



ESTUDIO SOBRE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES DEL GRADO EN TRABAJO SOCIAL

Intención emprendedora en estudiantes de Trabajo Social

Study on entrepreneurial intention in students of the degree in Social Work

ESPERANZA GARCÍA-UCEDA, JESÚS ASÍN
Universidad de Zaragoza, España

KEYWORDS

*Entrepreneurial intention
Entrepreneurial education
Social Work degree
Logistic regression
Factors for entrepreneurship*

ABSTRACT

A study of the determinants of entrepreneurial intention (IE) in university students of the Degree in Social Work at the beginning of their education for entrepreneurship is presented. The data obtained from a sample of students of the subject "Management of Organizations", included in the 3rd year of the Degree at the University of Zaragoza (Spain). 139 students participated out of 184 enrolled. A logistic regression model was used to analyze the relationship between these factors and the binary variable expressing IE. Significant influence was identified in Responsibility, Creativity and Self-knowledge, with a positive effect.

PALABRAS CLAVE

*Intención emprendedora
Educación para el emprendimiento
Trabajo Social
Regresión logística
Factores para el emprendimiento*

RESUMEN

Se presenta un estudio de los determinantes de la intención emprendedora (IE) en estudiantes universitarios del Grado en Trabajo Social en el inicio de su educación para el emprendimiento. Los datos obtenidos de una muestra de estudiantes de la asignatura "Gestión de las Organizaciones", incluida en 3er curso del Grado de la Universidad de Zaragoza (España). Participaron 139 estudiantes de los 184 matriculados. Se utilizó un modelo de regresión logística para analizar la relación entre esos factores y la variable binaria que expresa la IE del estudiante. Se identificó influencia significativa en Responsabilidad, Creatividad y Autoconocimiento, con efecto positivo.

Recibido: 18/ 08 / 2022

Aceptado: 29/ 10 / 2022

1. Introducción

En el siglo XXI, las universidades están llamadas a influir en la sociedad y sus circunstancias a través de procesos que complementan la investigación y la docencia. Esta denominada tercera misión de la universidad ha estado ligada a procesos de educación continua y extensión formativa, pero en la sociedad del siglo XXI la universidad requiere un compromiso mayor para transformar el conocimiento en valor económico, incidiendo en la competitividad y facilitando la innovación, la creatividad y el desarrollo cultural, social, científico y tecnológico (Tourrián, 2021).

Existe un amplio consenso entre las administraciones públicas, la comunidad universitaria y la sociedad, en general, sobre la importancia de la iniciativa emprendedora para el desarrollo de las economías contemporáneas, por su contribución a la creación de riqueza (Vodă y Florea, 2019), además de constituir un importante estímulo para el desarrollo económico y regional (Bosma y Kelley, 2019).

Una línea relativamente reciente se ha centrado en el posible impacto de la educación emprendedora en las intenciones emprendedoras de los estudiantes. Aadland y Aaboen (2018) apuntan que, de los 122 artículos publicados sobre esta materia entre los años 90 y el año 2016, la mayoría habían sido escritos después de 2010. La competencia emprendedora, habitualmente se percibe como rasgo y no como competencia que puede ser aprendida. Sin embargo, el emprendimiento, la innovación pueden enseñarse y los estudiantes pueden estar más capacitados tanto para mejorar su empleabilidad como para aportar valor y capital social a la sociedad (Baena-Luna et al., 2020).

Nuestro trabajo se desarrolla en el marco del Grado en Trabajo Social, que ofrece la Universidad de Zaragoza (España). Una formación que se divide en dos niveles consecutivos. El primero, tras cuatro años de formación de Grado, permite el acceso al mercado laboral. El segundo es el nivel de postgrado, que permite obtener un título de máster y/o un título de doctorado. En la actualidad para emprender como trabajador social, se requiere tener un Grado en Trabajo Social y estar inscrito en un colegio profesional.

Por nuestra experiencia docente en el Grado en Trabajo Social, observamos que estos estudiantes no contemplan la opción del emprendimiento como una posible salida profesional. El emprendimiento social es, en general, es el gran desconocido o una opción marginal en el trabajo social profesional (Gray et al., 2003; Nandan y Scott, 2013). Para los trabajadores sociales es complejo equilibrar la lógica del mercado (que se rige por la competitividad, la eficiencia, el beneficio) y la lógica de los servicios sociales (interés público, prioridad de necesidades, clientes socialmente vulnerables) (Prince, 2001; Germak y Singh, 2010).

