

# Evaluación del impacto del programa educativo “Emprendedores” en la intención emprendedora de los participantes

**Cristina Díaz-García<sup>1</sup>, Francisco Sáez-Martínez<sup>2</sup> y Juan Jiménez-Moreno<sup>3</sup>**

1. Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM), España | [cristina.diaz@uclm.es](mailto:cristina.diaz@uclm.es)

2. Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM), España | [francisco.saez@uclm.es](mailto:francisco.saez@uclm.es)

3. Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM), España | [juan.jimenez@uclm.es](mailto:juan.jimenez@uclm.es)

Fecha de presentación: marzo de 2014

Fecha de aceptación: noviembre de 2014

Fecha de publicación: julio de 2015

## Cita recomendada

Díaz-García, C., Sáez-Martínez, F. y Jiménez-Moreno, J. (2015). Evaluación del impacto del programa educativo “Emprendedores” en la intención emprendedora de los participantes. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 12(3). págs. 17-31. doi <http://dx.doi.org/10.7238/rusc.v12i3.2146>

## Resumen

El estudio de las intenciones empresariales de los estudiantes y sus factores determinantes es especialmente relevante para el desarrollo de los programas de educación, así como para el control de estos programas pues permiten comprobar su efectividad e impacto. Basándonos en los argumentos de la Teoría de la Conducta Planificada de Ajzen, se ha usado un diseño longitudinal con un grupo de control para investigar el impacto de la participación en el programa “Emprendedores”, ofertado por la Universidad de Castilla-La Mancha con el patrocinio de las instituciones regionales. La metodología ha consistido en que los participantes han completado un cuestionario al final del curso y otro cuestionario de seguimiento seis meses después para establecer si el efecto del curso se había mantenido o no tras este periodo. Los resultados del estudio muestran que los participantes en el programa tienen mayores niveles de autoeficacia empresarial al finalizarlo que los individuos del grupo de control, y que estos niveles se mantienen en el tiempo. También tienen mayor intención emprendedora en el momento posterior que los individuos del grupo de control. Sin embargo, después de seis meses, los participantes perciben mayores dificultades en el entorno y reducen la factibilidad percibida del emprendimiento como opción profesional. A pesar de ello, la intención emprendedora era mayor que para el grupo de control y se incrementaba en el tiempo con respecto a la creatividad. Las conclusiones e implicaciones de estos resultados se plantean en la sección final del artículo.

## Palabras clave

intención emprendedora, autoeficacia, percepción del entorno, actitud empresarial

## **Assessing the impact of the “Entrepreneurs” education programme on participants’ entrepreneurial intentions**

### **Abstract**

*The study of students’ entrepreneurial intentions and the influencing factors is especially relevant for the development of education programmes, as is the monitoring of those programmes to assess whether they are effective and what their impact has been. Building upon insights from Ajzen’s Theory of Planned Behaviour, a control-group longitudinal design was used to investigate the impact of participation in the “Entrepreneurs” programme, offered by the University of Castilla-La Mancha, in Spain, with the sponsorship of regional institutions. The methodology involved the completion of a questionnaire at the end of the course and a follow-up questionnaire six months later to establish if the effect of the course had been maintained or not after this period. The study found that participants in the programme had higher levels of self-efficacy at the end of it, and that these levels had been maintained over time. They also displayed greater entrepreneurial intention after a period of time than non-participants. However, after six months, the participants perceived greater difficulties in the environment, thus reducing the feasibility of entrepreneurship as a career option. Despite this, entrepreneurial intention was higher than for the control group and increased over time with regard to creativity. The conclusions and implications of these results are discussed in the final section of this paper.*

### **Keywords**

*entrepreneurial intention, self-efficacy, environment perception, entrepreneurial attitude*

---

## 1. Introducción

La actividad emprendedora es el motor del desarrollo económico a nivel local, regional y nacional (Thomas y Mueller, 2000). Para fomentar las capacidades necesarias para sustentar una economía más fuerte, innovadora y productiva en los próximos años, muchas universidades están animando a los estudiantes a cursar estudios de creación de empresas. Esta educación se supone que desempeñará un rol importante en el desarrollo de habilidades que incrementan la empleabilidad de los individuos y, por tanto, se ha señalado la necesidad de realizar más estudios que se centren en el impacto de los Programas de Educación en Emprendimiento (PEE) (Pittaway y Cope, 2007; Neck y Greene, 2011; Martin, McNally y Kay, 2013; Walter, Parboteeah y Walter, 2013). Dado que la educación en creación de empresas se está desarrollando a un ritmo rápido, es el momento de hacer balance y controlar el impacto de los PEE para fomentar el emprendimiento adecuadamente (Kourilsky y Walstad, 2007; Alves y Raposo, 2009).

Este estudio evalúa el impacto del programa “Generación de Ideas Innovadoras y Desarrollo de Proyectos Emprendedores” (al que, en adelante, nos referiremos como “Emprendedores”) en las creencias, actitudes e intenciones de los participantes. Para este propósito, elegimos el modelo de la Teoría de la Conducta Planificada de Ajzen como una herramienta de evaluación para investigar las variaciones potenciales en cuanto a la manera como los participantes del curso perciben el entorno y sus habilidades, actitudes e intenciones empresariales, tanto al final del curso como a medio plazo (seis meses tras su finalización). Además, se usa un diseño con grupo de control para investigar el impacto de la participación en el programa. Con este diseño, la investigación intenta comprobar la efectividad del curso en el desarrollo de la intención emprendedora y sus factores determinantes. Esto lleva a dos contribuciones principales: por un lado, la discusión de los resultados de este caso de estudio podrá facilitar a los académicos tomar decisiones sobre los contenidos de sus programas de emprendimiento para mejorar las futuras ediciones de sus cursos. Por otro lado, el estudio demuestra la necesidad de evaluar la eficiencia de los programas en los que invierten las instituciones públicas para promover la cultura empresarial y tomar decisiones que garanticen la distribución eficiente de los fondos públicos.

