

## Artículo

---

### El perfil psicosocial del emprendedor universitario

---

### The psychosocial profile of the university entrepreneur

JUAN ANTONIO MORIANO LEÓN<sup>1</sup>  
FRANCISCO JOSÉ PALACÍ DESCALS<sup>1</sup>  
JOSÉ FRANCISCO MORALES DOMÍNGUEZ<sup>1</sup>

Fecha de Recepción: 21-06-2005

Fecha de Aceptación: 10-05-2006

#### RESUMEN

Desde la perspectiva de estudio de la intención emprendedora, el presente trabajo analiza las variables psicosociales que permiten elaborar el perfil del emprendedor universitario en España. Para ello, se utiliza un modelo de desarrollo de la carrera profesional que permite clasificar las variables psicosociales en tres espacios: familiar, sociolaboral y personal. La muestra utilizada estaba formada por 601 estudiantes universitarios procedentes de la Comunidad Autónoma de Castilla y León. Los resultados indican que los estudiantes, en general, tienen una alta intención de trabajar por cuenta ajena, en una empresa privada o en la Administración Pública, y una baja intención de desarrollar su carrera profesional a través del autoempleo. Específicamente, se ha encontrado que el género, la familia, la experiencia laboral, la educación hacia el autoempleo, el apoyo social, la percepción de barreras y los valores individualistas y colectivistas permiten predecir la intención de crear una empresa o trabajar por cuenta propia.

#### ABSTRACT

This paper analyzes the psychosocial variables that make up the profile of the university entrepreneur in Spain from the perspective of the entrepreneurial intention. A career development model is used to classify these psychosocial variables in three settings: family, workplace and personal issues. The sample consisted of 601 university students from the autonomous region of Castilla y León. The results show that the students develop high

---

<sup>1</sup> Dpto. Psicología Social y de las Organizaciones. Facultad de Psicología. UNED. e-mail: [jamoriano@psi.uned.es](mailto:jamoriano@psi.uned.es)

intentions to work as employees for private companies or for the Administration but their intentions to become entrepreneurs are low. Specifically, we found that gender, family, labor experience, entrepreneurial training, social support, barriers perception, and individualistic and collectivistic values are likely to predict the entrepreneurial intention of university students.

#### **PALABRAS CLAVE**

Emprender, Autoempleo, Educación, Universidad y valores.

#### **KEY WORDS**

Entrepreneurship, Self-employment, Education, University and Values.

## INTRODUCCIÓN

Actualmente, tanto la Comisión Europea como los gobiernos nacionales están demandando un incremento de la actividad emprendedora (Acs, Arenius, Hay y Minniti, 2005; Comisión de las Comunidades Europeas, 2003). Se reconoce el impacto que tiene la actividad emprendedora en la innovación, la competitividad, la creación de empleo y el crecimiento económico. Esta demanda de la actividad emprendedora incluye el estudio, promoción y desarrollo tanto de nuevas empresas como de emprendedores. Esto implica que el estudio de la actividad emprendedora sea uno de los campos que está creciendo más rápidamente dentro de las ciencias sociales (Katz, 2003).

La principal cuestión que se plantea es cómo hacer que surjan más emprendedores. La Unión Europea ha tratado de lograr este objetivo a través de políticas a corto plazo que se centran en la eliminación de las barreras que impiden el desarrollo y el crecimiento empresarial. No obstante, la concesión de subvenciones y la simplificación de los trámites administrativos no han contribuido como se había esperado a la creación de nuevas empresas. Esto ha llevado a enfocar el problema desde una nueva perspectiva donde el objetivo principal es lograr que más personas deseen convertirse en empresarios y se preparen para ello (Comisión de las Comunidades Europeas, 2003).

Durante mucho tiempo en nuestro país y en Europa, en general, convertirse en empresario se ha considerado una opción arriesgada, no especialmente atractiva y menos gratificante desde el punto de vista social que otras profesiones tradicionales. Por lo que, los sistemas educativos no se

orientaban al desarrollo del espíritu empresarial y el autoempleo, ya que el objetivo final de la trayectoria educativa era más bien producir empleados que trabajasen en grandes empresas o en la administración pública. De hecho, en la universidad, la formación en el espíritu emprendedor (*entrepreneurship*) se ha dirigido exclusivamente a los estudiantes de ciencias económicas y empresariales (Comisión Europea, 2002a).

En los últimos años las cosas han cambiado rápidamente y en Europa existe una conciencia creciente de que emprender es una capacidad básica que se ha de inculcar mediante el aprendizaje permanente (Comisión Europea, 2002b). Así, el Consejo Europeo de Lisboa del año 2000 y el Consejo de Educación, en su informe de febrero de 2001 sobre los objetivos futuros de los sistemas educativos, establecen entre las necesidades más destacadas el estrechamiento de los lazos entre las empresas y los sistemas educativos, y el desarrollo del espíritu emprendedor mediante los sistemas educativos y de formación.

Por lo tanto, en este contexto se reconoce explícitamente la necesidad de superar los acercamientos puramente económicos o empresariales, y estudiar las variables psicológicas y sociales que impulsan el desarrollo de la conducta emprendedora. En esta línea, el presente trabajo trata de describir y analizar las variables psicosociales que conforman el perfil del estudiante emprendedor universitario en España.

## MARCO TEÓRICO

El estudio de la conducta emprendedora se caracteriza por ser un campo de

investigación plural y multidisciplinar, que estudia tanto las características personales como las actividades empresariales, los efectos económicos y sociales, o incluso los aspectos culturales. Desde la Psicología, la investigación se ha centrado principalmente en el análisis de las diferencias individuales entre emprendedores y no emprendedores, con el objetivo de elaborar un perfil descriptivo de la personalidad típica del emprendedor. Según este perfil, se podría detectar a aquellas personas con un potencial innato para convertirse en emprendedores de éxito. Sin embargo, esta línea de investigación no ha logrado grandes resultados y además ha recibido numerosas críticas, tanto metodológicas como teóricas, que han puesto de manifiesto la insuficiencia de los rasgos de personalidad para predecir la conducta emprendedora (Baron, 2002; Gartner, 1988; Robinson, Stimpson, Huefner y Hunt, 1991; Shane y Venkataraman, 2000; Shaver y Scott, 1991).

Esto ha llevado a muchos investigadores en esta área a centrarse en el estudio de variables más dinámicas y modelos que tuvieran en cuenta no sólo aspectos personales, sino también sociales, así como la interacción entre ambos para explicar y predecir la conducta emprendedora. Por lo que, la línea de investigación que está adquiriendo una mayor relevancia en esta área es el estudio de la intención emprendedora (Alexei y Kolvereid, 1999; Audet, 2002; Crant, 1996; Douglas y Shepherd, 2002; Krueger, Reilly y Carsrud, 2000). Este enfoque se basa principalmente en el análisis de la elección de la carrera ocupacional, es decir, por qué algunas personas pero no otras eligen desarrollar su carrera profesional a través del autoempleo.

Desde esta última perspectiva, el pre-

sente trabajo pretende ampliar el estudio del perfil del emprendedor utilizando variables que desde la Psicología Social pueden considerarse importantes para explicar y predecir la intención de desarrollar la carrera profesional a través del autoempleo de los estudiantes universitarios. Para ello, se utiliza el modelo de desarrollo de la carrera profesional de Sonnenfelt y Kotter (1982) que ha sido utilizado en el estudio de los emprendedores por Sánchez-Almagro (2003). Este modelo permite clasificar las variables psicosociales en tres espacios: familiar, sociolaboral y personal. A continuación, se describen brevemente estos tres espacios cuyas variables permiten comprender, desde una perspectiva psicosocial, el desarrollo de la carrera profesional a través del autoempleo.

