

## El reto de la Educación en Emprendimiento en la Universidad: percepciones del estudiantado de Educación<sup>1</sup>

### The Challenge of Entrepreneurship Education at University: The Perceptions of Education Degree Students

M<sup>a</sup> Ángeles Peña Hita<sup>\*2</sup>, M<sup>a</sup> del Carmen Pegalajar Palomino<sup>\*</sup> y Ana M<sup>a</sup> Montes Merino<sup>\*\*</sup>

<sup>\*</sup> Departamento de Pedagogía, Universidad de Jaén (España)

<sup>\*\*</sup> Departamento de Economía Financiera y Contabilidad, Universidad de Jaén (España)

#### Resumen

*La educación en emprendimiento es una realidad en los centros de Educación Superior, aunque no llega del mismo modo a todo el alumnado. Los estudiantes de los Grados en Educación no contemplan, de forma general, esta opción como salida profesional al finalizar su formación universitaria. El presente trabajo analiza las percepciones de estos estudiantes sobre el fenómeno emprendedor, así como sus expectativas laborales tras su paso por las aulas universitarias. Se trata de una investigación cuantitativa, de carácter descriptiva-correlacional, basada en la técnica de la encuesta a través de un cuestionario (n=886). Los resultados obtenidos indican que este alumnado posee un buen concepto sobre los emprendedores, aunque los datos confirman que el emprendimiento y el autoempleo no se contemplan por el colectivo analizado como una opción mayoritaria de acceso al mercado laboral. No obstante, se observa un aumento en las posibilidades de emprendimiento en estudiantes de los últimos cursos, que tienen cercana su salida al mercado laboral. Destacan las limitadas expectativas profesionales de este colectivo,*

---

1 Convocatoria de Subvenciones de Proyectos de Investigación del organismo autónomo "Instituto de Estudios Giennenses" para el ejercicio 2019 destinadas a Universidades y Centros de Investigación, personas físicas y/o jurídicas sin ánimo de lucro.

2 **Correspondencia:** M<sup>a</sup> Ángeles Peña Hita ([mapena@ujaen.es](mailto:mapena@ujaen.es)) Departamento de Pedagogía. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (Edificio C5). Campus Las Lagunillas s/n. 23071 Jaén

centrada mayoritariamente en la incorporación a los centros educativos públicos mediante un concurso-oposición. Esto afianza la necesidad de seguir trabajando el fenómeno emprendedor en estos estudiantes, pues los esfuerzos llevados a cabo por las universidades no llegan por igual a todo el alumnado.

*Palabras clave:* Emprendimiento; estudiantado universitario; orientación profesional; universidad.

### Abstract

*Entrepreneurship education is a reality in higher education institutions, although it does not reach all students in the same way. Students of Education Degrees do not generally consider this option as a career option at the end of their university education. This paper analyzes the perceptions of these students on the entrepreneurial phenomenon, as well as their job expectations after their university studies. This is a quantitative, descriptive-correlational research, based on the survey technique using questionnaire (n=886). The results obtained indicate that these students have a good concept of entrepreneurs, although the data confirm that entrepreneurship and self-employment are not considered by the group analyzed a major option for accessing the labor market. However, there is an increase in the possibilities of entrepreneurship among students in their final years, who are close to entering the labor market. The limited professional expectations of this group stand out, centered mainly on joining public educational centers through a competitive examination. This reinforces the need to continue working on the entrepreneurial phenomenon in these students, since the efforts made by universities do not reach all students equally.*

*Keywords:* Entrepreneurship; university student; career guidance; university.

### Introducción y objetivos

La literatura sobre emprendimiento otorga al medio ambiente un papel de indudable relevancia en el fomento de la actividad emprendedora y en su impacto en el desarrollo económico de un territorio. La importancia política del crecimiento se recoge en la Agenda 2030 de las Naciones Unidas (ONU, 2015), que identificó 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) a alcanzar. El Objetivo 8 requiere de un crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible. El crecimiento también es un requisito previo para lograr muchos de los otros ODS. Como motor de crecimiento, el espíritu empresarial podría ayudar a abordar algunos de los desafíos de la sociedad, como se establece en los ODS.

El Plan Estratégico de Recuperación, Transformación y Resiliencia (Gobierno de España, 2021a) promueve, como misión de país, la ‘Estrategia España Nación Emprendedora, EENE’, que vincula el emprendimiento con la necesaria modernización de la estructura económica y la mejora en la cohesión territorial y social, articulada en torno a tres palancas (Gobierno de España, 2021b): la mejora en la educación para propiciar el desarrollo inclusivo y el cierre de brechas de desigualdad (de género, territoriales, socioeconómicas y generacionales), los efectos de la investigación, desarrollo e innovación I+D+i y el emprendimiento innovador, para acelerar la maduración de la inversión en España, atraer, desarrollar y retener talento, favorecer el crecimiento de las empresas

y mejorar la innovación y la productividad. Como actores implicados en el desarrollo de la EENE, las universidades se consideran formadoras de personas emprendedoras y también generadoras de escenarios de oportunidad para el crecimiento social, cohesivo y sostenible, en una economía del conocimiento.

Shane y Venkataraman (2000) definen el emprendimiento como el estudio de las fuentes de oportunidades, el proceso para descubrirlas, evaluarlas y explotarlas, así como las personas que participan en este proceso. Los expertos internacionales coinciden en la necesidad de intensificar los esfuerzos hacia una cultura emprendedora en todos los niveles educativos, promoviendo competencias en el alumnado universitario que puedan incrementar sus oportunidades de desarrollo profesional como generadores de empleos. Así se contempla en el Informe Global Entrepreneurship Monitor, GEM 2020, (Bosma et al., 2020), que evalúa el marco emprendedor a través de las “Condiciones del Marco Emprendedor” (*Entrepreneurial Framework Conditions, EFCs*), y que en la citada edición han participado 54 economías de todo el mundo. De las 12 EFCs definidas a nivel global, las infraestructuras físicas son las que alcanzan mayores puntuaciones, siendo la educación en emprendimiento a nivel escolar la condición menos desarrollada y más débil.