El artículo se estructura de la siguiente manera: en la primera sección, se revisa la literatura sobre la importancia de la actitud emprendedora y la educación en la intención empresarial. Las siguientes secciones describen la metodología utilizada y los resultados obtenidos. Finalmente, son presentadas las conclusiones e implicaciones de esta investigación.

## 2. Marco teórico

El estudio se ha realizado en una región periférica española, Castilla-La Mancha, donde el objetivo de la universidad es contribuir al desarrollo económico regional y bienestar social de la población. En 2012, la tasa de desempleo era del 30% de la población, de 2,2 millones de habitantes, y la cifra aumentaba a un 56,7% para los individuos menores de 25 años (ambas cifras eran mayores que la media de España: 25,8% y 54,8% respectivamente) (EPA, 2012). Por tanto, la universidad ha reconocido la importancia de preparar a los estudiantes para ser más flexibles y tener una actitud emprendedora como respuesta a la creciente incertidumbre del mercado de trabajo. Esto ha resultado en 2012 en la creación de un Vicerrectorado de Transferencia y Relaciones con Empresas, cuyo objetivo es fomentar un entorno en el que el espíritu empresarial pueda prosperar. En resumen, la creación de empresas se ha convertido

en parte esencial de la universidad, y este apoyo es esencial especialmente cuando los recursos financieros son limitados.

En este contexto, la universidad ofrece el curso extracurricular "Emprendedores" con el patrocinio de las instituciones regionales. El objetivo es transmitir a los estudiantes los valores de la cultura empresarial y ayudarles a conseguir la educación necesaria que les permita materializar su idea o proyecto en una empresa exitosa. Todos los estudiantes de la universidad y otros interesados pueden hacer el curso, que tiene 50 horas de duración y se imparte a lo largo de cuatro semanas. El curso está estructurado en tres módulos ("Motivación", "Creatividad y generación de ideas" y "Desarrollo de un plan de negocios"). Su contenido está desarrollado principalmente por medio de actividades prácticas basadas en el aprendizaje participativo, en las que los estudiantes internalizan los diferentes contenidos del programa, bien de manera individual o en grupo. Sin embargo, una vez que finaliza no se ofrecen actividades prácticas o un servicio de asesoramiento a los estudiantes.

Cuando se diseña un PEE, la primera elección es el objetivo del programa, que está relacionado con nuestra definición de emprendimiento. Inicialmente, el emprendimiento se concibió como la creación de nuevas empresas, pero más recientemente se ha producido un cambio hacia un concepto más amplio que entiende emprendimiento como un modo de pensar y actuar (Kirby e Ibrahim, 2011). Es apropiado adoptar una definición amplia de este concepto, y enfocarlo en el desarrollo de mentalidades emprendedoras en los individuos, que podrán aprovechar a lo largo de sus carreras, tanto generando innovación en empresas existentes (intraemprendimiento) como transformando organizaciones nuevas o más establecidas en empresas sociales, o a través de la creación de nuevas empresas con objetivos económicos. De acuerdo con Fayolle y Gailly (2008: 582), el curso "Emprendedores" puede clasificarse como un programa de formación en el que los estudiantes "aprenden a ser individuos emprendedores", pues el objetivo es "ayudar a los individuos a posicionarse mejor para emprender así como a ser más emprendedores". Los programas de formación en esta categoría pueden influir las variables que se consideran determinantes de la intención empresarial y, por tanto, pueden ser diseñados y evaluados de acuerdo con su impacto en las actitudes e intenciones de los participantes hacia la conducta emprendedora. De este modo, los modelos de intención pueden ser usados como guías pedagógicas y como herramientas de evaluación de acciones educativas, cuyo objetivo sea desarrollar mentalidades emprendedoras en los individuos de modo que puedan aprovechar al máximo su potencial a través de sus acciones. La literatura previa ha usado principalmente dos modelos sociopsicológicos para explorar las actitudes y sus antecedentes (creencias) con impacto en la intención emprendedora. Estos son los modelos del Evento Emprendedor de Shapero (1982) y la Teoría de la Conducta Planificada de Ajzen (1987), que son bastante consistentes entre sí (Krueger, Reilly y Casrud, 2000). Sin embargo, mientras que el primero se centra más en el individuo (incluyendo una medida de la proactividad individual), el segundo se centra más en el contexto o entorno (incluyendo el apoyo social a la conducta), y por esta razón lo hemos elegido. Por tanto, las hipótesis están relacionadas con cómo los principales constructos del modelo (autoeficacia, actitud emprendedora, dificultades percibidas en el entorno y la intención emprendedora) evolucionan en el corto y medio plazo como resultado del impacto del curso.

En este sentido, algunos estudios señalan que cuando los individuos asisten a un curso de creación de empresas su percepción más favorable del emprendimiento como una opción profesional puede atribuirse, al menos en parte, a un aumento de la autoeficacia (Chen, Green y Crick, 1998; Wilson, Kickul y Marlino, 2007), esto es, la creencia en sus propias habilidades para desarrollar las tareas de emprendimiento necesarias. Bandura (1997) señala que las fuentes que ayudan a los individuos a desarrollar confianza en sus habilidades son la práctica, los niveles

moderados de fracaso y la experiencia adquirida de observar cómo otros desarrollan la tarea (experiencia vicaria). Es más, Mau (2003) sugiere que una vez que la autoeficacia en una habilidad es internalizada por el individuo, la confianza anima al individuo a aceptar mayores retos, y conseguirlos refuerza su percepción de eficacia, lo que crea un efecto espiral que mejora la autoeficacia incluso más. Por tanto, considerando que las actividades prácticas del curso basadas en aprendizaje participativo tienen como objetivo influir significativamente en la percepción de la autoeficacia, se plantea como hipótesis que:

*Hipótesis 1: La autoeficacia de los participantes aumenta en un periodo posterior a la finalización del curso.*