### **El espacio familiar**

La investigación en el campo de estudio de los emprendedores ha señalado repetidamente que los modelos sociales que proporciona el entorno familiar influyen positivamente en el desarrollo de la carrera profesional a través del autoempleo (Andreu, 1998; Brockhaus, 1982; Hisrich y Brush, 1986; Katz, 1992; Roberts y Wainer, 1968; Sánchez-Almagro, 2003; Scherer, Adams y Wiebe, 1989; Shaper, 1982). Por lo que, provenir de un núcleo familiar con vinculación empresarial hace que la persona se introduzca poco a poco en el mundo empresarial. Efectivamente, el hijo de un profesional independiente después de observar el ejemplo de su padre o de su madre tiende a encontrar más atractiva una ocupación con un grado elevado de independencia y flexibilidad (Brockhaus, 1982; Hisrich y Brush, 1986). Sirva como ejemplo en

nuestro contexto, el estudio realizado en España por Sánchez-Almagro (2003) donde se comparaba autoempleados (n=166) con funcionarios (n=287). Los resultados mostraron que el 30% de los padres de los emprendedores son empresarios o autónomos frente al 19% de los no emprendedores.

Por otra parte, dentro de este espacio familiar también se suelen incluir las características demográficas como son la edad y el género. Teniendo en cuenta que la muestra utilizada en este estudio se limita a estudiantes universitarios, los participantes son jóvenes y la variabilidad en la edad es muy baja. Por lo que, no se puede analizar la influencia de esta variable sobre la intención de emprender un negocio.

Respecto a la variable género, diferentes estudios internacionales han señalado que, en general, la ratio entre hombres y mujeres es de 1.8, por lo tanto, se halla prácticamente el doble de hombres dedicados a la actividad emprendedora que de mujeres (Castro, Pistrui, Coduras, Cohen, y Justo, 2002; Coduras y Justo, 2003; Reynolds, Hay, Bygrave, Camp, y Autio, 2000). En nuestro país, según un estudio de las Cámaras de Comercio y Fundación INCYDE (2003), la mayoría de las empresas españolas nacidas en 1998 y activas en el 2002 fueron creadas por hombres (66%).

Respecto a las causas que frenan la incorporación de la mujer al ámbito de la creación de empresas, el contexto al que la mujer debe enfrentarse para llevar a cabo su iniciativa empresarial puede considerarse desfavorable. Después de haber formado una familia resulta incluso más difícil trabajar por cuenta propia que hacerlo

por cuenta ajena. De hecho, el conflicto que se produce entre las demandas de tiempo del negocio, el hogar y la familia constituye una barrera de especial importancia para las mujeres emprendedoras (Goffee y Scase, 1987). Asimismo, las mujeres que crean su propia empresa suelen sentirse culpables por atender su negocio y descuidar su vida familiar (Neider, 1987).

Por lo tanto, se plantea como primera hipótesis de este trabajo que las variables del espacio familiar (familia emprendedora y género) estarán relacionadas con la intención de emprender de los estudiantes universitarios.

## **El espacio sociolaboral**

Distintas variables psicosociales forman parte de este espacio sociolaboral y han sido señaladas en la literatura por su influencia en el desarrollo de la carrera emprendedora. A continuación, se describen las más relevantes.

### *Experiencia laboral*

La importancia de la experiencia laboral en la elección de desarrollar la carrera profesional como autoempleado ha sido indicada en diferentes estudios (Kolvereid, 1996; Scott y Twomey, 1988). Además, se ha encontrado una relación significativa entre tener específicamente experiencia laboral en una pequeña empresa y el interés por emprender un negocio propio (Matthews y Moser, 1995)

Asimismo, contar con experiencia en el pasado como emprendedor se relaciona más positivamente en comparación con

otros tipos de experiencia laboral no sólo con el interés en la carrera profesional como autoempleado, sino además con el éxito en la creación y gestión de una nueva empresa (Sandberg y Hofer, 1987; Vesper, 1990).

### *Educación*

Resulta comúnmente asumido que las características personales y las habilidades de los emprendedores pueden ser desarrolladas a través de la educación. De hecho, algunas investigaciones sugieren que la conducta emprendedora puede ser estimulada a través de programas formales de educación (Bechard y Toulouse, 1998; Gorman, Hanlon y King, 1997).

Diferentes estudios han mostrado que la educación puede estimular el desarrollo de la conducta emprendedora de diferentes formas. Por una parte, la educación para el autoempleo puede incrementar los conocimientos sobre creación y gestión de empresas, y fomentar características personales asociadas con los emprendedores como la motivación de logro, el locus de control interno o la autoeficacia (Bonnert y Furnham, 1991; Gorman et al., 1997; Hansemark, 1998; Krueger y Dickson, 1994; Rasheed, 2003)

Por otra parte, Vesper (1990) señala que la educación formal hacia el autoempleo en la universidad facilita el proceso de creación de empresas porque permite concienciar a los estudiantes de la viabilidad que tiene el autoempleo como salida profesional. De hecho, diferentes estudios han mostrado que este tipo de educación incrementa la actitud positiva hacia emprender como carrera profesional alternativa (Ede, Panigrahi y Calcich, 1998;

Hatten y Ruhland, 1995; Kourilsky y Walstad, 1998; Walstad y Kourilsky, 1998).

En la misma línea, Dyer (1994) señala que la educación para el autoempleo pone en contacto a los estudiantes con modelos de rol (por ejemplo, emprendedores de éxito) que hacen que emprender resulte más atractivo como carrera profesional. De esta forma, la educación para el autoempleo se puede considerar como un factor socializador dentro del proceso emprendedor.

### *Dificultades y obstáculos para la creación de una empresa*

La creación de una empresa resulta difícil por la gran cantidad de obstáculos, barreras, problemas e impedimentos que el emprendedor debe superar. La principal dificultad que encuentran los emprendedores para crear su propia empresa es la consecución de los recursos económicos necesarios para la puesta en marcha (Comisión Europea, 2002a). Comenzar una actividad empresarial exigirá realizar una serie de inversiones, muy variables dependiendo de la actividad y dimensión, a las que el emprendedor habrá de hacer frente, bien con recursos propios (casi siempre insuficientes), bien con financiación externa o, como es habitual, con una combinación de ambos. Igualmente, el tiempo y el esfuerzo que conlleva la realización de los trámites necesarios para crear una nueva empresa constituye otra importante barrera externa. No obstante, este problema está fuertemente ligado a la política y burocracia de cada gobierno, y, por tanto, se dan diferencias en la importancia de esta dificultad en cada país (Comisión Europea, 2002a).

Por otra parte, Pihkala y Vesalainen (2000), en un estudio realizado en Finlandia, encuentran que las principales barreras inhibitorias que deben superar los emprendedores son las siguientes: 1) el *cambio en la forma de vida* que supone trabajar por cuenta propia, 2) el *riesgo financiero* que hace referencia al miedo a perder la propiedad privada, contraer deudas y la incertidumbre económica, 3) la *falta de habilidades y capacidades* para emprender, 4) el *riesgo social*, miedo a hacer el ridículo si la idea de negocio resulta mala y ser estigmatizado como un perdedor o fracasado; y 5) la *falta de compromiso* con el desarrollo de la carrera profesional a través del autoempleo.

Por último, existen barreras invisibles que están relacionadas con los acontecimientos que ocurren en el entorno del emprendedor. Se denominan *invisibles* porque normalmente el emprendedor no las percibe y, por tanto, no es conciente de su existencia. Según Michail (2000), las barreras invisibles pueden ser clasificadas en intencionadas y no intencionadas. Las barreras intencionadas son creadas específicamente para impedir la entrada de nuevas empresas en un determinado mercado o emergen del apoyo con el que cuentan las empresas o industrias ya existentes, por lo tanto, impiden a las nuevas empresas competir en igualdad de condiciones. Por su parte, las barreras no intencionadas surgen de la falta de apoyo social al emprendedor o de una cultura donde no se valora el espíritu empresarial. Por ejemplo, la mayoría de los profesores provienen de un sistema altamente estructurado y, por tanto, tiende a considerar y a tratar a sus alumnos como futuros empleados y no como emprendedores (Gasse, 1985).