En España, las EFCs menos valoradas corresponden a la educación emprendedora en la etapa escolar (posición 39/54), normas culturales y sociales (posición 29/54) y condiciones de financiación para emprender (posición 23/54). Las infraestructuras físicas (posición 27/54) y las infraestructuras comercial y legal (posición 6/54) obtienen las tasas más altas. En este contexto, las recomendaciones apuntan la necesidad de generar altas dosis de capacidades emprendedoras, por lo que adquiere un papel relevante la educación en emprendimiento, dado que la recuperación demandará más personas emprendedoras, con capacidad organizativa e innovadora para generar innovación colaborativa y abierta en un marco de innovación social. No obstante, el emprendimiento no necesariamente implica la creación de una empresa, sino que también se puede emprender dentro de una organización

Nuestro principal objetivo es obtener un mayor conocimiento sobre las fuerzas e influencias que afectan a la intención emprendedora, específicamente, del alumnado de los Grados de Educación, para poder implementar una educación en emprendimiento que promueva el comportamiento emprendedor en un entorno cambiante.

El concepto de emprendimiento contiene un amplio espectro de connotaciones, aunque podríamos considerar que la esencia del emprendimiento es “hacer las cosas de una forma distinta” (Bianchi y Henrekson, 2005, p.355), siendo el emprendimiento un proceso dinámico de visión, cambio y creación. Los emprendedores y las nuevas empresas son importantes para la innovación, la creación de empleo y el desarrollo económico, siendo necesario el fomento del emprendimiento y la promoción de iniciativas emprendedoras para la generación de empleo (Almagro-Gavira y Manzano-Soto, 2016). Hay que orientar a las personas en sus proyectos desde una perspectiva realista y funcional para mejorar sus vidas en el plano personal y laboral (González Lorente y Martínez Clares, 2016). Y desde las universidades es primordial fortalecer la formación emprendedora del alumnado, para dotarles de las mejores herramientas para su inserción en el mercado laboral (Rodríguez Gutiérrez et al., 2019) y promover el espíritu emprendedor entre todos los colectivos que la integran (Mazacón et al., 2019).

Krueger y Kickul (2006) argumentan que el antecedente cognitivo más próximo y causal del comportamiento son las intenciones. La intención emprendedora es un tema complejo de estudiar debido a la variedad de factores que influyen en ella (Nikou et al., 2019).

Los individuos emprendedores manifiestan comportamientos y actitudes que generalmente se forman por las motivaciones (Gray et al., 2006). A grandes rasgos, una actitud refleja la disposición de un individuo para responder de forma favorable o desfavorable a un objeto, persona, institución o evento (Ajzen y Fishbein, 2005).

Diversos estudios han validado el poder predictivo de la actitud emprendedora como variable configuradora de la intención de emprender; la actitud hacia el emprendimiento es el predictor más fuerte de la intención emprendedora (Fernández-Perez et al., 2019; Al-Jubari et al., 2019). Para Contreras Torres et al. (2017), la intención emprendedora correlaciona positivamente con las habilidades de liderazgo, la propensión al riesgo y el locus de control interno. Soria Barreto et al. (2017) y Zollo et al. (2017) muestran la influencia de las percepciones de los estudiantes sobre el entorno universitario en su actitud e intención emprendedoras. Nguyen et al. (2021) concluyeron que las actitudes, especialmente las positivas, tienen el efecto más fuerte en la intención emprendedora de los estudiantes.

Los motivos para emprender obedecen a factores intrínsecos y extrínsecos de la persona y a las relaciones entre la experiencia y la trayectoria personal y familiar (Jaskiewicz et al., 2016). La historia personal, las características personales (valores, actitudes, motivaciones, rasgos de personalidad, etc.) y las habilidades predisponen a los individuos hacia el comportamiento emprendedor (Rauch y Frese, 2006; Steward y Roth, 2007).

Entre los motivos para emprender, predominan aquellos relacionados con la autorrealización, la superación y el crecimiento personal-profesional (Suárez-Ortega et al., 2020). También son relevantes dos causas que conducen a esta salida profesional: el emprendimiento por necesidad y el emprendimiento por oportunidad (Bosma et al., 2020), que pueden influir en la manera de dirigir el negocio y, consecuentemente, en el desempeño y productividad de la empresa (Mohan, 2019). Para González Peña et al. (2020), los emprendedores por necesidad poseen mayor estabilidad emocional.

Un elemento a considerar en la universidad es que la intención emprendedora está relacionada con el apoyo universitario que tiene una institución, lo que revela la influencia de la educación superior en el emprendimiento (Nabi et al., 2017). Entendiendo que el emprendimiento se puede aprender (Vanevenhoven y Liguori 2013), recibir formación en emprendimiento aumenta la probabilidad de que los individuos se conviertan en emprendedores (Jayawarna et al., 2014), considerándolo como una opción de carrera (Liñán et al., 2011). Soomro et al. (2020) encontraron una conexión mediadora entre la intención emprendedora y la educación en emprendimiento hacia las actitudes de los estudiantes.

El Marco de Competencia para el Emprendimiento (*EntreComp*) (Bacigalupo et al., 2016) define el emprendimiento como una competencia transversal, aplicada a todas las esferas de la vida: fomento del desarrollo personal, participación activa en la sociedad, ingreso/reingreso al mercado de trabajo como empleado o como trabajador por cuenta propia y, también, desarrollo de proyectos culturales, sociales o comerciales. Por eso, este estudio aborda específicamente la formación emprendedora del alum-

nado de Educación, en cuya formación como futuros docentes nos enfrentamos al desafío de re-conceptualizar y reformular la teoría y la práctica. La renovación de los sistemas de formación del profesorado implica modificar la formación universitaria para aumentar las competencias sociales y cognitivas, con el objetivo de hacer frente a la fuerte competencia que reclama la economía global (Rodríguez-Martínez y Díez, 2014), así como también incluir en su formación habilidades que refuercen la opción del emprendimiento como vía de desarrollo profesional.

Este alumnado llega a las aulas universitarias con una visión limitada de las salidas profesionales asociadas a su formación, contemplando, casi exclusivamente, su incorporación a los centros docentes (públicos, privados y/o concertados) en las diferentes etapas educativas (Educación Infantil y Educación Primaria) y especialidades (Educación Física, Educación Musical, Pedagogía Terapéutica, Audición y Lenguaje, Lenguas Extranjeras, etc.). Este motivo plantea la necesidad y utilidad de educar en emprendimiento como vía para ampliar su visión sobre salidas profesionales y la posibilidad de mejorar los datos de empleabilidad de este alumnado, tanto en el ámbito de la educación reglada como en espacios relacionados directamente con la educación no formal e informal. Además, se detecta en múltiples ocasiones una sobre cualificación profesional, ya que muchos de los egresados en educación terminan desempeñando trabajos alejados de la formación recibida y el ámbito laboral para el que se han formado.

