

UN PASO MÁS EN LA INVESTIGACIÓN DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DEL ESTUDIANTE UNIVERSITARIO: GUESSS

A FURTHER STEP IN RESEARCH ON UNIVERSITY STUDENT'S ENTREPRENEURIAL INTENTION: GUESSS

Medina Brito, Pino (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria) *

Bolívar Cruz, Alicia (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria) **

Lemes Hernández, Ana Isabel (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria) ***

RESUMEN

La investigación en el estudio de la intención emprendedora ha experimentado un notable crecimiento. El trabajo se plantea un triple objetivo. En primer lugar, dar a conocer el *Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey* (GUESSS), proyecto de investigación internacional que explora la intención y actividad emprendedora del estudiante universitario, en el que España participa por primera vez. En segundo lugar, presentar los resultados preliminares de GUESSS sobre una muestra de estudiantes de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria al objeto de explorar su intención en relación con la elección de su carrera laboral. De modo específico, se examina la intención de fundar su propio negocio, y se indaga en variables asociadas con la actividad emprendedora. Por último, contrastar empíricamente el modelo teórico en el que se sustenta el proyecto GUESSS. Tras un estudio descriptivo de los datos y su comparación con los observados en el ámbito internacional, se ha realizado un análisis de regresión lineal. Se observa cómo la intención emprendedora del estudiante universitario se multiplica por seis a los cinco años de haber finalizado los estudios respecto a la que presenta tras concluirlos. Este resultado también se constata a nivel internacional. Asimismo se detecta que los hombres presentan una mayor vocación emprendedora que las mujeres. El modelo teórico subyacente se confirma parcialmente, al verificarse el efecto que la actitud del estudiante hacia el emprendimiento y el control percibido de su comportamiento ejerce en la intención emprendedora. De los resultados alcanzados se derivan implicaciones para los docentes, las universidades y la Administración de cara a potenciar la iniciativa emprendedora de los estudiantes.

Palabras claves: intención emprendedora, Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey, GUESSS, estudiante universitario. **JEL:** M13.

* Departamento de Economía y Dirección de Empresas, Área de Organización de Empresas, Edificio de Ciencias Económicas y Empresariales, C-3.05, Campus Universitario de Tafira, 35017 Las Palmas de Gran Canaria. pino.medina@ulpgc.es

** Departamento de Economía y Dirección de Empresas, Área de Organización de Empresas, Edificio de Ciencias Económicas y Empresariales, C-3.05, Campus Universitario de Tafira, 35017 Las Palmas de Gran Canaria. alicia.bolivar@ulpgc.es

*** Escuela Universitaria de Turismo de Lanzarote adscrita a la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, C/ Rafael Alberti, 50, 35507, Tahíche-Lanzarote. alemes@dede.ulpgc.es

Recibido: Septiembre de 2014. Aceptado: Diciembre de 2014.

ABSTRACT

Research on entrepreneurial intention has experienced a remarkable development. This paper address three objectives. First, the paper presents the *Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey* (GUESSS), an international research project that explores university student's entrepreneurial intention and activity. It is the first time that Spain participates in such a project. Secondly, this work shows preliminary results from GUESSS on a students' sample of the University of Las Palmas de Gran Canaria in order to explore their career intention. Specifically, entrepreneurial intention was studied, and other aspects about the entrepreneurial activity were addressed as well. Finally, the paper empirically test the GUESSS's theoretical model. After a descriptive data analysis and the comparison of these ones in the international area, an analysis of linear regression was performed. The results revealed that the university student's entrepreneurial intention five years after finishing their studies is almost six time more with regard to their entrepreneurial intention immediately after completing their studies. Likewise men exhibit higher entrepreneurial intention than women. The theoretical model was partially confirmed because both the attitude of the students and the control perceived of their behaviour exercise influence in the entrepreneurial intention. The results provide implications for the teachers, the universities and the Administration in order to promote the entrepreneurial initiative in the students.

Key words: entrepreneurial intention, Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey, GUESSS, university students. **JEL:** M13.

1. INTRODUCCIÓN

Dada la importancia de la actividad empresarial en la economía de las naciones, muchas han sido las investigaciones que han tratado de determinar cuáles son los antecedentes y potenciadores de esta actividad. En este sentido destacan los estudios centrados en la identificación de características psicológicas o rasgos personales que diferencian a los emprendedores de la población general, como la necesidad de logro (McClelland, 1961), el locus de control (Brockhaus, 1982) o la propensión al riesgo (Brockhaus, 1980). También destacan las investigaciones enfocadas en analizar las variables del entorno en el cual se desarrolla el emprendedor -factores políticos, económicos, culturales, etc.- así como las denominadas "características demográficas" del individuo -edad, género, creencia, experiencia laboral, etc.-. Sin embargo, aunque estas vías de análisis han llegado a identificar ciertas relaciones entre las características individuales y situacionales y la realización de comportamientos empresariales, la capacidad predictiva de las mismas ha sido muy reducida.

En respuesta a esto nace la necesidad de desarrollar un modelo integral que considere no sólo las características psicológicas del futuro empresario sino que además tenga en cuenta las actitudes específicas, los antecedentes personales y las variables situacionales. Dentro de estos modelos integrales destacan los modelos basados en la intención, entendiendo ésta como la disposición de llevar a cabo una acción y como elemento previo al comportamiento empresarial.

El proyecto GUESSS surge en el contexto de la preocupación por conocer y ahondar en el estudio de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. Si bien dicha intención emprendedora ha sido un tópico profusamente tratado en la literatura académica del campo en los últimos años, la aportación de GUESSS ha sido homologar una metodología que permite la comparación entre los datos generados en distintos países, lo cual enriquece de forma importante el estudio sobre la intención emprendedora de los estudiantes. Dar a

conocer dicho proyecto constituye el primer objetivo fijado para este proyecto de investigación. El segundo objetivo emana del deseo por profundizar en el conocimiento del fenómeno emprendedor en general, y en la creación de empresas, en particular, entre los estudiantes de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, para lo que se hace necesario identificar las intenciones que dichos estudiantes tienen con respecto a su incorporación al mercado laboral: ¿están orientando su formación al trabajo por cuenta propia o ajena?, ¿tienen intención de fundar su propia empresa? o, por el contrario, ¿rehúsan engrosar el censo de emprendedores de nuestro país? Como profesores universitarios, preocupados por el futuro de nuestros estudiantes, consideramos importante conocer algo más su perfil emprendedor. Además, resulta consecuente ahondar un poco más y descubrir si su intención emprendedora se ve afectada por aspectos tales como la opinión de amigos y familiares al respecto, la actitud que el propio estudiante mantiene hacia el emprendimiento y la percepción que presenta respecto a su grado de control sobre su conducta emprendedora, lo que constituye el tercer objetivo del trabajo que a continuación se desarrolla.

