

# La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios

Roberto ESPÍRITU OLMOS

Facultad de Contabilidad y Administración. Campus Tecomán  
Universidad de Colima, México  
olmos@ucol.mx

Miguel Ángel SASTRE CASTILLO

Dpto. Organización de Empresas. Universidad Complutense de Madrid  
Profesor visitante del Instituto Tecnológico Autónomo de México ITAM  
masastre@emp.ucm.es

Fecha de recepción: 08/01/2007

Fecha de aceptación: 02/09/2007

## RESUMEN

En la presente investigación se trata de analizar si las Universidades como organismos que podrían actuar como incubadoras de ideas de negocio, realmente están cumpliendo ese papel y están incentivando la actitud emprendedora entre sus estudiantes, a través de la organización de sus estudios y las medidas específicas que acometen.

Las hipótesis planteadas acerca de la mayor formación en su titulación, genérica y específica, son contrastadas utilizando una muestra de 668 estudiantes de una universidad madrileña. Las conclusiones obtenidas invitan a la reflexión, en tanto que los estudiantes de más reciente incorporación a la Universidad presentan tasas de actitud emprendedora superiores a las de sus compañeros más veteranos.

**Palabras clave:** Actitud emprendedora. Creación de empresas. Universidad. Entrepreneurship. Formación.

The entrepreneurship attitude during the academic life of the university students

## ABSTRACT

The objective of the present research consists of analyzing if the Universities, as organisms that might act as incubators of business ideas, really are fulfilling this role and are stimulating the entrepreneurship attitude among their students, through the structure of its studies and the specific measures that they undertake.

The raised hypotheses over of the higher training in their studies, generic and specific, they are confirmed using a sample of 668 students of a university of Madrid.

The obtained conclusions invite to the reflection, while the students of more recent incorporation to the University present rates of entrepreneurship attitude higher to those of more veteran colleagues.

**Key words:** Entrepreneurship. University. Training.

**SUMARIO:** 1. Introducción. 2. Revisión de la literatura y formulación de hipótesis. 3. Diseño de la investigación. 4. Resultados y discusión. 5. Conclusiones y limitaciones de estudio. Bibliografía.

## 1. INTRODUCCIÓN

Actualmente se vive una preocupación importante por las diversas instituciones y agentes sociales implicados en los procesos de creación de empresas y por las propias Universidades, que se plasman en programas de promoción a la creación de empresas a todos los niveles.

El Consejo Europeo de Lisboa de marzo de 2000 definió la educación en el espíritu emprendedor como el motor necesario para una cultura empresarial más dinámica, y el Consejo de Ministros de Educación de la UE, de febrero de 2001, señaló entre los objetivos futuros de los sistemas educativos el desarrollo del espíritu de empresa en la educación. Sin embargo, la revisión intermedia de la estrategia de Lisboa, realizada en marzo de 2005, ha puesto de manifiesto que Europa está muy lejos de los objetivos planteados.

A nivel nacional, en el actual plan de fomento empresarial se recoge un objetivo, como el desarrollo del espíritu emprendedor en la sociedad, especialmente entre jóvenes y colectivos potencialmente emprendedores, que va en la línea de los objetivos de Lisboa.

Dado que la propensión de los estudiantes universitarios a crear una empresa como salida profesional no es alta, las universidades van incorporando, de forma creciente, en sus planes de estudios, materias específicas relacionadas con este tema.

Pero la universidad es cada vez más consciente de que puede adoptar un papel muy activo en la generación del espíritu emprendedor en sus estudiantes, y que su actuación no debe limitarse solamente a la formación académica. Así, entre los nuevos objetivos de la educación superior debe estar el desarrollo de capacidades, adquiriendo competencias necesarias para promover, a lo largo de toda la vida, la creatividad, la flexibilidad, la capacidad de adaptación y la habilidad para aprender a aprender.

Durante los últimos años, algunos investigadores han desarrollado una serie de estudios relacionados con la creación de empresas, en los que mencionan el nivel educativo como un elemento que distingue a los emprendedores de éxito, tratando de obtener evidencia acerca de que los individuos que reciben mayor nivel de educación formal, son más proclives a crear una empresa con grandes posibilidades de progreso y supervivencia.

Los estudios no han sido definitivos a este respecto. Parece que mayormente se ha encontrado más evidencia empírica acerca de que la mayor formación influye en las probabilidades de éxito del negocio (Yusuf, 1995; Robinson y Sexton, 1994; Jo y Lee, 1996).

Sin embargo otros estudios obtienen el efecto contrario (Stuart y Abetti, 1990). Por último, en el estudio de Lee y Tsang (2001) se encuentra distinto efecto del nivel educativo sobre el crecimiento de la empresa en función del tamaño de esta, estableciendo que el tamaño de la compañía modera el efecto del nivel de formación sobre los resultados.

El mismo o mayor debate existe acerca de la influencia que la formación tiene sobre la actitud de la persona hacia la creación de su propia empresa como alternativa laboral al trabajo por cuenta ajena, sin que tampoco existan resultados definitivos.

Por ello, el presente trabajo tiene carácter exploratorio, con el objetivo de conocer el comportamiento emprendedor hacia la creación de empresas a través de la formación que están recibiendo los estudiantes universitarios. No se ha trabajado con la población en general donde la medición del nivel educativo puede presentar mayor heterogeneidad, sino que considerando un proceso formativo homogéneo, como son las titulaciones de una Universidad en las que se imparten materias más relacionadas con la creación de empresas, se trata de analizar cómo la actitud de los estudiantes evoluciona a medida que ellos avanzan en el desarrollo de su ciclo formativo.

Para tal fin, en el apartado siguiente, se analizarán los antecedentes teóricos y empíricos acerca de la formación y la actitud emprendedora de estudiantes, para a partir de ellos formular las hipótesis del trabajo.

Posteriormente se presenta el diseño de la investigación, la muestra empleada, la forma de recogida de información y la medición de las variables del estudio.

Seguidamente se presentan los resultados obtenidos, para posteriormente analizar los mismos presentando las conclusiones y limitaciones del trabajo.

## 2. REVISIÓN DE LA LITERATURA Y FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

Se han hecho estudios sobre el espíritu emprendedor hacia los años setenta del siglo pasado, pero es a partir de los ochenta cuando se puede decir que surge el interés por el tema, adquiriendo un importante desarrollo durante la década de los noventa. El espíritu emprendedor es de vital importancia para el crecimiento y desarrollo económico, lo que justifica que se ponga interés especial sobre éste término, como un factor importante para el éxito de las economías capitalistas (Hornaday, 1992).

Si el objeto de estudio es la actitud o espíritu emprendedor, tal vez el punto de partida debería ser definir este correctamente, ya que se trata de un concepto que suscita controversia (Grebel et al., 2001), ya que los investigadores que han trabajado sobre el espíritu emprendedor han coincidido en que no existe un acuerdo sobre el término.

Cole (1959) lo define como “la actividad llena de propósitos (incluyendo una secuencia integrada de decisiones) de un individuo o de un grupo de individuos asociados, comprometidos a iniciar, mantener o agrandar una unidad de negocios que se oriente hacia la obtención de ganancias para la producción y distribución de bienes económicos o de servicios”. La anterior definición está cuidadosamente enmarcada en el campo de la actividad de cualquier organización orientada a obtener ganancias en el mercado.

Por su parte Kirzner (1973) define el espíritu emprendedor como el estado de alerta hacia las oportunidades, basado en las diferencias de las percepciones individuales, y explica que el valor del emprendedor está en el aprovechamiento de las oportunidades de beneficio sin explotar precedentes de una mala asignación de recursos.

Ese estado de alerta dependerá del deseo por parte de la persona de convertirse en empresario y de la intención que tenga para hacer realidad ese deseo.