## **Método**

### **Objetivo**

El objetivo general de esta investigación consiste en examinar las actitudes y expectativas laborales del alumnado universitario de los Grados en Educación de la Universidad de Jaén (UJA). Concretamente, se pretende dar respuesta a los siguientes objetivos específicos:

1. Examinar las características de los egresados en Educación de la Universidad de Jaén para conocer su situación frente al empleo y las tasas de inserción laboral.
2. Estudiar las percepciones del estudiante universitario de los Grados en Educación acerca de la figura del emprendedor.
3. Conocer las expectativas laborales del colectivo estudiado.
4. Analizar los motivos que justifican la actitud emprendedora de los estudiantes de Educación.
5. Examinar la existencia de diferencias estadísticamente significativas entre las percepciones del estudiante en materia de emprendimiento y determinadas variables sociodemográficas (titulación, curso y forma de acceso al sistema universitario).

Se trata de una investigación descriptiva-correlacional, que utiliza la encuesta como principal técnica de recogida de datos. Se pretenden examinar las actitudes y expectativas laborales en materia de emprendimiento de estudiantes universitarios de los Grados en Educación. Este trabajo se enmarca en un proyecto de investigación financiado por el Instituto de Estudios Giennenses de la Diputación Provincial de Jaén (convocatoria 2019).

## Participantes

La población objeto de estudio del trabajo corresponde a estudiantes de la Universidad de Jaén de los Grados en Educación Infantil, Educación Primaria y Educación Social. Según los datos del Servicio de Gestión Académica de la UJA para el curso académico 2019-2020, el número de estudiantes matriculados en estas titulaciones asciende a 2460.

La selección de la muestra se lleva a cabo por un muestreo por conveniencia no probabilístico, teniendo en cuenta la facilidad de acceso y disponibilidad de los estudiantes que forman parte de la misma (n=886). Además, se asegura su representatividad, utilizándose la fórmula para poblaciones con menos de 100.000 sujetos, con un nivel de confianza del 95% y un error de estimación máximo del 4%. En la Tabla 1 se describen sus características sociodemográficas:

Tabla 1

*Análisis descriptivo de la muestra*

	Variable	Frecuencia
<b>Género</b>	Hombre	20.7%
	Mujer	79.2%
<b>Grado</b>	Educación Primaria	44.1%
	Educación Infantil	35.7%
	Educación Social	20.3%
<b>Curso</b>	Primero	30.6%
	Segundo	26.6%
	Tercero	21.1%
	Cuarto	21.6%
	Bachillerato	68.4%
<b>Acceso a la Universidad</b>	Formación Profesional	29.8%
	Mayores de 25 años	.7%
	Mayores de 40-45 años	.2%
<b>Trabajo</b>	Otras opciones	.9%
	Sí	33.9%
	No	66.1%

## Instrumento

Para la recogida de datos se utiliza el “Cuestionario de Emprendimiento en los Grados de Educación” elaborado *ad hoc* para este estudio. Se trata de una escala tipo

Likert con opciones de respuesta entre 1 (totalmente en desacuerdo) y 5 (totalmente de acuerdo), con un total de 44 ítems agrupados en cinco dimensiones sobre la figura del emprendedor, expectativas laborales del estudiante, conocimientos sobre la puesta en marcha de una empresa, razones para crear una empresa/motivos por los que debería crear su propia empresa y necesidades formativas en materia de emprendimiento, aunque este último aspecto no se describe en el presente trabajo. Además, dicho instrumento añade diferentes cuestiones para recoger información sobre las características sociodemográficas de la muestra (género, curso, titulación, situación laboral, etc.).

En el proceso de construcción del cuestionario el equipo investigador ha asegurado la validez y fiabilidad del mismo. Tomando como referencia otros instrumentos previos relacionados con la temática objeto de estudio (Capella et al., 2016; Fernández et al., 2019; González y Rebollo-Quintela, 2018), se elabora una primera versión del cuestionario conformado por 49 ítems, que es sometido a un proceso de validación por jueces (Cabero y Llorente, 2013), solicitando la colaboración a una decena de profesores doctores especialistas en el área de Educación y directivos del ámbito empresarial. Estos analizaron el instrumento considerando como criterios: pertinencia de las preguntas según objetivos de la investigación, claridad del lenguaje empleado, suficiencia del número de preguntas y valoración global del instrumento. Como resultado, destaca cómo la mayoría de los ítems son adecuados en comprensión y redacción para los destinatarios. No obstante, y teniendo en cuenta las observaciones de los jueces a determinadas preguntas, se eliminan algunas poco relevantes y se modifican otras que los expertos consideran que pueden producir confusión entre los destinatarios.

Tras incorporar estas observaciones, se realiza una prueba piloto con 89 estudiantes de tercer y cuarto curso de los Grados en Educación Infantil y Educación Primaria, asegurándose la adecuación del tamaño muestral para estudiar la calidad técnica del instrumento (Hernández-Sampieri et al., 2014). Para examinar la validez de constructo del instrumento se realiza el análisis factorial a partir de los resultados obtenidos en la prueba piloto (mediante extracción de componentes principales con rotación Varimax). El índice de adecuación muestral Kaiser-Meyer-Olkin es de .675, mientras que la prueba de esfericidad de Bartlett= 2396.706,  $p = .000$ . El análisis de componentes principales revela la convergencia de 5 factores que explican un 55.39% de la varianza. Además, se realiza el análisis de fiabilidad del instrumento mediante el método Alfa de Cronbach, obteniéndose un valor de .881. Ello revela el alto grado de fiabilidad del instrumento, pues un coeficiente próximo a 1 se considera la correlación perfecta. Para asegurar aún más la fiabilidad, se aplica el método de las dos mitades, obteniéndose para la primera parte un valor de .815 y para la segunda un valor de .899.

### **Procedimiento de recogida y análisis de datos**

La recogida de datos se produce entre septiembre y diciembre de 2020. Previamente, el equipo investigador contacta con profesorado de diferentes asignaturas en dichos Grados, informando de los objetivos de la investigación y las características del cuestionario. Tras obtener el visto bueno, se lleva a cabo la pasación al alumnado. Además, se asegura a la población objeto de estudio el anonimato y la confidencialidad de los datos.