Con un recorrido de seis ediciones, ésta es la primera en la que España se incorpora al proyecto GUESSS. En este sentido, el presente trabajo realiza básicamente tres contribuciones: 1) se profundiza en el estudio de la intención emprendedora del estudiante de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria en la que todavía no se disponía de información sobre la intención emprendedora de sus estudiantes, así como se comparan los resultados con los obtenidos en el ámbito internacional, 2) se aporta la contrastación empírica del instrumento de medida desarrollado por GUESSS en el contexto de la universidad objeto de estudio y 3) se presentan, a partir de los resultados alcanzados, una serie de implicaciones prácticas y recomendaciones orientadas a la potenciación de la iniciativa emprendedora de los estudiantes.

Con el fin de dar respuesta a los objetivos formulados, el trabajo se estructura en cinco apartados incluyendo el presente. Así, en el segundo epígrafe se aborda el primer objetivo describiendo el proyecto GUESSS y el modelo teórico en el que se sustenta, al tiempo que se enuncian las hipótesis de investigación que permiten afrontar el tercer objetivo. En el tercer apartado se expone la metodología seguida para dar cumplimiento a los objetivos empíricos (segundo y tercero), especificando la muestra, el procedimiento seguido para recabar la misma y las técnicas a emplear para el análisis de los datos. Seguidamente se muestran los resultados, comparando, cuando proceda y en la medida de lo posible, con los obtenidos a nivel internacional. A continuación se discuten los resultados para finalizar presentando las principales conclusiones e implicaciones del trabajo, así como estableciendo futuras líneas de investigación.

2. FUNDAMENTO TEÓRICO: EL PROYECTO GUESSS

Según la literatura en psicología, la intención es el mejor elemento para predecir el comportamiento planeado, especialmente cuando éste es raro, difícil de observar o implica un periodo de tiempo impredecible. La creación de una nueva empresa requiere una considerable planificación y, por tanto, representa el tipo de comportamiento planeado ideal para estudiar a través de un modelo de intención. Los modelos de intención surgen como respuesta a la reducida capacidad predictiva que los estudios sobre los rasgos personales o psicológicos, las variables del entorno o las características demográficas han demostrado poseer sobre la realización de comportamientos empresariales. Así, los modelos de intención ofrecen un marco teórico coherente y robusto que permite explicar cómo los factores exógenos afectan a las actitudes, las intenciones y los comportamientos, posibilitando una mayor comprensión del proceso empresarial.

Los modelos de intención que más repercusión han tenido dentro del campo del emprendimiento son el de Shapero y Sokol (1982) y el de Ajzen (1991). Según el modelo de Shapero y Sokol (1982), también denominado Modelo del Evento Empresarial, la decisión de crear una empresa requiere de dos elementos fundamentales. En primer lugar, debe existir un suceso precipitador o un cambio externo -suceso negativo como perder el trabajo o suceso positivo como recibir una herencia-, que rompa la inercia del comportamiento humano y, en segundo lugar, el individuo debe considerar que iniciar un negocio es una opción “creíble” -intención empresarial-. A su vez, la “credibilidad” dependerá de la deseabilidad y de la factibilidad percibida de realizar el comportamiento en cuestión, así como de una cierta propensión a actuar. Asimismo, los factores culturales, sociales y contextuales tales como la experiencia laboral previa o los modelos de conducta de los familiares, no afectan directamente a la intención o al comportamiento sino que operan a través de la influencia que ejercen sobre la deseabilidad y la factibilidad percibida.

La Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen (1985, 1991) es una extensión de la Teoría de la Acción Razonada (Ajzen y Fishbein, 1980; Fishbein y Ajzen, 1975), que aumenta el alcance del modelo original para su aplicación en la predicción de comportamientos en los que el individuo tiene un control limitado. Según la Teoría del Comportamiento Planificado, el comportamiento viene determinado por la intención y por el control percibido sobre el comportamiento. A su vez, la intención de llevar a cabo un determinado comportamiento se puede predecir a través de la actitud hacia el comportamiento, las normas subjetivas y el control percibido sobre el comportamiento.

El Modelo del Evento Empresarial y la Teoría del Comportamiento Planificado han sido analizados empíricamente en numerosas ocasiones, como se puede comprobar en la exhaustiva revisión hecha por Schlaegel y Koenig (2014). Por otra parte, en un intento por integrar ambos enfoques, autores como Krueger y Carsrud (1993), Krueger y Brazeal (1994) y más recientemente Schlaegel y Koenig (2014) han desarrollado sus propios modelos, combinando variables de ambas teorías. Asimismo, y desmarcándose de los dos modelos principales también deben destacarse los planteados por Autio, Deeley, Klofsten y Ulfstedt (1997), Bird (1988), Boyd y Vozikis (1994) y Davidsson (1995).

A pesar de todo ello, se ha de señalar que la Teoría del Comportamiento Planificado es la que ha sido analizada más extensamente constituyendo la especificación predominante (Fayolle y Liñán, 2014), a la vez que da soporte teórico al proyecto de investigación internacional *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* (GUESSS). GUESSS es un proyecto liderado por el *Instituto de Investigación Suizo para la Pequeña Empresa y el Emprendimiento de la Universidad de St. Gallen* (KMU-HSG). Su propósito es comprender la intención y actividad emprendedora de los estudiantes universitarios. El foco de estudio se centra en el proceso de fundación y en los marcos de referencia para llevar a cabo dicho emprendimiento, en la universidad y en el propio individuo. Así, sistemáticamente registra la intención y la actividad emprendedora de los estudiantes de diferentes universidades y países en una base de datos a largo plazo, lo que hace posible comparaciones geográficas y temporales entre universidades con diferentes visiones del emprendimiento. Asimismo, también permite la comparación de las características individuales que influyen en la intención y en la actividad emprendedora de los estudiantes que conforman la muestra en cada edición.