Autores como Robinson y Sexton (1994) encontraron que los empresarios tenían un nivel de educación mayor que los asalariados. Cooper y Dunkelberg (1987) y Thompson (1986) informaron que los empresarios de sus muestras en Canadá y EEUU respectivamente, tenían un significativamente mayor nivel de formación que la población general.

Sin embargo, nuestro objetivo no es el de debatir si las personas con mayor nivel de educación son o no más emprendedoras, ya que nos hemos centrado en una población

compuesta exclusivamente por estudiantes de dos titulaciones universitarias. Nuestro trabajo pretende hacer reflexionar acerca de la evolución del espíritu emprendedor de los estudiantes a lo largo de la carrera, ya que entendemos que se dan efectos de signo contrario.

Por un lado, los mayores conocimientos adquiridos en gestión empresarial pueden incrementar la percepción de viabilidad de creación y desarrollo de un nuevo negocio en los estudiantes.

Sin embargo, por el contrario, los que estén más próximos a titularse pueden tener mayores perspectivas laborales y buscar opciones más realistas o cómodas dejando al lado la alternativa de emprender pues valoran en mayor medida su coste de oportunidad.

En la primera línea argumental, Crant (1996) realizó un estudio sobre intenciones emprendedoras en estudiantes. Analizó la variable educación y planteó la hipótesis que dicha educación estaría positivamente asociada con las intenciones emprendedoras. Al respecto encontró que los estudiantes de MBA reportaron más altas intenciones emprendedoras que los estudiantes de titulación profesional, pero en este caso se están comparando niveles de formación diversos y heterogéneos.

Por el contrario, si consideramos una población homogénea en cuanto a la naturaleza de la formación que reciben, entendemos que a medida que la persona tenga un nivel de formación mayor, percibe el incremento de sus posibilidades de conseguir un puesto de trabajo más atractivo, lo cual puede actuar como alternativa al emprendimiento, y creemos que ese efecto se presenta con fuerza en los estudiantes de últimos cursos de sus titulaciones, ya que además la presión de su entorno familiar les orienta a buscar rápidamente un trabajo por cuenta ajena, con un nivel de riesgo inferior al autoempleo.

Se da por tanto un efecto inverso al estímulo del espíritu emprendedor que podría explicarse en términos de la teoría del rol, por la influencia de la familia para buscar opciones laborales más conservadoras, como podría ser el trabajo para el Estado o en general por cuenta ajena, y la teoría de la marginación, ya que las posibilidades laborales atractivas hacen que el estudiante no se vea obligado a buscar en la actividad empresarial una forma de reconocimiento social.

Por ello, en el presente trabajo se ha planteado un estudio exploratorio para determinar la exactitud de nuestra suposición, que planteamos a través de la siguiente hipótesis:

*H.1. Los estudiantes que estén en cursos más avanzados en su titulación presentarán un espíritu emprendedor menor a los que se encuentren en los primeros cursos.*

Sin embargo en la estructura de los planes de estudios deberíamos considerar que la mayor parte de las materias tienen como objetivo desarrollar competencias de gestión. No es habitual que las materias relacionadas con la creación de empresas tengan carácter obligatorio para todos los estudiantes. De esta manera podríamos considerar que los alumnos que hayan recibido una formación específica en creación de empresas tengan una percepción distinta al resto en cuanto a la viabilidad de ser empresarios.

Leiva (2004) en su estudio relativo a la percepción de formación profesional recibida por estudiantes universitarios, ha encontrado que en general, la mayoría de los estudiantes opinan que la formación recibida no los capacita para ser empresarios.

De esta manera, si las competencias técnicas y de gestión no son suficientes para tener una alta percepción de la viabilidad ni influyen claramente en la deseabilidad de ser empresario, deberíamos considerar también qué ocurre con la actitud emprendedora cuando el alumno recibe una formación específica en creación de empresas.

Peterman y Kennedy (2003) al analizar los efectos de la participación de jóvenes estudiantes que no son del área de empresariales, en un programa de habilidades para los negocios, para conocer la influencia que dicho programa ejerce sobre el deseo y la viabilidad de iniciar crear una empresa, encontraron que al medir su actitud antes y después del programa se incrementó su deseo de crear un nuevo negocio y su percepción de viabilidad, mientras que en el grupo de control no hubo cambio alguno de actitud.

A partir de estas consideraciones, planteamos la segunda hipótesis de nuestro estudio:

### *H.2. La formación recibida sobre creación de empresas fomenta el espíritu emprendedor de los estudiantes.*

Los estudios realizados referentes al espíritu emprendedor, han demostrado la existencia de factores importantes que intervienen en su desarrollo, además de la formación. Por ello deben ser tenidos en cuenta para controlar su efecto. Estos factores los hemos agrupado en características sociodemográficas y rasgos psicológicos, y se expondrá la justificación de su inclusión basándonos en trabajos previos que las han empleado.

## A) CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

Se concretan en todos aquellos hechos reales sobre los individuos que son perfectamente verificables, tales como la edad, el género, los antecedentes emprendedores en la familia y la experiencia de trabajo. Metodológicamente todas estas características sociodemográficas son un instrumento útil para medir las diferencias individuales. Son variables fijas no susceptibles de ser modificadas y su medición sirve para conseguir ciertos efectos en el comportamiento del individuo, por lo que serán analizadas y las utilizaremos como variables de control.

### *EDAD*

Para Veciana (1989) en estudios realizados respecto a la edad, la persona que toma la decisión de convertirse en empresario suele tener entre 25 y 40 años. En los Estados Unidos de Norteamérica un tercio de los nuevos empresarios son menores de 30 años. Más del 60% de los emprendedores entre los 18 y 29 años afirman desear poseer su propio negocio y cerca del 80 % de los que querrían ser emprendedores están entre los 18 y los 34 años de edad (Kuratko y Hodgetts, 2004).

Dado que se ha argumentado que los individuos de mayor edad se ven mermados en sus capacidades físicas y mentales o puedan estar menos capacitados para generar nuevas ideas y aprender nuevos comportamientos, y que son los jóvenes que carecen de cargas familiares y compromisos los que mayormente tienen la tendencia a crear su propia empresa, la variable edad debía ser controlada en el estudio.

## SEXO

Debido a los obstáculos que tienen y a los distintos niveles socioeconómicos de donde provienen las mujeres emprendedoras, no constituyen un grupo homogéneo, pero hay algo en común, que las empresas que crean no pueden ser analizadas aisladamente del entorno económico y sociocultural en el que se desenvuelven (González, 2001), ya que los valores y actitudes sociales influyen en cierta medida en las condiciones de creación y desarrollo de las empresas creadas, gestionadas y dirigidas por ellas. Rubio et al., (1999) en su estudio encontraron que un 47.2% de los hombres habían pensado seriamente en crear su propia empresa contra un 32% de las mujeres, corroborando la idea de que los hombres manifiestan una mayor propensión a la creación de empresas en comparación con la población femenina.

Asimismo, Arribas y Vila (2004) encontraron que el 44.4% de los hombres tienen la iniciativa de crear una empresa contra el 30.9% de las mujeres.

Crant (1996) al estudiar la relación entre las diferencias individuales y las intenciones de comportamiento hacia carreras empresariales, encuentra también altas intenciones empresariales de los varones en comparación con las mujeres.

## ÁMBITO DE DESARROLLO

El crecimiento económico que crea oportunidades de negocio también puede crear más posibilidades emprendedoras, subrayando también que si la economía de una nación se expande y hay más demanda de mercancías y servicios, se reflejará la probabilidad de que alguien tenga la oportunidad de iniciar un negocio (Dyer, 1994).

Por otro lado, las actuaciones de las Administraciones Públicas son determinantes para potenciar el emprendizaje y el desarrollo local ya que el contexto puede influir en las facilidades para la creación de tejido empresarial.

