

BizkaiLab

Área prioritaria/ Lehenetsitako arloa: AP _/_ . LA

Bizkaia Ekintzailea: emprendimiento e innovación / Bizkaia Ekintzailea: ekintzailtza eta berrikuntza

Iniciativa / Ekimena: Investigación para la transferencia / Transferentziarako ikerketa

Proyecto / Ekintza: Ekintzaileak ezagutzen

LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS: EL CASO DE LA UNIVERSIDAD DE DEUSTO

ENTREPRENEURIAL INTENTION AMONG UNIVERSITY STUDENTS: THE CASE OF THE UNIVERSITY OF DEUSTO

Garazi Azanza Martínez de Luco
José Antonio Campos Granados
Universidad de Deusto

RESUMEN

El objetivo de este estudio es ofrecer una visión panorámica de la intención emprendedora en estudiantes universitarios con el fin de valorar el potencial emprendedor de la universidad y ofrecer posibles recomendaciones de acción que mejoren sus resultados. Para ello, se recogieron datos de una muestra de 522 estudiantes de primer y último curso de la Universidad de Deusto. Los resultados muestran niveles moderadamente altos de intención y autoeficacia emprendedora entre los estudiantes. La intención emprendedora estuvo significativamente relacionada con las actitudes hacia el emprendimiento, las normas subjetivas y los valores individualistas. Entre las variables sociodemográficas estudiadas, el género masculino, la experiencia laboral previa, tener familiares emprendedores y la participación en programas de apoyo al emprendimiento estuvieron relacionados con la intención emprendedora. Los resultados obtenidos pueden resultar interesantes de cara al desarrollo de la formación y orientación profesional.

Palabras clave: Emprendimiento, universidad, intención emprendedora, autoeficacia.

SUMMARY

The purpose of this study is to provide an overview of entrepreneurial intention among university students in order to assess the entrepreneurial potential of university and offer possible recommendations for action to improve their results. Data were collected from a sample of 522 first and last year students at the University of Deusto. Results show moderately high levels of entrepreneurial intention and self-efficacy among students. Entrepreneurial intention was significantly related to attitudes toward entrepreneurship, subjective norms and individualistic values. Among the sociodemographic variables, male gender, previous work experience, having entrepreneurs among their relatives and participation in entrepreneurship programs were related to entrepreneurial intention. These results can be interesting for the development of training and career guidance programs.

Key Words: Entrepreneurship, university, entrepreneurial intention, self-efficacy.

A lo largo de los últimos años, la promoción del emprendimiento se ha convertido en una de las prioridades de la sociedad. Además de la situación económica y de las creencias populares, esta tendencia viene impulsada por la investigación académica que refleja la relación existente entre la creación de empresas y el crecimiento económico o la creación de empleo y la innovación (Acs y Audretsch, 1988; Drucker, 1985; Kirchoff y Phillips, 1988; Parker, 2004; Wennekers y Thurik, 1999).

“Europa necesita más empresas y más innovación” (Comisión Europea, 2012) y uno de los factores en los que confía para que ello se produzca es la educación en emprendimiento. Así, en la investigación realizada a tal efecto, la CE concluye que quienes han recibido formación en emprendimiento o han participado en una experiencia de inmersión en este campo (p.e.: constitución de una Junior Empresa) durante su Educación Superior presentan ratios superiores en el comportamiento emprendedor y en la creación de empresas que quienes no lo han hecho. Además, el impacto económico de las empresas creadas por graduados universitarios es más significativo que en el caso de los no graduados de acuerdo con varias investigaciones. Así, los emprendedores universitarios producen más empleo que los no universitarios (Dietrich, 1999).

La importancia del emprendimiento en la universidad se viene apreciando en Estados Unidos desde hace varias décadas, donde las universidades más prestigiosas se caracterizan por el alto número de emprendedores que se da entre sus graduados. La fuerza de dichos emprendedores universitarios es tal que si las 4000 empresas fundadas por graduados y profesores del Massachusetts Institute of Technology formaran una nación independiente, estas empresas convertirían a la nación en la 24^a mayor economía del mundo (Ayers, 1997). Del mismo modo, la Universidad de Stanford está relacionada con muchas de las empresas de vanguardia de Silicon Valley (Pfeiffer, 1997). Este proceso se observa asimismo en Europa según desvelan estudios económicos llevados a cabo en diferentes regiones europeas que indican que el impacto de las universidades en la creación de empresas también es aplicable fuera de Estados Unidos (Harhoff, 1999), impacto que es reafirmado en el informe de la Comisión Europea citado anteriormente.

En este contexto, el desarrollo del emprendimiento desde la universidad forma parte de la que ha sido definida como tercera misión de la universidad. Esta tercera misión es formulada de manera general como la contribución al desarrollo de la comunidad en la que presta sus servicios y, de manera más concreta, como una aportación efectiva a la innovación

y el emprendimiento. Dentro de dicha misión, Clark (2001) defiende que cada universidad deberá encontrar su camino para materializar el paradigma emprendedor.

El objetivo del estudio que se presenta a través de este artículo es ofrecer una visión panorámica de la intención emprendedora en estudiantes universitarios con el fin de valorar el potencial emprendedor de la universidad y ofrecer posibles recomendaciones de acción que mejoren sus resultados.

La metodología del trabajo se concreta en una revisión de la literatura previa que aborda cuestiones similares a las que constituyen el núcleo principal de la investigación, junto con la recopilación y análisis de información procedente de fuentes primarias a partir de una muestra de estudiantes universitarios de primer y último año de la Universidad de Deusto.

1. Marco teórico

Existe un amplio consenso entre los investigadores hacia la consideración del emprendimiento como la fuerza motriz del proceso de desarrollo de las naciones y regiones (Audretsch, Keilbach y Lehmann, 2006; Guzmán y Santos, 2001; Westall, Ramsden y Foley, 2000).

Los objetivos de los diferentes enfoques sobre el emprendimiento pueden resumirse en el deseo de buscar una explicación de por qué, cómo, cuándo o dónde descubren y aprovechan las personas emprendedoras las oportunidades que promueven el proceso de desarrollo empresarial (Shane y Venkataraman, 2000).