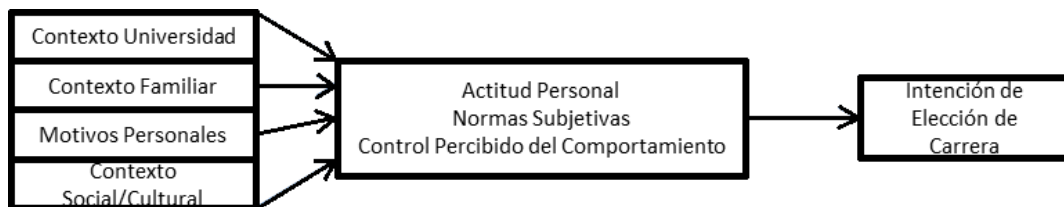
La primera encuesta se realizó en 2003 en Suiza. En 2004 se consiguió una muestra de 5.059 estudiantes tras la colaboración con el *European Business School* (EBS) y aproximadamente cada dos años se ha estado recogiendo la información de los estudiantes universitarios. En 2013 se celebró la sexta oleada de recogida de información, en la que han

participado 34 países y 759 universidades, alcanzándose la cifra de 109.000 cuestionarios correctamente cumplimentados. El marco teórico básico que fundamenta el cuestionario es único para todas las universidades participantes, si bien existe la posibilidad de complementar la información común con cuestiones geográficas específicas. La recogida de datos por medio de cuestionarios *on-line* proporciona un sistema eficiente para gestionar la participación y la información de los encuestados.

El desarrollo de GUESSS conlleva beneficios, no sólo a la comunidad científica a la que le ofrece una importante base de datos longitudinales para la publicación en revistas científicas, sino también beneficios prácticos para las políticas económicas nacionales y para las políticas de sensibilización hacia el emprendimiento del público en general. Asimismo, aporta material de reflexión para las universidades participantes, en la medida en la que proporciona la oportunidad de analizar los resultados obtenidos de las diferentes acciones llevadas a cabo en el seno de las mismas para fomentar el espíritu emprendedor, al tiempo que se detectan las fortalezas y debilidades de las mismas.

Como ya se ha indicado, desde un punto de vista teórico, GUESSS se fundamenta en la Teoría del Comportamiento Planificado (Fishbein y Ajzen, 1975; Ajzen, 1991, 2002), centrándose en las intenciones de elección de carrera en general y en las intenciones emprendedoras en particular. Tal y como se recoge en la Teoría del Comportamiento Planificado, el primero de los pilares que explica la intención de un individuo, recoge la actitud personal hacia los resultados del comportamiento, es decir, hacia las consecuencias probables de su acción; el segundo pilar abarca la presión percibida de las normas subjetivas que subyacen en el entorno que le rodea y el tercero comprende el control percibido de su futuro comportamiento (Ajzen, 1991, 2002).

FIGURA 1: MARCO TEÓRICO GUESSS 2013-14



Fuente: GUESSS (2013/2014)

La actitud personal, es decir, lo atractivo que resulta un determinado comportamiento, está vinculada a las creencias que dicha persona tenga sobre el objeto de dicha actitud (Ajzen, 1991). Así pues, en el ámbito que centra el presente trabajo, la actitud personal hacia el emprendimiento se encuentra asociada con los atributos que dicha persona identifica con el comportamiento emprendedor. Estos atributos pueden ser la satisfacción que experimentaría al desarrollar dicho comportamiento, lo que incentivaría la iniciativa emprendedora en el estudiante o, por el contrario, pueden prevalecer aspectos como el coste monetario y de tiempo personal que es necesario invertir para la puesta en marcha de una empresa. La valoración positiva o negativa de dichos atributos se encuentra íntimamente relacionada con las creencias que sobre ellos se tenga. Así, si un estudiante considera positivo y ventajoso ser su propio jefe tendrá una actitud personal de apoyo hacia el emprendimiento, mientras que si considera que ser jefe le supone un sobreesfuerzo y un desgaste personal que le mantendría alejado de su vida familiar o de su círculo social de referencia, su actitud personal estaría enfrentada con la iniciativa emprendedora (Ajzen, 2001; Liñán, Urbano y Guerrero, 2011).

Consecuentemente, se enuncia la primera hipótesis de este trabajo exploratorio de la siguiente manera:

H1: La *actitud personal* del estudiante hacia el comportamiento emprendedor influye positivamente en su *intención emprendedora*.

Las normas subjetivas miden la presión que percibe el estudiante de la opinión de su entorno inmediato sobre el hecho de emprender (Ajzen, 2001; Liñán y Chen, 2009), es decir, hasta qué punto el estudiante se encuentra presionado, a la hora de optar o no por el emprendimiento, por la valoración que le otorga su familia, amigos y colegas a la aventura de emprender. En la revisión de la literatura se han encontrado estudios que no han podido establecer una relación directa entre las normas subjetivas y la intención emprendedora (Krueger, Reilly y Carsrud, 2000), mientras que otros demuestran que sí existe tal relación y que ésta es positiva (Kolvereid y Isaksen, 2006). Esta argumentación proporciona el fundamento para la segunda hipótesis:

H2: Las *normas subjetivas percibidas* por el estudiante influyen positivamente en su *intención emprendedora*.

El control percibido del comportamiento se identifica con la creencia percibida por el individuo de que existen una serie de factores que bien le posibilitan o dificultan los resultados del comportamiento (Ajzen, 2002). Esta percepción que tiene el individuo sobre la viabilidad de los resultados asociados a determinados comportamientos es la que lo anima a llevarlos a cabo (Krueger, Reilly y Carsrud, 2000). Así, es cuando el estudiante percibe que reúne los requisitos y capacidades necesarias para iniciar una aventura empresarial cuando se empleará en dicha tarea (Ajzen, 2002). Aun cuando la percepción no sea realista, afectará a las intenciones del individuo para emprender, de modo que si lo percibe como factible dirigirá todos sus esfuerzos y perseverancia hacia la puesta en marcha de su empresa. El control percibido del comportamiento abarca no sólo el sentirse capaz de emprender, sino también la percepción de que controla el comportamiento para emprender (Liñán y Chen, 2009). Por tanto, la tercera y última hipótesis de este trabajo se plantea en torno a este pilar, estableciéndose como sigue:

H3: El *control percibido del comportamiento* del estudiante influye positivamente en su *intención emprendedora*.

3. METODOLOGÍA

Con el fin de dar cumplimiento a los objetivos empíricos, se hará uso de los datos recabados a través del proyecto GUESSS cuyo cuestionario ha sido traducido y adecuadamente validado por expertos en emprendimiento. El cuestionario de la sexta edición, correspondiente a 2013, contiene 12 bloques de cuestiones con escalas de 5 ó 7 puntos.

