



Anales de Psicología

ISSN: 0212-9728

servpubl@fcu.um.es

Universidad de Murcia

España

Oliver, Amparo; Galiana, Laura; Gutiérrez - Benet, Marta
Diagnóstico y políticas de promoción del emprendimiento en estudiantes
Anales de Psicología, vol. 32, núm. 1, enero, 2016, pp. 183-189
Universidad de Murcia
Murcia, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16743391021>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Diagnóstico y políticas de promoción del emprendimiento en estudiantes

Amparo Oliver^{1*}, Laura Galiana¹ y Marta Gutiérrez-Benet²

¹ Departamento de Metodología de las Ciencias del Comportamiento, Universitat de València (España).

² Licenciada en CC Políticas y Periodismo por la Universitat de València, experta en Programas Europeos (España).

Resumen: La cada vez más saliente necesidad de contar con medidas tanto socio-económicas como educativas para desarrollar una cultura del emprendimiento hace imprescindible contar con una definición detallada del constructo, así como con una medida que permita disponer de una línea base del emprendimiento en estudiantes que facilitaría la evaluación de las intervenciones que desde el marco europeo y el gobierno estatal se propongan. El objetivo del estudio es proporcionar un conocimiento de las actitudes emprendedoras en el contexto educativo español, a partir del cual podrán realizarse implementaciones y evaluaciones de programas dedicados al fomento de la cultura y la educación emprendedora. 524 estudiantes (267 de instituto y 257 de universidad) respondieron a la *Escala de Actitudes Emprendedoras*. Se llevaron a cabo análisis descriptivos y análisis de varianza multivariados paramétricos y no paramétricos, en los que se incluyeron como variables independientes el género y la etapa educativa. Los resultados mostraron diferencias en función del género para algunas dimensiones del emprendimiento y además ofrecieron valores criterio para futuras investigaciones e intervenciones en este campo. Las implicaciones del trabajo se ponen en relación con el contexto político actual.

Palabras clave: Actitud emprendedora; políticas europeas; intervención educativa; empleabilidad; universitarios y preuniversitarios.

Title: Assessment and promotion policies of entrepreneurship in students.

Abstract: The increasing need for socio-economical and educative measures, targeting the development of an entrepreneurship culture, makes essential the accurate definition of the construct. This, together with a measure to provide a baseline of students' entrepreneurship would facilitate the assessment of European and state government policies and interventions. The aim of the study is to provide an understanding of the entrepreneurial attitudes in the Spanish educative context, from which the implementation and assessment of entrepreneurship culture and education programs could be developed. 524 students (267 high school and 257 university students) answered the Entrepreneurship Attitudes Scale. Descriptive statistics and parametric and non-parametric multivariate analyses of variance were developed, including gender and educational stage as independent variables. Results showed differences between genders on some entrepreneurship dimensions, and also offered criteria values for future research and interventions in the field. Implications of this work are related to the current political context.

Key words: Entrepreneurial attitude; European policies; educative intervention; employability; higher education and secondary school students.

Introducción

Por emprendimiento entendemos la capacidad de las personas para traducir ideas en actos. Implica ser creativo, tomar la iniciativa, innovar, asumir riesgos y gestionar los proyectos personales y profesionales para alcanzar objetivos concretos. Hace una década, el estudio de este proceso ya mostraba uno de los crecimientos más rápidos dentro de las ciencias sociales (Katz, 2003), y desde entonces las instituciones europeas han gestado diversos documentos relativos al emprendimiento adentrándose en la investigación sobre el desarrollo de este fenómeno en los Estados Miembros de la Unión Europea. Actualmente, en un contexto de crisis económica generalizada en la UE -con especial incidencia en los países Mediterráneos-, el emprendimiento está considerado como una práctica clave a la hora de reactivar los sistemas económicos estancados e impulsar un crecimiento más sostenible y coherente.

En 2003, la Comisión Europea (CE en adelante), desde la Dirección General de Empresa, inició el debate sobre el emprendimiento con el Libro Verde sobre *Espíritu empresarial en Europa* (Comisión Europea, 2003). En él la Comisión comenzaba a analizar el reto al que se enfrentaba Europa a la hora de fomentar el dinamismo empresarial de un modo más eficaz.

Emprendimiento: ¿Una cuestión de género?