La creación de una empresa es una decisión personal. Esta afirmación resulta tan obvia que a menudo se olvida. La mayoría de la investigación sobre emprendimiento se centra en el análisis del proceso de creación de empresas una vez la decisión ha sido tomada, obviando el proceso subjetivo que tiene lugar previamente. En este sentido, son crecientes los artículos que argumentan que las intenciones juegan un papel importante en la decisión de crear una nueva organización. Varios autores subrayan la necesidad de un enfoque psicológico en la creación de nuevas empresas que incluya los procesos cognitivos que se producen en los emprendedores (Shaver y Scott, 1991). Esta importancia de las variables cognitivas en la decisión personal de emprender ha sido subrayada por Baron (2004), quien sugiere que una perspectiva cognitiva puede proporcionar información importante sobre aspectos claves del proceso emprendedor

y puede resultar beneficiosa tanto para los investigadores que desean comprender el espíritu empresarial como para ayudar a los emprendedores en el proceso de creación de nuevas empresas exitosas.

En los últimos años se han estudiado los elementos cognitivos que tienen lugar en la decisión de emprender, combinando aspectos económicos, demográficos, psicológicos y sociológicos (Kolvereid e Isaksen, 2006; Tkachev y Kolvereid, 1999, Obschonka, Silbereisen, y Schmitt-Rodermund, 2010; Franco, Haase, y Lautenschläger, 2010; Lee, Wong, Foo, y Leung, 2011; Liñán y Chen, 2009).

Por ello, resulta esencial profundizar en los aspectos que determinan esa decisión. Desde esta perspectiva, esta investigación es fundamentalmente multifocal, al incluir en su diseño la medición de variables psicológicas del individuo, la consideración de la influencia de los valores culturales y sociales, y por último, la influencia de los factores socioeconómicos sobre la decisión individual.

1.1. *Intención emprendedora y variables cognitivas*

Siendo la decisión de emprender una decisión voluntaria y consciente (Krueger, Reilly y Carsrud, 2000), resulta esencial analizar el modo en el que se toma la misma.

La intención emprendedora ha sido estudiada desde la Teoría de la Acción Planificada de Ajzen (1991) (Autio, Keeley, Klofsten, Parker y Hay, 2001; Krueger et al., 2000; Liñán, 2004; Moriano, Palací y Morales, 2006; Fayolle, Gailly y Lassas-Clerc, 2006). Esta teoría explica la intención en función de 3 factores motivacionales: la actitud hacia la conducta en cuestión, las normas subjetivas y el control percibido (Ajzen, 1991).

En primer lugar, la actitud personal hacia una determinada conducta se refiere al grado en que los individuos hacen una valoración personal positiva o negativa hacia la misma (Ajzen, 1991). Ello incluye consideraciones afectivas y evaluativas, de manera que una actitud más favorable contribuirá a que la intención de crear la empresa sea mayor.

En segundo lugar, las normas subjetivas miden la presión social percibida para llevar a cabo o no la conducta (Ajzen, 1991). Aplicado al emprendimiento, estas normas se refieren a la percepción del grado de la aprobación de la decisión de emprender de las personas de referencia del sujeto analizado.

En tercer lugar, el control percibido sobre el comportamiento se refiere a la percepción sobre la facilidad o dificultad para llevar a cabo la con-

ducta que nos ocupa (Ajzen, 1991); el control percibido es un concepto similar a la autoeficacia percibida (Bandura, 1997). En ambos casos, lo importante es la percepción de la propia capacidad para llevar adelante la iniciativa emprendedora (Liñán y Chen, 2009).

El modelo base de esta investigación ha sido adaptado al estudio de la intención emprendedora (Krueger et al., 2000; Fayolle y Gailly, 2004), considerando los tres elementos anteriores la base de la intención de crear una nueva empresa (Liñán, 2004).

Numerosos estudios empíricos apoyan la relación postulada por la teoría del comportamiento planificado entre la intención y actitudes emprendedoras, normas subjetivas y control percibido del comportamiento (Krueger et al., 2000; Douglas y Shepherd 2002; Souitaris, Zerbini, y Al-Laham, 2007). Con el fin de confirmar esta relación, una de las hipótesis analizadas es la siguiente:

Hipótesis 1: Los estudiantes con actitudes más positivas hacia el emprendimiento, normas subjetivas más fuertes y mayor control percibido sobre el emprendimiento tendrán mayor intención emprendedora.

1.2. Intención emprendedora y valores

Los valores constituyen metas deseables y transituacionales que actúan como principios que guían la vida de las personas (Rokeach, 1973). Del mismo modo, los valores pueden definirse como representaciones cognitivas de fines motivacionales, de necesidades humanas de los individuos como organismos biológicos, de coordinación de la interacción social y de supervivencia y bienestar del grupo (Schwartz y Bilsky, 1990). Por todo ello, los valores pueden guiarnos a la hora de decidir emprender y pueden constituir un antecedente de la intención emprendedora (Lee y Wong, 2004).

Schwartz y Bilsky (1990) proponen diez tipos de valores agrupables en dimensiones de individualismo y colectivismo. Son valores individualistas el poder, el logro, el hedonismo, la estimulación y la autodirección y entre los colectivistas se encuentran la benevolencia, la tradición y la conformidad. Por último, el universalismo y la seguridad pertenecen a valores mixtos que pueden situarse en ambas dimensiones (Moriano et al., 2006). Así, los valores individualistas son aquellos centrados en la independencia emocional con respecto a los grupos con los que la persona se identifica y de los que forma parte y los colectivistas

los asociados a una dependencia emocional de los mismos (Morales, López-Sáez y Vega, 1996).

Los trabajos realizados para estudiar los valores en los emprendedores muestran una relación significativa entre determinados valores de tipo individualista y la conducta emprendedora. Así, Kecharananta y Baker (1999) hallaron que los emprendedores puntuaban más alto en individualismo, independencia y resistencia a la autoridad. Del mismo modo, Moriano et al. (2006) hallaron que los valores colectivistas se correlacionan significativamente de forma negativa con la intención emprendedora. Así, otra de las hipótesis de la investigación es:

Hipótesis 2: Los valores individualistas estarán positivamente relacionados con la intención emprendedora de los estudiantes universitarios.

1.3. *Intención emprendedora y factores socioeconómicos*

Los modelos que estudian la intención emprendedora consideran que los factores socioeconómicos afectan de forma indirecta en la intención de emprender (Kolvereid, 1996), a través de su influencia en los antecedentes de la intención emprendedora (Liñan, 2004).