A continuación se explica el procedimiento seguido para hacer llegar el cuestionario a los estudiantes de la universidad analizada. En primer lugar, el equipo coordinador del proyecto en la Universidad de St. Gallen envía el enlace a la encuesta en línea a los equipos coordinadores de los diferentes países quienes, a su vez, trasladan dicho enlace a los representantes de las diferentes universidades adheridas al proyecto, iniciándose el proceso de recogida de datos y resolviendo los problemas que vayan surgiendo en el desarrollo del trabajo de campo. A su vez, los representantes del proyecto en las universidades remiten a sus estudiantes la invitación a participar. De modo específico, la universidad objeto del presente estudio hizo extensiva la invitación a participar en el proyecto a unos 13.500 estudiantes. Las vías que se emplearon fueron dos: (i) el vicerrectorado con competencias en estudiantes remitió a los mismos por correo electrónico una carta en la que se explicaba el proyecto y sus

objetivos, se aportaba el enlace a la encuesta y se solicitaba su participación; y (ii) adicionalmente y con el fin de reforzar progresivamente el primer envío, el equipo responsable del proyecto en la Universidad remitió, por una parte, un correo electrónico a todos los profesores explicando la iniciativa, los objetivos y solicitando su colaboración para animar a los estudiantes a participar, bien explicándoles el proyecto en su clase o bien haciendo accesible el enlace del cuestionario desde las páginas web de sus asignaturas. Por otra parte, se envió un correo electrónico a todos los vicedecanos o subdirectores de estudiantes de los centros que conforman dicha Universidad con la misma información y objeto que el anterior.

Con todo ello se alcanzó una muestra de 891 cuestionarios, si bien no todos estaban totalmente cumplimentados. Para la realización de este trabajo se optó por eliminar aquellos cuya información sobre las variables relevantes no estaba debidamente cumplimentada, lo que ha permitido trabajar en la mayoría de los casos con 517 cuestionarios. En el cuadro 1 se presenta la ficha técnica con los principales datos del citado trabajo de campo.

CUADRO 1: FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA	
Universo	13.500 estudiantes
Muestra	517 estudiantes
Metodología	Cuestionario electrónico asistido mediante el programa Qualtrics
Error muestral (+/-)	± 4,23%
Nivel de confianza	95%
Periodo del trabajo de campo	Desde el 28 de octubre de 2013 al 21 de enero de 2014

Hipótesis: $p=q=50\%$ o de máxima indeterminación.

Fuente: Elaboración propia

El cuestionario GUESSS proporciona información sobre variables tales como el género del estudiante, su formación en creación de empresas, los estudios que cursa, sus antecedentes familiares en materia de emprendimiento, su intención de elección de carrera, etc. Estas variables se utilizarán para dar cumplimiento al segundo objetivo mientras que, para el tercero, se hará uso de cuatro grupos de ítems del cuestionario GUESSS, concretamente los destinados a medir la intención emprendedora, la actitud del estudiante hacia el emprendimiento, las normas subjetivas y el control del comportamiento percibido. Las escalas relativas a las variables se basan en las propuestas por Liñán y Chen (2009), si bien la referente al control del comportamiento percibido, aunque comparte algunos ítems, presenta ciertas variaciones. A efectos de esta investigación se trabajará con los cuatro ítems comunes (véase anexo). Las variables seleccionadas se miden en escala Likert de 7 puntos.

Con el fin de realizar un análisis descriptivo de los datos, se han construido tablas de frecuencia, así como tablas cruzadas, realizándose la prueba *Chi cuadrado* para contrastar el grado de independencia de las variables. En aras de contrastar las hipótesis planteadas se ha ejecutado un análisis de regresión lineal, si bien previamente se ha debido aplicar un análisis factorial con el fin de reducir la dimensión de las escalas.

4. RESULTADOS

En este apartado se presentan los principales resultados alcanzados. En el cuadro 2 se recoge información sobre determinadas variables que permiten obtener el perfil de la muestra.

		Frecuencia	Porcentaje
Género	Hombre	188	36,4%
	Mujer	329	63,6%
Edad*	Menos de 20 años	81	24,8%
	Entre 20 y 24	168	51,4%
	25 o más años	78	23,9%
Actualmente cursando	Licenciatura/grado	438	84,7%
	Maestría/máster	66	12,8%
	Doctorado	10	1,9%
	Postdoctorado	1	0,2%
	MBA/educación ejecutiva	2	0,4%
Curso*	Primero	78	24,5%
	Segundo	65	20,4%
	Tercero	61	19,1%
	Cuarto	115	36,1%

*Se detectaron valores perdidos en esta variable

Fuente: Elaboración propia

Al indagar en las intenciones de elección de carrera profesional del estudiante (cuadro 3), se descubre que sólo un 6,4 por 100 se plantea como alternativa al finalizar sus estudios crear su propia empresa. Esta cifra es muy similar a la encontrada en el promedio internacional, donde se alcanza el 6,6 por 100. No obstante, la perspectiva del estudiante es diferente cuando se le pregunta por su futuro a los cinco años de haber finalizado sus estudios, lo que también se pone de manifiesto en la comparativa internacional. En este caso, el porcentaje de los que consideran el establecimiento por cuenta propia se incrementa hasta casi alcanzar el 35 por 100, superando el valor promedio internacional que asciende al 30,7 por 100.

El interés que a nivel práctico y académico generan las cuestiones de género en el campo del emprendimiento aconseja realizar el análisis anterior separando el comportamiento de hombres y mujeres. En el cuadro 4 se aprecia que el porcentaje de hombres que aspira a fundar su propio negocio supera al de las mujeres. A nivel internacional estos porcentajes son similares, ascendiendo al 8,6 por 100 y 5,1 por 100, respectivamente.