### *Apoyo social*

Esta variable hace referencia a la creencia acerca del apoyo que el sujeto espera obtener por parte de los grupos de pertenencia (padres, hermanos y cónyuge) y de referencia (amigos, colegas y profesores) en el caso de crear su propia empresa o trabajar por cuenta propia.

El apoyo social se ha considerado una variable importante a la hora de explicar la conducta de la persona. En el caso de la conducta emprendedora, algunos autores siguiendo la Teoría de la Acción Planificada de Ajzen (1991) para explicar la elección de la carrera profesional, han considerado el apoyo social, evaluado a través de la norma subjetiva, como una variable significativa para predecir la intención de emprender (Alexei y Kolveid, 1999; Autio, Keeley, Klovesten, Parker, y Hay, 2001; Kolveid, 1996; Krueger et al., 2000).

A partir de estas teorías y trabajos de investigación se propone, como segunda hipótesis de este trabajo, que las variables del espacio sociolaboral (experiencia laboral, educación, barreras y apoyo social) tendrán una influencia significativa sobre la intención de emprender.

### **Espacio personal**

Las variables psicológicas que suelen incluirse dentro de este espacio hacen referencia a rasgos de personalidad como la necesidad de logro, el *locus de control interno*, la capacidad de asumir riesgos, la perseverancia, la creatividad y la iniciativa (Sánchez-Almagro, 2003). Sin embargo, dando por supuesto que las anteriores características personales se muestran

relacionadas con la conducta emprendedora, este trabajo siguiendo con el objetivo de ampliar el perfil del emprendedor con variables psicosociales, se propone dentro de este espacio el estudio de los valores personales individualistas y colectivistas.

En la actualidad, el estudio sobre los valores está adquiriendo un importante protagonismo en Psicología del Trabajo y de las Organizaciones (Alonso, 1999; Martínez-Sánchez y Rocabert, 2000; Ros y Gouveia, 2001). Entendemos los valores, al igual que Schwartz (1990), como una concepción del individuo de los objetivos que sirven como principios que guían su vida.

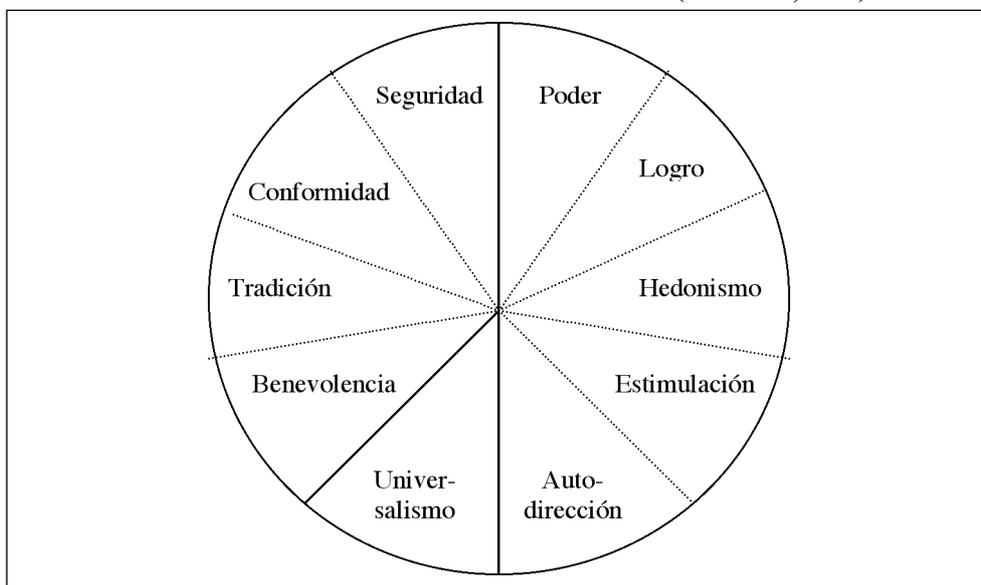
Con el término *individualismo* hacemos referencia aquellos valores que manifiestan una independencia emocional con respecto a grupos y organizaciones. Por el contrario, el *colectivismo* se asocia a una dependencia

emocional de los grupos con los que la persona se identifica y de los que forma parte (Morales, López-Sáez y Vega, 1996).

Según Schwartz (1990), los valores conforman los fines motivacionales del individuo y propone una estructura de valores circular, como se puede apreciar en la Figura 1, que representa las relaciones dinámicas entre los valores según principios de compatibilidad y contradicción lógica. De acuerdo a esta estructura circular, la persecución de los valores adyacentes (por ejemplo, poder y logro, estimulación y autodirección) es compatible, mientras que la persecución de los valores opuestos (por ejemplo, poder y universalismo) generaría conflicto.

Los diez tipos de valores propuestos por Schwartz se agruparían dentro de las dimensiones individualismo y colectivis-

**Figura 1.**  
**Estructura motivacional del sistema de valores (Schwartz, 1990)**



mo. Así, los individualistas enfatizarían en el *poder*, *logro*, *hedonismo*, *estimulación* y *autodirección*, mientras que los colectivistas tenderían a dar gran importancia a la *benevolencia*, *tradicción* y *conformidad*. Por último, el *universalismo* y la *seguridad* serían tipos de valores mixtos que podrían darse en cualquiera de las dos dimensiones.

Respecto al estudio de los valores en los emprendedores, son escasos los trabajos realizados. No obstante, estos trabajos muestran una relación significativa entre determinados valores de tipo individualista y la conducta emprendedora. Así, Kecharananta y Baker (1999) obtuvieron diferencias significativas entre los valores de los emprendedores y los administradores de empresa tailandeses utilizando el instrumento SYMLOG (Polley, Hare y Stone, 1988). Específicamente, los emprendedores puntuaron más alto en *individualismo*, *independencia* y *resistencia a la autoridad*. Asimismo, en un estudio exploratorio realizado en nuestro país por Moriano, Palací y Trejo (2001) se observa una tendencia a que los emprendedores están inspirados por valores de tipo individualista como, por ejemplo, el *hedonismo*.

Por todo ello, en la tercera hipótesis de este trabajo se señala que las variables del espacio personal (valores individualistas y colectivistas) presentaran una relación significativa con la intención emprendedora de los estudiantes universitarios.

## METODOLOGÍA

### Participantes

En esta investigación han participado 601 estudiantes universitarios de la Comu-

nidad Autónoma de Castilla y León, 34.9% hombres y 65.1% mujeres con edades establecidas entre 18 y 30 años ( $M=22$ ,  $DT=2.61$ ). El 46.8% se encontraban realizando una diplomatura o ingeniería técnica, el 52% una licenciatura o ingeniería superior, y el 1.2% estudios de postgrado. Respecto a las áreas de conocimiento, las principales áreas estaban representadas de la siguiente forma: Ciencias Experimentales (31,3%), Ciencias Económicas y Empresariales (21,2%), Ciencias Técnicas (14,3%), Humanidades (13,4%), Ciencias Sociales (12,3%), Ciencias Jurídicas (5,4%) y Ciencias Sanitarias (2,1%).