Una vez recogidos estos, se procede al análisis de estos a través del programa estadístico SPSS (v. 27) y se realiza un análisis descriptivo de los diferentes ítems incluidos en algunas dimensiones del cuestionario (frecuencias, medias y desviación típica), así como un análisis de diferencias de medias entre estos y las variables sociodemográficas consideradas de interés: titulación, curso y forma de acceso al sistema universitario.

## Resultados

### Caracterización del alumnado de los Grados de Educación

Del análisis de los informes de egresados publicados de Grados de Educación de la Universidad de Jaén (2019, 2020, 2021) se extrae información relevante para diagnosticar su situación frente al empleo. El peso de los titulados de Grados de Educación en el total UJA (tabla 2) es del 14,61% en el informe 2019, 18,99% en 2020 y 16,51% en el informe 2021, donde las mujeres representan el 70% o más en todo el periodo analizado, especialmente en el Grado de Educación Infantil, donde alcanzan más del 80%.

Tabla 2

*Datos de egresados UJA de Grado, Máster y Doctorado en Educación por género (hombres: H; mujeres: M)*

Egresados UJA	2019			2020			2021		
	H (%)	M (%)	Total (n)	H (%)	M (%)	Total (n)	H (%)	M (%)	Total (n)
UJA	61.0	39.0	2901	38.9	61%	3328	62.0	38.0	3416
Grados	39.4	60.5	1865	39.7	60%	2369	38.4	61.5	2155
Grados Educación	26.1	73.8	424	29.5	70%	632	27.4	72.5	564
Másteres	36.3	63.6	940	35.3	65%	914	37.6	62.3	1196
Máster Profesorado	39.0	60.9	305	35.3	65%	914	37.9	62.0	332
Doctorados	53.1	46.8	96	71.1	29%	45	44.6	55.3	65
Doctorado Innovación didáctica	0	100%	1	0	0%	0	53.3	46.6	15

Se observa a lo largo del periodo estudiado que la tasa global de inserción en la UJA aumenta con el nivel educativo (tabla 3), estando la tasa de inserción de titulados de Másteres y Doctorado por encima de la de egresados de Grado y de la media global de la UJA, si bien se mantiene más elevada para hombres, pero perdiendo distancia de forma muy clara en el informe 2021. En contraposición, la tasa global de inserción de los Grados de Educación se sitúa, de forma apreciable, por debajo de la media global de Grados en nuestra universidad, especialmente la del Grado en Educación Primaria y, especialmente, en mujeres, aunque con excepciones.

Tabla 3

Tasas de inserción UJA de Grado, Máster y Doctorado en Educación por género (hombres: H; mujeres: M)

Tasa de inserción	2019 (%)		2020 (%)		2021 (%)	
	H	M	H	M	H	M
Grado Infantil	60.0	36.8	33	36.1	33	40.0
Grado Primaria	37.3	27.9	37.8	27.6	34.2	24.1
Global Grados UJA	52.8	41.0	57.5	45.1	49.6	44.0
Global Másteres UJA	63.7	62.1	61.1	60.0	59.7	60.6
Global Doctorados UJA	65.9	72.2	66.6	46.6	84.0	81.2
Global UJA	56.6	48.7	58.6	49.4	53.7	50.3

### Actitudes del alumnado hacia la figura del emprendedor

El análisis revela cómo el alumnado de los Grados de Educación está convencido de que el emprendedor debe ser una persona con iniciativa y carácter creativo y que también debe crear empleo. No obstante, se muestra en desacuerdo al considerar que la persona emprendedora debe tener estudios universitarios o renunciar a su vida personal, descartando la posibilidad de aprender a ser emprendedor (tabla 4).

Tabla 4

Análisis descriptivo sobre la percepción del estudiante hacia la figura del emprendedor

Ítems	Opciones de respuesta (%)					M	DT
	1	2	3	4	5		
Ser emprendedor está socialmente bien valorado	1.8	8.2	33.6	37.1	19.3	3.64	.944
El emprendedor crea empleo	.1	2.4	19.0	44.3	34.2	4.10	.792
El emprendedor debe tener iniciativa	.3	0.3	5.2	19.0	75.1	4.68	.619
Para ser emprendedor, hay que ser creativo	.7	1.6	11.5	32.5	53.7	4.37	.801
No se puede aprender a ser emprendedor	32.8	31.9	21.5	8.6	5.1	2.21	1.142
Los horarios de trabajo del emprendedor son interminables	8.7	18.6	39.7	22.3	10.7	3.08	1.087
El emprendedor no tiene vida personal	35.6	30.0	22.1	10.1	2.2	2.13	1.076
Para ser emprendedor, hay que tener estudios universitarios	37.5	28.1	23.6	8.8	1.9	2.10	1.063

### Expectativas laborales al finalizar los estudios universitarios

Al considerar las expectativas laborales de los estudiantes en Educación, destaca el claro convencimiento del alumnado para opositar y trabajar en la Administración Pública. Sin embargo, no manifiestan haber realizado gestiones encaminadas a poner en marcha su propio negocio (tabla 5).

Tabla 5

*Análisis descriptivo sobre expectativas laborales del estudiante al finalizar su titulación*

Ítems	Opciones de respuesta (%)					M	DT
	1	2	3	4	5		
Quiero crear mi propia empresa	25.9	22.6	29.0	13.2	9.3	2.57	1.259
Tengo planeado comenzar mi nuevo negocio en los 5 años siguientes a la terminación de mis estudios	36.4	26.2	22.0	9.2	6.2	2.23	1.209
He realizado algunos pasos para arrancar mi propio negocio	63.4	17.7	10.8	5.1	3.1	1.67	1.055
Quiero opositar para trabajar en la Administración Pública	9.3	5.8	18.6	22.5	43.8	3.86	1.293
Quiero trabajar en la empresa privada	12.2	15.5	36.7	21.5	14.4	3.10	1.190

### Motivaciones para emprender y crear empresa propia

En cuanto a los motivos barajados por los estudiantes para plantearse la opción emprendedora como salida laboral, destaca su convicción sobre tener libertad al organizar su horario de trabajo y la motivación para crear riqueza y empleo. Sin embargo, no consideran la posibilidad de emprender para seguir tradiciones familiares (tabla 6).