CUADRO 3: INTENCIÓN DEL ESTUDIANTE RESPECTO A LA ELECCIÓN DE CARRERA

	Intención elección carrera			
	Al terminar estudios		Dentro de 5 años	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Empleado en empresa	304	58,8%	148	28,6%
Empleado en ONG	15	2,9%	9	1,7%
Empleado público	91	17,6%	89	17,2%
Fundador trabajando en su empresa	33	6,4%	179	34,6%
Sucesor en empresa familiar	8	1,5%	7	1,4%
Sucesor en empresa no familiar	1	0,2%	13	1,5%
Otro / no lo sé todavía	65	12,6%	72	13,9%

Fuente: Elaboración propia

CUADRO 4: INTENCIÓN DEL ESTUDIANTE RESPECTO A LA ELECCIÓN DE CARRERA AL TERMINAR LOS ESTUDIOS SEPARANDO POR GÉNERO

	Intención elección carrera al terminar los estudios			
	Hombres		Mujeres	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Empleado	144	76,6%	266	80,9%
Fundador	17	9,0%	16	4,9%
Sucesor	5	2,7%	4	1,2%
Otro / no lo sé todavía	22	11,7%	43	13,1%

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro 5 se realiza el mismo análisis por género pero atendiendo a la intención del estudiante a los cinco años de haber finalizado sus estudios universitarios. Teniendo en cuenta que a nivel internacional el 35,1 por 100 de los hombres muestran inquietud por emprender frente al 27,5 por 100 de las mujeres, se observa que la intención emprendedora, tanto para hombres como para mujeres, de los estudiantes de la universidad objeto de análisis, supera la que se registra en el promedio internacional.

La pregunta planteada en el cuestionario GUESSS para indagar en la elección de carrera implica que la intención emprendedora se configura como una variable dicotómica. No obstante, como se apunta en el informe internacional (Sieger, Fueglistaller y Zellweger, 2014), puede haber personas que, si bien se plantean en algún momento de su carrera la alternativa emprendedora, prefieren otras opciones, por lo que ante una pregunta con respuesta sí-no pueden decantarse por el no. Con el fin de tener en cuenta este hecho, GUESSS plantea adicionalmente una escala de 7 puntos basada en Liñán y Chen (2009). El valor medio de dicha variable es lo que se conoce como índice de intención emprendedora y para la universidad objeto de estudio alcanza un valor de 3,9, dato ligeramente superior al promedio internacional que se sitúa en 3,7.

CUADRO 5: INTENCIÓN DEL ESTUDIANTE RESPECTO A LA ELECCIÓN DE CARRERA A LOS CINCO AÑOS DE TERMINAR LOS ESTUDIOS SEPARANDO POR GÉNERO

	Intención elección carrera dentro de 5 años			
	Hombres		Mujeres	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Empleado	81	43,1%	165	50,2%
Fundador	78	41,5%	101	30,7%
Sucesor	4	2,1%	16	4,9%
Otro / no lo sé todavía	25	13,3%	47	14,3%

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro 6 se muestran los resultados con respecto a la formación en materia de emprendimiento que poseen los estudiantes.

CUADRO 6: FORMACIÓN EN MATERIA DE EMPRENDIMIENTO

		Frecuencia	Porcentaje
		Formación en materia de emprendimiento*	Sí
	No	361	70,1%
Asistencia a un curso optativo de emprendimiento*	Sí	123	23,9%
	No	392	76,1%
Asistencia a un curso obligatorio de emprendimiento*	Sí	49	9,5%
	No	466	90,5%
Estudio de programa específico de emprendimiento*	Sí	17	3,3%
	No	498	96,7%

*Se detectaron valores perdidos en esta variable

Fuente: Elaboración propia

Asimismo, en el cuadro 7 se recoge información sobre los antecedentes familiares del estudiante en materia de emprendimiento.

CUADRO 7: ANTECEDENTES FAMILIARES EN EMPRENDIMIENTO

		Frecuencia	Porcentaje
		Padres trabajadores por cuenta propia*	Sí
	No	337	75,6%

*Se detectaron valores perdidos en esta variable

Fuente: Elaboración propia

Con el fin de identificar a los emprendedores nacientes, esto es, los que actualmente están tratando de iniciar su propio negocio o convertirse en autoempleados, GUESSS también plantea una cuestión. Sólo un 9,7 por 100 de los estudiantes consultados se encuentra inmerso en el proceso de montar una empresa, porcentaje muy inferior al detectado a nivel internacional (15,1 por 100). En el cuadro 8 se recogen los datos agrupados por género. Se comprueba asimismo que el hecho de ser un emprendedor naciente no es independiente del género del estudiante. Ninguno de los estudiantes encuestados se encuentra actualmente gestionando su propio negocio.

CUADRO 8: SITUACIÓN ACTUAL RESPECTO AL EMPRENDIMIENTO						
		Hombre		Mujer		X^2 / t (significación)
		Frecuencia	%	Frecuencia	%	
Emprendedores nacientes	Sí	30	16,0%	20	6,1%	13,364 (0,000)
	No	158	84,0%	309	93,9%	

Fuente: Elaboración propia

Una vez presentada la situación de los estudiantes con respecto a la elección de carrera y a ciertos aspectos relacionados con el emprendimiento, se procede a dar los pasos necesarios para abordar el contraste de hipótesis, que permitirá dar cumplimiento al tercer objetivo del trabajo. Con el fin de reducir la dimensión de la escala para medir la intención emprendedora, así como las utilizadas para valorar la actitud del estudiante hacia el emprendimiento, las normas subjetivas y el control del comportamiento percibido, se aplicó el análisis de componentes principales con rotación *varimax*, cuyos resultados se detallan en el cuadro 9. Como se puede observar, el coeficiente *alfa de Cronbach* toma valores elevados (superiores a 0,8) para las cuatro escalas, lo que garantiza plenamente la fiabilidad de las mismas.

Por otra parte, la medida de adecuación de Kaiser-Meyer-Olkin y la prueba de esfericidad de Bartlett apoyan totalmente la utilización del análisis de componentes principales. Fruto de dicho análisis se ha obtenido para cada una de las escalas un factor que retiene un porcentaje adecuado de la varianza total. Además, las correlaciones entre los factores y los ítems (representadas por las cargas factoriales) se presentan significativas. Por otra parte, las comunalidades, que indican la proporción de varianza explicada de cada uno de los ítems son también elevadas.

A continuación se procede a estudiar la relación entre la intención emprendedora y las variables explicativas planteadas. En el cuadro 10 se muestran los resultados del análisis de regresión, indicándose el valor del coeficiente estandarizado y su nivel de significación. Como se infiere del valor del estadístico *F*, el modelo resulta globalmente significativo, alcanzando un R^2 ajustado del 0,765. Estos resultados conducen a aceptar las hipótesis 1 y 3, si bien no es posible aceptar la hipótesis 2 ante la falta de apoyo empírico.