Diversos estudios han señalado durante los últimos años la mayor presencia de hombres emprendedores, llegando casi a doblar el número de hombres emprendedores respecto a mujeres (Coduras y Justo, 2003; Reynolds, Hay, Bygrave, Camp y Autio, 2000). En Agosto de 2012, El Eurobarómetro (Comisión Europea, 2012a) dedicaba su número 354 al emprendimiento dentro y fuera de la UE. En esta encuesta, realizada de manera periódica, se recogen datos estadísticos por países y agrupados, acerca del comportamiento de los ciudadanos Europeos con respecto al emprendimiento. Algunas de las conclusiones revelaban, por ejemplo, que los hombres tienen mayor tendencia que las mujeres a decantarse por el autoempleo, así como los más jóvenes frente a los adultos de mayor edad.

En general, el número de emprendedores en Europa es menor al deseado, presentando además diferencias en cuanto a género, puesto que las mujeres emprendedoras representan sólo el 30% del total de emprendedores. Por ello la Comisión, junto a los Estados Miembros, busca poner en marcha vías para superar los factores que desmotivan a las mujeres a emprender.

Intervención educativa en emprendimiento

La educación resulta un medio idóneo para identificar actitudes emprendedoras así como para potenciarlas y estimularlas de diferentes maneras. La presencia del emprendimiento en los programas educativos en las escuelas en Europa, es informada en *"Entrepreneurship Education at School in Europe National Strategies, Curricula and Learning Outcomes"*

* Dirección para correspondencia [Correspondence address]:

Amparo Oliver. Departamento de Metodología de las Ciencias del Comportamiento. Universitat de València. Av. Blasco Ibañez, 21. CP 46020. Valencia (España). E-mail: oliver@uv.es

(Comisión Europea, 2012b), recordándose la importancia de la educación para el emprendimiento como motor para el crecimiento. El informe observa grandes avances en este aspecto en los diferentes Estados Miembros, a la vez que analiza la situación específica por países. Algunos países analizados cuentan con asignaturas específicas de educación para el emprendimiento, mientras que otros tratan temas en esta línea en diferentes asignaturas u ofrecen programas superiores específicos. Sin embargo, según el Eurobarómetro de Agosto de 2012, menos del 50% de los encuestados consideraba que su formación en la escuela les había ayudado a desarrollar un sentido de iniciativa y actitudes empresariales, y tan solo un 28% afirmaba que la educación recibida en la escuela había incrementado su interés en ser emprendedores.

Quizá tomando nota de este último dato, la educación para el emprendimiento se llegó a situar en el 2013 entre las prioridades de muchos estados miembro de la UE, fomentando programas y actividades al respecto. En esta línea podría enmarcarse la Estrategia Juventud 2020 y Plan de Acción 2014-2014, aprobados por el Consejo de Ministros en España el 12 de septiembre de 2014 y que plantea la educación y formación, así como el empleo y emprendimiento, como principales ejes estratégicos para la acción.

No obstante, no resulta suficiente con establecer esta prioridad para verse materializada, y así pues la misma Comisión Europea identifica la necesidad de promover estas iniciativas de manera más sistemática y a todos los niveles educativos, desde la escuela primaria hasta la universidad y experiencias educativas posteriores. Con este fin, el 9 de enero de 2013, enmarcado en la Estrategia Europa 2020 para reflotar las economías europeas reforzando sectores transversales como la educación, el bienestar social o la política de juventud, entre otras, la CE presentó el plan de acción "Emprendimiento 2020". Este plan de acción, además, sitúa el emprendimiento como elemento clave para reactivar la competitividad de las economías nacionales. En esta línea, se identifican tres pilares básicos para la acción:

- Desarrollar la educación y formación en materia de emprendimiento para fomentar la creación de empleo y el crecimiento.
- Crear un buen entorno empresarial para los emprendedores, eliminando obstáculos y proporcionando apoyo en el ciclo empresarial.
- Dinamizar la cultura del emprendimiento en Europa y llegar a grupos específicos como jóvenes, mujeres o desempleados de mayor edad.

También en este contexto, aparece en junio de 2013 el documento *Entrepreneurship Education – A Guide for Educators* (Comisión Europea, 2013), un manual que tiene por objeto mostrar una selección de ejemplos que inspiren la práctica emprendedora desde las clases, dirigido, pues, a crear una educación para el emprendimiento.