Shapero (1982) señala que las actitudes hacia el emprendimiento dependen de factores exógenos como los sociodemográficos, culturales, o el apoyo social y financiero. En este sentido, los factores del entorno familiar han sido positivamente relacionados con el emprendimiento (Moriano et al., 2006; Fayolle, et al., 2006). La exposición previa a la actividad emprendedora se incluye como uno de dichos factores. Una exposición previa puede deberse a tener familiares emprendedores o padres que tienen un negocio familiar. Esta experiencia influye en las actitudes hacia el emprendimiento. Por un lado, la procedencia de una familia en la que uno de los progenitores sea emprendedor ha sido relacionada con una percepción más atractiva del emprendimiento como salida profesional (Drennan, Kennedy, y Renfrow, 2005). Fayolle et al. (2006) hallaron que los estudiantes con una persona emprendedora en su familia tendían a tener una mayor intención emprendedora. Así, la tercera hipótesis de esta investigación ha sido:

Hipótesis 3: La presencia de emprendedores en la familia estará positivamente relacionada con la intención emprendedora de los estudiantes universitarios.

Otras variables estudiadas dentro del espacio familiar son la edad y el género. Con respecto a la edad, el Informe Global 2010 del Global

Entrepreneurship Monitor (GEM) refleja que la mayoría de los emprendedores tiene entre 25 y 34 años (Kelley, Bosma y Amorós, 2011). Teniendo en cuenta la naturaleza de la población estudiada esta relación no puede ser analizada.

En cuanto al género, el informe Global 2010 del GEM (Kelley et al, 2011) recoge que la actividad emprendedora depende del género, siendo mayor la actividad emprendedora entre las personas de género masculino. Del mismo modo, Moriano et al. (2006) hallaron que ser hombre se relaciona positivamente (de forma estadísticamente significativa) con la intención emprendedora. Por todo ello, la cuarta hipótesis en esta investigación es la siguiente:

Hipótesis 4: El género estará relacionado con la intención emprendedora de los estudiantes universitarios, siendo esta mayor en el caso de los hombres.

Otro de los aspectos socioeconómicos relacionados con la intención emprendedora es la experiencia laboral (Kolvereid, 1996). De este modo, se ha encontrado una relación significativa entre tener experiencia laboral y la intención emprendedora (Moriano et al., 2006). De esta manera, la quinta hipótesis que se somete a validación es la siguiente:

Hipótesis 5: La experiencia laboral estará positivamente relacionada con la intención emprendedora de los estudiantes universitarios.

El contacto con organismos de apoyo al emprendedor y la participación en programas de apoyo al emprendimiento han sido considerados estimuladores de la conducta emprendedora (Vesper y Gartner, 1997; von Graevenitz, Harhoff y Weber, 2010). Este tipo de programas incrementan el atractivo y la actitud positiva hacia la actividad emprendedora como salida profesional (Fayolle et al., 2006), y ponen en contacto a los estudiantes con modelos de rol, como emprendedores de éxito, que aumentan el atractivo del emprendimiento. Al igual que el estudio de la CE citado anteriormente, Noel (2002) halló que la educación emprendedora está fuertemente relacionada con la intención emprendedora, de modo que la formación en emprendimiento lleva consigo una mayor intención para la creación de empresas. Del mismo modo, Souitaris, Zerbini y Al-Laham (2007) encontraron que los programas sobre emprendimiento aumentaron significativamente la norma subjetiva y las intenciones hacia el emprendimiento. Así se formula la sexta hipótesis del estudio:

Hipótesis 6: La participación en los programas de apoyo al emprendimiento estará positivamente relacionada con la intención emprendedora.

Por último, se ha realizado un análisis descriptivo de las principales dificultades u obstáculos percibidos a la hora de emprender y la evaluación de la formación recibida en la universidad en cuanto a la preparación para emprender. En este sentido, el Libro Blanco de la Actividad Emprendedora en España, analizó la percepción de los jóvenes sobre la formación en emprendimiento que han recibido y halló que un 28% considera que la educación recibida le ha ayudado a poner en marcha proyectos emprendedores y que con la educación recibida podría iniciar un negocio en el futuro (Alemany, Alvarez, Planellas y Urbano, 2011).

2. Instrumento de medida

En la investigación se utilizó el cuestionario de intención emprendedora y valores desarrollado por Liñán y Moriano (en prensa) y validado en una muestra de 3500 licenciados universitarios en España. A continuación se describe el mismo.

La *intención emprendedora* se midió a través de una escala de 5 ítems del tipo “Algún día voy a crear una iniciativa empresarial” con formato de respuesta en 7 categorías, de 0 (“*nada de acuerdo*”) a 6 (“*totalmente de acuerdo*”). Esta escala obtuvo un *Alfa de Cronbach*¹ de .64.

Las *actitudes hacia la conducta emprendedora* se midieron a través de dos escalas. La primera, sobre la creencia acerca de las consecuencias de la conducta emprendedora, estaba compuesta por 6 ítems, del tipo “Crear una nueva organización supondría para Ud. poder desarrollar sus propias ideas y planteamientos”. La segunda escala mide la evaluación de la consecuencia de realizar la conducta a través de 6 ítems del tipo “¿Hasta qué punto es deseable para Ud. en su vida en general poder desarrollar sus propias ideas y planteamientos?”. La actitud de la persona hacia la conducta emprendedora resulta de la suma de ambas escalas. El formato de respuesta consta de 7 categorías de respuesta, yendo desde

¹ Este estadístico mide la consistencia interna de una escala analizando la correlación media de un indicador con todos los demás que integran dicha escala. Cuanto más se acerque a la unidad, mayor será la consistencia interna de los indicadores en la escala evaluada.

“*totalmente improbables/indeseable*” (0) a “*totalmente probable/deseable*” (6). Esta escala obtuvo un *Alfa de Cronbach* de .82.

Para medir la *norma subjetiva* se utilizó una escala de creencias normativas relativas a referentes o personas significativas para el individuo, compuesta por 3 ítems del tipo “¿En qué grado se mostraría de acuerdo si decide emprender una iniciativa empresarial su familia directa?”, y una escala que medía la motivación para acomodarse a referentes o personas significativas, compuesta por 3 ítems, del tipo, “¿Cómo valora la opinión de su familia directa a este respecto?”. El formato de respuesta consta de 7 categorías de respuesta, de “*nada de acuerdo/importante*” (0) a “*totalmente de acuerdo/importante*” (6). Esta escala obtuvo un *Alfa de Cronbach* de .75.

