

**LA ACTITUD EMPRENDEDORA: UNA DÉCADA DE INVESTIGACIÓN Y
ANÁLISIS DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD DE CANTABRIA**

Autores

Ana Fernández Laviada

Profesora Contratada Doctor. UNICAN

María Inés Rueda Sanpedro

Alumna de Doctorado de UNICAN

Área Temática: L) Emprendimiento

Palabras Clave: Actitud emprendedora, propensión al emprendimiento

LA ACTITUD EMPRENDEDORA: UNA DÉCADA DE INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD DE CANTABRIA

Propuesta Resumen

El presente trabajo tiene un doble objetivo: por un lado, se pretende profundizar en el conocimiento de la literatura sobre actitud emprendedora publicada en la década 2000-2010, para lo cual se ha realizado una revisión de literatura, tanto de publicaciones nacionales como internacionales. Y por otro lado, se analiza la actitud emprendedora de los alumnos de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Cantabria durante el curso académico 2009-2010. Para el cumplimiento de este segundo objetivo se ha estudiado una muestra de 337 alumnos de la facultad anteriormente mencionada.

1. INTRODUCCIÓN

La importancia del fenómeno emprendedor en la economía y sociedad actuales es un hecho aceptado debido al desarrollo económico y social que supone para las regiones (Wennekers y Thurik, 1999), tanto en su contribución para solucionar los problemas de desempleo (White y Reynolds, 1996), como de fomento y mejora de la competitividad de las regiones, (Porter, 1991).

Desde las primeras publicaciones sobre emprendimiento realizadas en los años setenta han sido numerosas las investigaciones llevadas a cabo por expertos de todo el mundo. El concepto de emprendimiento, en términos anglosajones "*entrepreneurship*", ha evolucionado con el paso de los años al igual que lo ha hecho la sociedad en la que vivimos. Schumpeter (1911) fue el primero en acuñar este término y considerar como emprendedor a aquella persona innovadora que rompe con las rutinas establecidas mediante la generación de inestabilidades en los mercados, y creyéndolo como fuente de todo progreso económico.

En contraposición a las ideas de Schumpeter surgió la teoría de la Escuela Austriaca, que defendía la búsqueda de la creación de riqueza generando un equilibrio en los mercados. Aunque en apariencia estas teorías son antagónicas en la práctica se ha demostrado que pueden llegar a coexistir (Castillo, 1999).

En años posteriores han surgido nuevas teorías, enfoques e ideas en torno al concepto de emprendimiento. Es en este sentido donde resulta destacable la creación en 1997 del Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) por parte de la Babson College (EEUU) y la London Business School (Reino Unido). El objetivo principal del Proyecto GEM es el estudio de la relación entre la creación de empresas y el crecimiento económico. Mediante los estudios llevados a cabo por este proyecto se busca cubrir los grandes vacíos que existen a nivel mundial en cuanto a la investigación en emprendimiento, así como poder dar respuesta a las numerosas cuestiones que se plantean los distintos investigadores a este respecto.

Dentro del campo del emprendimiento son diversas las líneas de investigación en las que los expertos y profesionales pueden centrarse, desde el estudio del perfil del emprendedor, características personales y sociales, factores

de éxito y fracaso, hasta aspectos más novedosos como el emprendimiento social y cultural. En nuestro caso particular, el estudio lo centramos en la actitud emprendedora debido a que es una línea que consideramos interesante e importante dentro del emprendimiento y sobre la que entendemos que aun se puede profundizar y hacer nuevas aportaciones. Como se ha dicho anteriormente, los emprendedores constituyen un factor fundamental para el desarrollo económico y social de los países. Es por ello por lo que resulta de especial interés investigar qué motivaciones tiene un individuo para emprender, por qué actúa del modo que lo hace, en definitiva cuál es el perfil que le conduce a tener una actitud emprendedora. Conociendo en profundidad estos datos se podría fomentar el espíritu emprendedor para así potenciar la creación de nuevas empresas y en consecuencia el crecimiento de las regiones.

Al igual que ocurre con el concepto de emprendimiento en el caso de la actitud o espíritu emprendedor tampoco existe un consenso para desarrollar una definición única. Desde los años setenta y ochenta numerosos investigadores han aportado sus propias versiones de lo que consideran que es el término la actitud emprendedora. Una de las primeras definiciones a destacar podría ser la que aporta Cole (1959) que dice que es *“la actividad llena de propósitos de un individuo o de un grupo de individuos asociados, comprometidos a iniciar, mantener o agrandar una unidad de negocios que se oriente hacia la obtención de ganancias para la producción y distribución de bienes económicos o de servicios”*.

Por otro lado resaltamos la definición contenida en el documento *“Propuestas de recomendación del Parlamento Europeo y del Consejo sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente”* (2005), que dice que *“se entiende por espíritu de empresa la habilidad de la persona para transformar las ideas en actos. Está relacionado con la creatividad, la innovación y la asunción de riesgos, así como con la habilidad para planificar y gestionar proyectos con el fin de alcanzar objetivos. En esta competencia se apoyan todas las personas en la vida cotidiana, en casa y en la sociedad (los asalariados al ser conscientes del contexto en el que se desarrolla su trabajo y ser capaces de aprovechar las oportunidades), y es el cimientamiento de otras capacidades y conocimientos más*

*específicos que precisan los empresarios al establecer una actividad social o comercial*¹.

Dicho todo lo anterior, el objetivo de este trabajo de investigación es doble: por un lado, se pretende profundizar en el conocimiento de la literatura sobre actitud emprendedora publicada en la última década. Y por otro lado, se trata de analizar la actitud emprendedora de los alumnos de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Cantabria durante el curso académico 2009-2010.

Para cumplir con el primero de los objetivos, comenzamos por seleccionar las revistas nacionales e internacionales que se han considerado más importantes, para posteriormente realizar en ellas la búsqueda de literatura sobre actitud emprendedora. Tanto para la elección de las revistas publicadas en español como las publicadas en inglés se ha partido de trabajos recientes e importantes dentro del campo del emprendimiento, Sánchez (2010), y Álvarez y Urbano (2009) respectivamente.

Por otra parte, para el cumplimiento del segundo objetivo del trabajo se ha estudiado una muestra de 337 alumnos de la facultad anteriormente mencionada. La técnica de recogida de la información ha sido una encuesta presencial cumplimentada por el alumnado en los meses de mayo-junio de 2010.

El contenido del trabajo está estructurado en tres apartados. Una vez realizada esta breve introducción se expone el análisis de la revisión de literatura realizada. Posteriormente se muestra un análisis de los resultados obtenidos del estudio empírico realizado a los estudiantes universitarios. Por último, y como fruto de todo lo anterior, se muestran las conclusiones, limitaciones y futuras líneas de investigación.

¹ Intervención de D. Javier Gómez-Navarro, Presidente del Consejo Superior de Cámaras de Comercio, en la inauguración de la Jornada sobre el fomento del espíritu emprendedor en la escuela, celebrada en Madrid el 29 de noviembre de 2005.

1.1. REVISIÓN DE LITERATURA

Con el objetivo de profundizar en el conocimiento de las investigaciones llevadas a cabo durante la última década, en lo que respecta a la actitud emprendedora, se ha realizado la presente revisión bibliográfica. Dicha búsqueda se ha realizado en diferentes revistas, nacionales e internacionales, que abordan temas relacionados con el emprendimiento y la creación de empresas, entre otros.

REVISTAS NACIONALES

La Tabla 1.1, muestra las revistas nacionales sobre las que se ha hecho la búsqueda bibliográfica, así como el cuartil y posición que ocupaban en el año 2009 y el acumulado de los años 2005-2009 en IN-RECS².

El criterio de selección de estas revistas está basado, inicialmente, en el trabajo más reciente publicado sobre revisión de literatura de emprendimiento "*Mujer y Creación de Empresas. Tendencias de Investigación*" de Sánchez (2010). Sin embargo, posteriormente y debido a la especificidad del tema tratado en este libro algunas de las revistas de dicho trabajo no se tuvieron en cuenta y, por el contrario, se amplió con otras para intentar abordar el emprendimiento, y en concreto la actitud emprendedora, de una forma más general.

² El motivo por el que se decide poner los datos del IN-RECS se debe a que se trata de un índice muy bien valorado por la comunidad científica ya que mediante el recuento de citas bibliográficas determina la relevancia, influencia e impacto de las revistas españolas de ciencias sociales. Este índice de impacto lo confecciona la Universidad de Granada y además de lo dicho anteriormente también permite conocer cuáles son los artículos más citados de una especialidad, los autores, artículos y revistas que les citan y que son citados por ellos mismos, así como cuáles son las instituciones más mencionadas.

Revistas	Cuartil 2009	IN-RECS	
		2009	Posición Acum. 2005- 2009
Revista de Psicología Social	-	-	-
ICE-Revista de Economía	-	-	-
ICE-Boletín Económico	3º	46	57
Economía Industrial	1º	21	23
Esic Market	1º	4	1
Harvard Deusto Business Review	4º	81	103
Perspectivas del Sistema Financiero	3º	62	46
Capital Humano	4º	79	97
CIRIEC-España. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa	1º	6	2
Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa	2º	38	32
Iniciativa Emprendedora y Empresa Familiar	-	-	-
Ekonomiaz: Revista Vasca de Economía	2º	34	39
Estudios de Economía Aplicada	2º	31	31
Cuadernos de Estudios Empresariales	4º	84	64
Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa	3º	53	56

Tabla 1.1: Revistas Nacionales

Como se puede observar de las 15 revistas que se han estudiado solo son tres las que no aparecen en éste índice de impacto, de lo que se desprende que estas revistas tienen una reconocida importancia dentro de la comunidad científica, y por consiguiente también los artículos publicados en ellas y tenidos en cuenta en el presente trabajo.