El emprendimiento en nuestro contexto: en busca de la línea base

En España, aunque con presencia de algunos trabajos que versan sobre el emprendimiento en organizaciones (ver, por ejemplo, Moriano, Topa, Valero y Lévy, 2009), el emprendimiento entre el estudiantado ha sido un campo de investigación poco explorado. En línea con la denominada "Garantía Juvenil Europea" (Consejo de la Unión Europea, 2013), la *Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2013-2016*, anuncia un centenar de medidas dirigidas a combatir el desempleo juvenil, centrándose en la educación, formación, conocimiento de TICs e idiomas y fomento del emprendimiento. Existe en nuestro entorno próximo, además, un clima proclive para llevar a cabo dichas medidas. Tal y como se informaba en el Eurobarómetro 354 (Agosto, 2012), el número de personas que ve el emprendimiento de manera favorable ha experimentado un importante crecimiento en España desde 2009 (del 62% al 76%).

En definitiva, como argumentan Acs, Arenius, Hay y Minniti (2005), necesitamos más emprendedores y estimular las actitudes emprendedoras en los jóvenes. En esta estimulación, la educación juega un papel clave a la hora de promover actitudes emprendedoras, abarcando tanto la educación secundaria como la superior.

La cada vez más saliente necesidad de contar con medidas tanto socio-económicas como educativas para desarrollar una cultura del emprendimiento hace imprescindible contar con una definición detallada del constructo. En este sentido, se pueden encontrar en la literatura definiciones desde distintas aproximaciones teóricas, que se han centrado en los factores individuales, contextuales u organizacionales que afectan o definen la actitud emprendedora como la Teoría del Emprendimiento de Kirzner (1973), el Modelo del Suceso Emprendedor (Shapiro y Sokol, 1982) o la Teoría de la Acción Razonada (Ajzen, 1991).

Efectivamente, las características de los emprendedores no han sido abordadas de una forma única en la literatura. Ya en 1983, Miller definió la orientación emprendedora como la exhibición de innovación, toma de riesgos y proactividad. Dess y Lumpkin (2001) ampliaron el número de dimensiones, añadiendo la agresividad competitiva y la autonomía. Investigaciones más recientes reclaman atención a dimensiones olvidadas, como la empatía o la ética profesional (Hermansen-Kobulnicky y Moss, 2004) y a contemplar además el estudio de la intención de autoempleo (Douglas y Shepherd, 2002; Krueger, Reilly y Carsrud, 2000), integrando así lo que Moriano, Palací y Morales (2006) denominan un perfil psicosocial del emprendedor.

Estas definiciones, con el tiempo, se han acompañado de instrumentos de medida cuyo objetivo ha sido operacionalizar las dimensiones de la actitud emprendedora. Entre los instrumentos desarrollados, la medida más empleada en el ámbito anglo-sajón es la desarrollada en 1989 por Covin y Slevin (Covin y Wales, 2011; Rauch, Wiklund, Lumpkin y Frese, 2009). Huges y Morgan (2007) ofrecen un marco de

medida al modelo ampliado de Dess y Lumpkin (2001), añadiendo la empatía y la proactividad como actitudes claves de la persona emprendedora.

Esta falta de completud de los instrumentos desarrollados hasta la actualidad, junto con su uso limitado al contexto anglosajón, su excesiva longitud y la escasez de investigación psicométrica (Bird, Schjoedt y Baum, 2012; Kreiser, Marino y Weaver, 2002), hacen conveniente una nueva medida dirigida a superar dichas deficiencias. Propuestas recientes incluyen la Medida de Tendencias y Habilidades Emprendedoras (*Measure of Entrepreneurial Tendencies and Abilities*, META; Almeida, Ahmetoglu y Chamorro-Premuzic, 2014), la Batería para la Evaluación de la Personalidad Emprendedora (*Battery for the Assessment of Enterprising Personality*, BEPE; Muñoz, Suárez-Álvarez, Pedrosa, Fonseca-Pedrero y García-Cueto, 2014), o la Escala de Actitudes Emprendedoras para Estudiantes (*Entrepreneurial Attitudes Scale for Students*, EASS; Oliver y Galiana, 2015). Esta última medida es la más breve de las tres (18 ítems frente a 90 de META y 115 ítems de BEPE, respectivamente), con propiedades psicométricas probadas y de fácil aplicación, permitiendo, de un lado, disponer de una línea base del emprendimiento en estudiantes, contemplando multidimensionalmente las actitudes emprendedoras, y de otra parte, monitorizar el efecto de intervenciones que desde el marco europeo y el gobierno estatal se propongan.