Por tanto, a través de esta variable se trata de controlar si existen distintas oportunidades económicas y de desarrollo personal en los entornos rural, de pequeña y de gran ciudad que permitan a las personas desarrollar diferentes actitudes emprendedoras.

## ANTECEDENTES FAMILIARES EMPRESARIOS

La tradición familiar es un factor muy importante en el que se suscita un ambiente propicio para el desarrollo de nuevas ideas y negocios (Benavides y Sánchez, 2004). La observación permite comprobar que buena parte de los empresarios suelen descender de familias en la que algunos de sus miembros son autoempleados o empresarios. Este hecho se repite en todas las investigaciones. El porcentaje oscila entre el 40 y el 60% según Veciana (1989) y Leiva (2004).

En diversos trabajos se ha comprobado que los encuestados, cuyos padres eran propietarios de pequeñas empresas a las que le dedicaban tiempo completo, muestran más altas preferencias por el autoempleo y están más inclinados a desarrollar una idea empresarial, reflejando la menor preferencia por ser empleado en una gran empresa (Scott y Twomey, 1988; Crant, 1996 o Rubio et al., 1999).

### *EXPERIENCIA PREVIA*

En el trabajo realizado por Peterman y Kennedy (2003) sobre las influencias en las percepciones de los estudiantes hacia la creación de empresas, encontraron que el 80% de los estudiantes encuestados ya poseían la experiencia previa, lo cual originó que existiera un deseo percibido de dichos estudiantes hacia el emprendimiento.

Similares cifras maneja Leiva (2004) en su estudio para detectar la motivación emprendedora entre los estudiantes universitarios, quien encontró que aquellos que tienen experiencias laborales previas tienen mayor preferencia a crear su propia empresa.

En la misma línea, Scott y Twomey (1988) manifiestan que la experiencia laboral es un factor crucial que ayuda a moldear las aspiraciones profesionales. Encontraron en su estudio que un tercio de los estudiantes con experiencia laboral dijeron tener ideas empresariales propias frente a una décima parte de aquellos que nunca habían trabajado.

Esto es explicado por la teoría de la empresa como incubadora, pues la habilidad propia que define la figura del emprendedor se forma por medio de una experiencia de trabajo y personal. La experiencia previa de los emprendedores juega un papel importante a la hora de tomar una decisión al respecto, ya que, cualquier trabajo realizado puede servir como antecedente al futuro emprendedor.

### **B) RASGOS PSICOLÓGICOS**

Los estudios sobre la personalidad del individuo y su conducta hacia la creación de empresas han enfatizado que ciertos factores psicológicos estimulan a las personas a crear una empresa, aunque la definición del emprendedor a través de las características y rasgos ha sido criticado por algunos autores como Gartner (1989).

De cualquier forma, la teoría de los rasgos de personalidad del empresario defiende que éste tiene ciertas características de personalidad propias que los diferencia de otras personas, ya que el crear una empresa no es un evento aislado sino que es algo que se relaciona con su vida personal, aunque como afirman Singh y De Noble (2003) es difícil comparar estudios porque serían precisas medidas más universales de personalidad. Brockhaus, (1982), Brockhaus y Horwitz (1986), Scherer et al. (1991), Bird (1989) o Shein (1990) plantean que las personas que tienen un elevado control interno, alta necesidad de logro, capacidad para asumir riesgos y una alta tolerancia a la ambigüedad, serán más propicios a involucrarse en una actividad empresarial. Esas serán las cuatro características psicológicas consideradas en nuestro estudio.

### *NECESIDAD DE LOGRO*

La necesidad de logro es concebida como el deseo que tienen ciertas personas para mejorar el resultado de sus acciones y sentirse responsables de las mismas. Se ha relacionado con la probabilidad de convertirse en fundadores y de estar motivados para alcanzar el éxito.

McClelland (1961) es el autor de referencia y a partir de su trabajo muchos autores lo han considerado en sus estudios como Veciana (1989), Entrialgo, et al. (1999a y

1999b), Lee y Tsang (2001), Mescon y Montanari (1981), Hornaday y Aboud (1971), Dyer (1994), Miller y Tolouse (1986), Carland et al., (1989), Gupta y Govindarajan (1984), Hornaday y Bunker (1970) o Robinson et al., (1991).

#### *CONTROL INTERNO*

Para que los emprendedores se sientan motivados por conseguir sus metas de negocio deben tener un control de las decisiones que toman para conseguir dichos objetivos. La percepción que una persona tiene sobre la fuente de su destino se conoce como locus de control o control interno (Robbins, 1999).

El locus de control interno de los empresarios es mayor que el de la población general, ya que otras personas que creen que el resultado de sus acciones no depende de sus decisiones ni de sus esfuerzos, difícilmente podrán decidirse a crear y dirigir una empresa, como han encontrado Mescon y Montanari (1981) y posteriormente Korunka et al., (2003).

Entre los autores que han estudiado el control interno, además de otros rasgos, se encuentran Veciana (1989), Entrialgo et al., (1999a y 1999b), Korunka et al., (2003), Moriano et al., (2004), Mescon y Montanari (1981), Morris (1998), Dyer (1994), Miller y Tolouse (1986), Brockhaus y Nord (1979), Robinson et al., (1991), Rotter (1966).

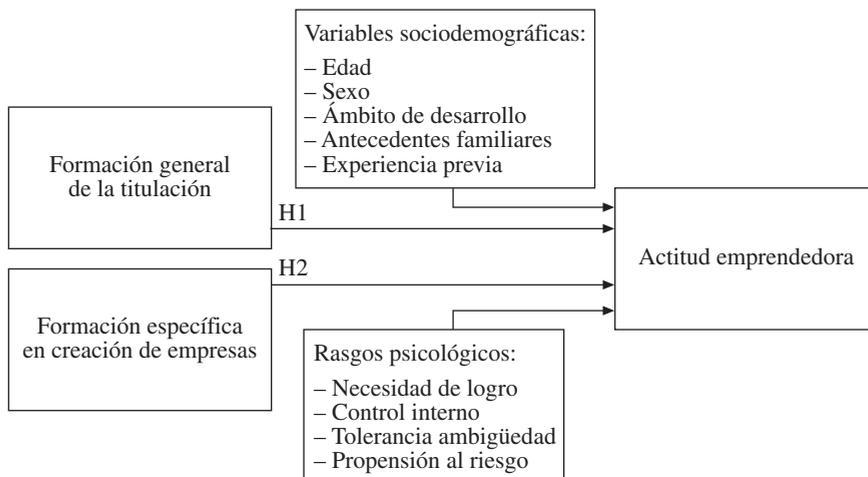
#### *TOLERANCIA A LA AMBIGÜEDAD*

La tolerancia a la ambigüedad es una característica especialmente necesaria para la toma de decisiones en la incertidumbre. Tolerancia a la ambigüedad, intuición y creatividad, están íntimamente ligadas (Veciana, 1989). Por lo tanto, teóricamente las personas que más toleren la ambigüedad son las que obtienen resultados superiores en su misión y en la búsqueda del crecimiento (Entrialgo et al., 1999b).

En un estudio sobre el perfil empresarial y la participación en el capital hecho con fundadores, propietarios y directivos, realizado por Entrialgo et al., (1999a) se menciona que los empresarios necesitan tener un alto grado de tolerancia a la ambigüedad para que tomen decisiones acertadas en un ambiente de incertidumbre, proponiendo en su hipótesis que la tolerancia sobre la ambigüedad explica el esquema de participación en el capital y que los fundadores son más propensos a tolerar mejor la ambigüedad que el resto de los empresarios. Otros autores que han considerado en sus trabajos la tolerancia a la ambigüedad son Veciana (1989), Cano et al., (2004), Morris (1998), Dyer (1994), Carland et al., (1989) o Gupta y Govindarajan (1984).