La Tabla 1.2 muestra los principales resultados en relación a las revistas objeto de estudio, el carácter de la publicación, número de artículos revisados, así como el número total de artículos sobre emprendimiento y sobre actitud emprendedora.

El total de artículos revisados es de 8595, de los cuales 159 tratan el emprendimiento en sus distintas ramas, es decir, casi un 2% de lo publicado en esa década. Abordan temas como los business angels, la mujer emprendedora, las spin-off, la universidad y el emprendimiento o el emprendimiento social y cultural. En la actitud emprendedora se centran 9 de ellos, es decir, un 5,66% de las publicaciones realizadas sobre emprendimiento.

Como se puede apreciar, la revista que cuenta con una proporción más alta de artículos de emprendimiento es la de *Iniciativa Emprendedora y Empresa Familiar*, con un 38,35%, lo que parece lógico ya que se trata de la única publicación seleccionada específica sobre emprendimiento. La siguen, pero con unos porcentajes ya algo alejados, la *Revista de Economía Vasca* y la de *Economía Industrial* con un 3,55% y 3,25% respectivamente.

Como era de esperar, también es *Iniciativa Emprendedora y Empresa Familiar* la primera en cuanto a publicaciones sobre actitud emprendedora, con un 2,26%. En esta ocasión las segundas en el ranking, con un 0,93% y 0,81% cada una, son *Cuadernos de Estudios Empresariales* y *Revista de Psicología Social*.

Revista	Carácter de la publicación	Nº total artículos revisados	Nº total artículos s/ emprend.	%	Nº total artículos s/ actitud emprendedora	%
Revista de Psicología Social	Cuatrimestral	247	3	1,21	2	0,81
ICE-Revista de Economía	Bimestral	1081	10	0,92	-	-
ICE-Boletín Económico	Semanal	1828	12	0,66	2	0,11
Economía Industrial	Bimestral	677	22	3,25	-	-
Esic Market	Cuatrimestral	221	2	0,90	-	-
Harvard Deusto Business Review	Mensual ³	793	9	1,13	-	-
Perspectivas del Sistema Financiero	Cuatrimestral	206	4	1,94	-	-
Capital Humano	Mensual	1399	6	0,43	-	-
CIRIEC-España. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa	Cuatrimestral	322	4	1,24	-	-
Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa	Cuatrimestral	438	12	2,74	-	-
Iniciativa Emprendedora y Empresa Familiar	Bimestral	133	51	38,35	3	2,26
Ekonomiaz: Revista Vasca de Economía	Cuatrimestral	394	14	3,55	1	0,25
Estudios de Economía	Cuatrimestral	407	6	1,47	-	-

³ A pesar de ser una publicación mensual el número total de publicaciones al año es de 11.

Aplicada						
Cuadernos de Estudios Empresariales	Anual	107	1	0,93	1	0,93
Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa	Cuatrimstral	342	3	0,88	-	-
Totales		8595	159	1,84%	9	5,66%

Tabla 1.2: Resumen datos obtenidos después de la búsqueda bibliográfica

Del análisis de la última década podemos destacar que en la literatura en español son los años 2003 y 2006 en los que aparece un mayor número de publicaciones referentes al emprendimiento. De ello se desprende que aunque estemos ante un concepto sobre el que comenzó a hablarse hace mucho tiempo ha sido a partir de estos años cuando en la literatura española el interés por el tema ha aumentado significativamente. En cambio, en lo que se refiere a actitud emprendedora el número de publicaciones ha sido más homogéneo a lo largo de la década, véase Figura 1.1.

Evolución Publicaciones Nacionales

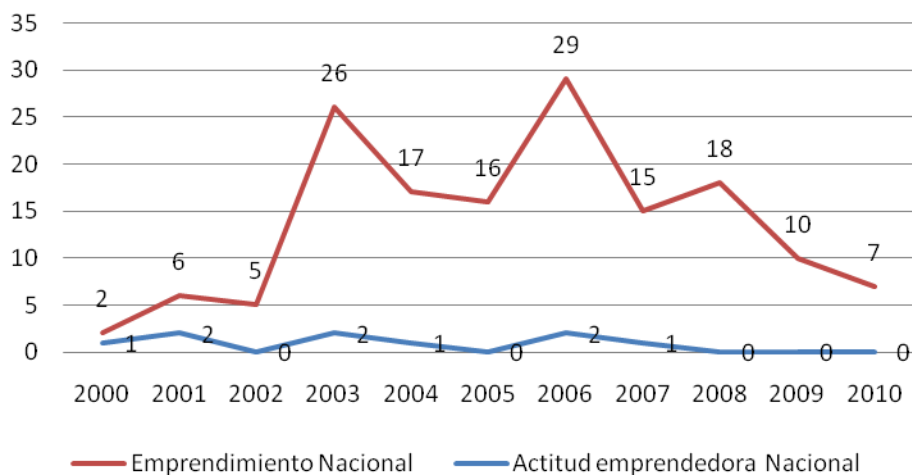


Figura 1.1: Evolución en la publicación de artículos en español sobre emprendimiento y actitud emprendedora en la década 2000-2010

A continuación vamos a comentar de forma detallada cada uno de los artículos que estudia la actitud o propensión al emprendimiento en profundidad. Cabe señalar que a lo largo de nuestra búsqueda bibliográfica también hemos encontrado otras publicaciones en las que se trata la actitud emprendedora, pero de una manera indirecta, es por ello por lo que a continuación no se comentan.

La primera de las investigaciones que aborda el objetivo principal de nuestro trabajo es la realizada por Morillas (2000), en la que se muestra el objetivo estratégico que se ha marcado la Unión Europea para conseguir un crecimiento económico sostenible. Este objetivo consiste en intentar que Europa sea más competitiva y dinámica y que ofrezca un mayor número de puestos de trabajo y de mejor calidad. En este sentido, el autor considera de especial importancia para España el hecho de educar en el espíritu empresarial en todos los niveles de enseñanza para lograr ese objetivo marcado, y para lo cual se necesita de un importante cambio cultural entre los educadores.

Un año más tarde nos encontramos con dos nuevos estudios que resultan de nuestro interés. El primero de los ellos lleva por título *“El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores”* de Moriano, et al. (2001). El objetivo principal es comprobar qué valores personales estimulan la conducta emprendedora. Este trabajo se lleva a cabo sobre un grupo de personas emprendedoras y sobre otro grupo de no emprendedores. Las conclusiones de dicho estudio demuestran que existen diferencias significativas entre los valores personales individualistas y colectivistas de los emprendedores y los no emprendedores. Concretamente señalan que son los emprendedores los que poseen unos valores más individualistas, como son el poder, logro o hedonismo, entre otros.

El segundo de ellos, de González (2001), tiene por objeto verificar si en la adolescencia el género condiciona el deseo de crear una empresa propia. En este trabajo se demuestra que en la etapa de adolescente no hay diferencias significativas por género en el deseo de crear una empresa, ni en las motivaciones o actitudes hacia el autoempleo. Aunque también señalan que existen otros estudios que demuestran que entre adultos sí se aprecian diferencias entre hombres y mujeres a este respecto. Es por ello que concluye diciendo que *“existe un cambio de actitud en el deseo de crear una empresa y en sus motivaciones, hecho que influye de forma negativa en la mujer”*.

En el año 2003 de nuevo se publicaron dos artículos importantes. Ambos artículos abordan el tema del comportamiento y espíritu emprendedor en las empresas familiares. El primero de ellos, Gallo (2003), se centra en los sistemas de dirección y órganos de gobierno que pueden facilitar la iniciativa emprendedora. Mientras que el segundo, Sánchez y Pérez (2003), aborda el

comportamiento emprendedor desde el punto de vista de un caso de estudio, concretamente el del sector hotelero.

Al año siguiente, Bueno y de Pablo (2004), publicaron el trabajo titulado *“Rasgos personales que caracterizan a un emprendedor de éxito”*. En esta investigación los autores exponen las experiencias de una serie de profesionales que han logrado el éxito en sus proyectos. A través de este análisis se observan las capacidades y cualidades más necesarias en cuanto a iniciativa emprendedora se refiere.

En 2006, Moriano, et al. (2006) realizan un nuevo estudio con el objeto de evaluar las creencias del individuo sobre su propia capacidad para fundar y gestionar una empresa. Para ello se utiliza la escala de autoeficacia emprendedora de Noble (1999) adaptada a nuestro idioma y posteriormente validada sobre los estudiantes universitarios españoles. Los resultados muestran que esta escala adaptada tiene una alta fiabilidad y permite predecir la intención de los estudiantes hacia la creación de una empresa propia.

En el mismo año, Taymaz y Köksal (2006) abordaron el espíritu o actitud emprendedora en su estudio *“El espíritu emprendedor, el tamaño de lanzamiento y la supervivencia de los pequeños empresarios”*, en él analizan el tamaño de las start-ups como una variable endógena (hecho que en la mayoría de investigaciones es al contrario, es decir, que se trata como una variable exógena). Estos investigadores construyen un modelo para analizar el comportamiento de un empresario hipotético. Y posteriormente también estudian el proceso de supervivencia empresarial en la industrial textil turca.

Finalmente, Espíritu y Sastre (2007) son los encargados de llevar a cabo una investigación en la que evalúan si las universidades están incentivando la actitud emprendedora de los estudiantes. Para ello realizan una encuesta a 668 estudiantes de una universidad de Madrid. Una de las conclusiones más destacables de este trabajo es la que muestra cómo los estudiantes de cursos inferiores presentan tasas de actitud emprendedora más altas que las de los universitarios que se encuentran en los últimos cursos. Esto hace ver que a los alumnos no se les orienta hacia el autoempleo sino que se les tiende a motivar hacia puestos de trabajo más conservadores, como es el trabajo por cuenta ajena.