Sin embargo, el Trabajo Social en el siglo XXI tiene nuevos retos y desafíos centrados en los grandes cambios derivados de un sociedad en constante riesgo, los y las profesionales tituladas en Trabajo Social requieren de una continua adaptación a la diversificación y variación de la demanda de cualificación de sus estudiantes al adquirir una mayor complejidad en sus contextos de intervención social, tanto desde el Trabajo Social en ejercicio libre como de nuevos procesos de emprendimiento social liderados por profesionales de Trabajo Social. La realidad de los sistemas de bienestar social en la actualidad presenta una gran diversificación de las áreas de actuación de sus profesionales: Servicios sociales polivalentes y especializados, servicios educativos, servicios de salud, servicios relacionados con la administración de justicia, servicios relacionados con la empresa, servicios relacionados con la vivienda, ejercicio privado, gerencia y planificación de servicios de bienestar social, docencia e investigación (Domínguez-Pachón, 2005).

Así pues, el objetivo de este trabajo es profundizar en el conocimiento de los factores explicativos de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de titulaciones poco exploradas, como es el caso del grado en Trabajo Social (Fargion et al., 2011).

El trabajo se estructura de la siguiente forma. La siguiente sección se dedica al marco teórico y la metodología, incluyendo el cuestionario y la descripción de la muestra. La sección 3 muestra los resultados obtenidos y una interpretación de los mismos. Finalmente, se resumen las principales conclusiones e implicaciones de la investigación.

2. Marco teórico y metodología

En primer lugar, se describe el marco teórico, incluyendo las hipótesis de trabajo respecto a la influencia de factores sobre la intención emprendedora de los estudiantes. Posteriormente, se describe la muestra, el cuestionario y el tratamiento estadístico.

2.1. Marco teórico

La mejora de la empleabilidad y preparación para el acceso al mundo laboral del alumnado debería de ser hoy día uno de los ejes que orienten la actividad docente de cualquier universidad. La universidad debe asumir la responsabilidad de capacitar a los estudiantes para que estos puedan desarrollar efectivamente una actividad profesional. Aunque se podría suponer que las competencias específicas son las más valoradas en el proceso educativo y en el posterior desempeño laboral, datos del Observatorio de Empleabilidad y Empleo Universitarios

(Michavila et al., 2016) reflejan que entre los requisitos exigidos para optar a un puesto de trabajo, las competencias genéricas tenían un peso de 33,49%, mientras que las competencias específicas tenían un peso del 32,49%, pese a que clásicamente se les ha dado un mayor protagonismo a estas últimas. En este sentido, cada vez se hace más explícita la necesidad de entrenar al alumnado en las denominadas competencias transversales, pues son uno de los aspectos que más valoran las empresas a la hora de realizar la selección de personal. Aprender competencias, desarrollar la intención y el deseo de aplicarlas no solo en el ámbito académico, sino también en el laboral. Algunos estudios sugieren que la actividad que realiza el emprendedor tiene que ver con el desarrollo de una competencia (Vázquez-Burgete et al., 2012).

La mayoría de estos estudios desarrollados en el marco de la educación superior, se han centrado en estudios de ingeniería o de economía (Barba-Sánchez y Atienza-Sahuquillo, 2018; Herman y Stefansecu, 2017; Vodă y Florea, 2019) no así en estudios netamente sociales como el grado en Trabajo Social (TS) para cuyos egresados el emprendimiento social es una posible salida profesional. Dada la necesidad de soluciones creativas para los complejos problemas sociales de hoy es necesario que los trabajadores sociales adopten el sentido comercial y empresarial que se encuentra en el emprendimiento social, un híbrido de los principios de la práctica del trabajo social y los negocios a través de actividades de innovación. El emprendimiento social comprende ideas innovadoras para el cambio social que se ejecutan utilizando estrategias y habilidades comerciales sólidas (Germak y Singh, 2010).

Ahora bien, los factores que determinan la decisión individual de emprender se han analizado con distintos resultados dependiendo del contexto (Liñán et al., 2011), de ahí el interés del estudio de las intenciones de emprendimiento. La evidencia empírica sugiere que las intenciones de emprender podrían estar determinadas por factores contextuales y por la situación personal (Herman y Stefansecu, 2017).

En los **factores contextuales** estos autores señalan que una exposición previa al emprendimiento, ya sea mediante educación emprendedora, experiencia profesional previa o la existencia de modelos de referencia, puede influir en la actitud de una persona hacia el emprendimiento. Por una parte, existen trabajos que ofrecen evidencia empírica del efecto positivo directo de la educación emprendedora sobre la intención emprendedora (Barba-Sánchez y Atienza-Sahuquillo, 2018). Por otra parte, la intención emprendedora también puede verse influida positivamente por lo que podría denominarse como educación informal, procedente de experiencias cercanas en un entorno de emprendimiento (de familiares, de amigos o experiencia laboral propia), que pueden actuar como modelos de referencia (Fayolle y Gailly, 2015; Akinbola et al., 2020).