#### *PROPENSIÓN AL RIESGO*

Una persona que arriesga se puede definir como aquella que está orientada en aprovechar las oportunidades en contextos inciertos, lo cual está estrechamente relacionado con el concepto de emprendedor. Entre los autores que han estudiado el riesgo en los emprendedores se encuentran, Entrialgo et al., (1999a), Arribas y Vila (2004), Cano et al., (2004), Morris (1998), Miller y Tolouse (1986), Carland et al., (1989), Brockhaus y Nord (1979), Brockhaus (1980).

**Figura 1: Modelo de análisis**

Fuente: Elaboración propia.

Las variables dependiente e independientes, las variables de control y las relaciones planteadas son la representación del modelo en la figura 1.

### 3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

En este punto pretendemos establecer un marco metodológico que sustente el estudio empírico y permita llevar a cabo el contraste de las hipótesis planteadas, así como definir los procedimientos necesarios para la obtención de la información que nos permita dar una explicación del estudio realizado.

En primer lugar planteamos la población y muestra utilizadas para llevar a cabo el estudio empírico. El segundo apartado se refiere a las fuentes de información y la base para la elaboración del cuestionario. El tercer apartado hace una descripción de la forma que midieron las variables algunos investigadores en estudios anteriores y la forma en que fueron medidas las variables de nuestro modelo. Por último, en el cuarto apartado se recoge el tratamiento de la información así como las técnicas estadísticas empleadas para el análisis de datos.

#### 3.1. POBLACIÓN Y MUESTRA

Debido a las características específicas señaladas con anterioridad y la necesidad de realizar un contraste empírico, se requiere la selección de un conjunto de individuos que reúnan ciertos criterios de clasificación que sean consistentes con el presente trabajo.

En este caso la población elegida para llevar a cabo el presente estudio fueron estudiantes universitarios matriculados en dos titulaciones universitarias relacionadas con la

gestión empresarial de una universidad de la Comunidad Autónoma de Madrid en el período académico 2004-2005.

Se solicitó información acerca de la distribución por curso y sexo de la matrícula registrada. Posteriormente se procedió a realizar el cálculo del tamaño de la muestra definida en forma aleatoria simple que represente a dicha población, con el propósito de reducir el tamaño del error estándar en las predicciones (Kish, 1995). La fórmula utilizada fue la siguiente:

$$n = \frac{\lambda^2 PQN}{\epsilon^2 (N - 1) + PQ\lambda^2}$$

En donde:

N: Es el tamaño de la población, siendo un total de 6281 estudiantes matriculados.

n: Tamaño de la muestra a estudiar.

P y Q=1-P son desconocidos, y es precisamente lo que tratamos de estimar para calcular el tamaño muestral. Por lo tanto se considera el caso de máxima indefinición: P=Q=0,5.

$\lambda$  es el valor de la distribución normal para un nivel de significación ( $\alpha$ ) prefijado: para un  $\alpha = 0,05$  que supone un nivel de confianza del 95%  $\lambda = 1,96$

Para un  $\alpha = 0,1$  que supone un nivel de confianza del 90%  $\lambda = 1,64$

$\epsilon$  es el error permitido, suelen manejarse valores 2% o 3%

Como se asume el supuesto de máxima indefinición no hay diferencia entre estratos por lo que la situación es análoga al muestreo aleatorio simple, por tanto calculamos el tamaño de la muestra por la expresión para muestreo aleatorio simple. Con un error del 3% y un nivel de confianza del 90% el tamaño muestral que corresponde es  $n = 668$  individuos.

Procedimos a realizar el muestreo aleatorio estratificado, para que nos determine el número de encuestas por cada curso, arrojando los resultados que se mencionan en la última columna con el número representativo en cada curso que componen el total de la muestra, tal y como se observa en la tabla 1. Es importante señalar que el resultado que

**Tabla 1: Relación de la matrícula registrada y muestra total**

	MUJERES	HOMBRES	TOTAL	MUESTRA
<b>CENTRO 1</b>				
Primer curso	193	246	439	47
Segundo curso	248	239	487	52
Tercer curso	276	271	547	58
Cuarto curso	294	268	562	60
Quinto curso	708	738	1,446	154
<b>Total</b>	<b>1,719</b>	<b>1,762</b>	<b>3,481</b>	<b>371</b>
<b>CENTRO 2</b>				
Primer curso	366	375	741	79
Segundo curso	396	417	813	86
Tercer curso	704	542	1,246	132
<b>Total</b>	<b>1,466</b>	<b>1,334</b>	<b>2,800</b>	<b>297</b>
<b>POBLACIÓN TOTAL</b>			<b>6,281</b>	<b>668</b>

Fuente: Elaboración propia con información proporcionada de las secretarías de los centros.

nos arroja la presente tabla, referente al sexo, es de 3,185 mujeres, encuestándose a 343. El total de los hombres es de 3,096 siendo encuestados 325 lo que nos da una muestra representativa.

Por lo tanto se procede a la presentación de la ficha técnica del presente estudio (tabla 2).

**Tabla 2: Ficha técnica de estudio**

Unidad de análisis	Individuos / estudiantes
Ámbito geográfico	Madrid, España
Universo de la población	Matriculados en dos Titulaciones de una universidad de Madrid relacionadas con la gestión empresarial
Tamaño de la población	6,281 estudiantes matriculados
Tamaño de la muestra	668 estudiantes
Fecha de realización	Mayo y junio 2005

*Fuente:* Elaboración propia.

### 3.2. FUENTES DE INFORMACIÓN

Una vez definida la población y muestra, el siguiente paso fue elegir las fuentes de información y los instrumentos que utilizamos para recabarla. Se utilizaron fuentes primarias, diseñando para el fin específico de la investigación una encuesta aplicada directamente a la muestra de estudiantes. Para su elaboración realizamos una búsqueda de trabajos publicados con relación a variables sociodemográficas, psicológicas, de formación y el espíritu emprendedor. Las preguntas analizadas fueron seleccionadas, depuradas y adaptadas al entorno académico estudiantil, pues algunas procedían de cuestionarios aplicados a empresarios.

### 3.3. MEDIDA DE LAS VARIABLES

A continuación se menciona la forma de medición de cada una de las variables de nuestro trabajo.

#### *EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR*

Peterman y Kennedy (2003), en su estudio examinan los efectos de la participación en un programa de educación empresarial, sobre las intenciones, el deseo y viabilidad de iniciar un negocio por parte de los estudiantes que iniciaban un programa emprendedor en la misma institución, aplicando preguntas al efecto valoradas en una escala de Likert de 1 a 7. Misma escala que la empleada por Mitchell y Knudsen (1986) para medir con una cuestión la actitud de estudiantes universitarios hacia la creación de empresas.

Por su parte Rubio et al., (1999) utilizan también un cuestionario para medir el espíritu emprendedor de los estudiantes incorporando una serie de preguntas que son valoradas en escala Likert 1 a 5 (Nada deseable- Totalmente deseable), posteriormente asignaron el valor de cero a los casos que puntuaban entre los valores 1 y 3 (Bajo deseo), y con un 1 a los que señalaban entre 4 y 5 (Alto deseo), para posteriormente obtener qué diferencias eran significativas.