Los valores y las normas predominantes en el entorno social pueden tener una influencia en la propensión individual de crear una empresa (Etzioni, 1987). Autio y Wennberg (2010: 3) observan que “el grupo social influye en las conductas emprendedoras más allá del efecto de las disposiciones a nivel individual”, en concreto las normas de los grupos sociales de pares pueden tener tres veces más impacto en la elección individual de crear una empresa que la propia actitud del individuo. Las actitudes y la conducta de otros individuos demográficamente similares influyen en las elecciones profesionales simplemente por exposición a esa realidad. Los estudiantes que participan en el curso son parte de un grupo social que está claramente interesado en la conducta emprendedora y forjan redes sociales que se mantienen tras el curso. Además, un aumento en espiral de la autoeficacia, obtenida a través de una educación emprendedora, puede hacer que las actitudes emprendedoras aumenten en el tiempo. Por ello, proponemos que:

*Hipótesis 2: La actitud emprendedora de los participantes aumenta en un momento posterior a la finalización del curso.*

Sin embargo, dado que el programa “Emprendedores” no tiene un periodo de implementación práctica del conocimiento adquirido o apoyo para la creación empresarial después del curso, creemos que los participantes percibirán más barreras en el entorno para su iniciativa empresarial después de este y, por tanto, la intención emprendedora disminuirá. Este supuesto se basa en los resultados obtenidos por Martínez, Mora y Vila (2007), que observaron que los jóvenes egresados percibían que sus universidades se habían centrado en métodos docentes que prestaban especial atención a conceptos generales, teorías y paradigmas, pero no a la adquisición directa de experiencia laboral (que no era facilitada). Además, aquellos que se convertían en empresarios valoraban algunos aspectos de su educación de manera menos satisfactoria, como la orientación práctica, la experiencia laboral facilitada y el logro de las condiciones necesarias para facilitar su acceso al mercado de trabajo. Por tanto, se propone que:

*Hipótesis 3: Las percepciones de los participantes sobre las dificultades del entorno aumentan en un periodo posterior a la finalización del curso.*

*Hipótesis 4: Las intenciones emprendedoras de los participantes disminuyen en un periodo posterior a la finalización del curso.*

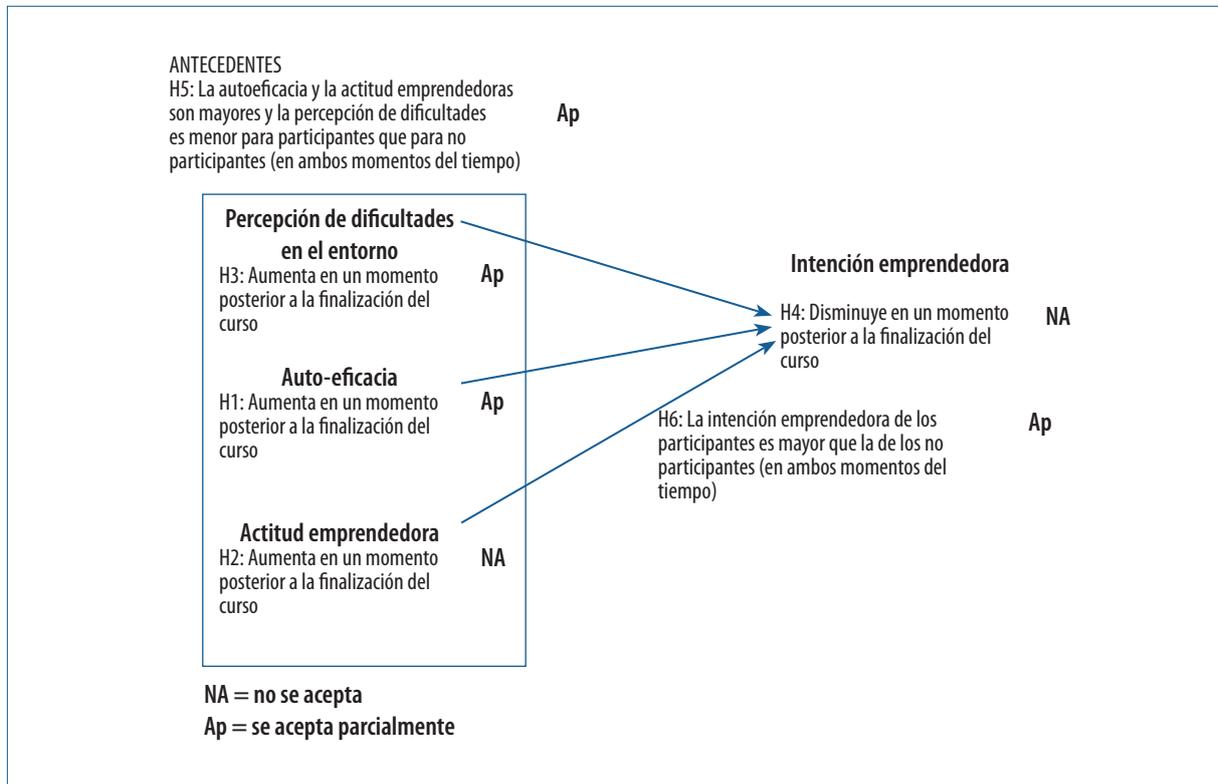
Algunos investigadores proponen que es necesario incorporar grupos de control en la evaluación de programas educativos (Storey, 1999; Westhead, Storey y Martin, 2001). En esta investigación, los estudiantes que participaron como grupo de control estaban cursando la asignatura optativa *Creación de empresas* en el grado de Administración de Empresas. La asignatura optativa se imparte durante un cuatrimestre, dos horas y media por semana. Por tanto, en caso de sesgo de autoselección, este debiera estar presente en ambas muestras. Debido a las diferencias en el diseño de ambos cursos, con la asignatura optativa que conlleva una formación menos intensiva y con un enfoque docente más tradicional, proponemos como hipótesis que:

*Hipótesis 5: La autoeficacia y la actitud emprendedoras son mayores y la percepción de dificultades en el entorno es menor para los participantes en “Emprendedores” que para los no participantes (en ambos momentos del tiempo).*

*Hipótesis 6: La intención emprendedora de los participantes es mayor que la de los no participantes (en ambos momentos del tiempo).*

El modelo se muestra en la figura 1.