### Instrumento

Los participantes cumplieron un cuestionario donde se recogía los siguientes aspectos:

- *Datos personales*: edad, sexo, localidad y provincia.
- *Formación académica*: nivel de estudios, área de conocimientos y centro académico.
- *Intención laboral* (en una escala de 1 a 10) respecto a los siguientes trayectos profesionales: a) crear su propia empresa o trabajar por su cuenta, b) incorporarse a una empresa privada donde pueda desarrollar su carrera profesional, c) aprobar unas oposiciones e ingresar en la Administración Pública.
- *Versión reducida del cuestionario de valores de SVS* (*Survey values scale*) de Schwartz (1987, adaptado por Ros y Grad, 1991). Se seleccionaron aquellos valores específicos que permitían descri-

minar mejor entre emprendedores y no emprendedores según los resultados obtenidos por Moriano, Palací, y Trejo (2001). Este cuestionario reducido estaba compuesto por dos listas que formaban un total de 34 valores específicos (véase la tabla 1 y el anexo 1). La escala de respuesta estaba formada por nueve puntos desde “opuesto a mis valores” (-1) a “de suprema importancia” (7). La fiabilidad de la escala resulta satisfactoria, ya el estadístico *alfa de Cronbach* obtuvo una puntuación de .78.

- *Aspectos familiares*: se preguntaba si “algún miembro de su familia directa es empresario o ha tenido un negocio propio (padres, hermanos o abuelos)”. La opción de respuesta era “sí” o “no”.
- *Experiencia laboral*: se preguntaba si “ha trabajado a la vez que realizaba sus estudios” y si “en el pasado, se ha preocupado por emprender actividades tem-

porales o pequeños negocios que le haya reportado algún beneficio económico”. La opción de respuesta a cada pregunta era “sí” o “no”.

- *Apoyo al autoempleo desde el centro educativo*: escala formada por cinco ítems que medían, en una escala de 1 (ninguno) a 5 (mucho), la preparación hacia el autoempleo que proporcionaba la universidad donde los participantes estudiaban (véase Anexo 2). La fiabilidad de esta escala puede considerarse satisfactoria porque alcanzó una puntuación de .72 en el estadístico *alfa de Cronbach*. Como se trataba de una escala desarrollada específicamente para esta investigación, se realizó un análisis factorial de componentes principales y normalización *Varimax con Kaiser*. A través de este análisis se encontraron dos factores que explicaban el 68.64% de la varianza. Estos factores hacen referencia a *estimulación del autoem-*

**Tabla 1.**  
**Clasificación de los valores de la escala según la tipología de Schwartz**

Dimensiones	Tipos de valor	Valores específicos
<b>Individualismo</b>	<i>Poder</i>	Riqueza, imagen pública, reconocimiento social.
	<i>Logro</i>	Ambicioso, lograr éxitos, capaz.
	<i>Hedonismo</i>	Placer, disfrutar de la vida.
	<i>Estimulación</i>	Vida variada, vida excitante, atrevido.
	<i>Autodirección</i>	Creatividad, libertad, elegir las propias metas, curiosidad, independencia.
<b>Mixto</b>	<i>Universalismo</i>	Justicia social, igualdad, un mundo en paz, sabiduría.
	<i>Seguridad</i>	Seguridad familiar, orden social, reciprocidad de favores.
<b>Colectivismo</b>	<i>Benevolencia</i>	Ayudar, lealtad, responsabilidad, honestidad, amistad verdadera.
	<i>Tradicón</i>	Aceptando mi parte en la vida, respetando a la tradición, humilde, moderado.
	<i>Conformidad</i>	Obediencia, buenos modales, honra a padres y ancianos.

pleo y la realización de *actividades relacionadas con el autoempleo*.

- *Apoyo social*: escala desarrollada por Sánchez-Almagro (2003) donde los participantes debían señalar cómo creían que influirían su cónyuge, padres, hermanos, amigos, compañeros y profesores si decidieran crear su propia empresa o trabajar por cuenta propia. La escala de respuesta era tipo Likert de cinco puntos, desde 1 (oposición) a 5 (ayuda). La fiabilidad de esta escala también resultó satisfactoria, ya que obtuvo una puntuación el estadístico *alfa de Cronbach* de .70. A través del análisis factorial de componentes principales y normalización *Varimax con Kaiser* se encontraron dos factores que explicaban el 61% de la varianza. El primer factor se denomina *apoyo del grupo de pertenencia* (cónyuge, padres y hermanos) y el segundo *apoyo del grupo de referencia* (amigos, compañeros y profesores).
- *Dificultades para crear una empresa*: se trataba de nueve enunciados a los que se debía responder en una escala Likert de 1 a 5 (véase Anexo 3). Esta escala obtuvo un *Alfa de Cronbach* de .70, por lo que, su fiabilidad puede considerarse satisfactoria. Al igual que con la escala anterior, se realizó un análisis factorial de componentes principales y normalización *Varimax con Kaiser*, y se hallaron tres factores que explicaban el 56.25% de la varianza. Los factores encontrados se denominaron de la siguiente forma: 1) *Barreras externas*, dificultades económicas y burocráticas; 2) *Barreas inhibidoras*, falta de experiencia laboral, formación e idea de negocio; y 3) *Barreras invisibles*, falta de acuerdo con los socios y apoyo por parte de las personas más cercanas.

## Procedimiento

El cuadernillo de cuestionarios fue administrado en horas de clase respetando la participación voluntaria y la confidencialidad de los datos. Las instrucciones dadas a los participantes hacían referencia a que la investigación estaba principalmente orientada a conocer diferentes aspectos relacionados con su formación académica y, en ningún momento, se comentó el objetivo real de la investigación. Las universidades en las que se administraron los cuestionarios fueron las siguientes: Universidad de Salamanca (32,6%), Universidad de Burgos (32,4%), Universidad de Valladolid (21,5%), Universidad SEK (6,4%), Universidad de León (3,8%) y UNED (3,3%).

## RESULTADOS

### Resultados descriptivos

Cuando a los estudiantes se les preguntaba cuál era su intención de seguir diferentes trayectos profesionales, la intención de crear una empresa o trabajar por cuenta propia obtenía la puntuación más baja ( $M=5.03$ ,  $DT=2.59$ ). Por lo que, los participantes en este estudio mostraban principalmente una alta intención de incorporarse a una empresa privada donde desarrollar su carrera profesional ( $M=7.87$ ,  $DT=1.95$ ) y una intención moderada de ingresar en la Administración Pública ( $M=6.16$ ,  $DT=2.88$ ).

A continuación, se analizó si las diferentes intenciones laborales resultaban opciones compatibles o mutuamente excluyentes. Como se puede apreciar en la tabla 2, la correlación entre la intención de trabajar por cuenta propia (emprender) y

cuenta ajena (trabajar en una empresa privada o ser funcionario) resulta significativamente negativa. Por consiguiente, cuanto mayor es la intención de emprender menor es la intención de incorporarse a la Administración Pública o a una empresa privada, y viceversa.

emprender actividades temporales o pequeños negocios.

Respecto a los aspectos educativos relacionados con el autoempleo, solamente el 20% de los estudiantes universitarios han asistido a algún seminario o conferen-

**Tabla 2.**  
**Correlación de Pearson entre los diferentes tipos de intenciones**

<b>Intención laboral</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
1. Emprender	-		
2. Empresa Privada	- .135**	-	
3. Administración Pública	- .228**	.045	-

\*\* Correlación es significativa al nivel .01 (bilateral).

En consecuencia, resulta interesante conocer el porcentaje de estudiantes que tienen mayor intención de crear su propia empresa frente a trabajar por cuenta ajena. En este sentido, encontramos que solamente el 11.5% de los estudiantes universitarios muestran una intención mayor de desarrollar su carrera profesional a través del autoempleo que de incorporarse a una empresa privada o ingresar en la Administración Pública.