Sin embargo, nuestras referencias principales fueron la preguntas utilizadas en los estudios de Brockhaus y Nord (1979), Brockhaus (1980) y Cano *et al.*, (2004). Elaboramos cuatro preguntas que reflejan el deseo, la intención de crear su propia empresa, y el grado de esfuerzo que está dispuesto a soportar con tal finalidad, en términos de tiempo invertido y esfuerzo realizado y de ahorros comprometidos en el proyecto. Los ítems debían valorarse con una escala Likert con valores entre 1 y 10, y fueron:

- a) Pienso algún día tener mi propio negocio. La cual refleja la actitud que tiene el estudiante para realizar su objetivo en determinado momento.
- b) La idea de tener mi propio negocio frente a trabajar por cuenta ajena me resulta atractiva. Esta pregunta muestra la intención que se tiene para llevar a cabo la realización de una actividad propia, sin tener que depender de una organización.
- c) Estaría dispuesto a hacer un gran esfuerzo y dedicar el tiempo necesario para crear mi propia empresa. Representa la disposición y dedicación que tendrá el estudiante para atender las necesidades requeridas para llevar a cabo su proyecto.
- d) Estaría dispuesto a invertir mis ahorros para tener mi propia empresa. Considera el riesgo que corre el futuro emprendedor, de tal forma que el mismo tendrá la disposición de realizar un esfuerzo económico bajo tales circunstancias.

Para construir y validar la variable dependiente espíritu emprendedor, realizamos un análisis factorial de componentes principales con los cuatro ítems. El análisis factorial es una técnica de análisis multivariante que tiene dos aplicaciones fundamentales (Miquel et al, 1997). Una es simplificar un conjunto de datos reduciendo para ello el número de variables sin una gran pérdida de información, en nuestro caso se redujo a una variable. Y la otra aplicación es para identificar la estructura o dimensionalidad subyacente de los datos.

Antes de proceder a la elaboración del análisis factorial, realizamos un estudio sobre la fiabilidad que poseen estas cuestiones para valorar la consistencia interna y que nos proporciona el coeficiente de fiabilidad Alfa de Cronbach, en el que obtuvimos un valor de 0,934. Al ser un valor alto nos indica que una gran consistencia interna entre las variables de la escala. Una vez realizado y aceptado que estas cuestiones son fiables, procedimos a la realización del análisis factorial.

Utilizamos para rotar los factores el método de rotación varimax ya que teóricamente las variables de diseño analizadas están relacionadas entre sí. Del análisis factorial realizado, obtuvimos un solo factor con autovalores mayores que 1, que explican el 83,5% de la varianza. En la tabla 3 mostramos los resultados.

**Tabla 3: Resultados del análisis de componentes principales**

ÍTEMES	FACTOR 1
1. Empresa propia	0,905
2. Idea del propio negocio	0,908
3. Esfuerzo y tiempo	0,941
4. Invertir ahorros	0,901
Medida de adecuación muestral de KMO	0,837
Prueba de esfericidad de Bartlett	
Chi-cuadrado aproximado	2.310,62
Gl	6
Sig.	0,000
Porcentaje de varianza explicada	83,546

Fuente: Elaboración propia.

Los valores obtenidos en la prueba de esfericidad de Bartlett nos permiten rechazar la hipótesis nula y nos da como resultante un chi-cuadrado alto considerando los 6 grados de libertad. La varianza explicada por nuestro único factor es de 83,54%, resultado muy satisfactorio que nos permite aceptar como bueno el factor creado.

#### FORMACIÓN

En el cuestionario se ha incorporado una pregunta acerca del curso superior en que el estudiante se encuentra matriculado. Dado que nos encontramos con el problema de trabajar con dos submuestras, por las dos titulaciones existentes con duraciones diferentes, cinco cursos en la primera titulación y tres en la segunda, tuvimos que homogeneizar la medida codificando los cinco cursos impartidos en la primera titulación con un 1 para aquellos alumnos matriculados en el primero y segundo curso, como los alumnos de más reciente ingreso, con una actitud emprendedora poco influida por el desarrollo de su titulación; con un 2 para aquellos alumnos que están matriculados en el tercer curso, como el nivel intermedio de sus estudios y con un 3 para aquellos alumnos matriculados en cuarto y quinto curso, considerando que están en la fase final de su proceso formativo y próximos a salir al mercado laboral, por lo que deben estar valorando de forma más seria sus opciones profesionales en cuanto al autoempleo o el trabajo por cuenta ajena.

Respecto a la segunda hipótesis, para medir la formación específica sobre creación de empresas, se preguntó directamente si el alumno había realizado algún curso sobre creación de empresas, cuál era su duración y si se encuentra matriculado en la materia de creación de empresas de su titulación. La variable se midió a través del número de horas cursadas.

#### LA EDAD

En nuestro estudio, al igual que en los precedentes sobre el tema la edad es medida en años, aunque nuestra población limita el campo de variabilidad de esta variable.

### *EL SEXO*

Al igual que en los estudios precedentes (Korunka et al., 2003; Arribas y Vila, 2004; Rubio et al., 1999; Crant, 1996 o Cano et al., 2004) el sexo se midió a través de una variable dicotómica.

### *ÁMBITO DE DESARROLLO*

Se preguntó en el cuestionario donde pasó su infancia el estudiante, en una gran ciudad, pequeña ciudad o en un pueblo/ámbito rural.

### *ANTECEDENTES FAMILIARES*

Como en los estudios previos de Crant (1996), Scott y Twomey (1988), Leiva (2004) y Rubio, et al. (1999) preguntamos al estudiante si tiene familiares empresarios o profesionales tales como el padre, la madre, el hermano u otros familiares directos.

### *EXPERIENCIA PREVIA*

En algunos trabajos se ha estudiado la variable experiencia previa para conocer su influencia con el espíritu emprendedor, dicha variable es medida de acuerdo al número de años que ha trabajado el encuestado (Cano et al., 2004 o Leiva, 2004). En otros estudios hacen una pregunta para responder con un “sí” o con un “no” (Scott y Twomey, 1988 o Peterman y Kennedy, 2003). En nuestro caso optamos por emplear el número de años de experiencia laboral declarada.

### *CONTROL INTERNO*

Se aplicó una escala Likert 1-10 sobre diversos ítems, que fueron tomados de la escala Entrepreneurial Attitude Orientation (EAO) de Robinson et al. (1991), habiéndose hecho una adaptación puesto que era dirigido a empresarios y en el presente estudio se aplica a estudiantes universitarios.

### *TOLERANCIA A LA AMBIGÜEDAD*

Los ítems que miden la tolerancia a la ambigüedad han sido adaptados de los trabajos de Lorsch y Morse (1974) y de Gupta y Govindarajan (1984). Al igual que en anterior rasgo fue empleada una escala de 1 a 10.

### *RIESGO*

En cuanto a la medición de la propensión al riesgo en el presente trabajo, se han elaborado preguntas con ítems elaborados en escala Likert 1 – 10, en donde 1 indica que

está totalmente en desacuerdo, y hasta 10 que indica que está totalmente de acuerdo. Los ítems fueron basados en el estudio de Cano et al., (2004).

#### NECESIDAD DE LOGRO

La medición de la necesidad de logro en el presente estudio, se ha realizado por medio la aplicación de preguntas seleccionadas basadas en la escala "Entrepreneurial Attitude Orientation" (EAO) de Robinson et al., (1991), tras una adecuada adaptación dadas las características de la población a la que se dirige nuestro estudio, puesto que es dirigida a estudiantes universitarios, ya que fue aplicada a empresarios por el mencionado autor. Los ítems utilizados para medir la necesidad de logro en el estudio realizado por Robinson et al., (1991), fueron realizados en escala de 1 – 10. En el presente estudio se utilizan ítems en una escala Likert 1 – 10, en donde 1 indica que está totalmente en desacuerdo, y 10 que está totalmente de acuerdo.

Utilizamos el análisis factorial, con el método de componentes principales, con carácter confirmatorio y exploratorio porque nos ha permitido desechar ítems que no aportaban mucho a los cuatro rasgos establecidos a priori a partir del cuestionario de personalidad utilizado una vez depurado éste, rechazando las preguntas que distorsionaban el análisis. El resultado se recoge en las tablas 4 y 5.