**Figura 1.** Incidencia de los antecedentes en la intención emprendedora



### 3. Metodología

En el diseño de esta evaluación de un curso formativo, se han seguido algunas recomendaciones (Storey, 1999; Westhead *et al.*, 2001). En primer lugar, se ha conseguido una muestra representativa de participantes. En esta edición del curso “Emprendedores”, el número de participantes fue de 170; de estos, 70 contestaron voluntariamente el primer cuestionario al terminar el curso y 54 contestaron el cuestionario de seguimiento seis meses más tarde (41,2% del total contestaron al primero y 31,76% al segundo). La muestra (ver tabla 1) es representativa de la población estudiada. Como puede observarse, la muestra está equilibrada en términos de sexo y la mayoría es menor de 23 años, está estudiando Administración de Empresas y no compagina sus estudios con un trabajo remunerado. Un test de sesgo de respuesta revela que no hay diferencias significativas entre los participantes de diferentes campus con respecto a la edad, sexo u ocupación.

**Tabla 1.** Perfil de los participantes en el curso que completaron ambos cuestionarios

<b>Sexo</b>	<b>Mujer</b>		<b>Hombre</b>	
		48,1%		51,8%
<b>Edad</b>	<b>Entre 18 y 23 años</b>		<b>Entre 24 y 29 años</b>	
	54,7%		37,8%	
<b>Estudios</b>	<b>Administración de Empresas</b>		<b>Humanidades</b>	
	59,6%		21,2%	
<b>Ocupación</b>	<b>Estudiante</b>		<b>Empleado</b>	
	75%		25%	

En segundo lugar, se ha incluido un grupo de control. Todos los estudiantes que están cursando la optativa *Creación de empresas* respondieron al cuestionario en clase (70), pero solo 23 respondieron voluntariamente al segundo cuestionario (seis meses después), lo que significa un 33% de respuesta. De estos 23, ocho son hombres y quince mujeres, con edades entre 19 y 25 años (media de 21,5 años). Se llevaron a cabo t-tests para comprobar que no había diferencias significativas en el perfil de los participantes en el programa “Emprendedores” y el de los no participantes.

En tercer lugar, se debe llevar a cabo un test previo y posterior a la participación en el programa formativo. En nuestro estudio, dos puntos de tiempo se han estudiado, dado que se llevó a cabo un test al final del curso y otro a los seis meses de su finalización. Para identificar cualquier cambio estadísticamente significativo en las variables del mismo grupo en dos momentos de tiempo, usamos el test de Wilcoxon (Cooper y Lucas, 2006). Reconocemos que el cambio puede haber sido causado, al menos en parte, por eventos externos o tendencias individuales. Sin embargo, proponemos que es difícil atribuir la existencia del cambio a un factor externo distinto del curso, pues la mayoría continúa estudiando seis meses después sin haberse enfrentado todavía a la creación de una empresa.

Finalmente, se deben medir los resultados objetivos y subjetivos. Esta última condición no se recogió en el diseño del estudio, pues el programa no implica la creación de una empresa por parte de los participantes y, por tanto, no se puede medir un resultado objetivo. La formación en emprendimiento rara vez es seguida por actividades de creación de empresas reales y, por ende, las intenciones se usan generalmente como proxy para evaluar el impacto de la formación. El cuestionario, testado en un estudio previo de los autores, contiene preguntas relacionadas con las variables cognitivas que influyen en la intención empresarial.

*Deseabilidad y factibilidad de crear sus empresas:* estas variables se miden usando una escala Likert de siete puntos. Se ha realizado un análisis descriptivo de estas variables, aunque no se han incluido en el modelo.

*Autoeficacia emprendedora* (tabla 2): usamos las subescalas obtenidas en estudios previos para establecer la escala de autoeficacia empresarial, medida con una escala Likert de diez puntos, en línea con investigaciones previas (Kolvereid y Isaksen, 2006). La subescala de *asunción de riesgo* es de Chen *et al.* (1998), las subescalas de *nuevos productos* y *desarrollo de oportunidades de mercado* y la de *enfrentarse a situaciones inesperadas* son de De Noble, Jung y Ehrlich (1999), y la subescala de *dirección económica* es de Anna, Chandler, Jansen y Mero (1999).

*Actitud emprendedora* (tabla 3): el grado en el que el fundador está comprometido con el nuevo negocio en comparación con otras alternativas que pueden ser atractivas para él o ella, y cuánto está dispuesto/a a sacrificar para conseguir crear su propia empresa, su intención de invertir tiempo y recursos. La escala de Liao y Welch (2004) se mide con una escala Likert de cinco puntos.

*Percepción del entorno* (tabla 4): la escala de Grilo y Thurik (2005) con respecto a las percepciones de los individuos sobre las dificultades del entorno, medidas con una escala Likert de cinco puntos.

*Intención emprendedora* (tabla 5): escala de cuatro ítems de Cooper y Lucas (2006) usando una escala Likert de siete puntos.

## 4. Resultados

Los resultados de la tabla 2 muestran que los niveles de autoeficacia en diferentes habilidades eran altos después del curso. Los participantes habían internalizado la adquisición de esas habilidades y esto aumentó la probabilidad de que el conocimiento se transfiriera a nuevas conductas. Además, se observa un cambio positivo en distintas habilidades desde el final del curso hasta el momento del seguimiento, por lo que se acepta la hipótesis 1, al menos parcialmente.