Tabla 6

*Análisis descriptivo sobre las motivaciones del estudiante para emprender*

Ítems	Opciones de respuesta (%)					M	DT
	1	2	3	4	5		
No quiero tener "jefes"	14.4	21.2	44.0	12.0	8.5	2.79	1.097
Quiero tener libertad para organizar mi horario de trabajo	3.6	10.5	35.7	28.2	21.9	3.54	1.056
Quiero seguir la tradición familiar	47.1	24.2	18.1	6.3	4.3	1.97	1.137
Crear una empresa me ayudará a crecer como persona	14.5	17.9	28.1	25.3	14.2	3.07	1.256
Tengo vocación por el emprendimiento	20.0	24.6	30.8	16.0	8.5	2.68	1.203
Me motiva crear riqueza y empleo	8.7	19.3	31.9	24.8	15.3	3.19	1.169
Tengo buenas ideas de negocio	15.4	26.0	30.4	19.0	9.3	2.81	1.183
Creo que reúno las cualidades para ser emprendedor	12.4	23.8	32.8	22.3	8.7	2.91	1.140

### Diferencias en las percepciones hacia el emprendimiento según forma de acceso al sistema universitario

El análisis de diferencias de medias (ANOVA) revela la existencia de diferencias significativas a nivel estadístico sobre determinadas actitudes del estudiante hacia el emprendimiento según el sistema de acceso a la universidad para estudiar los Grados en Educación Infantil, Primaria o Social. La prueba de Tukey realizada a posteriori revela cómo dichas diferencias se sitúan, principalmente, entre los estudiantes de Bachillerato y los que acceden tras cursar Ciclos Formativos de Educación Superior (tabla 7).

Los estudiantes de Bachillerato muestran actitudes más favorables hacia el hecho de que para ser emprendedor hay que disponer de habilidades relacionadas con la creatividad ( $F(4.879)=3.692$ ,  $p=.005$ ) o tener amplios horarios de trabajo ( $F(8.879)=3.491$ ,  $p=.008$ ). También están más convencidos de que los emprendedores deben renunciar a su vida personal ( $F(4.877)=6.878$ ,  $p=.001$ ), frente a los estudiantes que acceden desde Formación Profesional o mediante prueba de acceso para mayores de 40 años. Finalmente, destaca cómo los estudiantes de Bachillerato muestran una actitud más propicia para relacionar el emprendimiento con la necesidad de tener estudios universitarios ( $F(4.877)=4.523$ ,  $p=.001$ ).

Tabla 7

ANOVA para las percepciones del estudiante hacia el emprendimiento según forma de acceso al sistema universitario

	Acceso al sistema universitario M(DT)				F	Sig.	Tukey
	Bach.	F.P.	+ 25	+40			
Para ser emprendedor hay que ser creativo	4.32 (.812)	4.49 (.741)	4.67 (.816)	5.00 (.000)	3.692	.005	Bach./F.P.
Los horarios del emprendedor son interminables	3.01 (1.066)	3.21 (1.099)	2.83 (1.835)	5.00 (.000)	3.491	.008	Bach./F.P.
El emprendedor no tiene vida personal	2.05 (1.070)	2.27 (1.019)	2.83 (1.722)	5.00 (.000)	6.878	.000	Bach./F.P. Bach./+40
Para ser emprendedor se necesitan estudios universitarios	2.18 (1.073)	1.89 (1.007)	2.00 (1.265)	3.50 (2.121)	4.523	.001	Bach./F.P.

### Diferencias en las expectativas laborales del estudiante según curso

Según el curso en el que están matriculados los estudiantes de los Grados en Educación Infantil, Educación Primaria y Educación Social, las respuestas confirman la existencia de diferencias significativas a nivel estadístico en cuanto a sus expectativas laborales. La prueba de Tukey revela que dichas diferencias se localizan entre los

estudiantes noveles y los más veteranos, siendo más favorables para los últimos, que poseen mayor experiencia y formación en Educación Superior (tabla 8).

Más concretamente, este alumnado muestra su intención por crear su propia empresa ( $F(8.881)=4.046$ ,  $p=.007$ ), planificar el comienzo de su nuevo negocio al concluir sus estudios universitarios ( $F(8.878)=4.049$ ,  $p=.074$ ) o acometer algunas acciones para arrancar su empresa ( $F(3.878)=3.114$ ,  $p=.026$ ). De igual modo, destaca la existencia de diferencias significativas al cuestionar la posibilidad del estudiante para trabajar en la administración pública ( $F(3.879)=6.354$ ,  $p=.001$ ) o en la empresa privada ( $F(8.880)=2.738$ ,  $p=.042$ ).

Tabla 8

*ANOVA para las expectativas laborales del estudiante según curso*

	Curso M(DT)				F	Sig.	Tukey
	Primero	Segundo	Tercero	Cuarto			
Quiero crear mi propia empresa	2.42 (1.233)	2.49 (1.235)	2.74 (1.300)	2.74 (1.253)	4.406	.007	1 <sup>o</sup> -3 <sup>o</sup> 1 <sup>o</sup> -4 <sup>o</sup>
Tengo planeado comenzar mi nuevo negocio en los 5 años siguientes a la terminación de mis estudios	2.10 (1.127)	2.12 (1.163)	2.33 (1.289)	2.44 (1.267)	4.409	.007	1 <sup>o</sup> -4 <sup>o</sup> 2 <sup>o</sup> -4 <sup>o</sup>
He realizado algunos pasos para arrancar mi propio negocio	1.57 (1.003)	1.58 (.997)	1.82 (1.194)	1.76 (1.031)	3.114	.026	1 <sup>o</sup> -4 <sup>o</sup>
Quiero opositar para trabajar en la Administración Pública	3.67 (1.291)	3.73 (1.399)	4.02 (1.248)	4.12 (1.143)	6.354	.001	1 <sup>o</sup> -3 <sup>o</sup> 1 <sup>o</sup> -4 <sup>o</sup> 2 <sup>o</sup> -4 <sup>o</sup>
Quiero trabajar en la empresa privada	3.00 (1.186)	3.00 (1.241)	3.25 (1.188)	3.21 (1.115)	2.738	.042	1 <sup>o</sup> -4 <sup>o</sup>

### **Diferencias en las motivaciones para emprender según la titulación**

Según la titulación en que se encuentran matriculados los estudiantes (Grado en Educación Infantil, Educación Primaria y Educación Social), la prueba de diferencias de medias revela diferencias estadísticamente significativas en sus motivaciones hacia el emprendimiento (tabla 9). Estas diferencias se sitúan entre los estudiantes de Educación Primaria y Educación Social, al considerar la posibilidad de seguir con la empresa familiar, siendo más favorables las motivaciones de los primeros ( $F(2.881)=4.774$ ,  $p=.009$ ). Sobre las posibilidades de crecimiento personal, las diferencias se sitúan entre

los estudiantes de Educación Infantil y Educación Primaria, siendo más significativas para los primeros ( $F(8.882)=3.750$ ,  $p=.024$ ). Respecto a la vocación por emprender, las diferencias están entre el alumnado de Educación Infantil y de Educación Social, siendo más positivas para los primeros ( $F(2.882)=2.991$ ,  $p=.050$ ).