REVISTAS INTERNACIONALES

En el caso de las revistas internacionales el criterio de selección de las mismas está basado en el trabajo “Estado Actual de la Investigación sobre el GEM: Logros y Retos”, realizado por Álvarez y Urbano (2009)⁴ y presentado en el IV International Workshop of Research based on GEM. En la Tabla 1.3 se puede ver la relación de revistas sobre las que se ha realizado la revisión bibliográfica así como su posición en el JCR⁵ en 2008.

REVISTAS INTERNACIONALES	JCR		Categoría
	Cuartil	Posición	
Entrepreneurship & Regional Development	2	32/77	Business
Entrepreneurship: Theory & Practice	2	30/77	Business
International Small Business Journal	2	22/77	Business
Journal of Business Venturing	1	15/77	Business
Journal of Small Business Management	3	60/89	Management
Small Business Economics	2	34/77	Business

Tabla 1.3: Revistas Internacionales

La Tabla 1.4 detalla los resultados obtenidos tras realizar la búsqueda bibliográfica. Podemos ver el carácter de la publicación, el número de artículos revisados, así como el número total de artículos sobre emprendimiento y sobre actitud emprendedora.

De los 2145 artículos revisados, 627, es decir, casi el 30%, son sobre emprendimiento, de los cuales 8 (1,27%) tratan la actitud como tema principal.

La revista que más publicaciones sobre emprendimiento realiza es *Entrepreneurship: Theory & Practice* con un 42,01% de los artículos, y le siguen de cerca *Journal of Business Venturing* y *Entrepreneurship & Regional Development*, con un 35,73% y 32,27%, respectivamente.

En el caso de los artículos sobre actitud emprendedora *Journal of Small Business Management* es la más productiva, con un 0,91% de sus publicaciones dedicadas a este tema.

⁴ IV International Workshop of Research based on GEM, June 2009, Cádiz, Spain. “Contribution of GEM data to advancing entrepreneurship research”.

Revista	N ^{os} publicados al año	Nº total artículos revisados	Nº total artículos s/ emprend.	%	Nº total artículos s/ actitud emprendedora	%
Entrepreneurship & Regional Development	10	251	81	32,27	1	0,40
Entrepreneurship: Theory & Practice	4	338	142	42,01	1	0,30
International Small Business Journal	5-6	181	40	22,10	1	0,55
Journal of Business Venturing	3-6	459	164	35,73	1	0,22
Journal of Small Business Management	4	331	61	18,43	3	0,91
Small Business Economics	3-5	585	139	23,76	1	0,17
Totales		2145	627	29,23%	8	1,27%

Tabla 1.4: Resumen datos obtenidos después de la búsqueda bibliográfica

Analizando de forma conjunta las publicaciones internacionales de la década 2000-2010 (en relación con el emprendimiento en general) se puede destacar que se ha producido una evolución creciente, destacando dos fechas. La primera de ellas correspondería al año 2006, donde se ve un pequeño receso en la evolución creciente que había hasta esa fecha. Y la otra fecha significativa es el año 2010, donde hay una reducción importante en el número de publicaciones. Pero esto puede ser debido a que el año aún no ha terminado y algunas de las revistas no habían terminado de publicar todos sus ejemplares del año en curso. En lo que se refiere a los artículos sobre actitud emprendedora el número de publicaciones no ha sufrido una evolución, como ocurría en el caso anterior. El número total de publicaciones es relativamente bajo y lo que se puede resaltar es el hecho de que en los últimos cuatro años sí que parece que se va teniendo una continuidad en las publicaciones, ya que en años anteriores no ha habido ninguna publicación. Véase Figura 1.2.

⁵ El JCR (Journal Citation Reports) es una publicación anual que realiza el Institute of Scientific Information que proporciona información sobre revistas científicas del campo de las ciencias aplicadas y sociales.

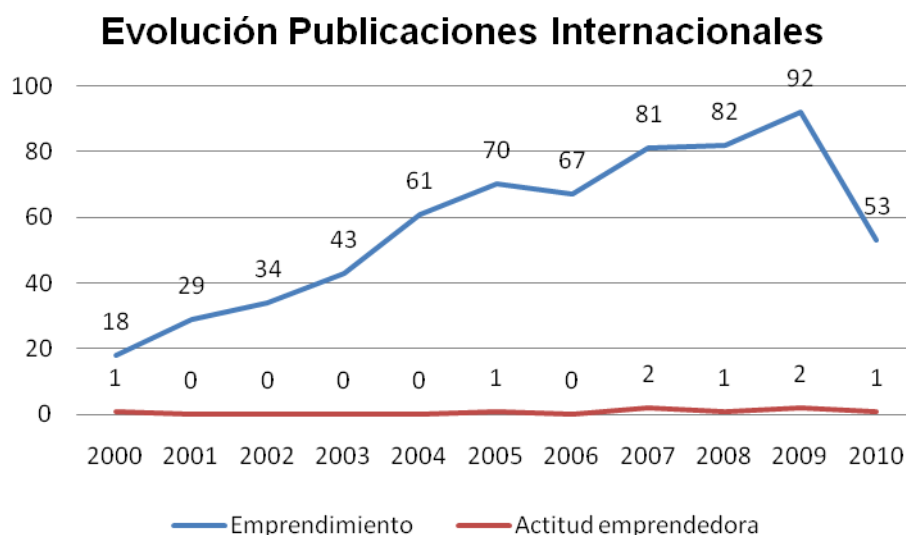


Figura 1.2: Evolución en la publicación de artículos en inglés sobre emprendimiento y actitud emprendedora en la década 2000-2010

Seguidamente se comentan los distintos artículos referentes a actitud emprendedora localizados en las citadas publicaciones internacionales.

La primera de ellas es la realizada por Norris, et al. (2000) en la que se comparan dos modelos basados en la intención, en la capacidad de predecir las intenciones de emprender. Uno de los modelos se apoya en la teoría de Ajzen, que sostiene que las intenciones dependen de la percepción personal, la viabilidad y las normas sociales. Y el otro es el modelo de Shapero que sostiene que las intenciones dependen de la percepción de conveniencia personal, la viabilidad y la propensión a actuar. La muestra sobre la que se llevó a cabo el estudio la conforman un grupo de estudiantes.

Mora y Dávila (2005) llevan a cabo su investigación para estudiar el tamaño de los grupos étnicos, el aislamiento lingüístico y el espíritu emprendedor de los inmigrantes en los Estados Unidos. Este análisis lo realizan utilizando una muestra de inmigrantes censados en dicho país. Los autores obtienen como principal resultado del estudio que el aislamiento lingüístico de la mano de obra local parece fomentar el espíritu emprendedor entre los inmigrantes.

Dos años más tarde Stewart y Roth (2007) realizan un estudio para analizar si existen diferencias entre la motivación hacia el logro de los emprendedores y los directivos. Los autores comienzan mencionando las conclusiones

contradictorias alcanzadas por otros estudios similares llevados a cabo por otros investigadores. Los resultados obtenidos por ellos indican que los emprendedores tienen una mayor motivación de logro que los directivos.

Langowitz y Minniti (2007), llevaron a cabo el trabajo titulado “*The entrepreneurial propensity of women*”. En ella se señala la importancia que está adquiriendo en muchos países la participación femenina en las actividades empresariales y emprendedoras. Aún así su participación sigue siendo inferior a la de los hombres. En este trabajo se toma una amplia muestra de personas de 17 países para estudiar las variables que pueden influir en la propensión a emprender de las mujeres y si esas variables tienen alguna correlación significativa con el género. En general se puede decir que las mujeres tienden a percibir su entorno, y a ellas mismas, con una perspectiva más negativa de la que lo hacen los hombres, y su motivación para emprender también es inferior.

Koellinger (2008) desarrolla un trabajo con un doble objetivo con el fin de dar respuesta a la cuestión de *por qué unos emprendedores son más innovadores que otros*. Por un lado, aporta una visión teórica analizando, entre otras cosas, los factores que contribuyen a la capacidad de percepción individual de nuevas alternativas; y por otro lado, utiliza datos de las encuestas de población adulta del GEM (del período 2002-2004) para estudiar la actitud hacia la innovación de los empresarios incluidos en esta muestra. De todo esto, el autor comenta que los empresarios de los países altamente desarrollados son significativamente más propensos a involucrarse en actividades nuevas o innovadoras.

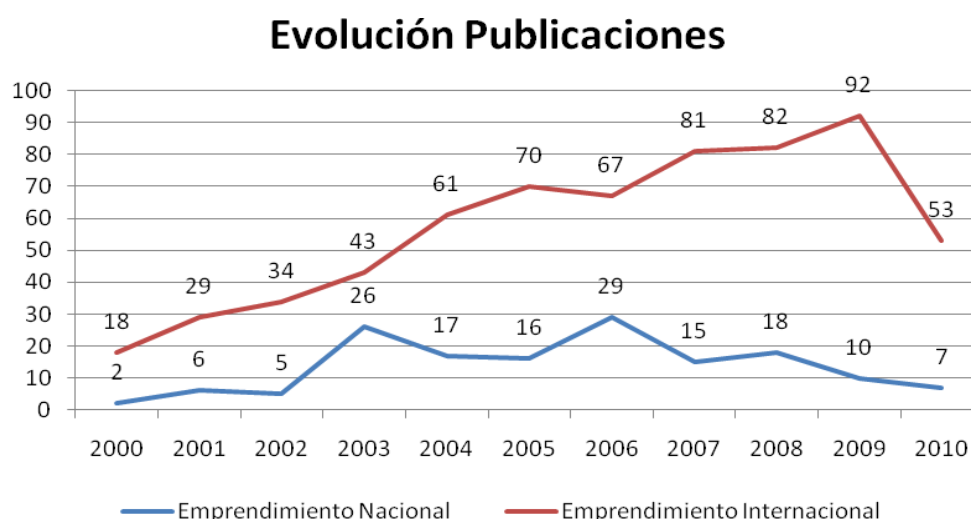
Un año más tarde nos encontramos con otra investigación interesante. Es la realizada por Thompson, et al. (2009), en la que estudia las características de las mujeres que por cuenta propia llevan sus negocios desde su propia casa. Los autores se apoyan en datos GEM para llegar a los resultados que les indican que un alto porcentaje de mujeres con pocos recursos empresariales son más propensas a gestionar sus negocios desde casa. Además también consideran que este tipo de organizaciones en la casa tienden más a operar a tiempo parcial.