**Tabla 2.** Autoeficacia emprendedora

	% Bueno a excelente		Test de Wilcoxon Z (sig.)
	Al final del curso	A los seis meses	
<b>1. Puedo trabajar productivamente bajo condiciones de estrés, presión y conflicto.</b>	54,9	57,4	NS
<b>2. Puedo tolerar cambios inesperados en las condiciones de negocios.</b>	56,9	63,0	-2,054 <sup>b</sup> (0,040)
<b>3. Puedo desarrollar y mantener buenas relaciones con inversores potenciales.</b>	86,3	79,6	NS
<b>4. Puedo reconocer oportunidades de negocio para nuevos productos y servicios.</b>	64,7	75,5	-2,508 <sup>b</sup> (0,012)
<b>5. Puedo gestionar el cash-flow (beneficios + amortizaciones + provisiones).</b>	66,7	66,7	NS
<b>6. Puedo controlar los costes del negocio.</b>	68,6	81,5	NS
<b>7. Puedo ser perseverante a pesar de la adversidad.</b>	63,3	71,2	-2,215 <sup>b</sup> (0,027)
<b>8. Puedo descubrir nuevos modos de mejorar productos existentes.</b>	74,5	79,6	NS
<b>9. Puedo desarrollar relaciones con personas clave para acceder a fuentes de capital.</b>	78,4	77,8	NS
<b>10. Puedo identificar nuevas áreas para el crecimiento potencial.</b>	70,0	70,4	NS
<b>11. Puedo diseñar productos que resuelven problemas actuales.</b>	62,7	66,7	-1,740 <sup>b</sup> (0,082)
<b>12. Puedo tomar decisiones bajo incertidumbre y riesgo.</b>	64,0	68,5	-3,016 <sup>b</sup> (0,003)
<b>13. Puedo llevar al mercado nuevos conceptos de producto en poco tiempo.</b>	58,8	63,0	NS
<b>14. Puedo aprender todo lo que necesite para crear una empresa.</b>	98,0	92,6	NS
<b>15. Puedo crear productos que satisfacen las necesidades insatisfechas de los clientes.</b>	80,4	79,2	NS
<b>16. Puedo tomar riesgos de manera calculada.</b>	72,5	72,2	NS
<b>17. Puedo asumir la responsabilidad de mis ideas y decisiones.</b>	90,2	84,9	NS
<b>18. Puedo determinar cómo funcionará el negocio.</b>	84,0	94,4	NS
<b>19. Puedo hacer las tareas necesarias para que mi empresa tenga éxito en su fase inicial.</b>	88,0	80,8	NS
<b>20. Puedo identificar fuentes potenciales de capital para que inviertan en la empresa.</b>	70,0	75,5	NS
<b>21. Puedo gestionar gastos.</b>	78,0	86,8	NS

NS = no significativo

b = basado en filas negativas, aquellas que contienen casos en los que el valor de la variable en la segunda observación excede el valor en la primera

Con respecto a la actitud emprendedora, los niveles eran muy altos al final del curso y se han mantenido tras el periodo de seis meses (tabla 3). La hipótesis 2 con respecto a un aumento de la actitud emprendedora después del curso no se confirma, ya que el nivel alto se ha mantenido.

**Tabla 3.** Actitud emprendedora

	% de acuerdo a totalmente de acuerdo		Test Wilcoxon Z (sig.)
	Al final del curso	Después de seis meses	
<b>1. Preferiría tener mi propia empresa a ganar un salario más alto como empleado.</b>	47,1	52,8	NS
<b>2. Preferiría tener mi propia empresa antes que otra carrera prometedora.</b>	33,3	28,3	NS
<b>3. Estoy dispuesto a hacer sacrificios personales para conseguir que mi empresa funcione.</b>	68,6	59,3	NS
<b>4. Tendré otro trabajo solo durante el tiempo que necesite para crear mi propia empresa.</b>	58,8	56,6	NS
<b>5. Por el mismo salario, estoy dispuesto a trabajar asalariado en mi empresa en vez de en otra empresa.</b>	78,4	64,8	NS

Además, la tabla 4 muestra que la percepción de dificultades que hay que superar en el entorno ha empeorado después del periodo de seis meses. La literatura señala que un conocimiento inadecuado y la percepción de riesgos son dos de los elementos disuasivos para la creación de una empresa (Oakley, Mukhtar y Kipling, 2002). Por tanto, se apoya la hipótesis 3 y se sugiere la necesidad de eliminar las barreras percibidas en la impartición del curso como punto crucial para fomentar la motivación emprendedora.

**Tabla 4.** Percepción del entorno

	% que está en desacuerdo o totalmente en desacuerdo		Wilcoxon test Z (sig.)
	Al final del curso	A los seis meses	
<b>1. Es difícil crear una empresa debido a la falta de apoyo financiero.</b>	17,6	18,5	-1,737 <sup>b</sup> (0,082)
<b>2. Es difícil crear una empresa debido a la complejidad de los procesos administrativos.</b>	17,6	40,7	-2,678 <sup>b</sup> (0,007)
<b>3. Es difícil obtener suficiente información sobre el proceso de creación de la empresa.</b>	54,9	75,9	-1,798 <sup>b</sup> (0,072)
<b>4. Uno no debería crear una empresa si existe el riesgo de fracasar.</b>	52,0	58,5	NS
<b>5. El actual clima económico no es favorable para aquellos que quieren crear su propia empresa.</b>	34,0	25,9	NS

Con respecto a la intención emprendedora (tabla 5), solo un ítem ha aumentado después del curso, y está relacionado con pensar frecuentemente sobre ideas y modos de crear la empresa. El crecimiento en espiral de la confianza en sus habilidades puede haber generado una alerta emprendedora en estos individuos que los haya

llevado a ser más receptivos a identificar oportunidades en su entorno y más creativos para transformarlas en ideas emprendedoras. La hipótesis 4 no puede ser apoyada porque no hay una disminución en la intención emprendedora en un momento posterior a la finalización del curso.