**Tabla 4: Resultado del análisis de componentes principales de los rasgos**

ÍTEMES	FACTORES			
	F1 NECESIDAD DE LOGRO	F2 TOLERANCIA A LA AMBIGÜEDAD	F3 RIESGO	F4 CONTROL INTERNO
Me gusta destacar en mi trabajo o estudios	<b>0,843</b>	0,073	0,262	-0,033
Soy muy minucioso en las tareas que realizo	<b>0,605</b>	0,260	-0,076	0,335
Me gusta trabajar para estar siempre entre los mejores diariamente	<b>0,736</b>	0,139	0,108	0,239
Me parece que si no asumo riesgos me quedaré estancado/a	0,090	0,267	<b>0,794</b>	0,077
Las personas que asumen riesgos tienen más probabilidades de salir adelante que las que no se arriesgan	0,143	0,038	<b>0,859</b>	0,066
Soporto bien las situaciones confusas y poco claras o de indefinición	0,209	<b>0,847</b>	0,126	-0,102
Aguanto perfectamente las situaciones de incertidumbre	0,106	<b>0,851</b>	0,183	0,173
Me gusta planear a tiempo las actividades que realizo	0,134	-0,120	0,091	<b>0,866</b>
Nunca pospongo asuntos importantes para "un momento mejor" aunque esté presionado por el tiempo	0,245	0,389	0,084	<b>0,591</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 5: KMO y prueba de Bartlett y varianza explicada**

Medida de adecuación muestral de KMO		0,759
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	1.309,37
	Gl	36
	Sig.	0,000
Porcentaje de varianza explicada		71,010

Fuente: Elaboración propia.

La varianza explicada para los cuatro factores es del 71%, lo que nos permite admitir como buenos los factores creados.

### 3.4. TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Para la tabulación y elaboración de los análisis estadísticos se utilizó el SPSS para Windows (Statistical Package for Social Science) en su versión 11.5.

## 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En primer lugar realizamos un análisis de correlación entre las variables del estudio, cuyo resultado está recogido en la tabla 6.

Posteriormente realizamos un análisis de regresión lineal múltiple (tabla 7).

El valor F (14,177) es significativo ( $p < 0,01$ ), es decir, nos indica que las variables independientes predicen de manera satisfactoria la variable dependiente.

Del análisis de regresión podemos observar que las variables que resultan significativas para explicar la variable dependiente espíritu emprendedor son: familiares empresarios, ámbito en el que ha vivido, curso matriculado, curso creación de empresas, necesidad de logro, tolerancia a la ambigüedad y riesgo.

En cambio, las variables experiencia laboral y necesidad de logro no han presentado una relación estadísticamente significativa.

En relación a la primera hipótesis del estudio, ésta queda contrastada ya que la variable curso matriculado tiene influencia significativa con el espíritu emprendedor con un p valor  $< 0,05$ . Como se había predicho hemos obtenido un coeficiente beta negativo, lo que debe interpretarse como que la actitud emprendedora de los estudiantes declina a medida que estos avanzan en su ciclo académico y se aproximan al contacto con la realidad laboral. Las presiones personales y familiares hacia la búsqueda de una fuente de rentas segura puede explicar esa evolución negativa en el espíritu emprendedor de los jóvenes estudiantes.

Sin embargo los resultados obtenidos nos obligan a hacer autocrítica, ya que la Universidad no está cumpliendo con su papel de incubadora de ideas de negocio y de incentivar la actitud emprendedora entre sus estudiantes.

Otros estudios han encontrado también que las Universidades están fallando en la motivación de los emprendedores. Como señalan Galloway y Brown (2002), algunos estudios de proyectos concretos para elevar el espíritu emprendedor entre los estudian-

**Tabla 6: Análisis de correlación entre las diferentes variables**

	EDAD	SEXO	EXP. LABORAL	FAMILIA. EMPRESARIOS	ÁMBITO	CURSO MATRIC.	CURSOS C. EMP.	ESPIRITU EMPREN.	N. LOGRO	TOLERAN. AMBI- GÜEDAD	RIESGO	CONTROL INTERNO	
Edad	Correlación	1											
	Significación												
Sexo	Correlación	-.086(*)	1										
	Significación	.027											
Experiencia laboral	Correlación	.391(**)	-.087(*)	1									
	Significación	.000	.024										
Familiares empresarios	Correlación	-.094(*)	-.050	-.026	1								
	Significación	.016	.199	.498									
Ámbito en que ha vivido	Correlación	-.078(*)	.060	-.015	.054	1							
	Significación	.046	.122	.705	.169								
Curso matriculado	Correlación	.580(**)	.019	.265(**)	-.023	-.046	1						
	Significación	.000	.620	.000	.557	.234							
Curso creación de empresas	Correlación	.162(**)	.038	.080(*)	.122(**)	-.031	.373(**)	1					
	Significación	.000	.325	.038	.022	.422	.000						
Espíritu emprendedor	Correlación	.001	.109(**)	.106(**)	.136(**)	.021	-.037	.092(*)	1				
	Significación	.972	.005	.006	.000	.590	.335	.018					
Necesidad de logro	Correlación	-.017	.028	.018	-.007	-.044	-.051	.036	.195(**)	1			
	Significación	.666	.475	.650	.854	.263	.198	.365	.000				
Tolerancia a la ambigüedad	Correlación	.131(**)	.168(**)	.157(**)	-.010	-.060	.122(**)	.023	.243(**)	.054	1		
	Significación	.001	.000	.000	.798	.131	.002	.563	.000	.175			
Riesgo	Correlación	.022	-.052	.048	.044	.016	.028	.009	.262(**)	.034	.031	1	
	Significación	.578	.193	.228	.270	.690	.494	.818	.000	.396	.432		
Control interno	Correlación	.018	.046	.027	.032	.008	.065	.046	.010	.037	.059	.059	1
	Significación	.647	.241	.497	.413	.848	.102	.125	.242	.794	.347	.136	

\*\* . La correlación es significativa al 0,05 \*. La correlación es significativa al nivel 0,01.

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 7: Análisis de regresión lineal**

VARIABLES	COEFICIENTE BETA
(Constante)	0,064
Edad	-0,004
Sexo	-0,096
Experiencia laboral	0,116
Familiares empresarios	0,233***
Ámbito en el que ha vivido	0,087*
Curso matriculado	-0,119**
Cursos creación de empresas	0,103**
Necesidad de logro	0,184***
Tolerancia a la ambigüedad	0,240***
Riesgo	0,260***
Control interno	0,045
R <sup>2</sup>	0
R <sup>2</sup> ajustado	0,187
Valor de F	14,177***

\*\*\* p < 0,01; \*\* p < 0,05; \* p < 0,1; N= 668.

Fuente: Elaboración propia.

tes, tales como el del programa de graduados en empresa de la Universidad de Stirling (Fletcher, 1999) han mostrado cifras poco esperanzadoras de Start-ups de alta calidad entre los graduados ya que se han enfocado más a incrementar las competencias en negocios que a aumentar la conciencia de los emprendedores y motivarles para el desarrollo de ideas creativas y comercializables.

Por lo que se refiere a la segunda de nuestras hipótesis también se ve confirmada por los resultados obtenidos. La variable relacionada con los cursos sobre creación de empresas que ha recibido el estudiante contribuye significativamente a explicar el espíritu emprendedor con un  $p$  valor  $< 0,05$ . Este resultado es coincidente con el estudio realizado por Peterman y Kennedy (2003), aunque no con Leiva (2004) en el sentido de que, en su estudio la mayoría de los estudiantes opinan que la formación recibida respecto a las materias cursadas sobre emprendedores, no los capacita para ser empresarios, aunque este autor sólo recoge distribuciones de frecuencias.