El otro gran determinante de las intenciones emprendedoras son las **variables de personalidad**, que incluyen rasgos de personalidad y características demográficas. Como rasgos de personalidad o competencias individuales ampliamente favorecedores de la intención emprendedora varios autores destacan: la creatividad, el optimismo, la responsabilidad, la iniciativa personal, la propensión al riesgo, la autoconfianza, el pensamiento estratégico, la gestión del conflicto, el liderazgo y la competitividad (Ferreira et al., 2012; Hernández-Mogollón et al., 2018). Estas competencias se recogen en el perfil de los trabajadores sociales (Fargion et al., 2011). Y, como características sociodemográficas que determinan la intención de emprender en el ámbito social encontramos la edad y el género (Herman y Stefansecu, 2017; Vodă y Florea, 2019). Sin embargo, en el ámbito del Trabajo Social, la sobrerrepresentación de las mujeres hace que la variable género apenas pueda aportar información.

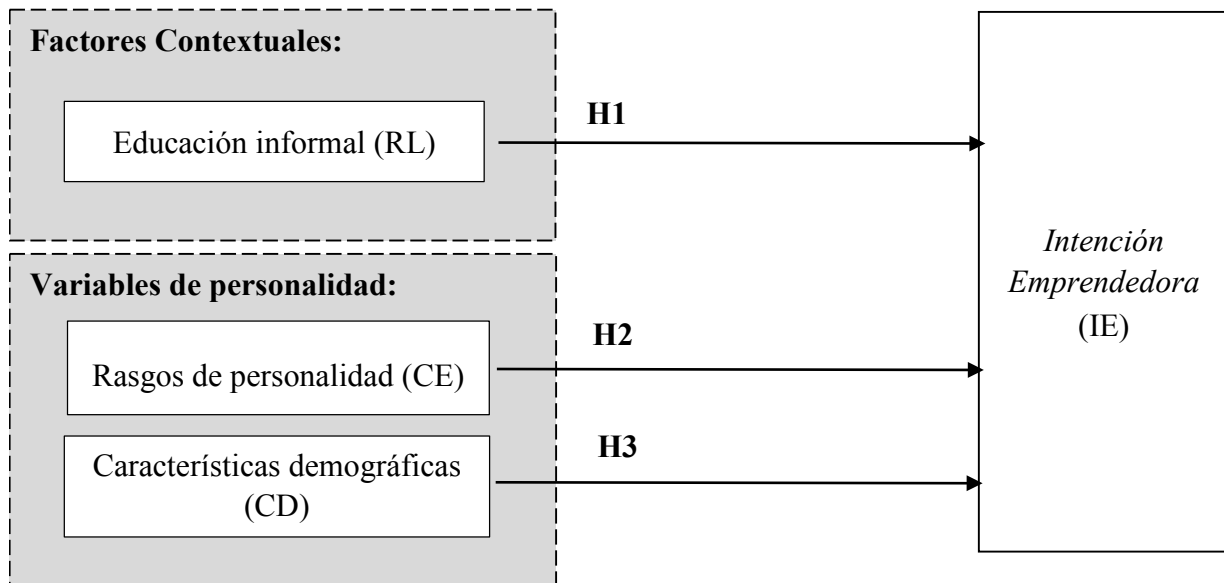
A continuación, acorde con el objetivo de identificar los determinantes de la intención emprendedora (IE) en estudiantes universitarios del Grado en Trabajo Social en el inicio de su educación para el emprendimiento y apoyándonos en la revisión teórica, se plantea el modelo teórico de este estudio en la Figura 1 y las siguientes hipótesis para examinar la influencia directa de las variables explicativas en la intención emprendedora: esto es, la educación informal o referentes laborales (RL), los rasgos de personalidad o competencias emprendedoras (CE) y las características demográficas (CD).

H1: Los factores contextuales relacionados con la educación informal tienen una influencia directa y positiva en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios del grado en TS.

H2: Los antecedentes personales relacionados con los rasgos de personalidad tienen una influencia directa y positiva en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios del grado en TS.

H3: Los antecedentes personales relacionados con las características demográficas tienen una influencia directa y positiva en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios del grado en TS.

Figura 1. Modelo teórico de los factores determinantes de la intención de emprender de los estudiantes universitarios del grado en Trabajo Social.



Fuente: Elaboración propia.