**Tabla 5.** Intención emprendedora

	% que está de acuerdo, muy de acuerdo o totalmente de acuerdo		Wilcoxon test Z (sig.)
	Al final del curso	A los seis meses	
<i>Si veo la oportunidad de crear una empresa, la aprovecharé al máximo.</i>	88,5	83,3	NS
<i>La idea de empresas con alto riesgo y altos beneficios me atrae.</i>	50,0	52,8	NS
<i>Frecuentemente pienso en ideas y modos de crear una empresa.</i>	63,5	74,1	-2,511 <sup>b</sup> (0,011)
<i>Algún día, intentaré crear mi propia empresa.</i>	76,9	77,8	NS
<i>Intención emprendedora (medida en escala Likert de siete puntos).</i>	5,05	5,25	NS

Después de evaluar la evolución de aquellos que han participado en el programa, procedimos a compararlos con el grupo de control. El estudio encontró que los participantes en el programa “Emprendedores” tenían mayores niveles de autoeficacia y una actitud emprendedora en ambos momentos que los no participantes. Los participantes en el programa también tienen una percepción del clima económico menos optimista, aunque esta diferencia desaparece en el cuestionario de seguimiento. La intención emprendedora es significativamente mayor para los participantes en comparación con el grupo de control tras el periodo de seis meses. Por tanto, las hipótesis 5 y 6 se aceptan, al menos parcialmente. Estos resultados pueden explicarse por la importancia de la formación práctica que se ofrece en “Emprendedores” frente a las clases más tradicionales de la asignatura del grado.

## 5. Conclusiones

Nuestra pregunta de investigación era la siguiente: ¿cuál es el impacto del curso “Emprendedores” en las creencias, actitudes e intenciones emprendedoras de sus participantes? Para contestar a esta cuestión, se ha diseñado un estudio utilizando el modelo de la Teoría de la Conducta Planificada de Ajzen (1987) como herramienta de evaluación del curso, que analiza dos momentos del tiempo y compara a los participantes del curso con el grupo de control. Los resultados sugieren que el curso ha impulsado a los participantes a desarrollar, incluso tras su finalización, la autoeficacia emprendedora y la percepción del emprendimiento como una opción profesional deseable, con un nivel medio-alto de actitud e intención emprendedora tanto a corto como a medio plazo.

Sin embargo, aunque casi todos los participantes percibían el emprendimiento como una opción muy deseable (92,2%), solo la mitad de ellos la percibían como muy factible (53,8% y solo 41,5% después de seis meses), y sus percepciones de las dificultades que deben afrontar en el entorno empeoran con el tiempo. Los resultados sugieren que enfocarse en el desarrollo de un plan de negocios, aunque de naturaleza práctica, no ofrece a los participantes la experiencia directa en la creación de empresas que necesitarían para pasar de la intención a la acción.

Consideramos que nuestro estudio contribuye al conocimiento académico a dos niveles. En primer lugar, con

respecto al diseño de un programa formativo efectivo en el que haya una interrelación entre los objetivos, los contenidos y las metodologías usados para impartirlo. Con respecto al objetivo del programa, es recomendable considerar una definición amplia de emprendimiento que se centre en desarrollar mentalidades emprendedoras que los individuos puedan utilizar en sus carreras, tanto a través de intraemprendimiento como en sus propias empresas. El programa evaluado, aunque reconoce la importancia de generar una mentalidad emprendedora como objetivo del aprendizaje, todavía da una importancia considerable a la creación de nuevas empresas, y se centra en cómo desarrollar un plan de negocio. Las metodologías se seleccionan de modo contingente a los objetivos del programa. En comparación con el grupo de control, los participantes en el curso "Emprendedores" tienen más autoeficacia, actitud e intención emprendedora y mayor percepción de las dificultades del entorno. Estos resultados destacan la importancia de usar un enfoque de aprendizaje orientado hacia la práctica y participativo. No obstante, como se ha señalado anteriormente, consideramos que un mayor énfasis en el valor de la experiencia y en el enfoque del aprendizaje experimental debe incluirse en futuras ediciones del curso. Nuestras propuestas son las siguientes: proveer a los participantes del apoyo de seguimiento para crear sus propias empresas, establecer prácticas en empresas que están empezando o que han sido creadas recientemente para obtener una experiencia indirecta e invitar a emprendedores a las aulas. La literatura previa ha evidenciado que un curso extracurricular tiene mejores resultados cuando incluye prácticas en empresas, especialmente con respecto a que se mantenga un cambio positivo en la intención emprendedora (Cooper y Lucas, 2006). Además de esto, los estudiantes pueden aprender de aquellos que han tenido una experiencia de primera mano en la creación de empresas: cómo puede superarse el fracaso, cómo afrontar dificultades y cómo perseverar ante retos importantes (Fayolle y Gailly, 2008; Cooper y Lucas, 2006).

En segundo lugar, con respecto a la evaluación de la formación emprendedora, los resultados indican que el Modelo de la Conducta Planificada es una teoría apropiada para analizar la efectividad de un curso de emprendimiento cuyo objetivo es promover mentalidades emprendedoras. Consideramos que se necesita más conocimiento de cómo la formación en emprendimiento incide en las variables cognitivas para poder ajustar el currículo educativo y ayudar a los potenciales emprendedores, a la vez que se usan eficientemente aquellos recursos públicos dirigidos a fomentar la mentalidad emprendedora. Si conseguimos reforzar las percepciones de los estudiantes (no solo mejorar la autoeficacia en las tareas emprendedoras sino también su percepción del entorno), seremos capaces de observar un aumento de la intención emprendedora que se trasladará a más conductas emprendedoras, lo que habrá de ser apoyado de manera adecuada en el tiempo.