Una vez analizada la variable criterio de este estudio, se describen, a continuación, las principales variables psicosociales que forman el espacio familiar, socio-laboral y personal según el modelo de Sonnenfelt y Kotter (1982). Como se puede observar en la tabla 3, más de la mitad de los participantes tiene algún familiar directo que es empresario o ha tenido un negocio propio. Asimismo, casi la mitad de los estudiantes cuenta con experiencia laboral. Sin embargo, sólo el 18% se ha preocupado en el pasado por

cia sobre autoempleo. De hecho, los estudiantes señalan que desde la universidad se estimula poco el autoempleo y se realizan muy pocas actividades sobre creación de nuevas empresas. Además, consideran importantes las barreras (externas, inhibidoras e invisibles) que se deben superar para crear una empresa o trabajar por cuenta propia.

En cuanto al apoyo social, los participantes creen que sus familiares (padres, hermanos y cónyuge) les animarían a desarrollar su carrera profesional a través del autoempleo, mientras que las personas que forman parte del grupo de referencia se mostrarían indiferentes.

### **Correlaciones entre las variables psicosociales y la intención emprendedora**

A continuación, se presentan las correlaciones entre las variables que forman el

**Tabla 3.**  
**Estadísticos descriptivos**

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Familia emprendedora	323	54.3%
Experiencia laboral	270	45.2%
Experiencia emprendedora	108	18.3%
Asistencia seminario sobre autoempleo	120	20%
	<b>Media</b>	<b>DT</b>
Estimulación al autoempleo	1.75	0.72
Actividades sobre autoempleo	1.67	0.67
Apoyo del grupo de pertenencia	4.12	0.78
Apoyo del grupo de referencia	3.63	0.50
Barreras externas	3.79	0.60
Barreras inhibitoras	3.77	0.68
Barreras invisibles	3.68	0.79
Valores individualistas	4.28	0.74
Valores mixtos	4.98	0.70
Valores colectivistas	4.54	0.82

espacio familiar, sociolaboral y personal, y la intención de crear una empresa o trabajar por cuenta propia. En la tabla 4, se observa que las variables que forman el espacio familiar presentan una correlación positiva y significativa con la intención de emprender de los estudiantes universitarios.

Dentro de las variables del espacio sociolaboral, tanto la experiencia laboral como la experiencia emprendedora correlacionan de forma positiva y significativa con la intención emprendedora. Respecto a las variables relacionadas con la educa-

ción, la asistencia a algún seminario y la estimulación desde la universidad hacia el autoempleo correlacionan positiva y significativamente con la intención emprendedora. Sin embargo, la realización de actividades relacionadas con el autoempleo no muestra una correlación significativa con la intención emprendedora.

Por su parte, el apoyo social correlaciona positiva y significativamente con la intención emprendedora cuando proviene del grupo de pertenencia, pero no sucede así con el grupo de referencia. Asimismo, dentro de las barreras para crear una

empresa sólo las barreras inhibitoras presentan una correlación significativa con la intención emprendedora, aunque en este caso resulta negativa.

En relación con los valores individualistas y colectivistas, que conforman en esta investigación el espacio personal, muestran diferentes tipos de correlación según su tipo. Así, los valores individualistas correlacionan positiva y significativamente, mientras que los valores colectivistas presentan una correlación significativa, pero negativa con la intención emprendedora. Respecto a los valores mixtos, estos no tienen una correlación significativa con la intención de los estudiantes de crear una empresa o trabajar por cuenta propia.

### **Análisis de regresión**

Con el objeto de comprobar si las variables psicosociales, recogidas en los espacios descritos por el modelo Sonnenfelt y Kotter (1982), permiten predecir la intención de crear una empresa o trabajar por cuenta propia, se realizó un análisis de regresión. En este análisis se incluyeron como variables predictoras en la ecuación de regresión las variables que mostraban una correlación significativa con la intención emprendedora.

En la tabla 5 se puede observar que el modelo formado por estas variables permite explicar un 25.3% de la intención de emprender de los estudiantes universitarios. Específicamente, las variables del espacio familiar obtiene pesos betas muy significativos y explican el 6.9% de la intención emprendedora. Por lo que, ser hombre y tener algún familiar directo emprendedor se relacionan significativa-

mente con la intención de desarrollar la carrera profesional a través del autoempleo.

Las variables que forman el espacio sociolaboral explican el mayor porcentaje de intención emprendedora, que es el 19.8%. Cabe destacar las puntuaciones beta del apoyo social, la asistencia algún seminario sobre autoempleo, la estimulación hacia el autoempleo desde la universidad y contar con experiencia como emprendedor. Por el contrario, las barreras inhibitoras obtienen el peso beta más bajo y además su impacto sobre la intención de emprender es negativo. Por lo que, lógicamente cuanto más importancia da la persona a las barreras inhibitoras para crear una empresa, menor será su intención de desarrollar su carrera profesional a través del autoempleo.

Por último, los valores personales individualistas y colectivas, que representan en nuestro estudio la única variable del espacio personal, permiten explicar el 5.5% de la intención emprendedora y aumentan muy significativamente el coeficiente de regresión del modelo general. Respecto al impacto de estas variables, los valores individualistas obtienen la mayor puntuación beta y muestran una relación muy positiva con la intención de emprender. Por el contrario, los valores colectivistas muestran una relación significativa, pero negativa con la intención de trabajar por cuenta propia o crear una empresa.

### **Árbol de decisión**

El árbol de decisión (*answer tree*) es una herramienta estadística que permite caracterizar a los sujetos utilizando una estrategia sistemática para observar las

**Tabla 4.**  
**Correlación de Pearson entre las variables**

	<b>Intención emprendedora</b>
Género	.145**
Familia	.209**
Experiencia laboral	.153**
Experiencia emprendedora	.168**
Asistencia seminario sobre autoempleo	.187**
Estimulación al autoempleo	.171**
Actividades sobre autoempleo	.029
Apoyo del grupo de pertenencia	.155**
Apoyo del grupo de referencia	.058
Barreras externas	-.061
Barreras inhibitoras	-.103**
Barreras invisibles	-.006
Valores individualistas	.207**
Valores colectivistas	-.122**
Valores mixtos	-.031

\*\* La correlación es significativa al nivel .01 (bilateral)

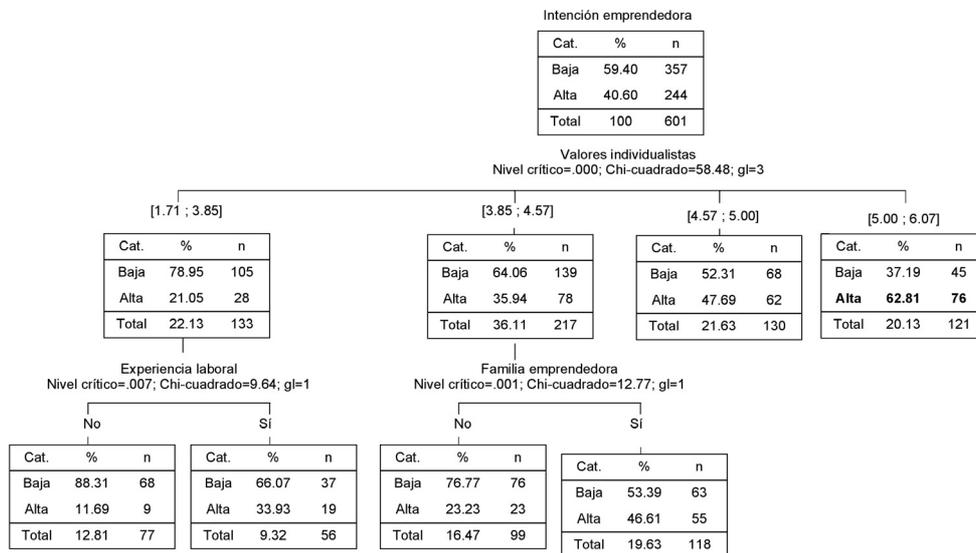
variables del estudio de forma escalonada. Esta técnica de segmentación informa del grado en que la caracterización obtenida (perfiles) permite clasificar a los participantes correctamente (bondad de ajuste del modelo de clasificación).