La *autoeficacia emprendedora* se midió mediante una escala compuesta por 6 ítems del tipo “¿Hasta qué punto sería Ud. capaz de identificar y definir una nueva idea que justifique la fundación de una nueva organización?”, con respuesta en formato de 7 categorías que van de “*nada ineficaz*” (0) a “*totalmente eficaz*” (6). Esta escala obtuvo un *Alfa de Cronbach* de .89.

Para medir los *valores* se empleó la adaptación española del Portrait Values Questionnaire (PVQ) de Schwartz, Melech, Lehmann, Burgess y Harris (2001) que mide, a través de 40 ítems, diez tipos de valores: conformidad (4 ítems, por ejemplo: Cree que las personas deben hacer lo que se les dice. Opina que la gente debe seguir las reglas todo el tiempo, aun cuando nadie le está observando), tradición (4 ítems, por ejemplo: Él/ella piensa que es importante no pedir más de lo que se tiene. Cree que las personas deben estar satisfechas con lo que tienen), benevolencia (4 ítems, por ejemplo: Es muy importante para él/ella ayudar a la gente que lo rodea. Se preocupa por su bienestar), universalismo (6 ítems, por ejemplo: Piensa que es importante que a todos los individuos del mundo se les trate con igualdad. Cree que todos deberían tener las mismas oportunidades en la vida), autodirección (4 ítems, por ejemplo: Tener ideas nuevas y ser creativo es importante para él/ella. Le gusta hacer las cosas de manera propia y original), estimulación (3 ítems, por ejemplo: Le gusta arriesgarse. Anda siempre en busca de aventuras), hedonismo (3 ítems, por ejemplo: Busca cualquier oportunidad para divertirse. Para él/ella es importante hacer cosas que le resulten placenteras), logro (4 ítems, por ejemplo: Para él/ella es muy importante mostrar sus habilidades. Quiere que la gente lo admire por lo que hace), poder (3 ítems, por ejemplo: Para él/ella es importante ser rico. Quiere tener mucho dinero

y cosas caras), y seguridad (5 ítems, por ejemplo: le importa vivir en lugares seguros. Evita cualquier cosa que pudiera poner en peligro su seguridad). A esta escala se han añadido 6 ítems que miden la responsabilidad y la solidaridad. El formato de respuesta consta de 6 categorías de respuesta, de “*no se parece nada a mí*” (0) a “*se parece mucho a mí*” (5). Esta escala obtuvo un *Alfa de Cronbach* de .89.

Por otro lado, se incorporaron dos escalas de elaboración propia para evaluar:

– las *dificultades para emprender* entre el colectivo estudiado. Así, se utilizó una escala basada en la literatura existente sobre las dificultades para emprender que fue evaluada por los emprendedores del vivero de empresas DeustoKabi. La escala consta de 9 ítems del tipo “Si decidiera crear mi propia empresa, las principales dificultades que me encontraría sería la falta de capital. El formato de respuesta consta de 6 categorías de respuesta, de “*nada de acuerdo*” (0) a “*totalmente de acuerdo*” (6). Esta escala obtuvo un *Alfa de Cronbach* de .85; y

– la *percepción sobre la formación en emprendimiento* recibida en la universidad. La oportuna escala está compuesta por 4 ítems relacionados con aspectos de la creación de empresas en los que la formación puede influir. Un ejemplo es “La educación que he recibido me ha ayudado a poner en marcha proyectos”. El formato de respuesta consta de 7 categorías de respuesta desde “*nada de acuerdo*” (0) a “*totalmente de acuerdo*” (6). Esta escala obtuvo un *Alfa de Cronbach* de .76; y

Además se recogieron varios *Datos sociodemográficos* de los participantes: edad, género, provincia/territorio histórico, nivel socioeconómico, situación laboral, experiencia laboral y como autónomo, contacto con organismos de apoyo al emprendedor, estudios de los padres y existencia de familiares emprendedores.

3. Muestra

La Universidad de Deusto, distribuida en dos Campus, en Bilbao y Donostia-San Sebastián, contaba con 13.173 alumnos en el momento de realización de la investigación (último trimestre del año 2011), distribuidos en sus 6 facultades: Ciencias Económicas y Empresariales, Ciencias Sociales y Humanas, Derecho, Ingeniería, Psicología y Educación y Teología.

Para llevar a cabo este estudio, el cuestionario de investigación fue enviado por e-mail en euskera y castellano a los 2400 estudiantes de primer (1551) y último curso (849) de la Universidad. El porcentaje de par-

tipificación fue del 21,75%, lográndose 522 cuestionarios correctamente contestados. Para un margen de error del 5%, un nivel de confianza del 99% y un nivel de heterogeneidad del 50% ($p=q$), la muestra necesaria es de 520 individuos, cuantía alcanzada por la muestra global de la investigación.

En lo que se refiere a la composición de la muestra, cabe indicar que el 23,72% procede del primer curso y el 16,01% del último curso, 288 son mujeres (55,2%) y 234 son hombres (40,8%), con una edad media de 20,06 años ($DT=3,50$), de primer (73%) y de último (27%) curso, la mayoría de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (30%), de Ingeniería (25%) y de Derecho (21%).

La mitad de los participantes (52,1%) tiene familiares emprendedores, el 38,5% tiene experiencia laboral y el 4,8% tiene experiencia como emprendedor (Tabla 1).

Tabla 1

Variables sociodemográficas

	Frecuencia	Porcentaje
Familia emprendedora	272	52,1
Experiencia laboral	194	38,5
Experiencia como autoempleado	24	4,8
Participación programas apoyo al emprendimiento UD	61	12,1
Participación programas apoyo emprendimiento externos	25	4,8

En cuanto a los aspectos educacionales relacionados con el emprendimiento: el 12,1% de los estudiantes ha asistido a programas de apoyo al emprendimiento de la Universidad de Deusto y el 4,8% a programas externos a la universidad.