2.2. Datos y métodos

A continuación, se presenta el entorno donde se ha tomado la muestra, así como el cuestionario utilizado. Por último, se describe el tratamiento estadístico.

Esta investigación se realiza a partir de los datos obtenidos de una muestra de estudiantes de la asignatura "Gestión de las Organizaciones", incluida en el tercer curso del plan de estudios del Grado en Trabajo Social de la Universidad de Zaragoza (España), con una duración de un semestre y una carga de 6 créditos (ECTS). Esta asignatura contextualiza la realidad organizativa en la que se desenvolverá la actividad profesional del graduado y forma a los estudiantes en materia de dirección, organización y control de las organizaciones de la economía social. Si bien no se trata de una asignatura específica sobre emprendimiento, los profesores tratan de fomentar el espíritu emprendedor de manera transversal a lo largo de toda la asignatura.

Para ello, utilizan herramientas propias de proyectos empresariales e implementan de forma transversal de metodologías docentes basadas en la experimentación y en la generación de conocimiento compartido, como son: (a) Seminarios impartidos por emprendedores que ponen en contacto a los estudiantes con empresarios experimentados dentro de la universidad. (b) Laboratorio de ideas y proyectos por equipos, dividiendo a los estudiantes en dos grupos: grupo-evento (cuyo objetivo es organizar un evento social) y grupo-visita (cuyo objetivo es conocer el funcionamiento del ecosistema del emprendimiento social y transmitirlo a los compañeros de clase creando una red informal de contactos). Según Fayolle y Gailly (2015), con este tipo de educación emprendedora a nivel universitario se puede sensibilizar a los estudiantes y poner de relieve el emprendimiento como una opción profesional viable. Ello les permitiría poner en valor el ejercicio libre de su profesión tan demandado por un mercado laboral cambiante.

La investigación de este trabajo se basa en las respuestas a un cuestionario que los estudiantes responden en el momento de iniciar la asignatura. Se les pregunta sobre su intención de poner en marcha una empresa (IE) y los factores determinantes de la misma.

El proyecto en el que se incluye esta investigación es más amplio, ya que integra un diseño longitudinal basado en las respuestas al cuestionario inicial y las obtenidas cuando se vuelva a contestar el cuestionario al final del curso, tras haber recibido la educación emprendedora (EE), respecto a la intención emprendedora y respecto a las actividades formativas.

Cuestionario

A partir de la revisión de la literatura, se diseña un cuestionario on-line¹, que se pone a disposición de los estudiantes, con objeto de recabar información sobre las variables relevantes del modelo teórico. Con respecto a las variables explicativas del estudio, se plantean 83 cuestiones referidas a los factores identificados:

1) Factores contextuales:

1 El cuestionario no puede incluirse en su literalidad en este trabajo, pero los autores lo proporcionarán a cualquier investigador interesado.

1.1) Educación informal (RL): En el cuestionario se solicita información a los estudiantes sobre la existencia de referentes laborales en sus vidas (experiencia laboral, voluntariado y un familiar emprendedor), con dos opciones de respuesta, sí o no.

2) Antecedentes personales:

2.1) Rasgos de personalidad (CE): Características individuales (motivaciones personales, sociales y económicas, sentido de confianza, creatividad, optimismo, iniciativa personal, liderazgo y propensión al riesgo), denominadas competencias emprendedoras. En el cuestionario se incluyen afirmaciones específicas sobre cada una de estas competencias emprendedoras y se solicita a los estudiantes que manifiesten su grado de acuerdo con ellas, utilizando escalas tipo Likert de 10 puntos.

2.2) Características demográficas (CD): En la investigación se incluyen el sexo y edad.

La variable dependiente de la investigación es la intención emprendedora (IE). Para obtener información sobre esta variable se plantea a los estudiantes la siguiente pregunta: "¿Alguna vez te has planteado emprender, tener tu propia empresa?", con dos opciones de respuesta, sí o no.

Tratamiento estadístico

Se analizan las competencias emprendedoras relacionadas con los rasgos de personalidad (CE), aplicando en primer lugar un análisis de fiabilidad y consistencia interna, basado en el alfa de Cronbach sobre las 83 variables iniciales, para eliminar los elementos inapropiados, con un límite de correlación ítem-total < 0.3. En segundo lugar, se realiza un análisis factorial exploratorio. El método de extracción es Componentes Principales con rotación Varimax. Se repite el análisis de fiabilidad y se mantienen en la estructura aquellos indicadores con comunalidades mayores a 0.6 y la carga en un solo factor. Para cada constructo, se toma el promedio de cada ítem observado y que queda dentro del componente único. Este valor será utilizado como variable de entrada en los modelos de regresión.