El método utilizado para el desarrollo del árbol de decisión es el *Chaid* exhaustivo. Este método utiliza los estadísticos de “Chi-cuadrado” o “F” para seleccionar los predictores. Cada división puede tener varios nodos. La variable criterio corresponde a la intención emprender que se divide en dos categorías: alta y baja intención emprendedora. Se utilizó como crite-

rio para esta división la puntuación media (5.03). Como variables predictoras se incluyeron todas las variables que forman el espacio familiar, sociolaboral y personal. La variable con mayor peso formará el tronco y éste se irá ramificando con otras variables con menor peso, que irán mejorando la probabilidad de la variable criterio.

En la figura 2 se puede observar que el árbol de decisión está formado por un primer tronco compuesto por los grupos de “baja intención emprendedora” con un 59.40% y “alta intención emprendedora” con un 40.60%. A partir de esta rama se

**Figura 2.**  
**Árbol de decisión**



puede observar que los valores individualistas constituyen la variable que mejor discrimina. Si la puntuación en este tipo de valores es alta, entre 5 y 6.07, la probabilidad de emprender se encuentra en el 62.81% respecto al 20.13% del total de la muestra.

Por otra parte, si la puntuación en los valores individualistas está entre 3.85 y 4.57, entonces la probabilidad de emprender es sólo del 35.94%. Sin embargo, dentro de este grupo aparece una nueva rama hacia la familia emprendedora, según la cuál, si se cuenta con algún familiar directo emprendedor, la probabilidad de emprender aumenta al 46.61% respecto del 19.63% del total de la muestra.

Asimismo, cuando la puntuación en los valores individualista es baja, entre 1.71 y 3.85, la probabilidad de emprender se

reduce al 21.05%, pero si tenemos en cuenta dentro de este grupo la experiencia laboral, entonces la probabilidad de emprender mejora y pasa a un 33.93% del 9.32% del total de la muestra.

Para valorar la capacidad del modelo a la hora de predecir se examina la matriz de clasificación de la totalidad de la muestra. Esta matriz compara el tipo asignado mediante el árbol con el tipo realmente registrado. La estimación de riesgo revela la proporción de casos clasificados de forma incorrecta. En la tabla 6 se puede observar que la estimación del riesgo de este árbol de decisión alcanza un valor de .35, esto indica que el 65% de los casos se encuentran bien clasificados.

## CONCLUSIONES

En el presente estudio se ha realizado

**Tabla 5.**  
**Análisis de regresión**

		Intención emprendedora
		—
<b>Modelo 1</b>	<b>Género</b>	.149***
	<b>Familia emprendedora</b>	.214***
	<b>F</b>	<b>19.968***</b>
	<b>R<sup>2</sup></b>	<b>.069</b>
<b>Modelo 2</b>	<b>Género</b>	.156***
	<b>Familia emprendedora</b>	.172***
	Experiencia laboral	.088*
	Experiencia emprendedora	.114**
	Asistencia seminario sobre autoempleo	.164**
	<b>Estimulación al autoempleo</b>	.123**
	<b>Barreras inhibitoras</b>	-.083*
	<b>Apoyo del grupo de pertenencia</b>	.188***
	<b>F</b>	<b>16.358***</b>
	<b>R<sup>2</sup></b>	<b>.198</b>
	<b>ΔR<sup>2</sup></b>	<b>.129***</b>
<b>Modelo 3</b>	<b>Género</b>	.111**
	<b>Familia emprendedora</b>	.158***
	Experiencia laboral	.074*
	Experiencia emprendedora	.085*
	Asistencia seminario sobre autoempleo	.162***
	<b>Estimulación al autoempleo</b>	.108**
	<b>Barreras inhibitoras</b>	-.082*
	<b>Apoyo del grupo de pertenencia</b>	.185***
	<b>Valores individualistas</b>	.205***
	<b>Valores colectivistas</b>	-.144***
	<b>F</b>	<b>17.898</b>
	<b>R<sup>2</sup></b>	<b>.253</b>
	<b>ΔR<sup>2</sup></b>	<b>.055***</b>

\* p<.05 \*\*p < .01 \*\*\*p < .001

**Tabla 6.**  
**Matriz de clasificación errónea**

		Categoría real		
		Baja	Alta	Total
Categoría estimada	Baja	312	168	480
	Alta	45	76	121
	Total	357	244	601
		Reestimación		
Estimación de riesgo		.354		
ET de la estimación de riesgo		.019		

una revisión bibliográfica sobre distintas variables psicosociales que se relacionan con la intención de emprender de los estudiantes universitarios. Siguiendo del modelo de Sonnenfelt y Kotter (1982) estas variables se han agrupado en el espacio familiar, sociolaboral y personal. Los resultados muestran que la intención de crear una empresa o trabajar por cuenta propia está relacionada con las variables de estos espacios. Además, estas variables psicosociales permiten explicar el 25.3% de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios.

Una contribución que deseamos subrayar, por la escasez de estudios empíricos que hayan abordado esta cuestión, es la relación entre los valores personales y la intención de desarrollar la carrera profesional a través del autoempleo. Así, se ha encontrado que los valores individualistas (poder, logro, hedonismo, estimulación y autodirección) predicen positivamente la intención de emprender. De hecho, el análisis del árbol de decisión muestra que son

precisamente los valores individualistas la característica más importante del perfil psicosocial del emprendedor universitario.

Consideramos que los resultados descritos en este trabajo pueden resultar interesantes de cara a la formación y orientación profesional. Si nuestra sociedad precisa de un mayor número de emprendedores, entonces será necesario incidir sobre estas variables que componen el perfil psicosocial del emprendedor universitario. Así, en este trabajo se ha mostrado como la experiencia laboral y emprendedora, la asistencia a seminarios sobre creación de empresas, la estimulación hacia el autoempleo desde el centro educativo, el apoyo social del grupo de pertenencia y los valores individualistas son aspectos psicosociales importantes para desarrollar la intención de emprender.

Desde nuestro punto de vista, el autoempleo debe presentarse como una opción profesional a los estudiantes, ya que un problema fundamental en nuestro sistema

educativo y de nuestra sociedad es la baja intención emprendedora de los jóvenes, tal y como se ha puesto de manifiesto en este y otros trabajos (García-Montalvo y Peiró, 2001; Moriano, 2005).

En este sentido, los modelos de intención demuestran su utilidad para comprender la formación de nuevas aventuras empresariales, ofrecen un coherente, parsimonioso, altamente generalizable y robusto marco teórico que brinda una buena oportunidad para incrementar la capacidad de entender y predecir la actividad emprendedora desde una perspectiva interaccionista que tienen en cuenta tanto a la persona como el ambiente que la rodea (Krueger et al., 2000).