Nuestro estudio también tiene algunas limitaciones para las que proponemos líneas de investigación futuras. Puesto que la literatura previa ha mostrado que las actitudes y habilidades relacionadas con el emprendimiento influyen significativamente en las actividades emprendedoras (Arenius y Minitti, 2005; Koellinger, Minniti y Schade, 2007), el estudio ha analizado los antecedentes de la intención emprendedora en una muestra de estudiantes universitarios. Sin embargo, reconocemos que tratar de motivar a los estudiantes para que se conviertan en emprendedores es una tarea retadora y a largo plazo. En este programa, no obstante, no hay un seguimiento de las trayectorias profesionales posteriores. Por esta razón, como futura línea de investigación, proponemos diseñar un estudio que compruebe la persistencia de la intención emprendedora y sus antecedentes tras un periodo de tiempo más largo, y controle otros eventos vitales de los participantes.

Además, futuros estudios necesitan observar la posibilidad de sesgo de autoselección, puesto que es más probable que los estudiantes que voluntariamente se matriculan en la formación emprendedora estén pensando en

crear su propia empresa. Otra limitación del estudio ha sido que los participantes no han rellenado un cuestionario antes de empezar el curso; esta información podría haber sido útil para analizar el impacto del programa de acuerdo con su nivel inicial de intención. Sin embargo, debido a la naturaleza exploratoria del estudio, puede asumirse que el curso ha tenido al menos un impacto importante en las percepciones de los participantes, el cual se ha mantenido en muchas variables tras un periodo de tiempo. Este estudio se limitó a un grupo de estudiantes de una única institución. Los estudios futuros deberían observar la cuestión del muestreo para tener en cuenta el efecto moderador que la experiencia emprendedora previa, la clase social o el contexto puedan tener en el impacto de los programas educativos sobre la intención de emprender.

## Bibliografía

- Ajzen, I. (1987). Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behaviour in social psychology. *Advances in Experimental Social Psychology*, 20, 1-63. doi: [http://dx.doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60411-6](http://dx.doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60411-6)
- Alves, H. y Raposo, M. (2009). The measurement of the construct satisfaction in higher education. *Services Industry Journal*, 29(2), 203-218. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/02642060802294995>
- Anna, A. L., Chandler, G. N., Jansen, E. y Mero, N. P. (1999). Women business owners in traditional and non-traditional industries. *Journal of Business Venturing*, 15, 279-303. doi: [http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00012-3](http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00012-3)
- Autio, E. y Wennberg, K. (2010, junio). You think, therefore I become: Social attitudes and the transition to entrepreneurship. *Druid Summer Conference*. Londres, UK.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The Exercise of Control*. Nueva York, NY: W. H. Freeman.
- Chen, C. C., Green, P. G. y Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295-316. doi: [http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00029-3](http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00029-3)
- Cooper, S. Y. y Lucas, W. A. (2006). Developing self-efficacy for innovation and entrepreneurship: An educational approach. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 4, 141-162.
- De Noble, A. F., Jung, D. y Ehrlich, S. B. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: The development of measure and its relationship to entrepreneurial action. En P. D. Reynolds, W. D. Bygrave, S. Manigart, C. Mason, G. D. Meyer, H. J. Sapienza y K. G. Shaver (eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research* (págs. 73-87). Babson Park, MA: Babson College.
- Etzioni, A. (1987). Entrepreneurship, Adaptation and Legitimation: A Macro-behavioral Perspective. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 8, 175-189. doi: [http://dx.doi.org/10.1016/0167-2681\(87\)90002-3](http://dx.doi.org/10.1016/0167-2681(87)90002-3)
- Fayolle, A. y Gailly, B. (2008). From craft to science: Teaching models and learning processes in entrepreneurship education. *Journal of European Industrial Training*, 32(7), 569-593. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/03090590810899838>
- Grilo, I. y Thurik, R. (2005). Latent and actual entrepreneurship in Europe and the US: Some recent developments. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(4), 441-459. doi: <http://dx.doi.org/10.1007/s11365-005-4772-9>
- Kirby, D. A. y Ibrahim, N. (2011). Entrepreneurship education and the creation of an enterprise culture: Provisional results from an experiment in Egypt. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 181-193.
- Koellinger, P., Minniti, M. y Schade, C. (2007). "I think I can, I think I can": Overconfidence and entrepreneurial behaviour. *Journal of Economic Psychology*, 28(4), 502-527.

- Kolvereid, L. y Isaksen, E. (2006). New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of Business Venturing*, 21(6), 866-885. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.06.008>
- Kourilsky, M. L. y Walstad, W. B. (2007). *The Entrepreneur in Youth: An Untapped Resource for Economic Growth, Social Entrepreneurship and Education*. Cheltenham. UK: Edward Elgar.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D. y Casrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432. doi: [http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](http://dx.doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Liao, J. y Welsch, H. (2004). Entrepreneurial intensity. En W. B. Gartner, K. G. Shaver, N. M. Carter y P. D. Reynolds, *Handbook of Entrepreneurial Dynamics* (págs. 186-196). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Martin, B. C., McNally, J. J. y Kay, M. J. (2013). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: a meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *Journal of Business Venturing*, 28(2), 211-224. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.03.002>
- Martínez, D., Mora, J. G. y Vila, L. E. (2007). Entrepreneurs, the self-employed and employees amongst young European higher education graduates. *European Journal of Education*, 42(1), 99-117. doi: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1465-3435.2007.00285.x>
- Mau, W.-C. (2003). Factors that influence persistence in Science and Engineering career aspirations. *The Career Development Quarterly*, 51, 234-243. doi: <http://dx.doi.org/10.1002/j.2161-0045.2003.tb00604.x>
- Neck, H. M. y Greene, P. G. (2011). Entrepreneurship education: known worlds and new frontiers. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 55-70. doi: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00314.x>
- Oakley, R., Mukhtar, S. M. y Kipling, M. (2002). Student perspectives on entrepreneurship: observations of their propensity of entrepreneurial behaviour. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 2(4, 5), 308-322.
- Shapiro, A. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. En C. A. Kent, D. L. Sexton y K. Vesper (eds.), *The Encyclopaedia of Entrepreneurship* (págs. 72-90). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Storey, D. J. (1999). Six steps to heaven: Evaluating the impact of public policies to support small businesses in developed countries. En D. L. Sexton y H. Landstrom (Eds.), *Handbook of entrepreneurship* (págs. 176-194). Oxford, UK: Blackwell.
- Thomas, A. S. y Mueller, S. L. (2000). A case for comparative entrepreneurship: Assessing the relevance of culture. *Journal of International Business Studies*, 31, 287-301. doi: <http://dx.doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490906>
- Walter, S. G., Parboteeah, K. P. y Walter, A. (2013). University departments and self-employment intentions of business students: a cross-level analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(2), 175-200. doi: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00460.x>
- Westhead, P., Storey, D. J. y Martin, F. (2001). Outcomes reported by students who participated in the 1994 Shell Technology Enterprise Programme. *Entrepreneurship and Regional Development*, 13, 163-185. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/08985620010018273>
- Wilson, F., Kickul, J. y Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 387-406. doi: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00179.x>