4. Resultados

4.1. Variables cognitivas

4.1.1. Actitudes hacia la conducta emprendedora: Los estudiantes ven el emprendimiento como un reto creativo e innovador

Los estudiantes señalan que emprender supondría enfrentarse a nuevos retos ($M=5,24$; $DT=0,91$) y ser creativo e innovar ($M=5,16$; $DT=0,99$), mientras que los ingresos económicos ($M=3,76$; $DT=1,28$) son el resultado de la actividad emprendedora menos valorado (Tabla 2).

Tabla 2

Creencias de las consecuencias de emprender (0-6)

	M	DT
Enfrentarme a nuevos retos	5,24	0,91
Crear empleo para otras personas	4,74	1,14
Ser creativo/a e innovar	5,16	0,99
Tener altos ingresos económicos	3,76	1,28
Asumir riesgos calculados	4,31	1,23
Ser mi propio/a jefe/a (independencia)	4,65	1,30
Ayudar a mejorar el mundo	4,22	1,43
Hacer realidad algunos de mis sueños	4,71	1,43

4.1.2. Norma subjetiva: Los estudiantes creen que su entorno les apoyaría para emprender

En cuanto a la norma subjetiva o apoyo social, los estudiantes creen que sus familiares ($M=4,90$; $DT=1,27$), amigos ($M=5,07$; $DT=1,06$) y compañeros ($M=4,83$; $DT=1,07$) les apoyarían en su decisión de emprender, siendo la opinión de la familia muy importante para ellos ($M=5,39$; $DT=0,95$).

4.1.3. Autoeficacia emprendedora: Los estudiantes se ven capaces de emprender

Los estudiantes muestran niveles moderados de autoeficacia emprendedora ($M=4,17$; $DT=1,05$), por lo que se ven capaces de llevar a cabo los diferentes aspectos que supone emprender, desde el reconocimiento de oportunidades, la definición de la idea de negocio y la puesta en marcha de la empresa hasta la negociación con inversores y entidades financieras.

4.1.4. Intención emprendedora: Los estudiantes no desean en su mayoría ser funcionarios públicos

Los estudiantes mostraron niveles de intención más altos a la hora de desarrollar su carrera profesional en una empresa privada ($M=4,32$; $DT=1,30$) y de crear su propia empresa ($M=3,82$; $DT=1,65$), que a la hora de trabajar en la Administración Pública ($M=3,21$; $DT=1,88$) y en ONGs ($M= 2,93$; $DT=1,71$).

Adicionalmente, se estudió si las intenciones profesionales mostradas eran compatibles o exclusivas. Así, la correlación entre la intención de emprender y la intención de trabajar por cuenta ajena fue significativamente positiva, pero no ocurrió lo mismo con la intención de trabajar en la Administración Pública. En este caso la correlación fue significativamente negativa.

En cuanto al porcentaje de estudiantes con mayor intención de crear su propia empresa, el 38% de los estudiantes se mostraron muy o totalmente interesados en emprender.

4.1.4.1. Correlaciones entre variables cognitivas e intención emprendedora: La autoeficacia emprendedora, la actitud hacia la conducta emprendedora, la norma subjetiva y los valores individualistas correlacionan con la intención emprendedora

La Tabla 3 recoge las correlaciones entre las variables cognitivas y la intención emprendedora. Se hallaron correlaciones significativas y positivas entre la autoeficacia emprendedora, la actitud hacia la conducta emprendedora y la norma subjetiva o apoyo percibido y la intención emprendedora.

Tabla 3

Correlación de Pearson entre variables cognitivas e intención emprendedora

	Intención emprendedora
Autoeficacia emprendedora	,54**
Actitud hacia la conducta emprendedora	,42**
Norma subjetiva	,21**
Valores individualistas	,36**
Valores colectivistas	,09
Poder	,29**
Logro	,25**
Hedonismo	,10*
Estimulación	,26**
Autodirección	,33**
Universalismo	,06
Benevolencia	,11*
Tradición	-,02

	Intención emprendedora
Conformidad	,13**
Seguridad	,25**
Solidaridad	,06
Responsabilidad	,25**

**La correlación es significativa al nivel ,01

*La correlación es significativa al nivel ,05

En cuanto a los valores, la relación entre los valores individualistas y la intención emprendedora fue significativa y positiva, y no se halló correlación significativa entre los valores colectivistas y la intención emprendedora. El universalismo, la tradición y la solidaridad tampoco correlacionaron con la intención emprendedora.

4.1.4.2. Correlaciones entre variables sociodemográficas e intención emprendedora: Ser hombre, tener experiencia laboral y haber participado en programas de apoyo al emprendimiento correlacionan positivamente con la intención emprendedora

Tal y como recoge la Tabla 4, la intención emprendedora tiene una relación significativa con el género, siendo mayor en el caso de los hombres. Con respecto al curso, no se halló una relación significativa. La experiencia laboral correlaciona también positiva y significativamente con la intención emprendedora.

Tabla 4

Correlación de Pearson entre variables sociodemográficas e intención emprendedora

	Intención emprendedora
Sexo	-,17**
Curso	,02
Familia emprendedora	,14*
Experiencia laboral	,20**
Experiencia como autoempleado	,02
Participación programas UD apoyo emprendimiento	,10**
Participación programas externos apoyo emprendimiento	,02

**La correlación es significativa al nivel ,01

*La correlación es significativa al nivel ,05

Con respecto a la participación en programas de apoyo al emprendimiento, la relación con la intención emprendedora fue significativa y los estudiantes que habían participado en dichos programas (Ingenio, Ekin-IT, Innovandis...) presentaron mayores niveles de intención emprendedora.

4.2. *Dificultades percibidas: La financiación y la falta de experiencia, principales dificultades para emprender*

Los estudiantes consideran que las barreras relacionadas con la financiación y el capital, junto con la falta de experiencia son críticas a la hora de emprender (Tabla 5).