Asimismo, los modelos basados en intenciones permiten mejorar la identificación de la viabilidad personal y la credibilidad de las oportunidades. Profesores, consultores, orientadores y emprendedores deberían beneficiarse del mejor conocimiento general de cómo se forman las intenciones, así como también de un conocimiento específico de cómo las actitudes, creencias y percepciones se unen dentro de la intención de comenzar un negocio.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acs, Z. J., Arenius, P., Hay, M. y Minniti, M. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor 2004 executive report*. Retrieved 28 de abril, 2005, from <http://www.gem-consortium.org/>
- Ajzen, I. (1991). Theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Alexei, T. y Kolvereid, L. (1999). Self-employment intentions among Russian students. *Entrepreneurship and Regional Development*, 11(3), 269-271.
- Alonso, M. A. (1999). Valores en la Vida y Valores en el Trabajo en técnicos Especialistas. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 15(1), 77-95.
- Andreu, J. C. (1998). *La empresa joven ante el reto del 2000. Dificultades para crear riqueza y empleo*. Trabajo presentado al IV Congreso Nacional de Jóvenes Empresarios, mayo, Madrid.
- Audet, J. (2002). *A Longitudinal Study of the Entrepreneurial Intentions of University Students*. Trabajo presentado al Frontiers of Entrepreneurship Research, Babson College, Wellesley.
- 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*, 2(2), 145-160.
- Baron, R. A. (2002). OB and Entrepreneurship: the reciprocal benefits of closer conceptual links. En B. M. Staw y R. M. Kramer (Eds.), *Research in Organizational Behavior - An annual series of analytical essays and critical reviews* (Vol. 24, pp. 225-270). Oxford: Elsevier Science.
- Bechard, J. P. y Toulouse, J. M. (1998). Validation of a didactic model for the analysis of training objectives in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 13(4), 317-332.
- Bonnett, C. y Furnham, A. (1991). Who wants to be an entrepreneur? A study of adolescents interested in a young enterprise scheme. *Journal of Economic Psychology*, 12, 465-478.

- Brockhaus, R. H. (1982). The psychology of the entrepreneur. En C. A. Kent, D. L. Sexton y K. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 39-56). Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Cámaras de Comercio y Fundación INCYDE. (2003). *Factores para consolidar una empresa*. Madrid: Fundación INCYDE.
- Castro, J., Pistrui, J., Coduras, A., Cohen, B. y Justo, R. (2002). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Informe ejecutivo España 2001*. Madrid: Instituto de Empresa.
- Coduras, A. y Justo, R. (2003). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Informe ejecutivo 2002. España*. Madrid: Instituto de Empresa.
- Comisión de las Comunidades Europeas (2003). *Informe de síntesis. El debate público suscitado por el Libro Verde sobre el espíritu empresarial en Europa*. Bruselas: Comisión Europea.
- Comisión Europea (2002a). *Entrepreneurship. Flash Eurobarometer 134*. Bruselas: Directorate General Enterprises.
- Comisión Europea (2002b). *Proyecto del "Procedimiento BEST" sobre educación y formación en el espíritu empresarial. Informe final del grupo de expertos*. Bélgica: D.G. Empresa.
- Crant, J. M. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 42-55.
- Douglas, E. J. y Shepherd, D. A. (2002). Self-Employment as a Career Choice: Attitudes, Entrepreneurial Intentions, and Utility Maximization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 81-90.
- Dyer, W. G. J. (1994). Toward a Theory of Entrepreneurial Careers. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19(2), 7-21.
- Ede, F. O., Panigrahi, B. y Calcich, S. E. (1998). African American students' attitudes toward entrepreneurship education. *Journal of Education for Business*, 73(5), 291-296.
- García-Montalvo, J. y Peiró, J. M. (2001). *Capital Humano, el mercado laboral de los jóvenes: formación, transición y empleo*. Valencia: Bancaja.
- Gartner, W. B. (1988). "Who is an entrepreneur" is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 13 (spring), 11-32.
- Gasse, Y. (1985). *A strategy for the promotion and identification of potential entrepreneurs at the secondary school level*. Trabajo presentado al Frontiers of Entrepreneurship Research, Babson College, Wellesley.
- Goffee, R. y Scase, R. (1987). *Entrepreneurship in Europe: the social processes*. London; New York: Croom Helm.
- Gorman, G., Hanlon, D. y King, W. (1997). Some research perspectives on entrepreneurship education, enterprise education and education for small business management: a ten-year literature review. *International Small Business Journal*, 15(3), 56-79.
- Hansemark, O. (1998). The effects of an entrepreneurship programme on need for achievement and locus of control of reinforcement. *International Journal of Entrepreneurship Behaviour and Research*, 4(1), 28-50.
- Hatten, T. y Ruhland. (1995). Students

- attitudes toward entrepreneurship as affected by participation in an SBI program. *Journal of Education for Business*, 7(4), 224-227.
- Hisrich, R. D. y Brush, C. G. (1986). *The Woman Entrepreneur: Starting, Financing and Managing a Successful New Business*. Lexington: Lexington Books.
- Katz, J. (1992). A psychological cognitive model of employment status choice. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(1), 29-37.
- Katz, J. (2003). The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education 1876-1999. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 283-300.
- Kecharananta, K. y Baker, H. G. (1999). Capturing Entrepreneurial Values. *Journal of Applied Social Psychology*, 29(4), 820-833.
- Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1), 47-58.
- Kourilsky, M. L. y Walstad, W. B. (1998). Entrepreneurship and female youth: Knowledge, attitudes, gender differences and educational practices. *Journal of Business Venturing*, 13(1), 77-88.
- Krueger, N. F., Jr. y Dickson, P. R. (1994). How believing in ourselves increases risk taking: Perceived self-efficacy and opportunity recognition. *Decision Sciences*, 25, 385-400.
- Krueger, N. F., Jr., Reilly, M. D. y Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.
- Martínez-Sánchez, B. C. y Rocabert, E. (2000). Comparación de las diferentes escalas de valores de trabajo. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones* 16(1), 45-61.
- Michail, K. (2000). Exploring perceptions of a priori barriers to entrepreneurship: a multidisciplinary approach. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Winter, 59-79.
- Morales, J. F., López-Sáez, M. y Vega, L. (1996). Discriminación y creencias sobre la discriminación en individualistas y colectivistas. En J. F. Morales, D. Páez, J. C. Deschamps y S. Worchel (Eds.), *Identidad Social: Aproximaciones psicosociales a los grupos y a las relaciones entre grupos* (pp. 379-394). Valencia: Promolibro.
- Moriano, J. A. (2005). *El perfil psicosocial del emprendedor*. Madrid: Consejo Económico y Social.
- Moriano, J. A., Palací, F. J. y Trejo, E. (2001). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de Psicología Social*, 16(2), 229-242.
- Neider, L. (1987). A preliminary investigation of female entrepreneurs in Florida. *Journal of Small Business Management*, 25 (3), 22-29.
- Pihkala, T. y Vesalainen, J. (2000). *Barriers to entrepreneurship - educational opportunities*. Trabajo presentado al IntEnt 2000 Conference, July 11-13, Tampere.
- Polley, R. B., Hare, A. P. y Stone, P. J. (Eds.). (1988). *The SYMLOG practitioner*. New York: Praeger.
- Rasheed, H. S. (2003). *Developing Entrepreneurial Characteristics in Youth: The Effects of Education and Enterprise*

- Experience*. Retrieved 15 diciembre, 2003, from <http://www.coba.usf.edu/departments/management/faculty/rasheed/youthentrepreneurship>
- Reynolds, P. D., Hay, M., Bygrave, W. D., Camp, S. M. y Autio, E. (2000). *Global Entrepreneurship Monitor. 2000 executive report*. Retrieved 23 de marzo, 2002, from <http://www.gemconsortium.org/>
- Roberts, E. B. y Wainer, H. A. (1968). New Enterprise on Route 128. *Science Journal*, 4(12), 78-83.
- Robinson, P., Stimpson, D., Huefner, J. y Hunt, H. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15 (4), 13-32.
- Ros, M. y Gouveia. (2001). *Psicología Social de los valores humanos*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Sánchez-Almagro, M. L. (2003). *Perfil Psicológico del Autoempleado*. Tesis doctoral no publicada, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.
- Sandberg, W. R. y Hofer, C. W. (1987). Improving new venture performance: The role of strategy, industry structure, and the entrepreneur. *Journal of Small Business Venturing*, 2(1), 5-28.
- Scott, M. G. y Twomey, D. F. (1988). The long-term supply of entrepreneurs: Students career aspirations in relation to entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 26(4), 5-13.
- Scherer, R. F., Adams, S. S. y Wiebe, F. A. (1989). Role mode performance effects on development of entrepreneurial career preference. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(3), 53-71.
- Schwartz, S. H. (1990). Individualism-Collectivism. Critique and proposed refinements. *Journal of cross-cultural psychology*, 21(2), 139-157.
- Shane, S. A. y Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25, 217-226.
- Shapiro, A. (1982). Social Dimensions of Entrepreneurship. En C. A. Kent, D. L. Sexton y K. Vesper (Eds.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 72-90). Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Shaver, K. G. y Scott, L. R. (1991). Person, Process, Choice: The Psychology of New Venture Creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16, 23-45.
- Sonnenfelt, J. y Kotter, J. P. (1982). The maturation of career theory. *Human Relations*, 35, 19-46.
- Vesper, K. H. (1990). *New Venture Strategies*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Walstad, W. B. y Kourilsky, M. L. (1998). Entrepreneurial Attitudes and knowledge of black youth. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(2), 5-18.