A continuación, se realizan análisis de regresión logística (RGL) sobre la variable IE, que se considera como una variable binaria que toma el valor 1= SI. Se establece una modelización, ensayando distintos modelos mediante regresión por pasos hacia atrás (estadístico de Wald). Se considera un nivel de significación de 0.05 en general en el análisis y también algunos efectos de interacción entre variables independientes. Se obtienen los modelos con más capacidad explicativa sobre la respuesta y se interpreta el efecto de los coeficientes estimados de las variables independientes. Se utiliza el software SPSS 26.0.

3. Resultados

3.1. Descripción de la muestra

En este trabajo se consideran las respuestas de 139 estudiantes, que supone una alta respuesta (75.5%) entre los 184 estudiantes matriculados en la asignatura. La elevada participación viene promovida por dos aspectos, es on-line y, además, se impulsa expresamente por parte del profesorado. Es una herramienta que permite conocer la situación de partida de los estudiantes y, en función de ello, estructurar las actividades formativas a lo largo del curso.

Como hemos comentado el cuestionario se plantea on-line a través de la plataforma educativa que dispone la Universidad de Zaragoza, en este caso Moodle, y está accesible durante la primera semana de curso; esto favorece la participación dado que el estudiantado accede en el momento que le resulta más adecuado.

La Tabla 1 resume algunas variables que definen el perfil de los estudiantes de la muestra. Se trata de estudiantes de un grado muy feminizado por lo que aparece un 77.8% de mujeres. Cabe destacar el hecho de que, tradicionalmente, en este grado se matriculan, en horario de tarde, personas que ya están desarrollando su actividad en el ámbito de los servicios sociales, salud, justicia o del Tercer Sector, y se refleja en el porcentaje del 22.2% de personas con edad de 24 años o más. Esto explica en parte que el porcentaje de personas que tienen actividad laboral (46.7%) sea muy elevado respecto a otros grados en la Universidad de Zaragoza. La participación en actividades de voluntariado se podría interpretar como que está muy extendida entre el alumnado, en comparación a otros grados, pero si reflexionamos en las motivaciones que les impulsa a seleccionar estos estudios, esto es, ayudar a otras personas, principalmente de los sectores más vulnerables y generar un cambio social, es preocupante que dos terceras partes del estudiantado, en el segundo semestre de su tercer curso de grado todavía no hayan tenido ninguna experiencia de voluntariado. Ello denota falta de proactividad y empatía, cualidades claves de su perfil profesional. Más cuando la Universidad de Zaragoza les ofrece la posibilidad de llevar a cabo estas actividades solidarias con reconocimiento a través de créditos que fomentarían su compromiso e implicación social.

Tabla 1. Resumen del perfil de los estudiantes

Variable	Categoría	Porcentaje	Categoría	Porcentaje
Edad	Hasta 23 años	77.8%	Desde 24	22.2%
Sexo	Mujer	86.1%	Hombre	13.9%
Familiar emprendedor	Sí	51.4%	No	49.6%
Actividad laboral	Sí	46.7%	No	53.3%
Voluntariado	Sí	30.7%	No	69.3%

Fuente: Elaboración propia.

3.2. Competencias emprendedoras

En la primera fase del estudio se aborda el análisis de las competencias emprendedoras, con la aplicación del análisis de fiabilidad y consistencia al conjunto de variables del cuestionario. Se obtiene una alta consistencia interna (α de Cronbach = 0.95) y el número de variables óptimas resulta ser de 58 ítems.

La Tabla 2 resume los resultados del análisis factorial, esto es, se muestran los rasgos de personalidad o competencias emprendedoras (CE) estructurados en seis factores, con un total de 24 ítems. Se enuncian a continuación los factores, incluyendo una descripción de los ítems que participan en su definición: CE1: Decisor (analítico, intuitivo, decisor), CE2: Social (inteligencia emocional, empatía, auto control), CE3: Responsabilidad (flexible, ágil, oportunista), CE4: Creatividad/iniciativa (pensamiento disruptivo, innovador, orientación sinérgica), CE5: Auto-conocimiento (eficacia, autorreflexión), CE6: Pensamiento positivo (visión, pasión, optimismo). Este análisis indica una adecuación de los datos ($KMO = 0.861$) y presenta un nivel de significación del 0 (prueba de esfericidad de Bartlett). Se obtiene un porcentaje de varianza explicada del 71.7%, superior al 60% que como mínimo indica Hair et al. (1987), y unos índices de fiabilidad medida a través de Alpha de Cronbach, también superiores al valor 0.60, sugerido por Peterson (1994) y Slater (1995) como valor de referencia. Los resultados son coherentes con la propuesta de Hernández-Mogollón et al. (2018).