En ese mismo año, Benzing, et al. (2009) analizan las motivaciones, factores de éxito y problemas de los emprendedores de Turquía. Se encuestaron 139 emprendedores de Ankara para determinar sus motivaciones hacia la creación de empresas propias. La obtención de seguridad en el empleo, el aumento de

ingresos y la independencia son tres de las razones dadas por los encuestados cuando se les pregunta por las principales razones para crear una empresa. Como factores de éxito citaron el buen servicio al cliente y las habilidades sociales. Y entre los problemas más serios que tienen están la estructura tributaria de Turquía, que es confusa y compleja, y la debilidad de su economía.

Finalmente nos encontramos con la publicación más reciente, que es la realizada por Edelman, et al. (2010). En esta ocasión lo que se analiza son las diferencias entre las motivaciones de los emprendedores que pertenecen a minorías y los que no. Para este estudio los investigadores emplean datos del Panel Study of Entrepreneurial Dynamics (PSED)⁶ y los resultados que obtienen indican que existen diferencias significativas en las motivaciones entre unos y otros empresarios, tanto en el comienzo del negocio como en lo que respecta a la intención de ampliar la empresa.

Comparando las publicaciones nacionales e internacionales se puede observar que las segundas son más numerosas, incluso a pesar de que son la mitad de revistas las revisadas, y que representan un 25% de las naciones (Figura 1.3). No obstante, no podemos olvidar que las 6 revistas internacionales son más específicas del tema objeto de estudio, en comparación a las nacionales donde salvo una de ellas son de carácter más generalista.



⁶ El Panel Study of Entrepreneurial Dynamics es un proyecto que está diseñado con la finalidad de entender mejor las etapas iniciales de una nueva empresa. Para ello recoge datos de una amplia muestra de empresarios, de los que realiza un seguimiento durante 12 primeros meses de vida de la empresa.

Figura 1.3: Evolución en la publicación de artículos de emprendimiento en la década 2000-2010

En lo que respecta a los artículos sobre actitud emprendedora no hay diferencias significativas entre las publicaciones nacionales e internacionales. En la Figura 1.4 se puede ver como en ambos casos el número de artículos es bastante similar y a su vez homogéneo durante toda la década.

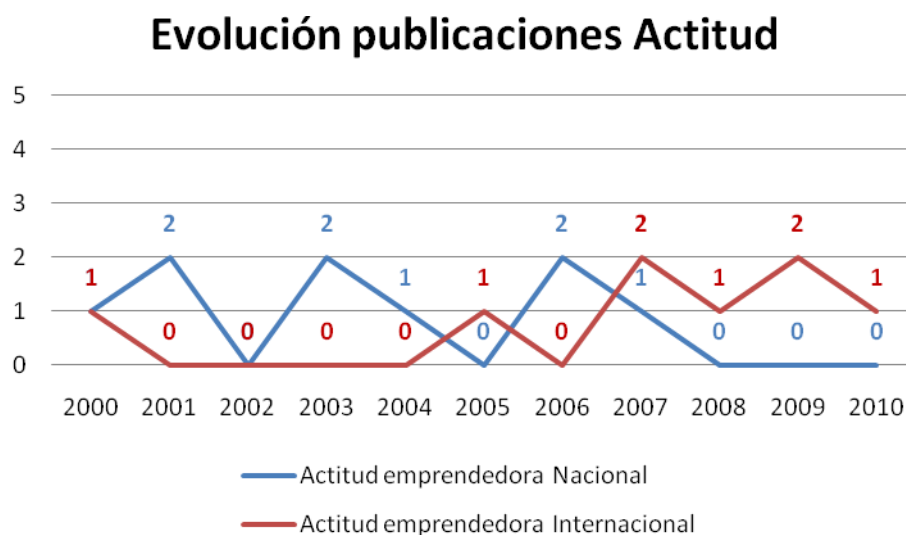


Figura 1.4: Evolución en la publicación de artículos de actitud emprendedora en la década 2000-2010

2. ACTITUD EMPRENDEDORA

Una vez finalizada la revisión de la literatura publicada en la última década, procedemos a comentar los principales resultados obtenidos del estudio realizado a los estudiantes universitarios para evaluar su actitud o propensión hacia el emprendimiento.

La muestra

Los datos con los que aquí se trabaja han sido obtenidos de la encuesta realizada a los alumnos de la facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Cantabria, analizados con la ayuda de los programas estadísticos SPSS 15.0 y Excel. Los principales datos del estudio se resumen en la ficha técnica de la Tabla 2.1.

El cuestionario empleado para la recogida de la información fue utilizado y validado en diferentes estudios realizados por los profesores Ruiz et. al (2006 y 2008) y Veciana (1999). Esta encuesta está formada por 28 preguntas, a través de las cuales se puede obtener información referente a variables personales y socio-demográficas de los alumnos así como su actitud hacia el emprendimiento.

UNIVERSO	1316 Alumnos de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Cantabria
MÉTODO DE RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN	Cumplimentación presencial de las encuestas
PERIODO DE ENCUESTACIÓN	Mayo-junio de 2010
TAMAÑO DE LA MUESTRA	Se han encuestado un total de 337 alumnos de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Cantabria <ul style="list-style-type: none"> - Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas (LADE): 202 - Licenciatura en Economía (LE): 96 - Posgrados: 39
TIPO DE MUESTREO	Por conveniencia y cuotas
NIVEL DE CONFIANZA	95%
ERROR MUESTRAL	4,61%

Tabla 2.1: Ficha Técnica

Metodología

La prueba que se ha aplicado a lo largo del trabajo es la de Chi-cuadrado de Pearson. En relación a este método comentar que la contrastación de la hipótesis nula (H_0) se hace con el p_valor (significación bilateral) o nivel de error que permite rechazar la hipótesis cuando es superior a 0,05, que es el nivel máximo de error que se está dispuesto a asumir. Las hipótesis nulas en este método plantean la independencia entre las variables escogidas para el análisis en cuestión, esto es que se busca contrastar si existe relación entre las variables analizadas.

Otra prueba que se ha realizado en algunas ocasiones (sólo en los casos en los que se ha encontrado relación entre las variables analizadas con la Chi-cuadrado) es el Coeficiente Phi y V de Cramer. Son valores comprendidos entre 0 y 1 que deben ser comparados con el valor 0,6 y que sirve para comprobar el

grado de relación de las variables estudiadas. Si el valor es superior a 0,6 la relación será fuerte, en caso contrario será débil.

Por último señalar, que en los casos en los que las tablas analizadas son de 2x2 se tiene en cuenta el p_valor de la corrección por continuidad (Yates) y se compara también con el valor 0,05.

Una vez detallada la muestra objeto de estudio y la metodología aplicada sobre las variables, se muestran los principales resultados obtenidos

2.1. Deseo de crear una empresa propia

Para evaluar el deseo de creación de una empresa propia se ha empleado una pregunta dicotómica, *¿Consideras deseable el crear o fundar una empresa propia?*. La mayoría de los encuestados responde de forma positiva a la cuestión, esto es que más del 74% de los alumnos considera deseable crear una empresa propia (véase Figura 2.1).

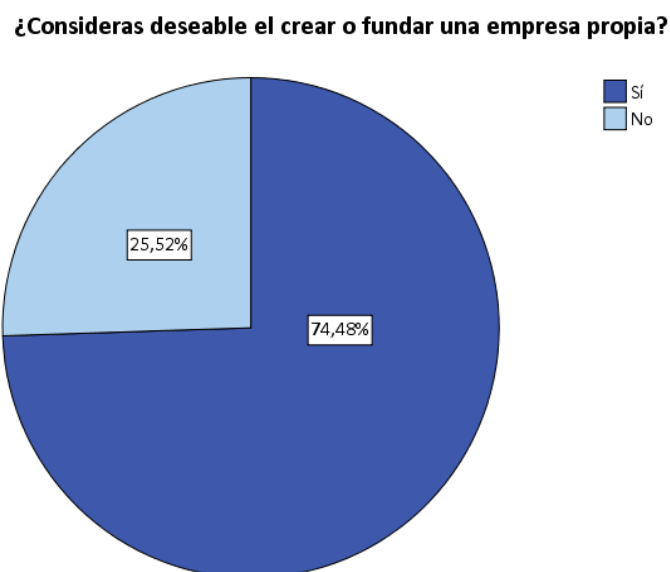


Figura 2.1: Deseo de fundar una empresa propia

Por otra parte, quisimos analizar la relación que existe entre el deseo de crear una empresa propia y las diferentes variables que describen la muestra.

Las hipótesis nulas (H_0) planteadas para analizar el deseo de crear una empresa son las siguientes:

H_{0a} : no existe relación entre el deseo de crear o fundar una empresa propia y los estudios del encuestado (independencia).

H_{0b} : no existe relación entre el deseo de crear o fundar una empresa propia y la edad del encuestado (independencia).

H_{0c} : no existe relación entre el deseo de crear o fundar una empresa propia y el género del encuestado (independencia).