Anexo 1. Versión reducida del cuestionario de valores de SVS

En este cuestionario tendrá que preguntarse “¿qué valores son más importantes para mí como principios que guían mi vida? y ¿qué valores son menos importantes para mí?”.

Para evaluar la importancia que cada valor tiene para usted como principio guía de su vida, utilice la siguiente escala:

COMO PRINCIPIO GUÍA EN MI VIDA, este valor es :

- 1	0	1	2	3	4	5	6	7
Opuesto a mis valores	Nada importante		Importante				Muy importante	De suprema importancia

- 1 : Utilícelo para indicar cualquier valor opuesto a los principios que guían su vida.

7 : Utilícelo para indicar un valor de suprema importancia como principio-guía en su vida (generalmente no hay más de dos valores de este tipo).

**PRIMERA LISTA**

Puntúe la importancia de los valores de la siguiente lista como principios que guían su vida.

Lea atentamente los valores del 1 al 17. Debe elegir el más importante para usted y evaluar su importancia. Elija el valor más opuesto a sus principios y asígnele una puntuación de - 1. Si no existe tal valor, debe seleccionar el menos importante para usted y evaluarlo con una puntuación de 0 ó 1, de acuerdo con su importancia. Después evalúe el resto de los valores hasta el número 18.

1. IGUALDAD	<i>Igualdad de oportunidades para todos.</i>	
2. PLACER	<i>Satisfacción de deseos.</i>	
3. LIBERTAD	<i>Libertad de acción y pensamiento.</i>	
4. ORDEN SOCIAL	<i>Estabilidad en la sociedad.</i>	
5. UNA VIDA EXCITANTE	<i>Experiencias estimulantes.</i>	
6. RECONOCIMIENTO SOCIAL	<i>Respeto, aprobación de los demás.</i>	
7. RIQUEZA	<i>Posesiones materiales, dinero.</i>	
8. CREATIVIDAD	<i>Originalidad, imaginación.</i>	
9. UN MUNDO EN PAZ	<i>Libre de guerras y conflictos.</i>	
10. SEGURIDAD FAMILIAR	<i>Tranquilidad con los seres queridos.</i>	
11. BUENOS MODALES	<i>Cortesía, educación y buenas maneras.</i>	
12. UNA VIDA VARIADA	<i>Llena de desafíos, novedad y cambios.</i>	
13. RECIPROCIDAD DE FAVORES	<i>Evitar estar en deuda con los demás.</i>	
14. SABIDURÍA	<i>Comprensión madura de la vida.</i>	
15. JUSTICIA SOCIAL	<i>Corregir injusticias, preocuparse por los débiles.</i>	
16. AMISTAD VERDADERA	<i>Amigos cercanos que me apoyen.</i>	
17. TRABAJO	<i>Ganarse dignamente la vida.</i>	

**SEGUNDA LISTA**

Ahora puntúe la importancia de los valores de la siguiente lista como principios que guían su vida. Estos valores están formulados como formas de conducta que pueden ser más o menos importantes para usted.

Recuerde: Lea los valores del 18 al 34. Debe elegir el más importante para usted y evaluar su importancia. Elija el valor más opuesto a sus principios, o si no existe tal valor, seleccione el menos importante y puntúelo con - 1, 0 ó 1. Después evalúe luego el resto de los valores.

18.	INDEPENDIENTE	<i>Confiado en mí mismo, autosuficiente.</i>	
19.	MODERADO	<i>Evitando los extremos en sentimientos y acciones.</i>	
20.	LEAL	<i>Fiel a sus amigos, a mi grupo.</i>	
21.	AMBICIOSO	<i>Trabaja duro, con altas aspiraciones.</i>	
22.	ABIERTO	<i>Tolerante con diferentes ideas y creencias.</i>	
23.	HUMILDE	<i>Modesto, pasa inadvertido.</i>	
24.	ATREVIDO	<i>Busca aventuras y riesgos.</i>	
25.	HONRA A PADRES Y MAYORES	<i>Mostrándoles respeto.</i>	
26.	ELIGIENDO MIS PROPIAS METAS	<i>Seleccionando mi propios objetivos.</i>	
27.	CAPAZ	<i>Competente, efectivo, eficaz.</i>	
28.	ACEPTANDO MI PARTE EN LA VIDA	<i>Sometiéndome a las circunstancias de la vida.</i>	
29.	HONESTO	<i>Genuino, sincero.</i>	
30.	OBEDIENTE	<i>Cumplidor de mis deberes y obligaciones.</i>	
31.	AYUDANDO	<i>Trabajando por el bienestar de los demás.</i>	
32.	DISFRUTAR DE LA VIDA	<i>Disfrutar de la comida, el sexo y el ocio.</i>	
33.	RESPONSABLE	<i>Digno de confianza, fiable.</i>	
34.	LOGRAR ÉXITOS	<i>Consigue metas.</i>	

### Anexo 2. Escala de Apoyo al autoempleo desde el centro educativo

Señale en qué grado se han dado los siguientes aspectos durante su formación académica:

1: Ninguno 2: Poco 3: Suficiente 4: Bastante 5: Mucho

1. Se han realizado visitas a empresas.

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

2. Ha recibido charlas o conferencias relacionadas con su futura trayectoria profesional impartidas por empresarios.

3. Ha obtenido conocimientos relacionados con el autoempleo, es decir, para trabajar por cuenta propia o crear una empresa.

4. El centro donde ha estudiado o está cursando sus estudios estimula el autoempleo, es decir, anima a los alumnos a montar su propio negocio.

5. Cuando los profesores se refieren o ponen ejemplos sobre el futuro profesional de los estudiantes lo hacen suponiendo que los alumnos en el futuro:

- a. Trabajarán en la administración pública.
- b. Trabajarán en una empresa privada
- c. Gestionarán su propia empresa

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

### Anexo 3. Escala de Dificultades para crear una empresa

¿Qué importancia tendrían para usted las siguientes dificultades y obstáculos para crear su empresa o trabajar por su cuenta?

1: Ninguna importancia      2: Poca importancia      3: Algo importante      4: Muy importante      5: De suprema importancia

<b>Falta de una idea de negocio.</b>	1	2	3	4	5
<b>Falta de experiencia laboral.</b>	1	2	3	4	5
<b>Falta de formación.</b>	1	2	3	4	5
<b>Falta de financiación.</b>	1	2	3	4	5
<b>Falta de ayudas / subvenciones.</b>	1	2	3	4	5
<b>Burocracia (papeleos).</b>	1	2	3	4	5
<b>Falta de asesoramiento / información.</b>	1	2	3	4	5
<b>Falta de acuerdo con los socios.</b>	1	2	3	4	5
<b>Falta de apoyo de las personas que me rodean.</b>	1	2	3	4	5