Tabla 2. Análisis factorial de las competencias emprendedoras.

Análisis Factorial	Factores / Varianza explicada / α^*	Items Rasgos de personalidad	Componentes
Varianza explicada total = 71.74% $\alpha = 0.91$ KMO = 0.86	CE1: Decisor 36.05% $\alpha^* = 0.91$	V82	.804
		V83	.851
		V84	.776
		V85	.838
		V91	.646
		V92	.755
	CE2: Social 10.26% $\alpha^* = 0.79$	V43	.589
		V45	.866
		V46	.811
	CE3: Responsabilidad 8.81% $\alpha^* = 0.84$	V31	.547
		V40	.533
		V41	.616
		V42	.576
		V64	.696
		V65	.591
	CE4: Creatividad 6.42% $\alpha^* = 0.74$	V34	.784
		V35	.779
		V55	.626
	CE5: Autoconocimiento 5.63% $\alpha^* = 0.75$	V29	.500
		V30	.469
		V44	.564
		V89	.790
	CE6: Pensamiento positivo 5.58% $\alpha^* = 0.86$	V19	.835
		V20	.892

** α expresa el Alpha de Cronbach*

3.3. Análisis de la relación de la intención emprendedora y las competencias

Una vez completado este análisis previo, se realizan los análisis de regresión logística. En este caso, la respuesta binaria es IE y se usan como potenciales covariables los factores que expresan las competencias emprendedoras.

Las respuestas a la variable dependiente IE presentan una distribución en sus categorías de un 48.5% con respuesta SÍ y NO con un 51.5%.

El modelo estimado en la regresión logística aparece en la Tabla 3. En el modelo de regresión solo se presentan los coeficientes con significación estadística de al menos 0.05. El resto de variables que no aparecen resultan no significativas en el análisis. Por ejemplo, no aparecen efectos de la variable sexo, lo que puede estar asociado a la escasa presencia de hombres (13.9%).

Analizando la bondad de ajuste de este modelo, comprobamos que el coeficiente de determinación R^2 Nagelkerke alcanza el 37.3% de la variabilidad de IE. La prueba de Hosmer y Lemeshow, que mide la correspondencia de los valores reales y predichos de la variable dependiente, presenta un valor no significativo (≥ 0.05), indicando un buen ajuste. Teniendo en cuenta que la probabilidad de ocurrencia se calcula sobre la categoría de tener IE, el modelo predice un 70.8% de acierto y presenta una adecuada sensibilidad para identificar la IE, hay una elevada proporción de acierto en el diagnóstico (64.5%), también es alta su especificidad para detectar los casos que manifiestan no tener una IE (76.5%).

De todas las competencias emprendedoras, hay tres que tienen una influencia positiva y significativa en la IE, antes de recibir la educación emprendedora: Responsabilidad (CE3), Creatividad (CE4) y Autoconocimiento (CE5). Esto indica que tener rasgos de flexibilidad, agilidad mental y capacidad para detectar oportunidades, así como un pensamiento disruptivo e innovador, inspira y llena de optimismo a los estudiantes más auto-reflexivos,

esto es, los lleva a tener la expectativa consciente de poder crear la empresa en la que les gustaría trabajar. Este resultado apoya parcialmente la hipótesis H2, ya que el resto de CE no presentan una influencia significativa.

Tabla 3. Coeficientes estimados en el modelo de regresión logística, odds-ratio, estadístico de Wald y p-valor asociado al test correspondiente a cada término.

Ecuación	Exp(β)	Wald	p-valor
Logit (Y=1) = -5.633			
+0.240 (Edad)	1.271	5.329	0.021
+ 0.639 (CE3)	1.894	4.881	0.027
+ 0.639 (CE4)	2.031	4.964	0.026
+ 0.852 (CE5)	2.343	5.432	0.020
Hosmer y Lemeshow	0.239		
R2 Nagelkerke	0.373		

Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, los resultados también muestran la influencia de características demográficas (CD), en concreto la edad, que explica de manera significativa la iniciativa emprendedora de los estudiantes universitarios. Aumentar en un año la edad, incrementa la probabilidad de tener IE en un 27% (odds ratio). Así pues, los resultados apoyan parcialmente la hipótesis H3.

Por último, los resultados no muestran influencia de lo que hemos denominado educación informal, a través de referentes laborales (RL) en sus vidas (experiencia laboral, voluntariado y un familiar emprendedor). Por tanto, los resultados no ofrecen evidencias de apoyo a la hipótesis H1.

