primer lugar, la educación ofrece a las personas un sentido de independencia, autonomía y auto-confianza. En segundo lugar, la educación hace que los sujetos tomen conciencia de las opciones profesionales alternativas. En tercer lugar, la educación amplía los horizontes de las personas, lo que hace a éstas mejor preparadas para percibir las oportunidades; y, finalmente, la educación proporciona conocimientos que pueden ser utilizados por las personas a para desarrollar nuevas oportunidades empresariales (Sánchez, Lanero y Yurrebaso, 2005). En un informe realizado por Ernst & Young (2011) con datos de 800.000 personas, de los cuales 70.000 eran empresarios de 60 países de todo el mundo, se concluye que tanto la cultura social como el sistema educativo deben ser los apropiados para preparar a los futuros emprendedores con los conocimientos y comportamientos adecuados.

Los resultados encontrados nos muestran que podemos agrupar los factores influyentes en el emprendimiento en dos grandes grupos: las cualidades o características personales y otras influencias externas relacionadas con el contexto, entre las que se encuentran la familia, la formación y la experiencia vital y profesional. Burger-Helmchen (2012)

dice que existen una serie de factores que influyen en el emprendimiento. Por un lado factores naturales (se nace): *Demografía* (edad, sexo, raza), *Rasgos* y *Características* (personalidad, locus de control, propensión a asumir riesgos), *Selección de carrera*. Por otro lado, factores circunstanciales (se hace y educa): *Modelo Cognitivo* (oportunidades inciertas, oportunidades menos inciertas, aspiraciones), *Modelo Económico* (beneficios previstos), *Modelo de factores de atracción y repulsión* (oportunidades percibidas, necesidad).

De las entrevistas, surgen múltiples cualidades personales necesarias para emprender. En opinión de los estudiantes universitarios, entre estas cualidades se incluyen la actitud ante los cambios y ante el fracaso, la autoconfianza, capacidad de lucha, ilusión, valor, creatividad, flexibilidad, proactividad, liderazgo, capacidad autocrítica, capacidad de gestión, autonomía, responsabilidad. En realidad se pueden considerar competencias transversales que se incluyen en los programas formativos universitarios. Los estudiantes entrevistados, en general, perciben el cambio como algo necesario y positivo aunque inicialmente no se vea así. Se considera una percepción necesaria para un emprendedor y consideran que es inherente al emprendimiento el ser capaz de adaptarse y afrontar cambios. La actitud ante el fracaso se percibe como una continuación de la actitud ante el cambio, como algo positivo que sirve para evolucionar y aprender. Un emprendedor se adapta y sigue adelante. Según Sánchez, Lanero y Yurrebaso (2005), existe una relación positiva directa entre la personalidad proactiva y la intención emprendedora. Además, afirma que la propensión al riesgo se puede considerar como una variable predictora de la intención hacia el autoempleo.

Hasta la fecha, en España la formación en emprendimiento se ha

potenciado de forma notable en las Escuelas de Negocio pero con menor intensidad en las titulaciones universitarias. Dentro del marco del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), las universidades tienen una gran oportunidad para abordar algunas acciones que repercutan en la formación para el emprendimiento, favoreciendo el desarrollo de las competencias y actitudes personales del estudiante que fomenten su espíritu innovador y por ende espíritu emprendedor.

Nuestros estudiantes piensan que para emprender es necesaria la autoconfianza, directamente relacionada con la autoestima y el liderazgo. En este sentido encontramos a varios autores. Villa y Poblete (2007) dicen que la persona con espíritu emprendedor tiene un nivel de autoestima y un conocimiento de sí mismo que le permite valorar los riesgos y oportunidades, tomando decisiones y actuando con confianza. Por otro lado, para emprender con éxito, cuanto mayor sea la confianza del individuo en sus recursos y habilidades, mayor será su disposición para asumir el fracaso ya que tendrán más tolerancia al estrés que este fracaso les pueda ocasionar (Sánchez et al., 2005).