Tabla 5

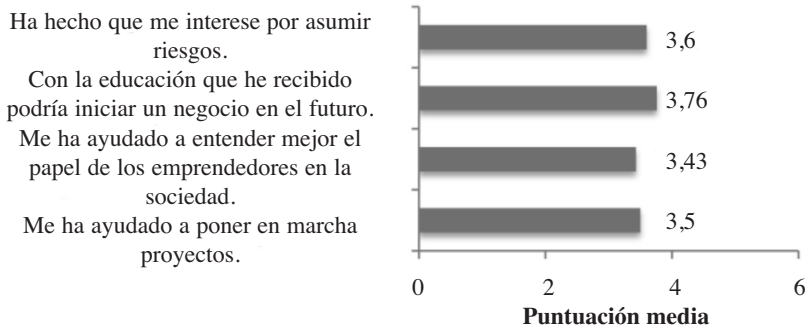
Dificultades percibidas a la hora de emprender (0-6)

	M	DT
Falta de capital	4,21	1,36
Dificultad para obtener financiación	4,12	1,34
Falta de información sobre emprendimiento	3,15	1,71
Falta de formación empresarial	2,98	1,78
Falta de orientación y apoyo	2,74	1,66
Falta de experiencia en el ámbito empresarial	4,00	1,60
No saber cómo redactar un plan de negocio	3,25	1,81
Incertidumbre sobre el futuro	3,29	1,81
Miedo al fracaso	1,20	0,96

4.3. *Evaluación de la formación recibida: Los estudiantes perciben que la formación les ha preparado para emprender*

En relación a la evaluación de la formación recibida, los estudiantes perciben que dicha educación les ha preparado para el emprendimiento (M=3,54; DT=,79) (Figura 1).

Figura 1

Valoración de la educación recibida en la universidad (0-6)**5. Contrastación de hipótesis**

Los resultados obtenidos en el presente estudio muestran que las variables psicológicas estudiadas están significativamente relacionadas con la intención emprendedora, confirmando la primera hipótesis. En primer lugar, se halló una relación significativamente positiva entre las actitudes hacia el emprendimiento y la intención emprendedora ($r = ,42, p < ,01$). Del mismo modo, las normas subjetivas están positivamente relacionadas con la intención de emprender de los estudiantes ($r = ,21, p < ,001$). Asimismo, se halló una relación significativa y positiva entre la autoeficacia emprendedora y la intención emprendedora ($r = ,54, p < ,001$). De este modo, los resultados apoyan el papel de las actitudes hacia la conducta, las normas subjetivas y la autoeficacia en la formación de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. Estos resultados coinciden con los hallazgos de investigaciones previas (Fayolle et al., 2006).

Tal y como se halló en anteriores trabajos (Moriano et al., 2006) la hipótesis 2 fue aceptada al hallar una correlación significativa entre los valores individualistas y la intención emprendedora.

En cuanto a las variables sociodemográficas, la hipótesis 3 se confirmó al hallar una relación significativa entre la presencia de familiares emprendedores y la intención emprendedora ($r = ,14, p < ,05$). Estos resultados confirman las investigaciones previas que han relacionado la procedencia de una familia en la que uno de los progenitores es emprende-

dor con una percepción más atractiva del emprendimiento como salida profesional (Drennan, Kennedy, y Renfrow, 2005; Fayolle et al., 2006).

Con respecto al género, el género masculino mostró correlación positiva con la intención emprendedora, confirmando la respectiva hipótesis (H4). Así, tal y como señala El Libro Blanco de la Iniciativa Emprendedora en España (Alemany et al., 2011), los hombres tienen mayor intención para emprender. De hecho, El Informe Ejecutivo del GEM (2011) indica que la tasa de actividad emprendedora en el País Vasco fue superior en hombres, siendo solo el 45% de los emprendedores mujeres.

La hipótesis 5 fue confirmada al hallar que la experiencia laboral previa ($r=.20$, $p<.01$) está positivamente relacionada con la intención emprendedora. Estos hallazgos coinciden con estudios anteriores (Matthews y Moser, 1995; Moriano et al., 2006) que relacionan la experiencia laboral y el interés por el emprendimiento.

Por último, la hipótesis 6 fue confirmada al hallar una relación significativa entre la participación en programas de apoyo al emprendimiento y la intención emprendedora. En este caso, cabría analizar la intención emprendedora de los estudiantes antes y después de participar en dichos programas para estudiar el sentido de dicha relación.

De esta forma, los resultados descritos en este trabajo pueden resultar interesantes de cara al desarrollo de la formación y orientación profesional; a continuación, se exponen varias propuestas de actuación para fomentar el emprendimiento entre los estudiantes universitarios.

6. Esbozando algunas propuestas de actuación

La comprensión de los aspectos que influyen en la intención de emprender de los estudiantes puede ayudar a la Universidad a diseñar las competencias que han de ser adquiridas en los oportunos Planes de Estudio y al personal docente a desarrollar los métodos de enseñanza que respondan a estas necesidades de aprendizaje de los estudiantes.

Teniendo en cuenta la Teoría de la Acción Planificada de Ajzen (1991), que explica la intención en función de la actitud hacia la conducta, las normas subjetivas y el control percibido o autoeficacia, y los resultados de esta investigación, la formación para el emprendimiento debería desarrollar dichos aspectos. O lo que es lo mismo, para mejorar la intención emprendedora deben trabajarse las actitudes que los estudiantes universitarios mantienen hacia el emprendimiento, fortalecerse sus normas subjetivas y su control percibido sobre el emprendimiento.

La cuestión no es baladí porque gran parte de la sociedad identifica formación en emprendimiento con formación en gestión empresarial y ello no es suficiente.

Aunque el desarrollo de una actitud favorable al emprendimiento no depende solo del sistema educativo, la parte universitaria de dicho sistema sí puede trabajar para intentar conformar una actitud como la buscada. Así, la actitud favorable hacia la conducta emprendedora podría fortalecerse a través de la educación en conciencia emprendedora (*entrepreneurial awareness*). Su objetivo sería aumentar el número de personas con suficiente conocimiento sobre el emprendimiento, la pequeña empresa y el autoempleo, de modo que puedan considerarlo una alternativa viable y racional para desarrollar su carrera profesional. Esta actuación no perseguiría la creación de más personas emprendedoras por sí misma, pero mejoraría uno de los elementos que configuran la intención emprendedora, la actitud hacia la conducta, basada en la deseabilidad o viabilidad de dicha conducta. Aunque puedan trabajarse estas cuestiones de modo específico y monográfico, lo cierto es que las mismas pueden desarrollarse de forma transversal en diferentes asignaturas, cualquiera que sea el grado o postgrado al que pertenezcan, si los materiales de apoyo, los casos o los ejercicios planteados se enfocan de esta manera. Así, por ejemplo, al explicar las organizaciones sin ánimo de lucro en una asignatura del grado en educación social o psicología, se podría hacer referencia al emprendimiento social y de esta forma mostrarlo como una opción válida para el desarrollo personal y profesional de cada cual.