Objetivo del estudio

Parece necesario, pues, un conocimiento del contexto español del emprendimiento, a partir del cual podrán realizarse implementaciones y evaluaciones de programas dedicados al fomento de la cultura y la educación emprendedora. El objetivo de este trabajo es proporcionar, en nuestro contexto socio-cultural actual, un diagnóstico multidimensional de las actitudes emprendedoras en secundaria y universidad, de forma diferenciada por género, mediante la nueva Escala de Actitudes Emprendedoras del Estudiante (Oliver y Galiana, 2015) y conectar este diagnóstico con las líneas básicas de la política en promoción del emprendimiento que están llevándose a cabo.

Método

Diseño, procedimiento y participantes

Mediante diseño de encuesta transversal, el procedimiento consistió en evaluar diferentes variables psicosociales en estudiantes de instituto y universidad públicos de la ciudad de Valencia (España), para lo que se llevaron a cabo dos muestreos de conveniencia, en un I.E.S y en primer curso de dos facultades de las áreas de Ciencias Sociales y de la Salud de la Universitat de València. Después de conseguir el consentimiento de estudiantes y gabinete psicopedagógico (en el caso de los menores), se administraron los cuestionarios de manera colectiva, en sus aulas y horarios habituales durante

el mes de abril de 2012, siempre estando presentes las investigadoras.

En el estudio participaron 524 estudiantes (267 de instituto y 257 de universidad). De los 267 estudiantes de instituto, el 54.5% eran mujeres. Estos participantes tenían entre 13 y los 20 años ($M = 15.12$; $DT = 1.60$). De los 257 universitarios, el 68.1% eran mujeres. Los participantes tenían edades comprendidas entre los 18 y los 47 años ($M = 21.44$; $DS = 4.48$).

Instrumentos

El estudio incluyó, además de preguntas de tipo socio-demográfico, la *Escala de Actitudes Emprendedoras del Estudiante* (autores, en prensa). Se trata de una escala que evalúa los principales rasgos de la personalidad emprendedora mediante 18 ítems: proactividad, ética profesional, empatía, innovación, autonomía y toma de riesgos y sus contenidos pueden observarse en el Anexo. Cada dimensión se evalúa mediante 3 ítems que puntúan de 1 (*“muy en desacuerdo”*) a 7 (*“muy de acuerdo”*). La consistencia interna ha sido evaluada mediante alfa de Cronbach, siendo de .903 en la muestra de estudiantes de instituto y de .843 para los universitarios.

Análisis estadísticos

Los análisis estadísticos se realizaron mediante el programa SPSS 20 y el paquete estadístico R. Para diagnosticar la prevalencia de las diferentes actitudes emprendedoras en estudiantes pre y universitarios, se llevaron a cabo análisis descriptivos (medias, medianas, desviaciones típicas, asimetría y percentiles). Para abordar este mismo objetivo de forma diferencial en función de género, nivel educativo y su interacción, se llevó a cabo un análisis de varianza multivariado no paramétrico, en concreto, un análisis de varianza utilizando matrices de distancia. Este análisis divide las matrices de distancia entre las diferentes fuentes de variación y ajusta modelos lineales (i.e., regresión polinomial) a dichas matrices, utilizando un test de permutación con ratio pseudo- F . Es conocido como MANOVA permutacional o MANOVA no paramétrico (Anderson, 2001) y se realizó mediante el paquete estadístico Vegan, implementado para R.

Simultáneamente se realizó su correspondiente análisis paramétrico, un análisis multivariado de varianza (MANOVA) 2 (género) x 2 (etapa educativa). Este MANOVA evalúa las diferencias en el centroide (vector) de medias de las múltiples variables dependientes, para las diversas categorías de las variables independientes. De entre los criterios multivariados para evaluar los efectos, se escoge el criterio de Pillai, el más robusto frente a los incumplimientos de los supuestos (Tabachnick y Fidell, 2007). El segundo paso del MANOVA, si la prueba F muestra que el centroide (vector) de medias de las variables dependientes no es el mismo para todos los grupos formados por las categorías de las variables independientes, es realizar pruebas post-hoc, en este caso de Bonferroni, para las diferencias entre grupos, de forma que

se determine qué grupos son los que difieren significativamente en medias. Los tamaños del efecto (eta-cuadrado) también se estimaron, evaluándose la magnitud de dichos efectos: .02, .13 y .26 como puntos de corte para pequeños, medios y grandes efectos, respectivamente (Cohen, 1992).