De los resultados del modelo, con la información obtenida al inicio de curso, se podría interpretar que las respuestas de los estudiantes están fundamentadas, en gran parte, en apriorismos, al carecer de un conocimiento real de las dificultades que implica la opción de emprender (R^2 de Nagelkerke = 37%). Además, presentan evidencias significativas a favor de la influencia de determinados rasgos de personalidad y características demográficas, acordes con los antecedentes existentes en la literatura.

4. Conclusiones

La intención emprendedora es un estado mental que las personas poseen en favor de optar por la creación de una nueva empresa o la creación de valor al interior de organizaciones existentes. Es el compromiso para desempeñar el comportamiento necesario para llevar a cabo una iniciativa emprendedora (Krueger, 2003) y desde las últimas cuatro décadas está siendo objeto de estudio de numerosas investigaciones. La atención en este trabajo se centra en profundizar en el conocimiento de los determinantes de esta intención emprendedora. De acuerdo con Herman y Stefanescu (2017), pueden distinguirse factores contextuales, que incluyen la educación emprendedora y la educación informal, y los personales que hacen referencia a rasgos de personalidad y características demográficas.

Los resultados del análisis a partir de los cuestionarios de opinión de los estudiantes del grado universitario de Trabajo Social, previa a recibir la educación emprendedora, muestran que la intención emprendedora depende, en efecto, de diferentes factores relacionados con características demográficas (como la edad) y ciertos rasgos de personalidad (destacando la responsabilidad y el autoconocimiento). Con respecto a la educación informal, aunque los primeros resultados no ofrecen evidencia empírica de su influencia, Akinbola et al. (2020) apuntan a que el hecho de compaginar los estudios universitarios con la actividad laboral o desarrollando sus intenciones empresariales en centros de desarrollo empresarial puede actuar como factor motivador en la intención emprendedora. De este modo, los resultados obtenidos en esta fase del proyecto de investigación muestran que existen opciones de que la educación emprendedora, esto es, el apoyo educativo empresarial, aumente la proporción de estudiantes que presentan intención emprendedora. Se podría decir que el espíritu empresarial puede fomentarse como resultado del proceso de aprendizaje.

Por ello, en futuras fases del proyecto de investigación, además de seguir profundizando en el estudio de la influencia de los factores determinantes de la intención emprendedora, se incluirá el impacto de la educación emprendedora y su efecto moderador en los factores determinantes de la IE. En particular, es imprescindible incorporar en el estudio la consideración de diferentes metodologías de enseñanza implementadas por los docentes para favorecer la intención por emprender en los estudiantes, situación poco abordada en la literatura a la fecha. Esto es, diferentes actividades de aprendizaje como es el apoyo operativo de herramientas empresariales y la implementación de metodologías basadas en aprendizaje experiencial, dado que los resultados apuntan a que su influencia, tanto directa como indirecta, puede variar notablemente. Esto permitirá mejorar la efectividad

de la educación emprendedora que se ofrece en las universidades para fomentar el espíritu emprendedor de sus estudiantes.

No obstante, este estudio presenta algunas limitaciones asociadas a que la muestra de estudiantes que ha participado en el estudio corresponde a la Facultad de Ciencias Sociales y del Trabajo en la Universidad de Zaragoza, de modo que los resultados son susceptibles de ser corroborados en otras facultades españolas o del espacio europeo.

5. Agradecimientos

Este trabajo ha sido financiado por el Gobierno de Aragón (Grupo CREVALOR: S42_17R, Grupo Modelos Estocásticos E46_20R). También ha recibido el apoyo del Ministerio de Economía y Competitividad de España, proyectos ECO2016-77-P y PID2020-116873GB-I00, AEI/FEDER, UE,