Tabla 9

ANOVA para las motivaciones del estudiante para emprender según titulación

	Grado M(DT)			F	Sig.	Tukey
	Educación Infantil	Educación Primaria	Educación Social			
Quiero seguir con tradición familiar	1.93 (1.136)	2.11 (1.193)	1.80 (1.005)	4.774	.009	Primaria-Social
Crear una empresa me ayudará a crecer como persona	3.19 (1.233)	2.94 (1.318)	3.03 (1.170)	3.750	.024	Infantil-Primaria
Tengo vocación por el emprendimiento	2.74 (1.224)	2.72 (1.240)	2.49 (1.070)	2.991	.050	Infantil-Social

### Discusión y conclusiones

Desde hace tiempo, las universidades ofertan a sus estudiantes formación transversal sobre emprendimiento y autoempleo como salida al ámbito laboral. No obstante, esta no llega del mismo modo a todo el alumnado, porque se suele asociar con algunas titulaciones (Administración y Dirección de Empresas, Económicas, Empresariales, etc.). Por eso, el objetivo 1 del estudio pretende conocer aquellos aspectos del alumnado de educación de la Universidad de Jaén que permita analizar su situación al acceder al mercado laboral y las principales tasas de inserción del colectivo, para poder ofrecer alternativas válidas que les permitan incorporarse a puestos laborales relacionados con su formación, más allá del desempeño de la labor docente en centros educativos.

Como respuesta al objetivo 2, los estudiantes matriculados en los Grados en Educación de la Universidad de Jaén (Educación Infantil, Educación Primaria y Educación Social) no se plantean de forma prioritaria el emprendimiento como salida laboral al finalizar su formación universitaria. En los pocos casos en los que esta opción es considerada, el horizonte temporal es superior a cinco años tras finalizar la titulación. Estos planteamientos se justifican porque los estudiantes no tienen claros los motivos para emprender en su ámbito de estudio, aunque consideran que existen aspectos positivos acerca de la figura emprendedora, tales como horarios, ventajas de no estar sometidos a un jefe o posibilidades de crecimiento personal y social y de creación de empleo y riqueza, con el consecuente impacto de estos aspectos.

Pese a la poca predisposición de este alumnado por el fenómeno emprendedor, se observa cómo aumentan las posibilidades de emprendimiento en estudiantes de

últimos cursos al ver cercana su salida al mercado laboral, coincidiendo con Almagro-Gavira y Manzano-Soto (2016) cuando afirman que los programas de emprendimiento atraen a personas desempleadas que buscan oportunidades laborales y desconocen las implicaciones reales de lo que supone emprender.

En relación con el objetivo 3 relacionado con las salidas laborales del colectivo estudiado, las expectativas profesionales son muy limitadas, ciñéndose mayoritariamente a la incorporación a los centros educativos, en diferentes niveles de la educación formal. La opción mayoritaria es el acceso a la función pública por concurso-oposición. En contraposición, es ínfimo el número de estudiantes que se plantean crear una empresa y menos aún los que han iniciado gestiones para su puesta en marcha. Estos datos, junto al descenso de los índices de natalidad, justifican los bajos datos de inserción de estos titulados comparados con otras titulaciones y centros de la UJA, que, además, es especialmente acusado en mujeres y en el Grado en Educación Primaria.

Para Nabi et al. (2017), los programas de formación en emprendimiento influyen de forma positiva especialmente en estudiantes que no manifiestan intención emprendedora. Estos datos corroboran la necesidad de seguir trabajando desde las universidades para fomentar programas formativos sobre emprendimiento, sobre todo en aquellas titulaciones más alejadas del ámbito emprendedor. En esta línea, los informes de inserción analizados confirman cómo aumentan los egresados en educación que optan por trabajo autónomo, especialmente en el colectivo femenino, aunque aún lejos de otras titulaciones.

Por otra parte, y para el objetivo 4, el alumnado está convencido de poder aprender a ser emprendedor, aunque mayoritariamente señalan que no se necesita una titulación universitaria para acceder al ámbito del emprendimiento, lo que obliga a replantearse las formas de transmisión de la cultura emprendedora desde las universidades. Existe un convencimiento sobre la necesidad de seguir trabajando en la formación en emprendimiento en la universidad, en colaboración con todos los agentes que integran el ecosistema emprendedor. Esta idea, en la línea de Hebles et al. (2019), constata que la formación en emprendimiento mejora la actitud emprendedora de los estudiantes, cambiando su perspectiva sobre esta temática y fomentando la puesta en práctica de pequeños proyectos personales de emprendimiento. Así, los programas de formación en emprendimiento en Educación Superior deben desarrollar habilidades y actitudes positivas hacia el mismo.

Respecto al objetivo 5, los estudiantes de Educación Primaria son los más predispuestos hacia la puesta en marcha de una empresa, principalmente motivados por la posibilidad de continuar tradiciones familiares. Así, se apunta la necesidad de incorporar itinerarios formativos asociados al emprendimiento dentro de estas titulaciones, con competencias asociadas al perfil del *teacherpreneur*, para desarrollar habilidades y actitudes emprendedoras (Arruti y Paños, 2019). Paralelamente, se comparte la idea de poder diseñar menciones en emprendimiento en estos grados, como forma de contribuir a una formación de calidad en los docentes, a la par que hacer frente a las demandas del mercado laboral, cada vez más saturado. El emprendimiento debe seguir siendo un desafío de las universidades, tanto para la creación de nuevos perfiles profesionales como para potenciar el desarrollo de nuevas ideas que desemboquen en la generación de empleo. Aunque las universidades siguen impulsando el fomento del espíritu

emprendedor, necesitan seguir insistiendo, puesto que hay alumnado que sigue sin interiorizar su importancia, tanto como salida profesional para los recién egresados como por la importante repercusión social en la generación de empleo en la realidad del maltrecho panorama laboral (García-García, 2015).