Por otro lado, la autoeficacia emprendedora identifica la propia eficacia percibida (seguridad en uno mismo) para definir la idea de negocio y estrategia de la empresa, controlar el proceso de creación, negociar, reconocer oportunidades, y relacionarse con personas clave para obtener capital. Dicha eficacia se adquiere a través de la formación en aspectos económico-financieros, legales, de negociación y comunicación enfocados en la creación y gestión de empresas. En este sentido, la eficacia percibida se reforzará si se propicia entre el alumnado la puesta en práctica de dichos conocimientos y se fomenta la asunción de riesgos (no solo de carácter económico-empresarial) de forma responsable.

Por último, dado que las normas subjetivas reflejan el apoyo percibido por parte de compañeros, amigos y familiares, los alumnos fortalecerían las mismas si sus compañeros y profesores (será más complejo intervenir en esta cuestión entre los familiares) hubieren conformado una actitud favorable hacia el emprendimiento y además, hubiesen desarro-

llado un alto grado de autoeficacia emprendedora, cuestiones ambas, comentadas anteriormente.

La Universidad de Deusto ha incorporado las competencias emprendedoras en varios de sus grados en las diferentes facultades en la que estructura su quehacer, de forma específica y de forma transversal. Además, se ofrece un Título Propio en el Campus de Donostia-San Sebastián en esta temática y varios programas extracurriculares en los que el emprendimiento juega un papel fundamental. Especialmente útil se está mostrando la existencia de sendas incubadoras en cada uno de los campus y no porque se permita desarrollar el proyecto de spin-off al grupo emprendedor en cuestión sino porque, precisamente, ayudan a fortalecer las variables anteriores entre el resto de la comunidad universitaria: la existencia de emprendedores en el campus favorece la conformación de actitudes favorables al fenómeno que nos ocupa porque han sido desarrolladas por sus “iguales”, su puesta en marcha (tenga éxito o no) mejora el sentimiento de autoeficacia (si ellos pueden, yo también) y porque al hacerse notoria la presencia de aventuras emprendedoras en los campus, la sensación de que el entorno “me apoyará” puede acrecentarse. La posibilidad de que el alumnado colabore con las personas emprendedoras en el desarrollo de sus proyectos (a través de becas, proyectos de fin de grado y prácticas, fundamentalmente) hace que todas las variables comentadas salgan reforzadas y, a medida que ello se incrementa, se produce un efecto multiplicador.

A tenor de los resultados de la investigación, corroborados por otros estudios, la Universidad debe ser cuidadosa en trabajar los aspectos anteriores con especial atención al público femenino para que la hipótesis relativa al género deje de cumplirse en el futuro.

No basta sin embargo, con trabajar la intención emprendedora porque existen otros factores externos que pueden influir en la decisión final (acceso a recursos financieros o situación del mercado, por ejemplo). Cada institución, de forma coordinada, debe trabajar en el ámbito en el que puede incidir.

Bibliografía

- ACS, Z. J. y AUDRETSCH, D. B. (1988): “Innovation in large and small firms: An empirical analysis”. *The American Economic Review*. Vol. 78, nº 4, pp. 678-690.
- AJZEN, I. (1991): “The theory of planned behavior”. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. Vol. 50, nº 2, pp. 179-211.

- ALEMANY, L.; ALVAREZ, C.; PLANELLAS, M. y URBANO, D. (2011): *Libro blanco de la iniciativa emprendedora en España*. ESADE. Barcelona.
- AUDRETSCH, D. B.; KEILBACH, M. C. y LEHMANN, E. (2006): *Entrepreneurship and economic growth*. Oxford University Press. New York.
- AUTIO, E.; KEELEY, R. H.; KLOFSTEN, M.; PARKER, G. G. C. y HAY, M. (2001): "Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA". *Enterprise and Innovation Management Studies*. Vol. 2, nº 2, pp. 145-160.
- AYERS, W. M. (1997): MIT: *The impact of innovation*. BankBoston Economics Department Special Report. Boston.
- BANDURA, A. (1997): *Self-efficacy: The exercise of control*. W.H. Freeman. New York.
- BARON, R. A. (2004): "The cognitive perspective: A valuable tool for answering entrepreneurship's basic". *Journal of Business Venturing*. Vol. 19, nº 2, pp. 221-239.
- CLARK, B. (2001): "The Entrepreneurial University: New Foundations for Collegiality, Autonomy, and Achievement". *Journal of the Programme on Institutional Management in Higher Education*. Vol. 13, nº 2, pp. 9-24.
- COMISIÓN EUROPEA (2012): *Effects and impact of entrepreneurship programmes in higher education*. Entrepreneurship Unit. Directorate-General for Enterprise and Industry.
- DIETRICH, H. (1999): "Empirische befunde zur selbständigen erwerbstätigkeit unter besonderer berücksichtigung scheinselfständiger erwerbsverhältnisse". *Mitteilungen Aus Der Arbeitsmarkt-Und Berufsforschung*. Vol. 32, nº 1, pp. 85-101.
- DOUGLAS, E. J. y SHEPHERD, D. A. (2002): "Self-employment as a career choice: Attitudes, entrepreneurial intentions, and utility maximization". *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 26, nº 3, pp. 81-90.
- DRENNAN, J.; KENNEDY, J. y RENFROW, P. (2005): "Impact of childhood experiences on the development of entrepreneurial intentions". *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*. Vol. 6, nº 4, pp. 231-238.
- DRUCKER, P. (1985): *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper & Row Publishers, Inc. New York.
- FAYOLLE, A. y GAILLY, B. (2004): "Using the theory of planned behaviour to assess entrepreneurship teaching programs: A first experimentation". *IntEnt2003 Conference, Grenoble (Francia)*, 7-10 septiembre, 2003.
- FAYOLLE, A.; GAILLY, B. y LASSAS-CLERC, N. (2006): "Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: A new methodology". *Journal of European Industrial Training*. Vol. 30, nº 9, pp. 701-720.
- FRANCO, M.; HAASE, H. y LAUTENSCHLÄGER, A. (2010): "Students' entrepreneurial intentions: An inter-regional comparison". *Education Training*. Vol. 52, nº 4, pp. 260-275.
- GUZMÁN, J. y SANTOS, F. J. (2001): "The booster function and the entrepreneurial quality: An application to the province of Seville". *Entrepreneurship & Regional Development*. Vol. 13, nº 3, pp. 211-228.