CUADRO 9: ANÁLISIS DE COMPONENTES PRINCIPALES Y GRADO DE FIABILIDAD DE LAS ESCALAS

Factores	Ítems	Comunalidad	Carga factorial	% Var. Exp	Alfa de Cronbach
Intención emprendedora	Q6.1a_1	0,668	0,817	81,441%	0,954
	Q6.1a_2	0,840	0,916		
	Q6.1a_3	0,872	0,934		
	Q6.1a_4	0,901	0,949		
	Q6.1a_5	0,757	0,870		
	Q6.1a_6	0,849	0,922		
Índice KMO: 0,908 Prueba de esfericidad de Bartlett: 3499,605 Significación: 0,000					
Actitud personal	Q6.1b_1	0,706	0,840	82,616%	0,947
	Q6.1b_2	0,877	0,937		
	Q6.1b_3	0,769	0,877		
	Q6.1b_4	0,892	0,944		
	Q6.1b_5	0,887	0,942		
Índice KMO: 0,882 Prueba de esfericidad de Bartlett: 2720,416 Significación: 0,000					
Normas subjetivas	Q6.2_1	0,694	0,833	75,157%	0,830
	Q6.2_2	0,840	0,916		
	Q6.2_3	0,723	0,850		
Índice KMO: 0,676 Prueba de esfericidad de Bartlett: 643,696 Significación: 0,000					
Control del comportamiento percibido	Q6.1c_4	0,685	0,828	63,297%	0,803
	Q6.1c_5	0,658	0,811		
	Q6.1c_6	0,515	0,718		
	Q6.1c_7	0,673	0,820		
Índice KMO: 0,739 Prueba de esfericidad de Bartlett: 711,795 Significación: 0,000					

Fuente: Elaboración propia

**CUADRO 10: RESULTADOS DE LA REGRESIÓN LINEAL
PARA LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA**

	Intención emprendedora
Control del comportamiento percibido	0,112***
Normas subjetivas	0,003
Actitud personal	0,807***
F=552,307 (0,000) R ² ajustado= 0,765	
*** p<0,001	
Fuente: Elaboración propia	

5. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El interés de GUESSS en conocer la intención emprendedora del estudiante universitario es clave si se tiene en cuenta que, por lo general, la universidad es el final del proceso de formación superior que conduce al estudiante de forma directa al mercado laboral, por lo que muestra una radiografía bastante precisa de la opción de carrera preferida por los estudiantes universitarios, cuestión estratégica para cualquier país. El proyecto cumple su sexta edición en el período 2013-2014, siendo ésta la primera en la que se incorpora España. En este bienio el proyecto GUESSS se ha desplegado en 34 países, contando con la participación de 759 universidades, 21 de ellas españolas entre las que se encuentra la universidad objeto de estudio, y más de 109.000 encuestados.

Es interesante resaltar del análisis de la intención emprendedora realizado en el presente trabajo, que se enmarca dentro del segundo objetivo, cómo la intención emprendedora del estudiante universitario se multiplica casi por seis a los cinco años de haber finalizado los estudios respecto a la que se tiene en el momento de haber culminado la titulación. Este resultado también se constata en la comparativa con el promedio internacional, si bien en el ámbito de la universidad estudiada, el dato que se alcanza es superior. La explicación a este hecho puede estar relacionada con el deseo del estudiante de acumular experiencia laboral, completando su formación con el ejercicio de la profesión antes de lanzarse a la aventura empresarial por cuenta propia.

Además, queda patente que la mayoría de los estudiantes no han recibido formación en emprendimiento y que menos de un 10 por 100 la ha cursado de forma obligatoria. A pesar de este resultado, es posible que, si bien los estudiantes no han recibido formación en emprendimiento a través de asignaturas específicas, sí hayan desarrollado las competencias correspondientes de manera transversal.

Otro de los hallazgos del trabajo es el relativo a la menor vocación emprendedora de las féminas frente a la que presentan los estudiantes del género masculino, lo que se constata tanto en la universidad objeto de estudio como en el promedio internacional. Ahora bien, habría que aclarar que aunque el perfil del estudiante de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria no es muy distinto del estudiante universitario que se analiza en el ámbito internacional, sí es destacable que la intención emprendedora de los primeros es superior. Este resultado relativo a la mayor intención emprendedora de los hombres frente a las mujeres no es sorprendente y está en consonancia con los encontrados en trabajos previos sobre el género

y la intención emprendedora del colectivo estudiantil (Wilson, Kickul y Marlino, 2007; Díaz García y Jiménez-Moreno, 2010; Zhang, Duysters y Clodt, 2014).

Además, si bien el estudiante de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria percibe la ocupación empresarial por cuenta propia como una interesante opción de carrera, poco se puede decir sobre el origen de dicho interés al no contrastar si éste es intrínseco, si es inducido por la creciente oleada de información y promoción de la actividad emprendedora en el país, o bien si es imputable a los atributos que el estudiante percibe de esta ocupación laboral. Por su parte, las normas subjetivas, ligadas principalmente a las normas sociales que imperan en el entorno del individuo, si bien en múltiples estudios relacionados con el emprendedor no universitario se han manifestado como importantes, no se revelan en este trabajo en el mismo sentido. En esta línea, la actual situación económica puede explicar mejor la escasa sensibilidad de los estudiantes a la opinión o el ejemplo de los que le rodean. La limitada oferta de trabajo y las dificultades asociadas a la búsqueda del primer empleo por parte de los jóvenes está presionando favorablemente sobre el espíritu emprendedor de los estudiantes. Y, finalmente, la positiva relación entre el control percibido del comportamiento y la intención emprendedora parece obvia al entender que, a medida que crece el autorreconocimiento de las propias capacidades, lo hace también la deseabilidad por practicar aquello para lo que uno se percibe cada vez más competente.

6. CONCLUSIONES

El trabajo de investigación que se concluye ha dado respuesta a los objetivos propuestos en su diseño. Así, en primer lugar, se ha aportado cumplida información sobre el proyecto de investigación GUESSS en el que por primera vez participa España y la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, proporcionando información muy valiosa para la universidad objeto de estudio y, concretamente, para el profesorado comprometido con el desarrollo del espíritu emprendedor en las aulas. GUESSS constituye, actualmente, un referente en la investigación en el estudio de la intención emprendedora del estudiante universitario, configurándose como el proyecto de mayor envergadura en el ámbito internacional en este campo. En segundo lugar, y respondiendo al segundo de los objetivos planteados, tras una descripción del perfil de la muestra de estudiantes participantes en el proyecto, se ha indagado en sus intenciones de elección de carrera profesional y, de modo específico, con la idea de montar un negocio propio. Este análisis se ha realizado tanto para el momento en el que concluyen los estudios como tras cinco años de la finalización de los mismos. Asimismo se han proporcionado datos sobre la formación de los estudiantes en materia de emprendimiento, así como sobre las diferencias entre hombres y mujeres con respecto a su intención emprendedora. Por último, y con relación al tercer objetivo, señalar que, de las tres hipótesis planteadas, dos fueron validadas en línea con lo encontrado en la literatura, mientras que la relativa a las normas subjetivas fue rechazada, coincidiendo con estudios previos que no han podido establecer una relación directa entre las normas subjetivas y la intención emprendedora (véase Krueger, Reilly y Carsrud, 2000).