H_{0d} : no existe relación entre el deseo de crear o fundar una empresa propia y la experiencia profesional del encuestado (independencia).

H_{0e} : no existe relación entre el deseo de crear o fundar una empresa propia y el ambiente social del encuestado (independencia).

H_{0f} : no existe relación entre el deseo de crear o fundar una empresa propia y si el encuestado tiene o no familiares empresarios (independencia).

H_{0g} : no existe relación entre el deseo de crear o fundar una empresa propia y el parentesco familiar del encuestado (independencia).

H_{0h} : no existe relación entre el deseo de crear o fundar una empresa propia y la profesión de los progenitores del encuestado (independencia).

Una vez realizados todos los contrastes, los resultados de los mismos se muestran en la Tabla 2.2, donde se puede observar el p_valor de cada uno de ellos y si se aceptan o no las hipótesis nulas planteadas. En dicha tabla se aprecia claramente como ninguna de las variables que describen la muestra tienen una relación significativa con el deseo de crear una empresa propia.

Variables		p_valor	Aceptar/Rechazar H_0
Deseo de crear o fundar una empresa propia	Estudios	0,074	Aceptar
	Edad	0,176	Aceptar
	Género	0,667	Aceptar

	Experiencia profesional	0,129	Aceptar
	Ambiente social	0,580	Aceptar
	Familiar empresario	0,218	Aceptar
	Profesión padre	0,371	Aceptar
	Profesión madre	0,414	Aceptar

Tabla 2.2: Resumen relación deseo crear una empresa propia con las variables que describen la muestra

2.2. Facilidad/dificultad para crear una empresa propia

Es posible que el deseo de crear una empresa esté vinculado con la facilidad o no percibida por los alumnos para crearlas. Es por ello por lo que quisimos valorar esta percepción mediante la siguiente cuestión: “¿Consideras que es más fácil o más difícil crear una empresa en la actualidad que en décadas anteriores?”.

Las respuestas dadas por los universitarios son las que se muestran en la Figura 2.2, y como se aprecia hay una clara disposición a pensar que en la actualidad es más difícil montar una empresa (67,66%).

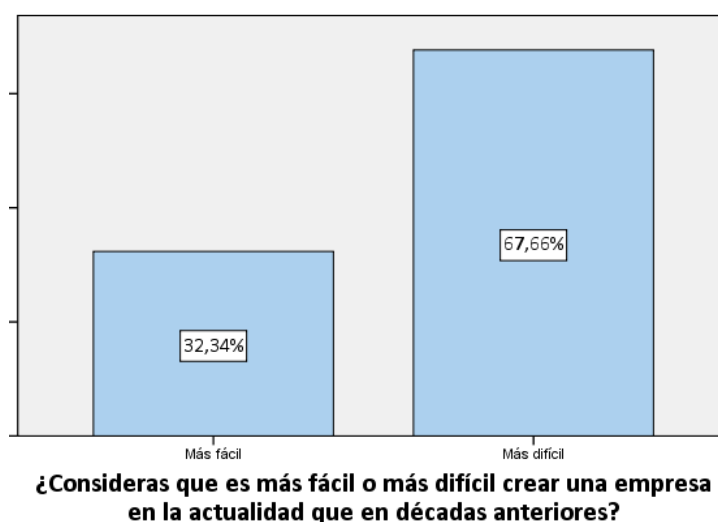


Figura 2.2: Facilidad/dificultad para crear una empresa en la actualidad

No obstante, cabe destacar que este resultado puede estar influido por la crisis económica actual en la que estamos inmersos. Según el Informe GEM-

España 2009 las tasas de abandono de negocios y empresas ha aumentado con respecto a años anteriores, y algunos de los motivos de ese abandono son la falta de rentabilidad del negocio y la dificultad para obtener financiación. Ambos motivos se señalan como unos de los más importantes en periodos de crisis o recesión.

Por tanto, cabe la posibilidad de que si los alumnos perciben el aumento de cierre de negocios y las dificultades para obtener financiación, que vean más difícil comenzar un nuevo negocio en la situación actual en la que nos encontramos.

Dado que el género en el emprendimiento es un tema muy debatido en la actualidad consideramos interesante conocer la posible relación entre esta variable y la percepción del grado de dificultad a la hora de montar una empresa propia.

A continuación se muestran en la Figura 2.3 las respuestas a la pregunta anteriormente comentada pero divididos los resultados por género.

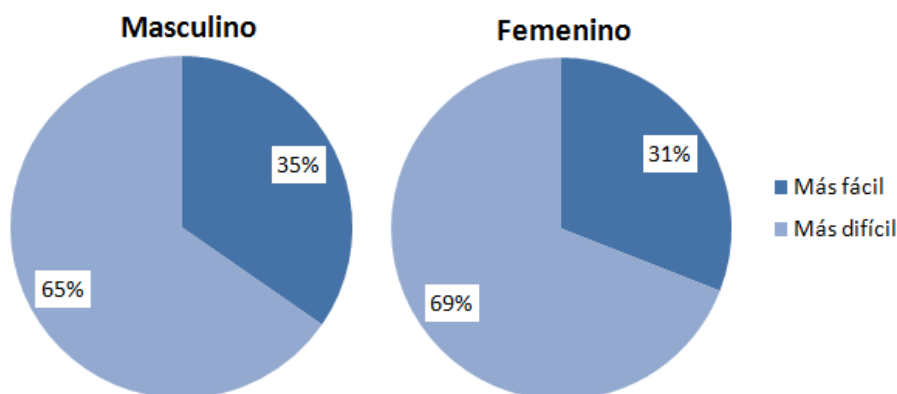


Figura 2.3: Facilidad/dificultad para crear una empresa en la actualidad por sexo

Además de analizar la posible relación del grado de dificultad para crear una empresa con el género, también se ha estudiado dicha relación con el resto de variables que describen la muestra.

A modo de síntesis se muestran a continuación las relaciones estudiadas así como su p_valor calculado (Tabla 2.3). Al igual que ocurría en el epígrafe anterior aquí tampoco se han detectado relaciones significativas entre las variables estudiadas.

Variables	p_valor	Aceptar/Rechazar H ₀	
Facilidad/dificultad para crear una empresa propia en la actualidad que en décadas anteriores	Estudios	0,058	Aceptar
	Edad	0,225	Aceptar
	Género	0,557	Aceptar
	Experiencia profesional	0,063	Aceptar
	Ambiente social	0,527	Aceptar
	Familiar empresario	0,360	Aceptar
	Profesión padre	0,096	Aceptar
	Profesión madre	0,430	Aceptar

Tabla 2.3: Resumen relación facilidad/dificultad para crear una empresa en la actualidad con las variables que describen la muestra

2.3. Grado de emprendimiento

Mediante la pregunta “¿En qué medida te sientes una persona emprendedora, llena de ideas e iniciativas para poner en práctica en tu trabajo?” se ha querido averiguar que tan emprendedores se consideran los alumnos.

La media es de 6,68 y, como puede apreciarse en la Figura 2.4, el valor más repetido es el 7,00 con un 33,53%.

Algo a resaltar sería que el 92,58% de los encuestados está por encima del valor 5, es decir, que la gran mayoría de los estudiantes se consideran “aprobados” en su nivel de emprendimiento.

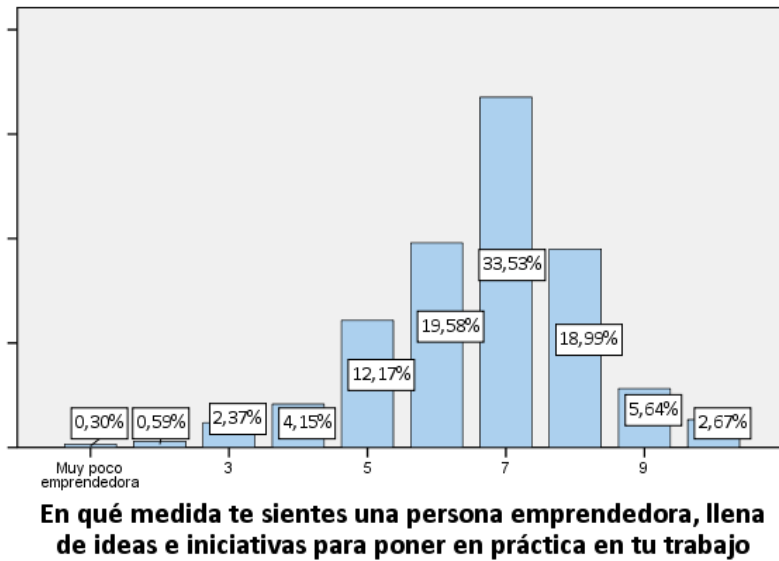


Figura 2.4: Grado o nivel de emprendimiento

Observando los valores extremos de la escala se podría decir que se ven más emprendedores los hombres puesto que son 8 de ellos los que se valoran con un 10 (mientras que solo una mujer se valora tanto). Y en el otro extremo de la escala solo hay una mujer que valore con 1 su emprendimiento, mientras que no hay ningún hombre que se considere muy poco emprendedor (véase Tabla 2.4).

Es decir, que en esta ocasión sí parece que pudiera haber una relación entre las variables, y así lo demuestra la prueba Chi-cuadrado puesto que el p_valor es inferior a 0,05 (véase Tabla 2.5), aunque dicha relación es débil (coeficiente Phi y V de Cramer 0,02).

En qué medida te sientes una persona emprendedora, llena de ideas e iniciativas para poner en práctica en tu trabajo										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Masculino	0	1	6	4	8	32	38	24	9	8
Femenino	1	1	2	10	33	34	75	40	10	1

Tabla 2.4: Nivel de emprendimiento por género

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	26,266 ^a	9	,002
Razón de verosimilitudes	27,447	9	,001
Asociación lineal por lineal	2,020	1	,155
N de casos válidos	337		

a. 7 casillas (35,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,39.