En línea con Ferrer-Cerveró et al. (2014), se observa que aún hay mucho trabajo pendiente en las titulaciones de educación, debiendo incluir la formación en emprendimiento entre los objetivos de estas, bien a través de asignaturas troncales o mediante la oferta de optatividad, por la importancia de estos contenidos para el desarrollo profesional. Si cabe, este aspecto se hace aún más necesario al observar el aumento del número de egresados en estos grados en los últimos años, especialmente mujeres.

Compartimos con Peña-Lagazkue et al. (2019) la necesidad de seguir fortaleciendo las competencias emprendedoras en los programas formativos que deben trabajarse en los diferentes niveles educativos. Para ello, el equipo investigador apuesta por una formación en emprendimiento basada en proporcionar a los estudiantes, en primer lugar, ejemplos de experiencias emprendedoras que se estén llevando a cabo en su ámbito geográfico y, en la medida de lo posible, puestas en marcha por egresados de la propia universidad. Esta formación debe complementarse con contenidos sobre información empresarial básica, conocimientos y habilidades del emprendedor, habilidades inter e intrapersonales y cuestiones sobre gestión y financiación de iniciativas emprendedoras.

Para futuros trabajos, se plantea la recogida de información utilizando entrevistas y grupos de discusión que enriquezcan la calidad de los datos y contrarresten las limitaciones de los cuestionarios. Asimismo, se plantea ampliar el estudio con alumnado de otras universidades, a nivel autonómico y nacional.

Para finalizar, compartimos con Suárez-Ortega et al. (2020) la necesidad de fomentar el desarrollo de competencias transversales en los diferentes niveles educativos, desde la educación obligatoria hasta la universidad, para diseñar acciones que mejoren el acceso al mundo laboral y la puesta en marcha de programas específicos de acompañamiento y apoyo para personas emprendedoras.

## Referencias

- Ajzen, I. y Fishbein, M. (2005). The influence of attitudes on behavior. En D. Albarracín, B.T. Johnson y M.P. Zanna (Eds.). *The handbook of attitudes* (pp. 173-221). Mahwah.
- Al-Jubari, I., Hassan, A. y Liñán, F. (2019). Entrepreneurial intention among university students in Malaysia: integrating self-determination theory and the theory of planned behavior. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15, 1323-1342. <https://doi.org/10.1007/s11365-018-0529-0>
- Almagro-Gavira, L. M. y Manzano-Soto, N. (2016). Desarrollo de competencias clave para el emprendimiento social en jóvenes desempleados europeos. El proyecto ISEEYOU. *Revista Española de Orientación y Psicopedagogía (REOP)* 27(3), 122-147.
- Arruti, A. y Paños, J. (2019). Análisis de las menciones del grado en Educación Primaria desde la perspectiva de la competencia emprendedora. *Revista Complutense de Educación*, 30(1), 17-33.
- Bacigalupo, M., Kampylis, P. Y. y Van Den Brande, L. (2016). *EntreComp: The entrepreneurship competence framework*. Publications Office of the European Union. <https://>

- [www.thewomensorganisation.org.uk/wp-content/uploads/2020/06/6.-Entrecomp-The-Entrepreneurship-Competance-Framework.pdf](http://www.thewomensorganisation.org.uk/wp-content/uploads/2020/06/6.-Entrecomp-The-Entrepreneurship-Competance-Framework.pdf)
- Bianchi, M. y Henrekson, M. (2005). Is neoclassical stil entrepreneurless? *Kyklos* 58(3), 353-377.
- Bosma, N., Ionescu-Somers, A., Kelley, D., Levie, J. y Tarnawa, A. (2020). *Global entrepreneurship monitor. 2019/2020 Global Report*.  
<https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50443>
- Cabero, J. y Llorente, M. C. (2013). La aplicación del juicio de experto como técnica de evaluación de las tecnologías de la información (TIC). *Eduweb. Revista de Tecnología de Información y Comunicación en Educación*, 7(2), 11-22.
- Capella, C., Gil, J. Martí, M. y Ruiz, P. (2016). Construcción de un cuestionario para medir el emprendimiento social en educación física. *Journal of Research in Social Psychology*, 28, 170-188.
- Contreras Torres, F., Espinosa Méndez, J. C., Soria Barreto, K., Portalanza Chavarría, A., Jáuregui Machuca, K. y Omaña Guerrero, J. A. (2017). Exploring entrepreneurial intentions in Latin American university students. *International Journal of Psychological Research*, 10(2), 46–59. <https://doi.org/10.21500/2F20112084.2794>
- Fernández-Pérez, V., Montes-Merino, A., Rodríguez-Ariza, L. y Galicia, P. E. A. (2019). Emotional competencies and cognitive antecedents in shaping student's entrepreneurial intention: the moderating role of entrepreneurship education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15, 281–305. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0438-7>
- Ferrer- Cerveró, V., Cabrera-Santacana, O. E., Alegre-Beneria, R. M., Montané-López, A., Sánchez-Valverde-Visus, C. y Alaiz-Chueca, E. (2014). El perfil del emprendedor social del estudiantado de los grados de Educación Social, Pedagogía y Trabajo Social en la Universidad de Barcelona. *REIRE, Revista d'Inovació i Recerca en Educació* 7(1), 11-29. <http://www.ub.edu/ice/reire.htm>
- García-García, V. D. (2015). Emprendimiento empresarial juvenil: una evaluación con jóvenes estudiantes de universidad. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 13(2), 1221-1236.
- Gobierno de España (2021a). *Plan Estratégico de Recuperación, Transformación y Resiliencia*. <https://planderecuperacion.gob.es/>
- Gobierno de España (2021b). *Estrategia España Nación Emprendedora*. [https://www.lamoncloa.gob.es/presidente/actividades/Documents/2021/110221-Estrategia\\_Espana\\_Nacion\\_Emprendedora.pdf](https://www.lamoncloa.gob.es/presidente/actividades/Documents/2021/110221-Estrategia_Espana_Nacion_Emprendedora.pdf)
- González Lorente, C. y Martínez Clares, P. (2016). Jóvenes con formación y orientación para el empleo: un caso de la Universidad de Murcia (España) y de la Universidad Católica de Córdoba (Argentina). *Revista Iberoamericana de Educación*, 70(2), 145-166. <https://doi.org/10.35362/rie70265>
- González Peña, A. E., Sánchez Tovar, Y. y Sánchez Limón, M. L. (2020). Diferencias en los rasgos de la personalidad de los emprendedores por necesidad y oportunidad. *Lúmina*, 22(2), E0012. <https://doi.org/10.30554/lumina.v22.n2.4074.2021>
- González, C. y Rebollo-Quintela, N. (2018). Competencias para la empleabilidad de los futuros maestros de Educación Primaria: una mirada a su proceso de inserción socio-laboral. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria* 12(2), 114-131. <https://doi.org/10.19083/ridu.2018.730>