A partir de estos resultados es posible inferir una serie de implicaciones y recomendaciones para la práctica que a continuación se presentan:

- El proyecto GUESSS aporta una medida de la intención emprendedora de los estudiantes de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, con la que hasta ahora no se contaba y, partir de la cual, los docentes de esta universidad podrán reflexionar sobre el desarrollo de programas de fomento del espíritu emprendedor en el aula.

- Con el fin de poder adecuar los programas formativos en materia de emprendimiento a las necesidades de los estudiantes, sería deseable que GUESSS abordara alguna pregunta para recabar información sobre el tipo de formación emprendedora recibida por los universitarios y las carencias que ellos encuentran.
- En relación con los resultados obtenidos sobre la formación de los estudiantes en materia de emprendimiento, sería conveniente indagar si en los planes de estudio el fomento del espíritu emprendedor se incluye de manera transversal. Sería entonces recomendable que el seguimiento de los títulos universitarios condujera hacia la incorporación de las competencias asociadas al espíritu emprendedor.
- Se detecta que los estudiantes posponen la iniciativa de emprender hasta haber alcanzado una cierta experiencia laboral. Sin embargo, en un período de crisis como el actual, el acceso al mercado laboral es cada vez más difícil, existiendo un periodo de carencia entre este momento y la finalización de los estudios. Por ello es importante fomentar desde la Administración la iniciativa emprendedora a través de programas como puede ser el Erasmus para Jóvenes Emprendedores.
- Con respecto a los hallazgos relativos a la incidencia del género, puesto que estudios como el de BarNir, Watson y Hutchins (2011) han demostrado que los modelos de rol tienen mayor influencia en la autoeficacia de las mujeres y esta, a su vez, parece influir en la intención emprendedora, parece necesario romper con los estereotipos actuales. En este sentido, habría que llevar a cabo dinámicas en el aula en las que se presentaran casos de éxitos de mujeres emprendedoras que demuestren que iniciarse en la aventura empresarial no tiene que ser una opción de carrera profesional exclusivamente para el hombre.

A pesar de los resultados alcanzados, el trabajo presenta limitaciones, básicamente derivadas del instrumento de recogida de datos que, si bien facilita la comparativa entre universidades nacionales e internacionales, restringe la profundidad de los datos a recabar. Asimismo se ha de tener en cuenta el efecto fatiga o cansancio que se produce cuando se cumplimentan cuestionarios extensos, que podría mejorarse si se tienen en cuenta las recomendaciones de Podsakoff, MacKenzie y Podsakoff (2012). Otra limitación se relaciona con la muestra, siendo deseable su ampliación para un mejor conocimiento del perfil emprendedor del estudiante universitario en el ámbito nacional español.

De cara a futuros trabajos dentro del marco que dibuja GUESSS, sería deseable comparar los datos relativos a la intención emprendedora de los estudiantes con los de la población en general –cuestión ésta que proporciona el proyecto *Global Entrepreneurship Monitor-*, con el fin de identificar posibles diferencias. En este mismo contexto, podría ser también de interés llevar a cabo una comparativa más detallada entre los resultados encontrados para estudiantes universitarios españoles con los de otros países de referencia con índices de emprendimiento a nivel país también superiores (e.g., Canadá o Australia). A su vez, uno de los retos que se plantea en el análisis de la intención emprendedora es la determinación de la importancia relativa de sus variables antecedentes en distintos contextos culturales y poblacionales, así como continuar profundizando en la influencia directa e indirecta de las normas subjetivas.

Por otra parte, teniendo en cuenta que el modelo desarrollado por Schlaegel y Koenig (2014) integrando el Modelo del Evento Empresarial y la Teoría del Comportamiento Planificado obtiene unos resultados predictivos mayores que ambos modelos por separado, debe plantearse la posibilidad de seguir investigando sobre esta línea.

Finalmente, atendiendo al reducido número de estudios que se han centrado en analizar empíricamente la relación entre la intención emprendedora y el comportamiento empresarial (Kautonen, Van Gelderen, y Fink, 2013; Kautonen, Van Gelderen, y Tornikoski, 2013; Kolvereid e Isaksen, 2006; Rauch y Hulsink, 2014) las futuras investigaciones deberían seguir indagando sobre esta relación.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Ajzen, I. (1985): "From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior", en J.Kuhl; J. Beckmann (Eds.), *Action-Control: From Cognition to Behavior*, Springer, Heidelberg, pp. 11-39.
- Ajzen, I. (1991): "Theory of Planned Behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50, pp.179-211.
- Ajzen, I. (2001): "Nature and Operation of Attitudes", *Annual Review of Psychology*, vol. 52, pp. 27-58.
- Ajzen, I. (2002): "Perceived Behavioral Control, Self-efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior", *Journal of Applied Social Psychology*, vol. 32 (4), pp. 665-683.
- Ajzen, I. y Fishbein, M. (1980): *Understanding Attitudes and Predicting Social Behaviour*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs (NJ).
- Autio, E., Keeley, R., Klofsten, M. y Ulfstedt, T. (1997): "Entrepreneurial Intent among Students: Testing an Intent Model in Asia, Scandinavia, and USA", presentado en *Frontiers of entrepreneurship research, edición 1997*.
- BarNir, A., Watson, W. E. y Hutchins, H. M. (2011): "Mediation and Moderated Mediation in the Relationship Among Role Models, Self-Efficacy, Entrepreneurial Career Intention, and Gender", *Journal of Applied Social Psychology*, vol. 41, pp. 270-297.
- Bird, B. (1988): "Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention", *Academy of Management Review*, vol. 13 (3), pp. 442-453.
- Boyd, N. y Vozikis, G. (1994): "The Influence of Self-efficacy on the Development of Entrepreneurial Intentions and Actions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 18 (4), pp. 63-77.
- Brockhaus, R. (1980). "Risk Taking Propensity of Entrepreneurs", *Academy of Management Journal*, vol. 23 (3), pp. 509-520.
- Brockhaus, R. (1982). "The Psychology of the Entrepreneur", en Kent, C.A., Sexton, D.L. y Vesper, K.H. (eds.): *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Prentice Hall, Englewood Cliffs (NJ).
- Chen, C., Greene, P. G. y Crick, A. (1998): "Does Entrepreneurial Self-efficacy Distinguish Entrepreneurs from Managers?", *Journal of Business Venturing*, vol.13, pp. 295-316.
- Díaz García, M.C. y Jiménez Moreno, J. (2010): "Entrepreneurial Intention: the Role of Gender", *International Entrepreneurship Management Journal*, vol. 6, pp. 261-283.
- Fayolle, A. y Liñán, F. (2014): "The Future of Research on Entrepreneurial Intentions". *Journal of Business Research*, vol. 67, pp. 663-666.
- Fishbein, M. y Ajzen, I. (1975): *Belief, Attitude, Intention, and Behavior. An introduction to theory and research*. Addison-Wesley, Nueva York.