Tabla 2.5: Chi-cuadrado grado de emprendimiento - género

La Tabla 2.6 resume todos los contrastes realizados con la variable “grado de emprendimiento” y en ella se aprecia claramente como sólo dos variables demuestran tener una cierta relación con la variable analizada: el género (como ya se ha explicado anteriormente) y el ambiente social del alumno. En este segundo caso, ocurre igual que con el género, existe una cierta relación entre las variables (p_valor es 0,02) pero esa relación es débil (coeficiente Phi y V de Cramer 0,02).

Variables	p_valor	Aceptar/Rechazar H ₀	Grado de relación	
Grado de emprendimiento	Estudios	0,246	Aceptar	-
	Edad	0,649	Aceptar	-
	Género	0,002	Rechazar	Débil
	Experiencia profesional	0,216	Aceptar	-
	Ambiente social	0,002	Rechazar	Débil
	Familiar empresario	0,150	Aceptar	-
	Profesión padre	0,481	Aceptar	-
	Profesión madre	0,083	Aceptar	-

Tabla 2.6: Resumen relación grado de emprendimiento con las variables que describen la muestra

2.4. Preparación para poner en marcha una empresa

Además de querer averiguar cómo de emprendedores se consideran los alumnos también se ha querido ver qué grado de preparación creen que tienen para poder poner en marcha un negocio. En la Figura 2.5 se muestra cómo, en conjunto, la mayoría de encuestados piensa que su preparación es aceptable (46,29%). Sin embargo, otro porcentaje importante (39,76%) lo componen los que consideran que tienen una baja preparación.

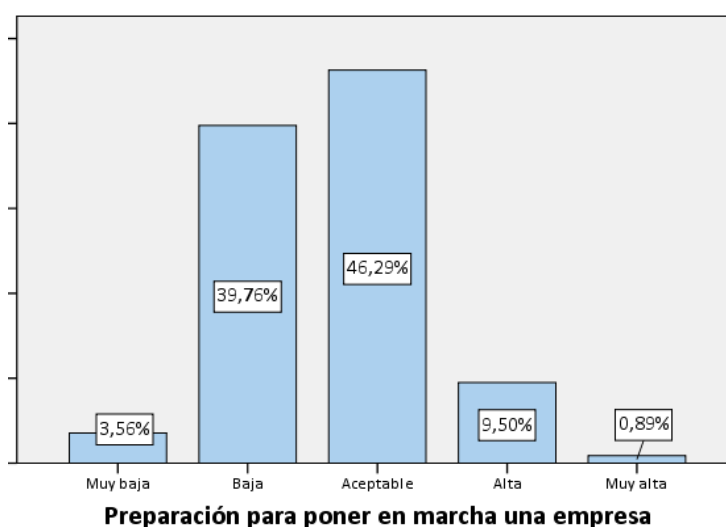


Figura 2.5: Nivel de preparación

Parece interesante saber si existe relación entre la preparación de los alumnos, el nivel de emprendimiento y el deseo de fundar una empresa propia, es por ello que se han aplicado la prueba Chi-cuadrado y el coeficiente V de Cramer y Phi.

En la Tabla 2.7 se observa el p_valor de las pruebas realizadas y de ello se deduce que se rechaza la H_0 , por lo que sí existe relación entre la preparación que los alumnos consideran que tienen y sus deseos de fundar una empresa propia, aunque esa relación es débil.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	11,266 ^a	4	,024
Razón de verosimilitudes	12,007	4	,017

Asociación lineal por lineal	5,916	1	,015
N de casos válidos	337		

a. 3 casillas (30,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,77.

Tabla 2.7: Chi-cuadrado nivel de preparación – deseo de fundar una empresa propia

Como la relación anteriormente analizada se pudiera deber a la titulación o el curso en que se encuentren los alumnos se quiso conocer también esta posible relación.

A continuación las Figuras 2.6 y 2.7 reflejan el grado de preparación de los alumnos junto con los estudios que cursan y el curso en el que se encuentran.

En la Figura 2.6, en la que se compara la preparación con los estudios, resulta destacable que entre los alumnos de posgrado (Máster E-ti y MBA) no aparece la opción de preparación muy baja y sí la de muy alta (hecho que en LADE y LE aparece justo a la inversa). Esto parece lógico puesto que los estudiantes de posgrado ya han pasado por una formación universitaria previa que les ha hecho adquirir una serie de conocimientos que los otros dos grupos de alumnos aún no han pasado. Es por ello esperable que se consideren mejor preparados en términos generales.

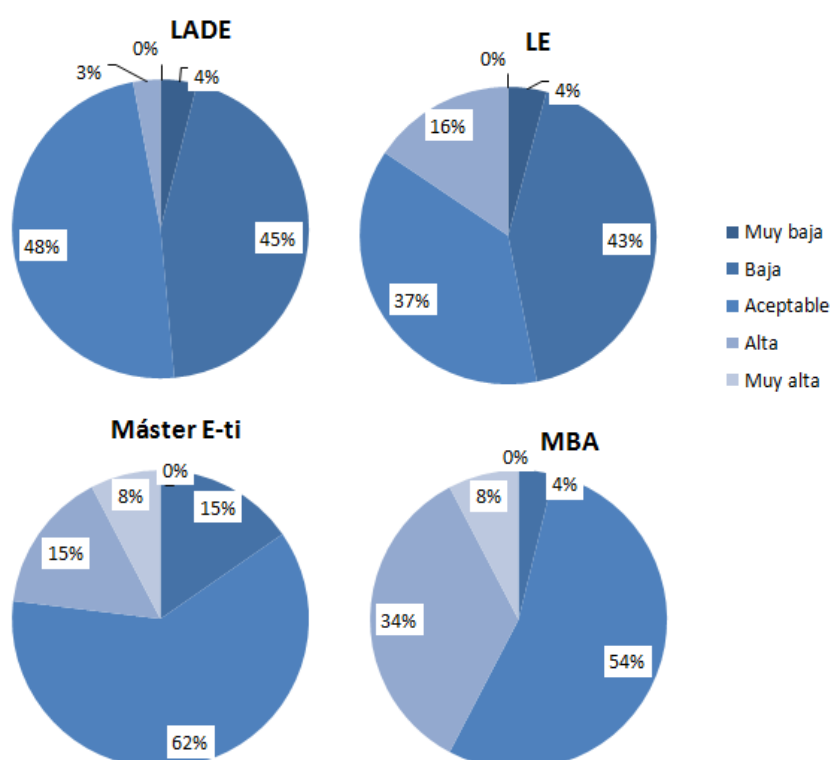


Figura 2.6: Preparación y estudios

Si lo analizamos por cursos llama la atención el hecho de que los alumnos de cuarto curso (al final ya de su carrera) consideren que están menos preparados que, por ejemplo, los alumnos de segundo o tercer curso (véase Figura 2.7).

A medida que avanzas en tus estudios vas adquiriendo nuevos conocimientos que te permiten estar mejor preparado para afrontar la puesta en marcha de una empresa. Pero esto no parece ser percibido así por los alumnos de cuarto curso. Los estudiantes de posgrado en cambio sí que se ven mejor preparados, ninguno de ellos considera que su preparación sea muy baja. Y es entre estos donde aparece destacada la opción de preparación muy alta (que en el resto de cursos ni siquiera aparece).

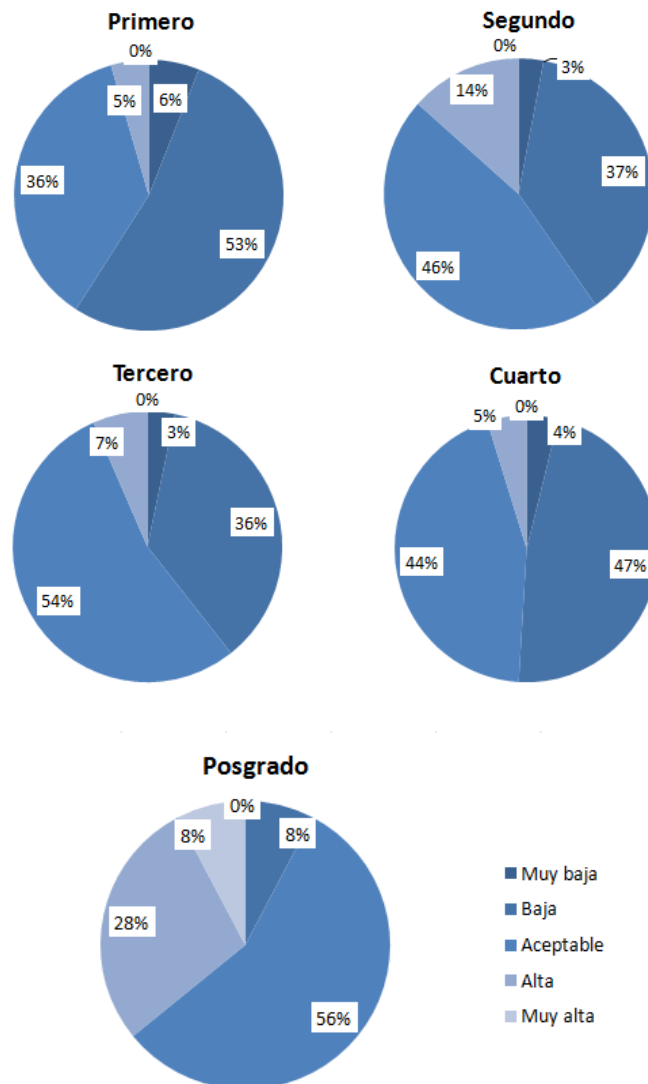


Figura 2.7: Preparación y curso

Estudiados los gráficos anteriormente mencionados y después de todo lo comentado se muestra un resumen de los contrastes llevados a cabo en este apartado del estudio y los resultados obtenidos (véase Tabla 2.8). En esta ocasión han sido varias las relaciones encontradas entre las diferentes variables, aunque dicha relación es débil. Las variables que tienen una cierta dependencia con el nivel de preparación de los alumnos son: el nivel de emprendimiento, el curso, los estudios, la experiencia profesional y los deseos de fundar una empresa propia.