- Gray, K., Foster, H. y Howard, M. (2006). Motivations of Moroccans to be entrepreneurs. *Journal of Development Entrepreneurship*, 11(4), 297-318. <https://doi.org/10.1142/S1084946706000507>
- Hebles, M., Llanos-Contreras, O. y Yániz-Álvarez-de-Eulate, C. (2019). Evolución percibida de la competencia para emprender a partir de la implementación de un programa de formación de competencias en emprendimiento e innovación. *Revista Española de Orientación y Psicopedagogía (REOP)*, 30(1), 9-26.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C. y Baptista-Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Education.
- Jaskiewicz, P., Luchak, A., In-Sue, A. y Chlosta, S. (2016). Paid employee or entrepreneur? How approach and avoidance career goal orientations motivate individual career choice decisions. *Journal of Career Development*, 43(4), 349-367. <https://doi.org/10.1177%2F0894845315602119>
- Jayawarna, D., Jones, O. y Macpherson, A. (2014). Entrepreneurial potential: the role of human and cultural capitals. *International Small Business Journal*, 32(8), 918-943.
- Krueger, N. F. y Kickul, J. (2006). So you thought the intentions model was simple? *Cognitive style and the specifications of entrepreneurial intentions models*, 24. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1150881>
- Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C. y Rueda-Cantuche, J. M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 195-218. <https://doi.org/10.1007/s11365-010-0154-z>
- Mazacón, M. N., Paliz, C. R. y Espín, Y. P. (2019). Emprendimiento en las instituciones de Educación Superior. *Universidad, Ciencia y Tecnología*, 2, 11-18. <https://uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/view/212>
- Mohan, P. S. (2019). Necessity versus opportunity motivation: nascent firm performance in Caribbean small island developing states. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 24(4), 1-22. <https://doi.org/10.1142/S1084946719500237>
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N. y Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: a systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning and Education*, 16(2), 277-299. <https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026>
- Nikou, S., Brannback, M., Carsrud, A. L. y Brush, C. G. (2019). Entrepreneurial intentions and gender: pathways to start-up. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 11(3), 348-372. <https://doi.org/10.1108/IJGE-04-2019-0088>
- Nguyen, T. M. P., Quoc, T. H., Cup, L. Van y Lien, L. T. K. (2021). The students' attitudes and entrepreneurial intention: evidence from Vietnam universities. *Management Science Letters, Growing Science*, 11(3), 783-794. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.10.028>
- ONU (2015). Resolución aprobada por la Asamblea General de 25 septiembre de 2015, A/RES/70/1. Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>
- Peña-Legazkue, I.; Guerrero, M.; González-Pernía, J. L. y Montero, J. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor. GEM España 2018-2019*. Editorial de la Universidad de Cantabria.
- Rauch, A. y Frese, M. (2006). Meta-analysis as a tool for developing entrepreneurship research and theory. En J. Wiklund, D. Dimov, J. A. Katz y D. Shephard (Eds.). *Entre-*

- preneurship: Frameworks and empirical investigations from forthcoming leaders of European research. Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth* (pp. 29-51). Elsevier.
- Rodríguez Gutiérrez, P. I., Pastor Pérez, M. P. y Alonso Galicia, P. E. (2019). University entrepreneurship: how to trigger entrepreneurial intent of undergraduate students. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(4), 927-950. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-04-2018-0037>
- Rodríguez-Martínez, C. y Díez, E. J. (2014). Conocimiento y competencias básicas en la formación inicial de maestras y maestros. *Revista de currículum y formación del profesorado*, 18(1), 383-396. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=56730662022>
- Shane, S.A. y Venkataraman, S. (2000). The promise or entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 17-26. <https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611>
- Soomro, M. A., Memon, M. S. y Bukhari, N. S. (2019). Entrepreneurial education and its impact on entrepreneurial intentions: a comparative analysis of business graduates of public and private universities of Sindh. *Pacific Business Review International*, 11(6), 35-46. [http://www.pbr.co.in/2019/2019\\_month/December/4.pdf](http://www.pbr.co.in/2019/2019_month/December/4.pdf)
- Soria-Barreto, K., Honores-Marín, G., Gutiérrez-Zepeda, P. y Gutiérrez-Rodríguez, J. (2017). Prior exposure and educational environment towards entrepreneurial intention. *Journal of Technology Management and Innovation*, 12(2), 45-58. <https://doi.org/10.4067/S0718-27242017000200006>
- Stewart, W. y Roth, P. (2007). A meta-analysis of achievement motivation differences between entrepreneurs and managers. *Journal of Small Business Management*, 45(4), 401-421. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2007.00220.x>
- Suárez-Ortega, M., Sánchez-García, M. F. y Soto-González, M. D. (2020). Desarrollo de la carrera emprendedora. Identificación de perfiles, competencias y necesidades. *Revista Complutense de Educación*, 31(2), 173-184. <https://doi.org/10.5209/iced.62001>
- Universidad de Jaén (2019). *Informe de Inserción Laboral de la Universidad de Jaén 2019*. <https://empleo.ujaen.es/empleo/estudio-de-insercion>
- Universidad de Jaén (2020). *Informe de Inserción Laboral de la Universidad de Jaén 2020*. <https://empleo.ujaen.es/empleo/estudio-de-insercion>
- Universidad de Jaén (2021). *Informe de Inserción Laboral de la Universidad de Jaén 2021*. <https://empleo.ujaen.es/empleo/estudio-de-insercion>
- Vanevenhoven, J. y Liguori, E. (2013). The impact of entrepreneurship education: introducing the entrepreneurship education project. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 315-328. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12026>
- Zollo, L., Laudano, M. C., Ciappei, C. y Zampi, V. (2017). Factors affecting universities' ability to foster students' entrepreneurial behaviour: an empirical investigation. *Journal of Management Development*, 36(2), 268-285. <https://doi.org/10.1108/JMD-06-2016-0093>

Fecha de recepción: 24 de marzo de 2022.

Fecha de revisión: 6 de mayo de 2022.

Fecha de aceptación: 19 de julio de 2022.