Resultados

Resultados descriptivos

Los estadísticos descriptivos muestran una presencia elevada de los rasgos de personalidad emprendedora, tanto en los estudiantes de instituto como en los universitarios (ver Tabla 1). En los dos tipos de estudiantes, las dimensiones presentan medias mayores de 5 puntos, siendo superiores las de universitarios, con la única excepción de la dimensión de innovación, a la sazón la menos prevalente en magnitud de las seis (5.02 en estudiantes de universidad y 5.17 en estudiantes de instituto). Otros datos relativos a tendencia central, variabilidad y asimetría, pueden consultarse en dicha tabla.

Tabla 1. Estadísticos descriptivos de las actitudes emprendedoras por etapa educativa

	Estudiantes de secundaria				Estudiantes de universidad			
	M	DT	Md	As	M	DT	Md	As
<i>Proactividad</i>	5.56	1.11	5.66	-1.13	5.72	0.87	6.00	-0.79
<i>Ética profesional</i>	5.42	1.07	5.66	-0.73	5.73	0.86	6.00	-0.57
<i>Empatía</i>	5.53	1.00	5.66	-0.84	6.16	0.79	6.33	-1.43
<i>Innovación</i>	5.17	1.16	5.33	-0.69	5.02	1.11	5.00	-0.43
<i>Autonomía</i>	5.43	1.10	5.66	-1.05	5.62	0.79	5.66	-0.30
<i>Toma de riesgos</i>	5.75	1.02	6.00	-0.98	5.82	0.82	6.00	-0.94

Se puede observar en la Tabla 2, el comportamiento en las dimensiones del emprendimiento de los dos colectivos analizados. Estos estadísticos, además de reflejar distribuciones asimétricas positivas en todas las actitudes emprendedoras, pueden servir de referente para conocer de manera diferencial por nivel educativo y en mayor detalle la posición de los estudiantes en el constructo objeto de estudio. Esta información puede ser de utilidad como indicativa de valores de partida en dimensiones susceptibles de intervención y de un posterior seguimiento de su evolución.

Finalmente, los resultados descriptivos también indican mayor presencia de características muy similares para mujeres y hombres, con valores de tendencia central y variabilidad apenas diferentes. Sin embargo, tres dimensiones o actitudes obtienen mayores valores en las mujeres: proactividad, empatía y toma de riesgos; y otras tres en hombres: ética profesional, innovación y autonomía. Información más detallada a este respecto se puede consultar en la Tabla 3.

Resultados de los análisis de varianza multivariados

Un MANOVA no paramétrico se realizó sobre las seis actitudes emprendedoras. La combinación de estas seis variables dependientes ofreció diferencias estadísticamente significativas con ambas variables independientes, etapa educativa ($F(1, 499) = 13.087$; $p = .001$) y género ($F(1, 499) = 5.301$; $p = .001$), pero no con la interacción de éstas ($F(1, 499) = 1.8543$; $p = .131$). Cuando se calculó el tamaño del efecto mediante eta cuadrado, los resultados mostraron que ningún efecto fue relevante ($\eta^2 = .025$ en función de etapa educativa, $\eta^2 = .010$ de género o $\eta^2 = .003$ de su interacción).

Tabla 2. Percentiles de las actitudes emprendedoras

Estudiantes de secundaria						
P	Proactividad	Ética	Empatía	Innovación	Autonomía	Riesgos
10	4.33	4.67	5.00	3.67	4.33	4.67
20	5.00	5.00	5.67	4.00	5.00	5.33
30	5.33	5.33	6.00	4.33	5.33	5.67
40	5.67	5.67	6.00	4.67	5.67	5.67
50	6.00	6.00	6.33	5.00	5.67	6.00
60	6.00	6.00	6.67	5.33	6.00	6.00
70	6.33	6.33	6.67	5.67	6.00	6.33
80	6.33	6.67	7.00	6.00	6.33	6.67
90	6.67	7.00	7.00	6.33	6.67	6.77

Estudiantes de universidad						
P	Proactividad	Ética	Empatía	Innovación	Autonomía	Riesgos
10	4.00	4.00	4.33	3.67	4.00	4.33
20	4.67	4.67	4.67	4.33	4.67	5.00
30	5.33	5.00	5.00	4.67	5.00	5.33
40	5.67	5.20	5.33	5.00	5.33	5.67
50	5.67	5.67	5.67	5.33	5.67	6.00
60	6.00	5.67	6.00	5.67	6.00	6.33
70	6.33	6.00	6.00	6.00	6.00	6.33
80	6.67	6.33	6.33	6.27	6.33	6.67
90	7.00	6.67	6.67	6.67	6.67	7.00

Nota: P = percentil.