Variables		p_valor	Aceptar/Rechazar H_0	Grado de relación ⁷
Nivel de preparación del alumno	Nivel de emprendimiento	0,001	Rechazar	Débil
	Curso	0,000	Rechazar	Débil
	Estudios	0,000	Rechazar	Débil
	Experiencia profesional	0,006	Rechazar	Débil
	Deseos de fundar empresa propia	0,024	Rechazar	Débil
	Género	0,163	Aceptar	-
Experiencia profesional	Curso	0,000	Rechazar	Débil

Tabla 2.8: Resumen contrastes

2.5. Pensar seriamente en crear una empresa propia

Una vez conocido su deseo de fundar una empresa propia y su preparación para ello se quiso ver cuántos han pensado seriamente en hacerlo.

Para evaluar si el alumno ha pensado seriamente alguna vez en fundar una empresa propia se ha procedido a realizar la pregunta directamente, ofreciendo como respuesta las opciones que se observan en la Figura 2.8. Aquí se puede

apreciar que más de la mitad de los universitarios ha pensado en algún momento (“vagamente”) en fundar una empresa propia (54,90%), un 24,33% nunca lo ha pensado y tan solo el 17,51% lo ha hecho seriamente.

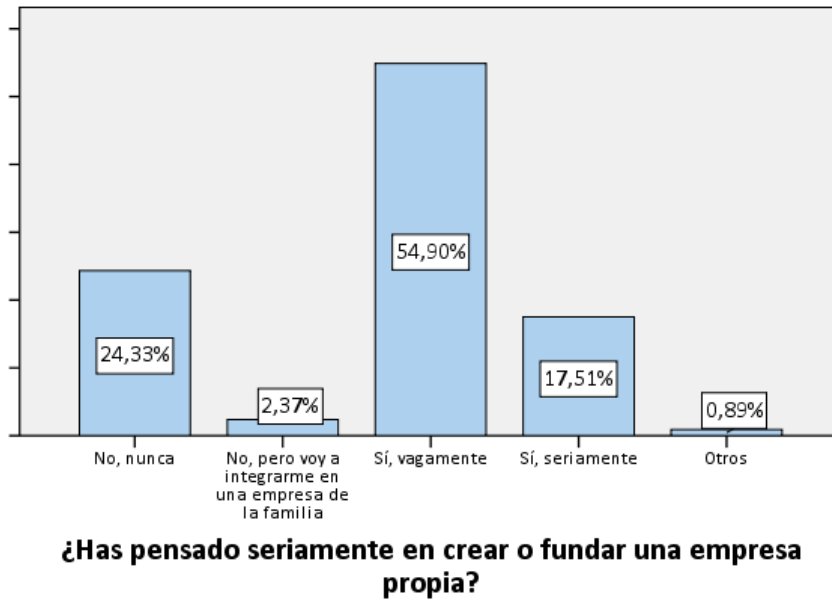
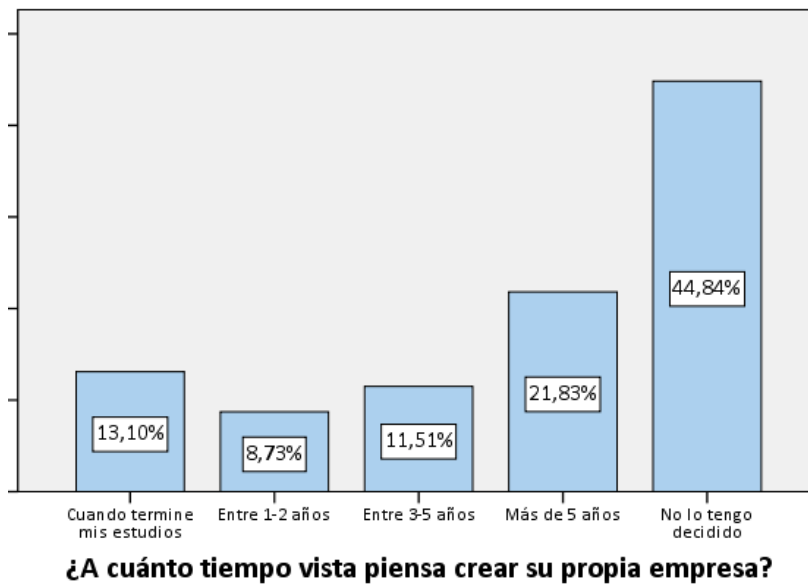


Figura 2.8: Pensar seriamente en crear una empresa propia

Posteriormente, se procede a preguntar a cuánto tiempo vista se piensa llevar a cabo y como se refleja en la Figura 2.9 la mayoría de los alumnos aún no tienen decidido cuándo poner en marcha su propia empresa (44,84%).



⁷ Aplicando coeficiente V de Cramer y Phi.

Figura 2.9: Tiempo vista para crear empresa propia

Teniendo en cuenta las dos preguntas anteriores se puede decir que la mayoría de los universitarios ha pensado vagamente en crear su propia empresa y que por lo tanto aún no tienen decidido cuándo llevarlo a cabo.

2.6. Motivos y frenos que favorecen, o no, la creación de una empresa propia

En la Figura 2.10 se recogen los motivos que los alumnos valoran como importantes o muy importantes a la hora de crear una empresa. Cabe resaltar que el motivo más valorado (como muy importante) es “Poner en práctica mis propias ideas” (17,26%), seguido por el de “Crear algo propio” (12,36%) e “Independencia personal” (11,51%).



Figura 2.10: Motivos que favorecen crear una empresa propia (%)

En la Figura 2.11 se expone los factores que menos propician la creación de una empresa propia. Como “Importantes” nos encontramos el riesgo demasiado elevado (10,70%), la falta de capital inicial (10,61%) y la falta de conocimientos y experiencia en dirección de empresas (10,17%). Y dentro de los factores “Muy Importantes” están el riesgo demasiado elevado (20,96%), la falta de capital inicial (17,67%) y la situación económica (13,32%).

Al igual que ocurría con los motivos que propiciaban la creación de empresas aquí también dos de los factores son comunes en ambas opciones. En esta ocasión son el riesgo y la falta de capital inicial.

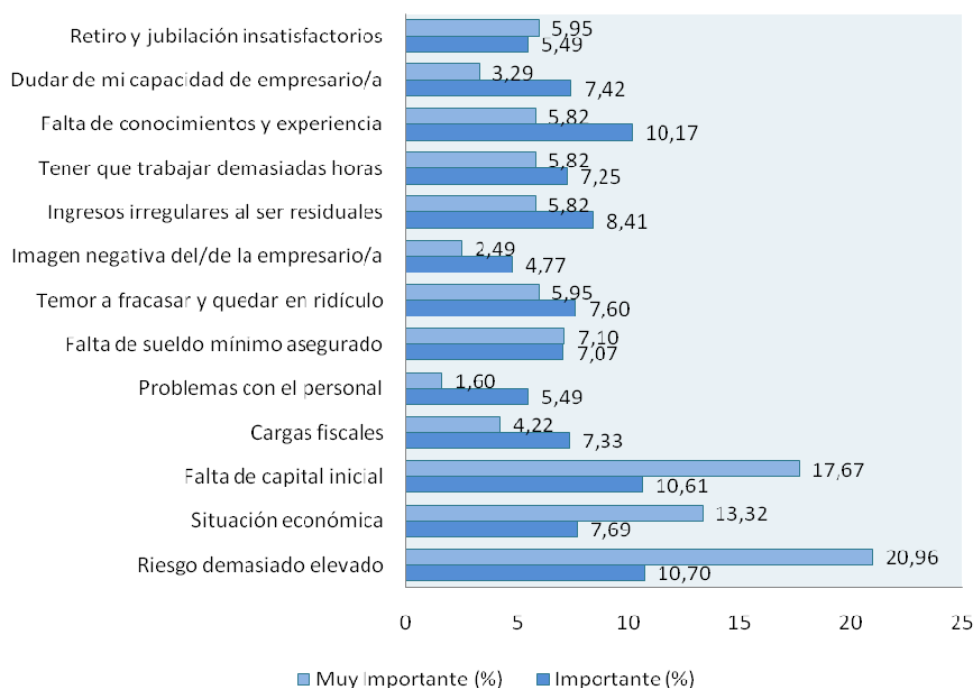


Figura 2.11: Frenos a la creación de una empresa propia (%)

3. CONCLUSIONES

Para finalizar, a continuación presentamos las principales conclusiones obtenidas así como sus limitaciones y posibles líneas futuras de investigación.

En lo que respecta al primero de nuestros objetivos, que era el de conocer mejor el estado de las publicaciones sobre actitud emprendedora, cabe resaltar lo siguiente:

- (1) De la revisión de las 15 revistas españolas, se desprende que 2003 y 2006 son los años que tienen un mayor número de publicaciones referentes al emprendimiento. Por tanto, aunque estemos ante un concepto sobre el que se comenzó a trabajar hace mucho tiempo ha sido a partir de estos años cuando en la literatura española el interés por el tema ha aumentado significativamente.