Una implicación práctica directa de los resultados obtenidos en el estudio sería que es preciso seguir avanzando a través de medidas concretas para desarrollar y canalizar el espíritu emprendedor de los estudiantes.

Otros resultados interesantes obtenidos son que tener familiares próximos empresarios es un claro elemento incentivador del espíritu emprendedor, ya que obtuvimos un coeficiente positivo y significativo con un  $p$  valor  $< 0,01$ , lo que confirma los postulados de la teoría del rol familiar.

En cuanto a los aspectos relacionados con el perfil psicológico del estudiante, tres de los rasgos considerados son claramente significativos con un  $p$  valor  $< 0,01$ : la necesidad del logro, la tolerancia a la ambigüedad y la propensión al riesgo. Sin embargo no hemos obtenido la misma evidencia con el rasgo control interno, cuyo coeficiente es positivo pero no estadísticamente significativo.

## 5. CONCLUSIONES Y LIMITACIONES DE ESTUDIO

La creación de empresas representa una de las bases de progreso más relevantes de la sociedad actual. Las empresas surgen siempre acompañadas de la figura de una o más personas que mediante su esfuerzo, empuje y creatividad constituyen un valor importante en el proceso de creación de riqueza. Estas personas se han convertido en un destacado objeto de estudio para los investigadores quienes tratan de encontrar en ellas todas las características personales más comunes que las motivan.

Existen todavía muchas incógnitas por descifrar en relación con la influencia de las características individuales hacia la actitud emprendedora sobre la creación de empresas. La descripción sobre los comportamientos, habilidades y actitudes del ser humano, casi siempre ha sido acompañada de intentos por conocer los orígenes causales de tales conductas.

En el ámbito de la Universidad podemos encontrar personas con enorme potencial para emprender, que por su alta capacitación sus empresas podrían tener mayor probabilidad de supervivencia, especialmente si el objeto de sus actividades requiere conocimientos especializados y de alto nivel.

Sin embargo, aunque el espíritu emprendedor puede surgir desde cualquier rincón del aula universitaria, su fomento y realización dependerá de las condiciones de las universidades y apoyos que se reciban.

En este trabajo se ha estudiado si tales condiciones se están produciendo realmente en nuestra Universidad, para lo cual se ha analizado la evolución de la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de las dos titulaciones relacionadas con la gestión de empresas, las más relacionadas con las habilidades de creación y administración empresarial en una universidad madrileña. Fueron encuestados 668 estudiantes.

Los resultados obtenidos son concluyentes en tanto que la actitud emprendedora declina en los estudiantes desde los primeros años de sus estudios hasta que llega el momento de su incorporación al mercado laboral. Todo parece indicar que los conocimientos aportados incrementan sus competencias de gestión pero les orientan hacia salidas laborales más conservadoras, como son el trabajo por cuenta ajena, y no les motivan hacia el autoempleo. Parece que la teoría de la marginación encuentra apoyo dado que la capacitación, y el consiguiente incremento de valor para el mercado laboral, está actuando como desincentivo de la opción de la creación de la propia empresa.

Sin embargo, la formación específica en creación de empresas debe ser positivamente valorada ya que los estudiantes que han recibido este tipo de formación manifiestan una actitud más favorable hacia el autoempleo. No obstante, somos conscientes de que también podría presentarse un problema de causalidad inversa, ya que es posible que los estudiantes con mayor inclinación al autoempleo hayan buscado profundizar en su formación hacia la creación de empresas en mayor proporción que los demás estudiantes.

Por otro lado, los estudiantes con familiares directos empresarios han presentado actitudes más positivas hacia la actividad empresarial, y ciertos rasgos psicológicos como la necesidad del logro, la tolerancia a la ambigüedad y la propensión al riesgo, medidos a través de un test de personalidad, cuyos ítemes se han operativizado a través de un análisis factorial, se han presentado como determinantes de la actitud emprendedora.

Derivado de las limitaciones que reconocemos en nuestro trabajo hemos considerado una posible ampliación del mismo a través de varias futuras líneas de investigación.

Consideramos que se puede profundizar en el estudio del perfil psicológico del emprendedor, considerando nuevos o distintos rasgos de personalidad, y contrastando la teoría de los rasgos psicológicos con la de los valores personales, para tratar de establecer la capacidad explicativa de cada una de ellas y si éstas son complementarias.

Dado que la población considerada es limitada a dos titulaciones y al caso específico de una única Universidad, sería interesante tratar de ampliar el contexto del estudio a otras titulaciones y otras universidades, incluso en diversos entornos geográficos, para poder conocer si los resultados son generalizables.

Finalmente, sería interesante plantear un estudio longitudinal para ver cómo varía el espíritu emprendedor en los mismos estudiantes a lo largo de su carrera, en lugar de realizar el análisis de corte transversal con estudiantes diferentes.

## BIBLIOGRAFÍA

- ARRIBAS, F. I.; VILA, G. J. (2004): "La actitud emprendedora del universitario Valenciano", en Roig, S.; Ribeiro, D.; Torcal, R.; De la Torre, A.; Cerver, E. (2004): "El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I". Servei de *Publicacions Universitat de Valencia*, cap. 12, pp. 201-212.

- BENAVIDES, M.; SÁNCHEZ, I. (2004): "El estudiante universitario como emprendedor: un análisis cualitativo desde la perspectiva de los diferentes agentes implicados", en Roig, S.; Ribeiro, D.; Torcal, R.; De la Torre, A.; Cerver, E. (2004): "El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I". *Servei de Publicacions Universitat de Valencia*, cap. pp. 24, 403-419.
- BIRD, B. J. (1989): "Entrepreneurial behaviour", *Glenview, IL*; Scout, Foresman
- BROCKHAUS R. H.; NORD, W. R. (1979): An exploration of factors affecting the entrepreneurial decisions personal characteristics vs. environment conditions", *Proceedings of the National Academy of Management*, pp. 364-368.
- BROCKHAUS, R. H. (1980): "Risk taking propensity of entrepreneurs" *Academy of Management Journal.*, vol. 23 (3), pp. 509-520.
- BROCKHAUS, R. H. (1982): "The psychology of the entrepreneur", en Kent, D.; Sixton, D.; Vesper, K. (Eds), *Encyclopedia of entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NJ: *Prentice Hall*
- BROCKHAUS, R. H.; HORWITZ, P. (1986): "The psychology of the entrepreneur", en Sixton, D. L.; Smilor, R. W. (Eds.), *The art and science of entrepreneurship*, pp. 25-48. Cambridge, MA: *Ballinger*.
- CANO, C. J; GARCÍA, J.; GEA, A. B. (2004): "Actitudes emprendedoras en los estudiantes universitarios", en Roig, S.; Ribeiro, D.; Torcal, R.; De la Torre, A.; Cerver, E. (2004): "El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I". *Servei de Publicacions Universitat de Valencia*, cap. 9, pp. 143-160.
- CARLAND, J. W.; CARLAND, A. C.; ABY, C. D. (1989): "An assessment of psychological determinants theory of entrepreneurship" *International of small business management*, vol. 7 (4), pp. 23-34.
- COLE, A. H. (1959): "Business enterprise in its social setting.," *Harvard University Press*. Cambridge, Mass
- CONCHA, A.; ÁLVAREZ, C.; SÁEZ, E. (2004): "programa de formación de emprendedores en la universidad de Concepción" en Roig, S.; Ribeiro, D.; Torcal, R.; De la Torre, A.; Cerver, E. (2004): "El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I". *Servei de Publicacions Universitat de Valencia*, cap. 18, pp. 311-322.
- COOPER, A. C.; DUNKELBERG, W. C. (1987): "Entrepreneurial research: old questions, new answers and methodological issues", *American Journal of Small Business*, vol. 11 (3), pp. 11-21.
- CRANT, J. M. (1996): "The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions", *Journal of Small Business Management*, vol. 34 (3), pp. 42-49.
- DYER, W.G.JR. (1994): "Toward a theory of entrepreneurial careers", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 19 (19), pp. 7-21.
- ENTRIALGO, M.; FERNÁNDEZ, E.; VÁZQUEZ, C. J. (1999a): "El perfil empresarial y la participación en el capital: un estudio para el empresario español", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 8 (3), pp. 81-92.
- ENTRIALGO, M.; FERNÁNDEZ, E.; VÁZQUEZ, C. J. (1999b): "Las características del propietario / directivo de la PYME como factores determinantes de su comportamiento emprendedor", *Boletín de estudios económicos*, vol. LIV (168), pp. 405-424.
- FLETCHER, M. (1999): "Promoting business Star-ups: a new strategic formula", *University of Strathclyde*, Glasgow.
- GALLOWAY, L.; BROWN, W. (2002): "Entrepreneurship education at University: a driver in the creation of high growth?", *Education and training*, vol. 44 (8/9), pp. 398-405.