---

## Sobre los autores

Cristina Díaz-García

[cristina.diaz@uclm.es](mailto:cristina.diaz@uclm.es)

Profesora contratada doctora (acreditación titular universidad) de Organización de Empresas, Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM), España

Cristina Díaz-García tiene un doctorado de Economía y Administración de Empresas por la Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM). Es profesora de grado de Administración de Empresas (*Dirección estratégica*) y de máster (*Estrategias corporativas e internacionalización*). Es miembro de la Junta del ECSB (European Council for Small Business).

Sus líneas de investigación son género, emprendimiento y, recientemente, innovación. Ha realizado una estancia predoctoral (Boston University) y dos estancias posdoctorales (Strathclyde University and Jönköping International Business School). Es miembro del grupo de investigación Diana International y de diversas asociaciones científicas (Asociación de Economía y Dirección de la Empresa –ACEDE–, ECSB). Es revisora de las revistas *Entrepreneurship Theory and Practice*, *Journal of Business Venturing* e *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, entre otras. En 2006 recibió el Premio Nacional a Tesis Doctorales del CES (Consejo Económico y Social, órgano consultivo del Gobierno español), que publicó su libro *Influencia del género en los recursos y resultados de las pequeñas empresas*. Tiene más de 30 artículos publicados en revistas científicas y actas de congresos internacionales.

Universidad de Castilla-La Mancha  
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Plaza de la Universidad, 1  
02071 Albacete  
España

---

Francisco Sáez-Martínez

[francisco.saez@uclm.es](mailto:francisco.saez@uclm.es)

Profesor titular de universidad de Organización de Empresas, Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM), España

Graduado en Economía y Administración de Empresas por la Universidad de Valencia, tiene un doctorado de Economía y Administración de Empresas por la Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM). Ha sido profesor visitante en la Dublin City University Business School (Irlanda) y en la Purdue University (Estados Unidos), también ha impartido clases en la Universidad del Pacífico en Perú. Ha realizado ponencias en la Universidad Andina de Simón Bolívar y en la Universidad Nacional del Chimborazo, en Ecuador. Desde el año 2004 hasta el año 2011 fue director académico del Vicerrectorado de Estudiantes y director académico del Servicio de Carrera Universitario de la UCLM. Desde julio de 2012 es coordinador del Campus de Excelencia Internacional CYTEMA (Campus Internacional de Tecnología, Energía y Medio Ambiente). Su investigación ha sido publicada en diversas revistas españolas e internacionales, como *Journal of Knowledge Management*, *Journal of Business Ethics*, *International Journal of Environmental Research*, *Environmental Engineering and Management Journal* y *Journal of Cleaner Production*.

Universidad de Castilla-La Mancha  
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Plaza de la Universidad, 1  
02071 Albacete  
España

Juan Jiménez-Moreno

[juan.jimenez@uclm.es](mailto:juan.jimenez@uclm.es)

Catedrático de Organización de Empresas, Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM), España

Graduado en Economía y Administración de Empresas por la Universidad de Murcia, tiene un doctorado de Economía y Administración de Empresas por la Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM). Ha sido profesor invitado en otras universidades y escuelas de negocio españolas, europeas y latinoamericanas. Sus líneas de investigación son las siguientes: creación de empresas, pymes, empresa familiar, competitividad e innovación.

Ha ocupado diversos puestos de gestión en la UCLM. Ha sido investigador principal de un proyecto nacional y tres proyectos regionales. Ha sido director y codirector de ocho tesis doctorales y ha liderado dos programas de acciones integradas bilaterales para la investigación científica y técnica entre España y Portugal y entre España e Italia. Es el coordinador de la red EYALDE (creación de empresas) del Programa ALFA (PB2) de la Comisión Europea para la cooperación en formación científico-técnica. Ha realizado estancias en la Universidad de Quebec (1995, Canadá) y en la Lancaster University (2010, UK). Es el director del Global Entrepreneurship Monitor (GEM)-Castilla-La Mancha desde el año 2012. En 2013 fue el director del Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS) para la UCLM. Es el investigador español del GEST-study: Start-Up Entrepreneurship Behaviour and Motivation of Students. Es autor y coautor de tres manuales, varios estudios e informes, capítulos de libros, artículos en revistas científicas, y otras publicaciones y comunicaciones en congresos nacionales e internacionales.

Universidad de Castilla-La Mancha  
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Plaza de la Universidad, 1  
02071 Albacete  
España

Título original: *Assessing the impact of the "Entrepreneurs" education programme on participants' entrepreneurial intentions*



Los textos publicados en esta revista están sujetos –si no se indica lo contrario– a una licencia de Reconocimiento 3.0 España de Creative Commons. Puede copiarlos, distribuirlos, comunicarlos públicamente y hacer obras derivadas siempre que reconozca los créditos de las obras (autoría, nombre de la revista, institución editora) de la manera especificada por los autores o por la revista. La licencia completa se puede consultar en: <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/es/deed.es>