También perciben que son necesarias la creatividad y la innovación. El Grupo SI(e)TE Educación (2012), expone que son varios los conceptos ligados a la sociedad del conocimiento como son la creatividad, educación, innovación y espíritu emprendedor. Afirman también que como parte de la acción educativa hay que prestar atención a la relación creatividad-educación-innovación. En este sentido, Iglesias-Cortizas y Rodicio-García (2013), diseñaron un cuestionario para explorar las competencias de creatividad e innovación en jóvenes universitarios, mediante la identificación de los factores que las definen (competencias personales, sentirse creativo e innovador, cambio socio-personal, evaluar las ideas

innovadoras, automotivación, detectar problemas para innovar, autogestión, nuevos métodos de estudio, tecnología para innovar y resolución de problemas). Volvemos a encontrar la estrecha relación con las competencias transversales expuestas con anterioridad.

Algunas de las áreas de mejora que se mencionan en las entrevistas, relacionadas con la Universidad y las competencias, coinciden con las acciones de carácter global que aparecen en el capítulo “Espíritu Emprendedor” del documento *Fomento del espíritu emprendedor en la escuela* (Cámara de Comercio y Ministerio de Educación y Ciencia, 2006) como son la incorporación en la educación universitaria del espíritu emprendedor diseñando adecuados contenidos y metodologías docentes y poniendo en marcha iniciativas y experiencias innovadoras en este campo. En dicho capítulo se hace referencia a que la clave sería conseguir que el espíritu emprendedor fuera una competencia transversal en todas las titulaciones, promoviendo el desarrollo de cualidades personales tales como la creatividad, la iniciativa, toma de decisiones, aprendizaje continuo, actitud pro-activa, pensamiento crítico, ética empresarial y responsabilidad. Otras claves serían implementar cursos, seminarios o jornadas de actualización y/o asignaturas con contenidos y competencias específicas como comercialización y dirección y gestión de empresas.

Los estudiantes expresan que la intención emprendedora es influenciada por diferentes factores externos, que pueden actuar sobre la motivación, las cualidades personales o las necesidades percibidas para emprender. Esas influencias son la trayectoria vital de cada estudiante, la familia y la Universidad, en relación a la formación, los profesores como orientadores o motivadores, las prácticas en empresas, la internacionalidad y los recursos que

fomentan o ayudan al emprendimiento. Ya hemos visto cómo la Universidad favorece el desarrollo de las competencias, que coinciden con las cualidades necesarias para emprender señaladas por los mismos estudiantes. Además de las competencias, reciben formación en aspectos relacionados indirectamente con el emprendimiento dentro de su carrera. En relación al claustro, los resultados muestran que los estudiantes consideran necesario que haya profesores que les ayuden en su intención de emprendimiento ya que expresan la necesidad de que dichos profesores se involucren en este sentido, teniendo una actitud orientada a las competencias y al desarrollo de las capacidades, estimulándoles a dar lo mejor de sí mismos. Piensan que los profesores pueden ampliar su campo profesional y además pueden actuar como motivadores. En este sentido, en el capítulo “Espíritu Emprendedor” del citado documento *Fomento del espíritu emprendedor en la escuela* (Cámara de Comercio y Ministerio de Educación y Ciencia, 2006) se hace referencia a que hay escasez de profesores especializados que tengan experiencia laboral y empresarial en empresas de su sector. Al profesorado se le exige dedicación plena a la enseñanza y no se le facilita compaginar su actividad docente con el desempeño profesional dentro de los sectores productivos para los que están formando. En los resultados también se hace referencia al papel del profesor universitario como mentor, como persona que les acerque el mundo profesional.

Otra de las propuestas que se mencionan en este capítulo, también coincide con los resultados de las entrevistas en relación al profesorado, ya que piensan que la intervención del profesorado en el aula es una pieza clave para aproximar la educación a la empresa, ya que para generar aprendizaje,

innovación y desarrollo social y económico, estos dos ámbitos, educación y mundo empresarial, tienen que ir de la mano. Para ello el profesorado tiene que estar formado y será de especial importancia el acercamiento del profesorado al mundo empresarial. En este sentido, Zabalza (2003) considera que las prácticas en empresas sirven para conocer el mundo laboral real y aprender a desenvolverse en él. En personas con intención emprendedora, pueden servir para proporcionar ideas y centrar en la realidad laboral las ideas previas o incluso reforzar la motivación emprendedora al ver la realidad del trabajo como empleado. Pero en los que no la tengan, sólo acercan al mundo laboral.