Referencias

- Aadland, T. & Aaboen, L. (2018). Systematising higher education: a typology of entrepreneurship. In Hytti, U., Blackburn, R. & Laveren, E. (Eds), *Entrepreneurship, Innovation and Education: Frontiers in European Entrepreneurship Research*, 103-122. Edward Elgar Publishing.
- Akinbola, O. A., Ogunnaike, O. O. & Amahian, A. B. (2020). The influence of contextual factors on entrepreneurial intention of university students in Nigeria. *Creating Global Competitive Economies*, 1-3.
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C. & Fiet, J. O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217-254. <https://doi.org/10.1111/etap.12095>
- Baena-Luna, P., García-Río, E. & Monge-Agüero, M. E. (2020). Competent framework for entrepreneurship. A systematic review of the literature on its use and application. *Inf. Tecnol*, 31, 163-172. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000200163>
- Barba-Sánchez, V. & Atienza-Sahuquillo, C. (2018). Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. *European Research on Management and Business Economics*, 24(1), 53-61. <https://doi.org/10.1016/j.iemeen.2017.04.001>
- Bosma, N. S. & Kelley, D. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report*.
- Domínguez-Pachón, M. J. (2005). Cambios sociales actuales y adaptación de la profesión a los mismos. *Humanismo y trabajo social*, 4, 65-90.
- Fayolle, A. & Gailly, B. (2015): The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Attitudes and Intention: Hysteresis and Persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1): 75-93. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12065>
- Fargion, S., Gevorgianiene, V. & Lievens, P. (2011). Developing entrepreneurship in social work through international education. Reflections on a European intensive programme. *Social Work Education*, 30(8), 964-980. <https://doi.org/10.1080/02615479.2010.532206>
- Germak, A. J. & Singh, K. K. (2009) Social Entrepreneurship: Changing the Way Social Workers *Do Business*, *Administration in Social Work*, 34:1, 79-95.
- Germak, A. J. & Singh, K. K. (2010). "Social Entrepreneurship: Changing the Way Social Workers do Business." *Administration in Social Work* 34 (1): 79-95. DOI: 10.1080/03643100903432974
- Gray, M., Healy, K. & Crofts, P. (2003). Social enterprise: Is it the business of social work? *Australian Social Work*, 56(2), 141-164. <https://doi.org/10.1046/j.0312-407X.2003.00060.x>
- Hair, J.F., Anderson, R.E. & Tatham, R.L. (1987): Multivariate data analysis. New York: Macmillan Pub. Co.
- Herman, E. & Stefanescu, D. (2017): Can higher education stimulate entrepreneurial intentions among engineering and business students? *Educational Studies*, 43(3), 312-327. <https://doi.org/10.1080/03055698.2016.1277134>
- Hernández-Mogollón, R., Fernández Portillo, A., Díaz-Casero, J.C. & Sánchez-Escobedo, M. C. (2018). ¿Es posible trabajar la educación emprendedora universitaria en contextos poco favorables para ello? *Journal of Management and Business Education*, 1(2), 160-181.
- Krueger, N. F. (2003). The cognitive psychology of entrepreneurship. En Zoltan J. Acs y David B. Audretsch (Eds.), *Handbook of entrepreneurship research* (pp. 105-140). Boston, MA: Springer.
- Liñán, F. & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C. & Rueda-Cantuche, J. M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. *International entrepreneurship and management Journal*, 7(2), 195-218.
- Michavila, F., Martínez, J. M., Martín-González, M., García Peñalvo, F. J. & Cruz-Benito, J. (2016). *Barómetro de empleabilidad y empleo de los universitarios en España, 2015 (Primer informe de resultados)*. Observatorio de Empleabilidad y Empleo Universitarios.
- Nandan, M. & Scott, P. A. (2013). Social entrepreneurship and social work: The need for a transdisciplinary educational model. *Administration in Social work*, 37(3), 257-271. <https://doi.org/10.1080/03643107.2012.684428>
- Prince, M. J. (2001) How Social is Social Policy, Fiscal and Market Discourse in North American Welfare States. *Social Policy and Administration*, 35(1), 2-13. <https://doi.org/10.1111/1467-9515.00216>
- Slater, S. (1995): Issues in conducting marketing strategy research. *Journal of Strategic Marketing*, 3(4), 257-270.
- Teixeira, S. J., Casteleiro, C. M. L., Rodrigues, R. G. & Guerra, M. D. (2018). Entrepreneurial intentions and entrepreneurship in European countries. *International Journal of Innovation Science*, 10(1), 22-42. <https://doi.org/10.1108/IJIS-07-2017-0062>
- Touriñán López, J. M. (2021). La 'tercera misión de la universidad, transferencia de conocimiento y sociedades del conocimiento: una aproximación desde la pedagogía. *Contextos educativos: CONTEXTOS EDUCATIVOS*, 26 (2020), 41-81. <http://doi.org/10.18172/con.4446>

ESTUDIO SOBRE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES DEL GRADO EN TRABAJO SOCIAL

- Vázquez-Burgete, J. L., Lanero, A. & Raisiene, A. G. (2012). Entrepreneurship education in humanities and social sciences: are students qualified to start a business? *Business: theory and practice*, 13(1), 27-35.
- Vodă, A. I. & Florea, N. (2019). Impact of personality traits and entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students. *Sustainability*, 11(4), 1(4):1192. <https://doi.org/10.3390/su11041192>