- (2) De la revisión de las 6 revistas internacionales, se ha podido comprobar que ha habido una evolución creciente, siendo el 2009 el año con un número más alto de trabajos sobre emprendimiento aportados a la literatura.
- (3) El número de trabajos publicados sobre actitud emprendedora (tanto a nivel nacional como internacional) ha sido bastante homogéneo a lo largo de la década 2000-2010.
- (4) De las publicaciones revisadas en español, lógicamente la revista que más artículos aporta, tanto sobre emprendimiento como sobre actitud emprendedora, debido a su línea editorial, es *Iniciativa Emprendedora y Empresa Familiar*.
- (5) En inglés la revista con un mayor porcentaje de artículos sobre actitud es *Small Business Management* y sobre emprendimiento es la que lleva por nombre *Entrepreneurship: Theory and Practice*.

En cuanto a la actitud emprendedora de los estudiantes de la Facultad de CCEE y EE destacar fundamentalmente que:

- (1) No se han encontrado relaciones significativas entre el deseo de crear una empresa propia en la actualidad y las variables que describen la muestra: estudios, edad, género, experiencia profesional, ambiente social, familiar empresario y profesión de los padres.
- (2) Sin embargo, estudiando el grado de emprendimiento de los estudiantes universitarios, sí que se han encontrado relaciones de dependencia de ésta con el género y el ambiente social.
- (3) Además se ha podido comprobar que la preparación del alumno está relacionada con el nivel de emprendimiento. En nuestro caso, se comprueba que son los alumnos de posgrado los que se sienten mejor preparados para afrontar la creación de una empresa propia.
- (4) Los alumnos consideran como factores muy importantes que favorecen la creación de una empresa el hecho de poner en práctica sus ideas así como la independencia personal, es decir que valoran mucho ser autónomos a la hora de realizar un trabajo. En cambio, consideran el

riesgo demasiado elevado y la falta de capital inicial como frenos a la hora de fundar una empresa.

- (5) Analizando al empresario, los estudiantes lo ven como una persona con gran capacidad de organización y capaz de asumir riesgos. La profesión de empresario no está dentro de las más valoradas por los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Cantabria.

Para finalizar, como todo trabajo de investigación este también tiene sus limitaciones, aunque las consideramos a su vez como posibles líneas futuras de investigación.

La primera de las limitaciones la encontramos en las revistas elegidas para esta primera revisión. Para obtener una mayor representatividad en el estudio resultaría interesante realizar una revisión más amplia de publicaciones, sobre todo en lo que respecta a revistas internacionales, para ampliarlo a revistas menos específicas.

Y la segunda de las limitaciones, en relación al trabajo empírico realizado la constituye el hecho de que la encuesta solo se ha realizado en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. En el futuro sería conveniente ampliarla al resto de facultades de la Universidad de Cantabria e incluso a otras Comunidades Autónomas, para poder hacer comparaciones tanto entre diferentes titulaciones ofrecidas por la Universidad de Cantabria como entre las distintas Comunidades Autónomas españolas. A su vez también es interesante repetir el estudio en años sucesivos para analizar la evolución de las actitudes emprendedoras de los alumnos, comprobar si éstas varían, y si posibles iniciativas emprendedoras llevadas a cabo por la comunidad universitaria favoreces que el alumnado sea más emprendedor o no.

4. BIBLIOGRAFÍA

Álvarez, C. & Urbano Pulido, D. 2009, "Estado actual de la investigación sobre el GEM: logros y retos", *IV Workshop Internacional de Investigación basada en el Proyecto GEM*.

Benzing, C.; Chu, H.M. & Kara, O. 2009, "Entrepreneurs in Turkey: A factor analysis of motivations, success factors, and problems", *Journal of Small Business Management*, vol. 47, Issue 1, pp. 58-91.

- Bueno Campos, E.J. & Merino Moreno, C. 2006, "La vocación internacional como espíritu emprendedor: la presencia de Alsa en China ", *Economía Industrial*, no. 362, pp. 143-146.
- Bueno Hernández, Y. & de Pablo López, I. 2004, "Rasgos personales que caracterizan a un emprendedor de éxito", *Iniciativa Emprendedora y Empresa Familiar*, no 44, p. 113.
- Castillo, A. 1999, "Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento", *Programa Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional. Chile*.
- Coduras Martínez, A. 2008, "La actividad emprendedora de los inmigrantes en España, 2005-2007", *ICE-Revista de Economía*, vol. 841, pp. 97-115.
- Edelman, L.F.; Brush, C.G.; Manolova, T.S. & Greene, P.G. 2010, "Start-up motivations and growth intentions of minority nascent entrepreneurs", *Journal of Small Business Management*, vol. 48, Issue 2, pp. 174-196.
- Espíritu Olmos, R. & Sastre Castillo, M.A. 2007, "La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios", *Cuadernos de Estudios Empresariales*, no 17, pp. 95-116.
- Gallo Laguna de Rins, M.A. 2003, "Preservando el espíritu emprendedor en la empresa familiar: estructuras, sistemas de dirección y órganos de gobierno que facilitan la iniciativa emprendedora", *Iniciativa Emprendedora y Empresa Familiar*, no 39, pp. 7-20.
- González Morales, M.O. 2001, "Actitudes y motivaciones hacia el trabajo y la creación de empresas según género ", *ICE-Boletín Económico*, vol. 2709, pp. 21-29.
- Guzmán Cuevas, J.J. 2006, "El rol del entrepreneurship en el proceso del crecimiento económico", *Estudios de Economía Aplicada*, vol. 24, no. 2, pp. 361-388.
- Langowitz, N. & Minniti, M. 2007, "The entrepreneurial propensity of women", *Entrepreneurship: Theory & Practice*, vol. 31, Issue 3, pp. 341-364.
- Mora, M.T. & Dávila, A. 2005, "Ethnic group size, linguistic isolation, and immigrant entrepreneurship in the USA", *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 17, Issue 5, pp. 389-404.
- Moriano León, J.A.; Palací, F.J. & Trejo, E. 2001, "El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores", *Revista de Psicología Social*, vol. 16, no 2.
- Moriano León, J.A.; Morales, J.F. & Palací, F.J. 2006, "Adaptación y validación en España de la escala de Autoeficacia Emprendedora", *Revista de Psicología Social*, vol. 21, no 1.
- Morillas Gómez, J. 2000, "El espíritu empresarial, clave en la nueva economía", *ICE-Boletín Económico*, no 2655, pp. 5-7.
- Norris F. KruegerJR.; Reilly, M.D. & Carsrud, A.L. 2000, "Competing models of entrepreneurial intentions", *Journal of Business Venturing*, pp. 411-432.
- Porter, M.E. 1991, "La ventaja competitiva de las naciones".

- Ramos Rodríguez, A.R. & Ruiz Navarro, J. 2006, "Identificación y análisis dinámico del impacto de los documentos más citados en la investigación sobre la creación de empresas", *Ekonomiaz: Revista vasca de economía*, vol. 62, pp. 290-313.
- Ribeiro Soriano, D., Peris-Ortiz, M. & Peris Bonet, F.J. 2010, "Capacidades y mujer emprendedora", *ICE-Revista de Economía*, no. 852, pp. 153-165.
- Rodríguez Castellanos, A. 2010, "Proyecto GEM: medición de la capacidad emprendedora", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 19, no 2, pp. 9-13.
- Rodríguez Gutiérrez, M.J. & Santos Cumplido, F.J. 2008, "La actividad emprendedora de las mujeres y el proceso de creación de empresas ", *ICE-Revista de Economía*, vol. 841, pp. 117-132.
- Ruiz Navarro, J., Rojas Vázquez, A. & Suárez Llorents, A. 2008, "Las actitudes de los estudiantes universitarios de Andalucía ante la creación de empresas".
- Sánchez Escobedo, M.C. 2010, "Mujer y creación de empresas. Tendencias de investigación".
- Sánchez Quirós, I. & Pérez Rodríguez, M.J. 2003, "El comportamiento emprendedor en las empresas familiares: un caso de estudio, el sector hotelero", *Iniciativa Emprendedora y Empresa Familiar*, no 39, pp. 77-87.
- Scherer, R., Brodzinsky, J. & Wiebe, F. 1990, "Entrepreneur career selection and gender: a socialization approach", *Journal of Small Business Management*, pp. 37-44.
- Schumpeter, J.A. 1911, "The Theory of Economic Development".
- Smilor, R.W., Gibson, V. & Dietrich, B. 1990, "Spin-out companies: technology start-ups from UT-Austin", *Journal of Business Venturing*, vol. 5, no. 1, pp. 63-76.
- Stewart Jr., W.H. & Roth, P.L. 2007, "A meta-analysis of achievement motivation differences between entrepreneurs and managers", *Journal of Small Business Management*, vol. 45, Issue 4, pp. 401-421.
- Taymaz, E. & Köksal, M.Y. 2006, "El espíritu emprendedor, el tamaño de lanzamiento y la supervivencia de los pequeños empresarios", *Ekonomiaz, revista de economía vasca*, no 62, pp. 70-99.
- Thompson, P.; Jones-Evans, D. & Kwong, C. 2009, "Women and home-based entrepreneurship: evidence from the United Kingdom", *International Small Business Journal*, vol. 27, Issue 2, pp. 227-239.
- Vázquez Rodríguez, P., Muñoz Ferreiro, N. & López Cabarcos, M.A. "Estudio de la actividad emprendedora en España mediante un análisis de conglomerados ", *Esic Market*, no. 124, pp. 145-172.
- Veciana, J.M. 1999, "Creación de empresas como programa de investigación científica", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 8, no. 3, pp. 11-33.

Wennekers, S. & Thurik, R. 1999, "Linking entrepreneurship and economic growth", *Small Business Economics*, vol. 13, no. 1, pp. 27-55.

White, S.D. & Reynolds, P. 1996, "Government programs and high growth new firm", Paper presented at the *Frontiers of Entrepreneurship Research* (Eds.).