- GARTNER, W. B. (1989): "Who is an entrepreneur? Is the wrong question", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 13 (4), pp. 47-68.
- GONZÁLEZ, M. O. (2001): "Actitudes y motivaciones hacia el trabajo y la creación de empresas según el género", *Boletín económico de ICE*, No. 2709.
- GREBEL, T.; PYKA, A.; HANUSCH, H. (2001): "An evolutionary approach to the theory of entrepreneurship", *Industry and innovation*, vol. 10 (4), pp. 493-514.
- GUPTA, A. K.; GOVINDARAJAN, V. (1984): "Business unit strategy, managerial characteristics and business unit effectiveness at strategy implementation", *Academy of Management Journal*, vol. 27 (1), pp. 25-41.
- HAIR, J. F.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L.; BLACK, W. C. (1999): "Análisis multivariante" *Prentice Hall Iberia*, Madrid.
- HORNADAY, J. A.; BUNKER, C.S. (1970): "The nature of entrepreneur", *Personnel Psychology*, 24 (11), pp. 47-54.
- HORNADAY, J. A.; ABOUD, J. (1971): "Characteristics of successful entrepreneurs" *Personnel Psychology*, vol. 24 (2), pp. 50-60.
- HORNADAY, R. W. (1992): "Thinking about entrepreneurship: A fuzzy set approach", *Journal of Small Business Management*, vol. 30 (4), pp. 12-23.
- JO, H.; LEE, J. (1996): "The relationship between an entrepreneur's background and performance in new venture", *Technovation*, vol. 6 (4), pp. 161-171.
- KIRZNER, I. M. (1973): "Competition and entrepreneurship", *The University of Chicago Press*.
- KISH, L. (1995): "Survey sampling", *John Wiley and Sons*, New York
- KORUNKA, C.; FRANK H.; LUEGER, M.; MUGLER, J. (2003): "The entrepreneurial personality in the context of resources, environment, and the start up process - A configurational approach", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 28 (1), pp. 23-42.
- KURATKO, D. F.; HODGETTS, R. M. (2004): "Entrepreneurship", 6<sup>th</sup> edition, *Thompson*, South Western.
- LEE, D. Y.; TSANG, E. W. K. (2001): "The effects of entrepreneurial personality, background and network activities on venture growth", *Journal of Management Studies*, vol. 38 (4), pp. 583-602.
- LEIVA J. C. (2004): "Estudio exploratorio de la motivación emprendedora en el ITCR, en Roig, S.; Ribeiro, D.; Torcal, R.; De la Torre, A.; Cerver, E. (2004): "El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I". *Servei de Publicacions Universitat de Valencia*, cap.19, pp. 323-339.
- LORSCH, J. W.; MORSE, J. J. (1974): "Organisations and their members: a contingency approach", *Harper y Row*, New York,
- MCCLELLAND, D. C. (1961): "La sociedad ambiciosa", *Ediciones Guadarrama*, Madrid.
- MESCON, T. S.; MONTANARI, J. R. (1981): "The personalities of independent and franchise entrepreneurs, an empirical analysis of concepts", *Journal of enterprise management*, vol. 3 (2), pp. 413-417.
- MIQUEL, S.; BIGNÉE, E.; LEVY, J.; CUENCA, A.; MIQUEL, M. J. (1997): "Investigación de mercados" *McGraw Hill*, Madrid.
- MILLER, D.; TOLOUSE, J. M. (1986): "Chief executive personality and corporate strategy and structure in small firms", *Management Science*, vol. 32, (11), pp. 1389-1409.

- MITCHEL, T. F.; KNUDSEN, B. R. (1986): "Instrumentality theory prediction of students' attitudes towards business and their choice of business as an occupation", *Academy of Management Journal*, vol. 16 (1), pp. 41-52.
- MORIANO, J. A.; SÁNCHEZ, M. L.; PALACÍ, F.J. (2004): "Un estudio descriptivo sobre los emprendedores en España, la República Checa y Bulgaria", en Roig, S.; Ribeiro, D.; Torcal, R.; De la Torre, A.; Cerver, E. (2004): "El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I". *Servei de Publicacions Universitat de Valencia*, cap.10, pp. 161-178.
- MORRIS, M. (1998): "Entrepreneurial intensity: sustainable advantages for individuals organizations and societies", *Quorum Books*, Westport, CT.
- PETERMAN, N. E.; KENNEDY, J. (2003): "Enterprise Education: Influencing Students' Perceptions of Entrepreneurship", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 28 (2), pp. 129-144.
- ROBBINS, S. P. (1999): "Comportamiento organizacional" *Prentice Hall*, 8a. Edic. México.
- ROBINSON, P. B.; SEXTON, E. A. (1994): "The effect of education and experience of self-employment success", *Journal of Business Venturing*, vol. 9 (2), pp. 141-156.
- ROBINSON, P. B.; STIMPSON, D. V.; HUEFNER, J. C.; HUNT, H. K. (1991): "An attitude approach to the prediction of entrepreneurship", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 15 (4), pp. 13-31.
- ROTTER, J. B. (1966): "Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement", *Psychological Monographs*, Whole No. 609.
- RUBIO, E. A; CORDÓN, E.; AGOTE, A. L. (1999): "Actitudes hacia la creación de empresas: un modelo explicativo", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 8 (3), pp. 37-51.
- SCOTT, M.; TWOMEY, F. (1988): "The long-term supply of entrepreneurs: students' career aspirations in relation to entrepreneurship", *Journal of Small Business*, vol. 26 (4), pp. 5-13.
- SCHEIN, E. H. (1990): "Carer anchors: Discovering your real values",. *University Associates*. San Diego, CA.
- SCHERER, R.; BRODZINKY, J.; WIEBE, F. (1991): "Examining the relationship between personality and entrepreneurial carer preference", *Entrepreneurship and development*, vol. 3 (2), pp. 195-206.
- SINGH, G.; DE NOBLE, A. (2003). "Views on self-employment and personality: An exploratory study", *Journal of Development Entrepreneurship*, vol. 8 (3), pp. 265-281.
- STUART, R. W; ABETTI, P. A. (1990): "Impact of entrepreneurial and managerial experience on early performance", *Journal of Business Venturing*, vol. 5, pp. 151-162.
- THOMPSON, P. (1986): "Characteristics of the small business entrepreneur in Canada", *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 4 (1), pp. 5-11.
- VECIANA, J. M. (1989): "Características del empresario en España", *Papeles de economía española*, num. 39/40.
- YUSUF, A. (1995): "Critical success factors for small business: perceptions of South Pacific entrepreneurs", *Journal of Small Business*, vol. 23 (2), pp. 68-63.