El estar en otros países se ve como algo positivo, que enriquece y hace que se tengan en cuenta nuevas ideas de emprendimiento e innovación. Además, ante un mercado cada vez más global, todo está interrelacionado, de forma que el tener una visión amplia es beneficioso para el desarrollo profesional futuro, al conocer la diferencia entre las características socioculturales de las personas de unos países u otros en relación al emprendimiento. No siempre es necesario hacer una estancia en otro país. El tener estudiantes de esos países en España se considera que también proporciona los mismos beneficios.

## 5.2. Conclusiones

A continuación se presentan las principales conclusiones de la investigación:

- Los estudiantes universitarios presentan una actitud positiva frente al emprendimiento, existiendo estudiantes con intención emprendedora tanto en titulaciones en las que clásicamente el mercado de trabajo es por cuenta propia como en

titulaciones en las que lo tradicional es el trabajo por cuenta propia.

- Aunque hay estudiantes que ya tomaron la decisión de emprender antes de comenzar la Universidad, en otros casos podría ser el paso por la Universidad y la situación del mercado laboral el desencadenante de la intención emprendedora.
- Se identifican factores que influyen sobre la intención emprendedora, actuando sobre la motivación, las cualidades personales y las necesidades percibidas para emprender. Esos factores son: la trayectoria vital de cada estudiante, la familia y la Universidad. Y dentro de la Universidad, los factores son: la formación, los profesores como orientadores o motivadores, las prácticas en empresas, la internacionalidad y los recursos que fomentan o ayudan al emprendimiento.
- La motivación para ser emprendedor puede deberse a factores internos, como la vocación, el ser independiente, el afán de superación o el deseo de ganar más dinero, o a factores externos, como la situación económica actual en España o la tradición familiar.
- Dentro de las cualidades personales necesarias para emprender se podrían incluir la actitud ante los cambios y ante el fracaso, la autoconfianza, capacidad de lucha, ilusión, valor, creatividad, flexibilidad, proactividad, liderazgo, capacidad autocrítica, capacidad de gestión, autonomía y responsabilidad.
- Los estudiantes refieren como requisitos necesarios para emprender, tener una idea viable, obtener financiación, y contar con asesoramiento experto.
- El papel de la Universidad en el fomento de la intención emprendedora

podría mejorarse en las áreas de asesoramiento y apoyo en emprendimiento, prácticas en empresas y desarrollo de competencias transversales:

- a) No se percibe que exista suficiente información sobre los recursos de los que disponen las Universidades para orientar o ayudar a los estudiantes con intención emprendedora, aunque quizás el problema no esté tanto en la información en sí sino en que no llega a los estudiantes de una forma que les resulte interesante, por lo que no se le presta atención. Aunque no hayan utilizado este recurso, consideran que es algo útil y fiable, al formar parte de la Universidad, en la que depositan plena confianza, ya que consideran su papel como el de un padre que siempre busca lo mejor para su futuro.
- b) Los estudiantes demandan ayuda para ampliar la visión de qué se puede hacer con el título que se obtiene, tanto en España como en otros países, incluyendo la opción del emprendimiento como salida profesional, pero concretamente en su carrera, en su profesión.
- c) Sería conveniente proporcionar los conocimientos y formación necesarios a nivel práctico para iniciar un proyecto empresarial.
- d) Se solicita mejorar las prácticas en empresas, en el sentido de que acerquen al estudiante a la realidad del mundo laboral (exigencias, responsabilidad, toma de decisiones).
- e) Se debería fomentar el papel formador y motivador del profesorado en relación al futuro profesional del estudiante.
- f) Sería recomendable profundizar en las estrategias de formación y