- Kautonen, T., Van Gelderen, M. y Fink, M. (2013): “Robustness of the Theory of Planned Behavior in Predicting Entrepreneurial Intentions and Actions”, *Entrepreneurship Theory and Practice*.
- Disponible en <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/etap.12056/pdf> (acceso 10/05/2014).
- Kautonen, T., Van Gelderen, M. y Tornikoski, E. (2013): “Predicting Entrepreneurial Behaviour: A Test of the Theory of Planned Behavior”, *Applied Economics*, vol. 45 (6), pp. 697-707.
- Kolvereid, L. y Isaksen, E. (2006): “New Business Start-up and Subsequent Entry into Self-employment”, *Journal of Business Venturing*, vol. 21 (6), pp. 866-885.
- Krueger, N. y Brazeal, D. (1994): “Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 18 (3), pp. 91-104.
- Krueger, N. y Carsrud, A. (1993): “Entrepreneurship Intentions: Applying the Theory of Planned Behaviour”, *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 5 (1), pp. 315-330.
- Krueger, N.F., Reilly M. D. y Carsrud, A. L. (2000): “Competing Models of Entrepreneurial Intentions”, *Journal of Business Venturing*, vol. 15 (5-6), pp. 411-432.
- Liñán, F. y Chen, Y. W. (2009): “Development and Cross-cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions”, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, vol. 33 (3), pp. 593-617.
- Liñán, F., Urbano, D. y Guerrero, M. (2011): “Regional Variations in Entrepreneurial Cognitions: Start up Intentions of University Students in Spain”, *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 23 (3-4), pp. 187-215.
- McClelland, D. (1961): *The achieving society*, D. Van Nostrand, Princeton, New Jersey.
- Schlaegel, C. y Koenig, M. (2014): “Determinants of Entrepreneurial Intent: a Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 38 (2), pp. 291-332.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B. y Podsakoff, N. P. (2012): “Sources of Method Bias in Social Science Research and Recommendations on How to Control It”, *Annual Review of Psychology*, vol. 63, pp 539-569.
- Rauch, A. y Hulsing, W. (2014): “Putting Entrepreneurship Education where the Intention to Act Lies: An Investigation into the Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Behavior”, *Academy of Management Learning and Education*. Disponible en [doi: 10.5465/amle.2012.0293](https://doi.org/10.5465/amle.2012.0293) (acceso 28/02/2014).
- Shapero, A. y Sokol, L. (1982): “The Social Dimensions of Entrepreneurship”, en Kent, C.A., Sexton, D.L. y Vesper, K.H. (eds.): *Encyclopedia of entrepreneurship*. Prentice Hall, Englewood Cliffs (NJ).
- Sieger, P., Fueglistaller, U. y Zellweger, T. (2014): *Student Entrepreneurship Across the Globe: A Look at Intentions and Activities*. Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St.Gallen (KMU-HSG), St.Gallen. Disponible en http://www.guesssurvey.org/PDF/2013/GUESSS_INT_2013_REPORT.pdf. (acceso 30/06/2014).
- Wilson, F., Kickul, J. y Marlino, D. (2007): “Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 31, pp. 387-406.

Zhang, Y., Duysters, G. y Cloudt M. (2010): “The Role of Entrepreneurship Education as a Predictor of University Students’ Entrepreneurial Intention”, *International Entrepreneurship Management Journal*, vol. 10, pp. 623-641.

ANEXO

Escalas para medir la intención emprendedora, la actitud personal hacia el emprendimiento, el control del comportamiento percibido y las normas subjetivas.

Intención emprendedora	Estoy dispuesto(a) a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor (Q6.1a_1)
	Mi meta profesional es llegar a ser emprendedor(a) (Q6.1a_2)
	Haré todo lo posible para crear y dirigir mi propia empresa (Q6.1a_3)
	Estoy decidido(a) a crear una empresa en el futuro (Q6.1a_4)
	He pensado muy seriamente en iniciar una empresa (Q6.1a_5)
	Tengo la firme intención de crear una empresa algún día (Q6.1a_6)
Actitud personal hacia el emprendimiento	Ser emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí (Q6.1b_1)
	Una carrera como emprendedor(a) es atractiva para mí (Q6.1b_2)
	Si tuviera la oportunidad y los recursos, me convertiría en emprendedor(a) (Q6.1b_3)
	Ser emprendedor implicaría una gran satisfacción para mí (Q6.1b_4)
	Entre diversas opciones, preferiría convertirme en emprendedor(a) (Q6.1b_5)
Control del comportamiento percibido	Para mí, ser trabajador(a) por cuenta propia sería muy fácil (Q6.1c_4)
	Si quisiera, fácilmente podría iniciar una carrera como trabajador(a) por cuenta propia (Q6.1c_5)
	Como trabajador(a) por cuenta propia, me gustaría tener un control completo sobre la situación (Q6.1c_6)
	Si llego a ser trabajador(a) por cuenta propia, las posibilidades de éxito serían muy elevadas (Q6.1c_7)
Normas subjetivas	Si quisiera seguir una carrera como emprendedor ¿cómo reaccionaría tu familia? (Q6.2_1)
	Si quisiera seguir una carrera como emprendedor ¿cómo reaccionarían tus amigos? (Q6.2_2)
	Si quisiera seguir una carrera como emprendedor ¿cómo reaccionarían tus compañeros de estudios? (Q6.2_3)