Tabla 3. Estadísticos descriptivos de las dimensiones de la personalidad emprendedora en función del género

	Mujeres				Hombres			
	M	DT	Md	As	M	DT	Md	As
<i>Proactividad</i>	5.76	0.92	6.00	-1.44	5.44	1.09	5.66	-0.63
<i>Ética profesional</i>	5.56	0.92	5.66	-0.75	5.60	1.05	5.66	-0.77
<i>Empatía</i>	5.97	0.85	6.00	-1.32	5.66	1.06	5.83	-0.76
<i>Innovación</i>	4.93	1.13	5.00	-0.49	5.35	1.11	5.33	-0.71
<i>Autonomía</i>	5.48	0.97	5.66	-1.14	5.59	0.93	5.66	-0.60
<i>Toma de riesgos</i>	5.80	0.90	6.00	-1.11	5.76	0.96	6.00	-0.85

En cuanto al MANOVA paramétrico realizado sobre las mismas seis dimensiones: proactividad, ética profesional, empatía, innovación, autonomía y toma de riesgos; las variables independientes fueron etapa educativa (instituto y universidad) y género (mujer y hombre). Usando como criterio la Traza de Pillai, la combinación de las variables dependientes fue afectada significativamente por ambas variables independientes: etapa educativa ($F(6, 493) = 12.024$; $p = .001$) y género ($F(6, 493) = 8.772$; $p = .001$), así como por su interacción ($F(6, 493) = 2.536$; $p = .020$). Los tamaños del efecto, con una $\eta^2 = .022$ para la asociación entre etapa educativa y

la combinación de variables dependientes, una $\eta^2 = .013$ para la asociación entre dicha combinación y género, y una $\eta^2 = .004$ para la asociación entre la interacción de las dos variables independientes y la combinación de las variables dependientes, son miméticos a los del análisis no paramétrico, informando tamaños del efecto muy pequeños.

Los ANOVAs de continuación mostraron mayor peso de las dimensiones de empatía, ética profesional y autonomía en la combinación de variables. En los tres casos, las actitudes emprendedoras están más presentes en los estudiantes universitarios (ver Tabla 1). Los efectos inter-sujetos del género mostraron mayores diferencias entre las medias de las variables innovación, proactividad y empatía, estando la innovación más presente en hombres que en mujeres, mientras que ocurrió al contrario con las dimensiones de proactividad y empatía, más presentes en mujeres (ver Tabla 3). Finalmente, la interacción tuvo una relación ínfima con la combinación de variables dependientes ($\eta^2 \text{ parcial} = .004$). Las mayores diferencias entre las medias se encontraron para las dimensiones de ética profesional y proactividad. Tal y como se puede observar en la Figura 1, mientras que las medias de los hombres en ética profesional

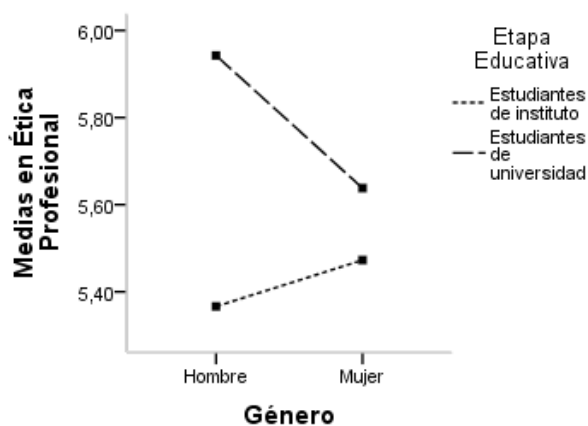


Figura 1. Interacción entre etapa educativa y género sobre la variable ética profesional

son muy diferentes en función de si estos se encuentran en el instituto o en la universidad (5.36 frente a 5.94, respectivamente), la diferencia entre las medias de las mujeres no es tan grande (5.47 en el instituto frente a 5.63 en la universidad). En cuanto a los datos referentes a la dimensión de proactividad, los resultados muestran que, mientras que los universitarios varones tienen mayores medias en esta dimensión (5.30 en el instituto frente a 5.64 en la universidad), la diferencia para las mujeres en función de la etapa educativa es prácticamente inexistente (ver Figura 2).