- HARHOFF, D. (1999): "Firm formation and regional spillovers-evidence from Germany". *Economics of Innovation and New Technology*. Vol. 8, nº 1-2, pp. 27-55.
- KECHARANANTA, N. y GEORGE BAKER, H. (1999): "Capturing entrepreneurial values". *Journal of Applied Social Psychology*. Vol. 29, nº 4, pp. 820-833.
- KELLEY, D.; BOSMA, N. y AMORÓS, J. E. (2011): *Global Entrepreneurship Monitor 2010 Global Report*. Babson College y Universidad Del Desarrollo.
- KIRCHHOFF, B. A. y PHILLIPS, B. D. (1988): "The effect of firm formation and growth on job creation in the united states". *Journal of Business Venturing*. Vol. 3, nº 4, pp. 261-272.
- KOLVEREID, L. (1996): "Prediction of employment status choice intentions". *Entrepreneurship: Theory and Practice*. Vol. 21, nº 1, pp. 47-57.
- KOLVEREID, L. e ISAKSEN, E. (2006): "New business start-up and subsequent entry into self-employment". *Journal of Business Venturing*. Vol. 21, nº 6, pp. 866-885.
- KRUEGER, N. F.; REILLY, M. D. y CARSRUD, A. L. (2000): "Competing models of entrepreneurial intentions". *Journal of Business Venturing*. Vol. 15, nº 5, pp. 411-432.
- LEE, L. y WONG, P. K. (2004): "Attitude towards entrepreneurship education and new venture creation". *Journal of Enterprising Culture*. Vol. 11, pp. 339-357.
- LEE, L.; WONG, P. K.; FOO, M. D. y LEUNG, A. (2011): "Entrepreneurial intentions: The influence of organizational and individual factors". *Journal of Business Venturing*. Vol. 26, nº 1, pp. 124-136.
- LIÑÁN, F. (2004): "Intention-based models of entrepreneurship education". *Piccola Impresa/Small Business*. Vol. 3, pp. 11-35.
- LIÑÁN, F. y CHEN, Y. W. (2009): "Development and Cross-Cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions". *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 33, nº 3, pp. 593-617.
- MATTHEWS, C. H. y MOSER, S. B. (1995): "Family Background and gender: implications for interest in small firm ownership". *Entrepreneurship & Regional Development*. Vol. 7, pp. 365-377.
- MORALES, J. F.; VEGA, L. y LÓPEZ-SÁEZ, M. (1996): "Discriminación y creencias sobre la discriminación en individualistas y colectivistas". En Morales, J.F.; Páez, D.; Deschamps, J.C.; y Worchel, S.: *Identidad Social: Aproximaciones Psicosociales a Los Grupos Y a Las Relaciones Entre Grupos* (pp. 379-394). Promolibro. Valencia.
- MORIANO, J. A.; PALACÍ, F. J. y MORALES, J. F. (2006): "El perfil psicosocial del emprendedor universitario". *Revista De Psicología Del Trabajo y De Las Organizaciones*. Vol. 22, nº 1, pp. 75-100.
- NOEL, T. W. (2002): "Effects of entrepreneurial education on intent to open a business: An exploratory study". *The Journal of Entrepreneurship Education*. Vol. 5, pp. 3-13.
- OBSCHONKA, M.; SILBEREISEN, R. K. y SCHMITT-RODERMUND, E. (2010): "Entrepreneurial intention as developmental outcome". *Journal of Vocational Behavior*. Vol. 77, nº 1, pp. 63-72.

- PARKER, S. C. (2004): *The economics of self-employment and entrepreneurship*. Cambridge University Press. Cambridge.
- PFEIFFER, E. (1997): "What MIT learned from Stanford". *Forbes*. Vol. 160, pp. 59-63.
- ROKEACH, M. (1973): *The nature of human values*. Free press. New York.
- SCHWARTZ, S. H. y BILSKY, W. (1990): "Toward a theory of the universal content and structure of values: Extensions and cross-cultural replications". *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 58, n° 5, pp. 878.
- SCHWARTZ, S. H.; MELECH, G.; LEHMANN, A.; BURGESS, S. y HARRIS, M. (2001): "Extending the cross-cultural validity of the theory of basic human values with a different method of measurement". *Journal of Cross Cultural Psychology*. Vol. 32, pp. 519-542.
- SHANE, S. y VENKATARAMAN, S. (2000): "The promise of entrepreneurship as a field of research". *Academy of Management Review*. Vol. 25, n° 1, pp. 217-226.
- SHAPERO, A. (1982): "Social dimensions of Entrepreneurship". En Kent, C.; Sexton, D. y Vesper, K. (Eds.). *The Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp.72-90). Prentice Hall. New York.
- SHAVER, K. G. y SCOTT, L. R. (1991): "Person, process, choice: The psychology of new venture creation". *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 16, n° 2, pp. 23-45.
- SOUITARIS, V.; ZERBINATI, S. y AL-LAHAM, A. (2007): "Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources". *Journal of Business Venturing*, Vol. 22, n° 4, pp. 566-591.
- TKACHEV, A. y KOLVEREID, L. (1999): "Self-employment intentions among Russian students". *Entrepreneurship & Regional Development*. Vol. 11, n° 3, pp. 269-280.
- VESPER, K. H. y GARTNER, W. B. (1997): "Measuring progress in entrepreneurship education". *Journal of Business Venturing*. Vol. 12, n° 5, pp. 403-421.
- VON GRAEVENITZ, G.; HARHOFF, D. y WEBER, R. (2010): "The effects of entrepreneurship education". *Journal of Economic Behavior & Organization*. Vol. 76, n° 1, pp. 90-112.
- WENNEKERS, S. y THURIK, R. (1999): "Linking entrepreneurship and economic growth". *Small Business Economics*. Vol. 13, n° 1, pp. 27-56.
- WESTALL, A.; RAMSDEN, P. y FOLEY, J. (2000): *Micro-entrepreneurs: Creating enterprising communities*. Institute for Public Policy Research. London.