desarrollo de competencias transversales relacionadas con el emprendimiento entre los estudiantes, como la autoconfianza, capacidad crítica, liderazgo, autocrítica, capacidad de comunicación y gestión y autonomía entre otras.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alemany, I., Álvarez, C., Planellas, M. y Urbano, D. (2011). *Libro Blanco de la Iniciativa Emprendedora en España*. Barcelona: Fundación Príncipe de Girona. Recuperado de:  
<http://es.fpdgi.org/proyectos/emprendimiento/libro-blanco-de-la-iniciativa-emprendedora-en-espana/>
- Burger-Helmchen, T. (2012). *Entrepreneurship: Born, made and educated*. Retrieved from:  
<http://www.intechopen.com/books/entrepreneurship-born-made-and-educated>
- Cámaras de Comercio y Ministerio de Educación y Ciencia. (2006). *Fomento del espíritu emprendedor en la escuela*. Madrid: Cámaras de Comercio y Ministerio de Educación y Ciencia. Recuperado de:  
[http://www.camaras.org/publicado/formacion/publicaciones/Libro\\_Espiritu\\_Emprendedor.pdf](http://www.camaras.org/publicado/formacion/publicaciones/Libro_Espiritu_Emprendedor.pdf)
- Castillo, E. (2000). La fenomenología interpretativa como alternativa apropiada para estudiar los fenómenos humanos. *Investigación y educación en enfermería, XVIII (1)*, 27-35.
- Comisión Europea (2012). *Flash Eurobarometer on Entrepreneurship*. Recuperado de:  
<http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/eurobarometer/>
- Comisión Europea (2013) Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo y a los Comités Económico y Social y de las Regiones. *Plan de acción sobre emprendimiento 2020*. Recuperado de:  
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0795:FIN:ES:PDF>
- Drucker, P.F. (2007). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Oxford: Routledge (Orig. 1985).
- Ernst & Young, Global Entrepreneurship Monitor y Endeavor. (2011). *High-impact*



- entrepreneurship global report*. Business Wire 26-08-2011. ¿Cuáles son las características de los emprendedores más exitosos del mundo? Recuperado de: <http://www.businesswire.com/news/home/20110826005608/es/>
- Eurostat (2012) Unemployment statistics. Retrieved from: [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics\\_explained/index.php/Unemployment\\_statistics](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Unemployment_statistics)
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2013). *Informe GEM España 2012*. Recuperado de: <http://www.gemconsortium.org/docs/2645/gem-2012-global-report>
- Grupo SI(e)TE. Educación (2012). Creatividad, educación e innovación: emprender la tarea de ser autor y no sólo actor de sus propios proyectos. *Revista de Investigación en Educación*, 10 (1), 7-29.
- Hammersley, M. y Atkinson, P. (1994). *Etnografía. Métodos de investigación*. Barcelona: Paidós (2ª ed.).
- Iglesias-Cortizas, M.J. y Rodicio-García, M.L. (2013). El desarrollo de la creatividad e innovación. Un reto ante la crisis actual. *Revista de Investigación en Educación*, 11 (1), 134-148.
- Instituto Nacional de Estadística. Encuesta de Población Activa (2013). Recuperado de: [http://www.ine.es/inebase/DYN/epa30308/epa\\_inicio.htm](http://www.ine.es/inebase/DYN/epa30308/epa_inicio.htm)
- Jenner, C. (2012). *Business and education: Powerful partners in social innovation*. Blog en Stanford Social Innovation Review. Retrieved from: [http://www.ssireview.org/blog/entry/business\\_and\\_education\\_powerful\\_social\\_innovation\\_partners](http://www.ssireview.org/blog/entry/business_and_education_powerful_social_innovation_partners)
- Kauffman Foundation (2009). *Business Dynamics Statistics Briefing: Jobs created from business start-ups in the United States*. Recuperado de: [http://www.kauffman.org/~media/kauffman\\_org/research%20reports%20and%20covers/2009/01/bds\\_jobs\\_created\\_011209b.pdf](http://www.kauffman.org/~media/kauffman_org/research%20reports%20and%20covers/2009/01/bds_jobs_created_011209b.pdf)
- Lupiáñez, L., Priede, T. y López-Cózar, C. (2014). El emprendimiento como motor de crecimiento económico. *Boletín Económico del ICE, del 1 al 28 de Febrero de 2014*, 59-61. Recuperado de: [http://www.revistasice.com/cache/pdf/bice\\_3048\\_55\\_24385f894c3ef154d0382ebb24b0889d.pdf](http://www.revistasice.com/cache/pdf/bice_3048_55_24385f894c3ef154d0382ebb24b0889d.pdf)
- Mwasalwiba, E.S. (2010). Entrepreneurship education: a review of its objectives, teaching methods and impact indicators. *Education + Training*, 52 (1), 20-47.
- Martín Cruz, N., HernangómezBarahona, J.J., Rodríguez Escudero, A.I. y SaboiaLeitao F.A. (2010). La formación de los emprendedores y sus consecuencias sobre la innovación y el éxito empresarial. *Dirección y organización: Revista de dirección, organización y administración de empresas*, 41, 86-95.
- Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (2012). *Estrategia de emprendimiento y Empleo Joven 2013/2016*. Recuperado de: [http://www.empleo.gob.es/ficheros/garantiajuvenil/documentos/EEEJ\\_Documento.pdf](http://www.empleo.gob.es/ficheros/garantiajuvenil/documentos/EEEJ_Documento.pdf)
- Noel, T.W. (2001). *Effects of entrepreneurial education on intent to open a business*. Paper presented at the Frontiers of Entrepreneurship Research. Retrieved from: <http://fusionmx.babson.edu/entrep/fer/babson2001/XXX/XXXA/XXXA.htm>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) (2012). *Policy Brief on Youth Entrepreneurship*. Retrieved from: [http://www.oecd.org/cfe/leed/Youth%20entrepreneurship%20policy%20brief%20EN\\_FINAL.pdf](http://www.oecd.org/cfe/leed/Youth%20entrepreneurship%20policy%20brief%20EN_FINAL.pdf)
- Pérez-Díaz, V. y Rodríguez, J.C. (2010). La travesía del desierto. *Cuadernos De Información Económica*, 213, 1-11.
- Ramos-Rodríguez, A.R., Medina-Garrido, J.A. y Ruiz-Navarro, J. (2012). Determinants of entrepreneurship: A study using GEM data. *International Journal of Hospitality Management*, 31 (2), 579-587.
- Ruiz, J.I. (2009). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto (4ª ed. 1ª reimp.).
- Ruiz, J., Solé, F. y Veciana, J.M. (2002). *Creación de empresas y universidad*. Cádiz: Instituto de Fomento Andaluz.
- Ruiz, M. y Moreno, M. (2013). Cuidadoras inmigrantes: trabajo emocional. *Cultura de los cuidados*. 35 (1. Cuatrimestre 2013), 86-95. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.7184/cuid.2013.35.08>
- Sánchez, J.C., Lanero, A. y Yurrebaso, A. (2005). Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario. *Revista de Psicología Social Aplicada*, 15 (1), 37-60.
- Strauss, A. y Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Medellín, Colombia: Universidad de Antioquía.

Taylor, S.J. y Bogdan, R. (1996). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación: la búsqueda de significados*. Barcelona: Paidós.

Timmons, J. (2003). *Entrepreneurial thinking: Can entrepreneurship be taught*. Chicago: Coleman Foundation.

Villa, A. y Poblete, M. (2007). *Aprendizaje basado en competencias. Una propuesta para la evaluación de las competencias genéricas*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Zabalza, M.A. (2003). *Competencias docentes del profesorado universitario. Calidad y desarrollo profesional*. Madrid: Narcea.

**ANEXO I**

<b>Código</b>	<b>Edad</b>	<b>Titulación</b>	<b>Curso</b>	<b>Universidad</b>	<b>Intención emprendedora</b>
E1	30	Grado Diseño	3º	Universidad Europea Madrid (Madrid)	No
E2	22	Grado Diseño	3º	Universidad Europea Madrid (Madrid)	No
E3	46	Grado Diseño	3º	Universidad Europea Madrid (Madrid)	Si
E4	40	Grado Enfermería	3º	Universidad Europea Madrid (Madrid)	No
E5	49	Grado Enfermería	3º	Universidad Europea Madrid (Madrid)	Si
E6	21	Grado Enfermería	3º	Universidad Europea Madrid (Madrid)	No
E7	22	Grado Enfermería	3º	Universidad Francisco de Vitoria (Madrid)	No
E8	21	Grado Enfermería	3º	Universidad Francisco de Vitoria (Madrid)	No
E9	24	Grado Enfermería	3º	Universidad Francisco de Vitoria (Madrid)	Si
E10	23	Grado Enfermería	3º	Universidad Francisco de Vitoria (Madrid)	Si
E11	25	Grado en Diseño	3º	Universidad Alfonso X el Sabio (Madrid)	Si
E12	26	Grado en Diseño	3º	Universidad Alfonso X el Sabio (Madrid)	No
E13	28	Grado en Diseño	3º	Universidad Alfonso X el Sabio (Madrid)	Si
E14	32	Grado en Diseño	3º	Universidad Alfonso X el Sabio (Madrid)	Si

Tabla 2. Tabla resumen de informantes