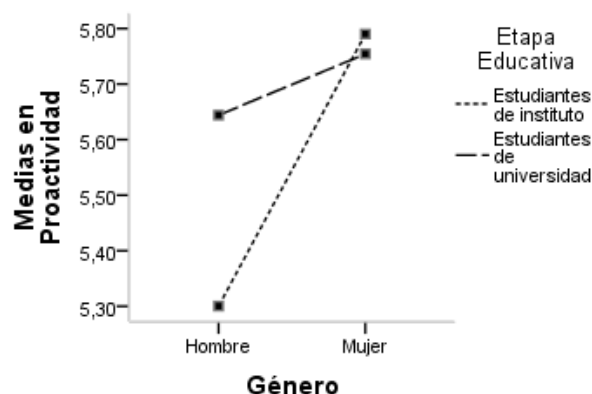


Figura 2. Interacción entre etapa educativa y género sobre la variable proactividad

Discusión

La motivación de esta investigación ha sido ofrecer un diagnóstico útil del emprendimiento, como línea base que permita poder estimar el éxito de las campañas de promoción del emprendimiento europeas, nacionales y autonómicas, que se vienen implementando. Un incremento de la prevalencia de actitudes emprendedoras entre el alumnado y una mayor preferencia por el autoempleo serían deseables.

Para alcanzar este propósito, nos trazamos un doble objetivo: de un lado, estudiar la presencia de las actitudes emprendedoras en función de la edad/etapa educativa, y de otro, en función del género. Una inversión de recursos eficiente debería tener en cuenta posibles diferencias entre los estudiantes que guíen el desarrollo de medidas específicas en función de los colectivos a los que se dirigen.

Centrándonos en las actitudes emprendedoras, efectivamente se aporta información de las seis actitudes, dimensiones a la vista de los datos, identificables tanto en la educación secundaria como en la superior, aunque con pequeños matices, como han revelado tanto los análisis de datos realizados paramétricos como no paramétricos. Resultados adicionales de este estudio, son revelar ciertas diferencias en la maduración por géneros en proactividad, con valores similares para las estudiantes en esta dimensión sean pre o universitarias, pero claramente diferentes en los estudiantes (menor en el instituto que en la universidad). Ello sugiere una mayor complejidad de esta dimensión, pues parece implicar una maduración que en los varones llega después que en las mujeres, tal y como ya indicaron otros estudios (Copeland y Hess, 1995). Este resultado invita a profundizar en el análisis de los efectos madurativos sobre el emprendimiento, desde una perspectiva de psicología del desarrollo.

Tomadas en conjunto, las diferencias obtenidas en función de género son escasas y a la luz de los datos no requerirían políticas segregadas, sino conjuntas. Sin embargo, se detecta la poca visibilidad de la opción de autoemplearse. La preferencia por el autoempleo debe presentarse de forma más explícita como opción a nuestros estudiantes, contrarrestando uno de los problemas de nuestro sistema educati-

vo y de nuestra sociedad: la baja intención emprendedora de los estudiantes (García-Montalvo y Peiró, 2001). En esta misma línea no hay que olvidar la importancia de las actitudes de otros agentes del proceso de enseñanza-aprendizaje. Los profesores al provenir en ocasiones de un sistema educativo estructurado, tienden a considerar y a tratar a sus alumnos como futuros empleados y no como emprendedores (Gasse, 1985) y las políticas pueden orientarse a contrarrestar esta inercia.

Entre las limitaciones, el uso de muestras de conveniencia, que nos hace ser cautelosas con la generalización de los resultados encontrados. En este trabajo el objetivo ha sido acercarnos de forma universal al constructo emprendimiento en estudiantes pre y universitarios en español. Para superar

estas limitaciones se debe continuar explorando diferencialmente en muestras con otras procedencias geográficas dentro de nuestro país, o con características culturales específicas como las iberoamericanas. Otra línea futura sería avanzar hacia un estudio psicométrico de la medida que aquí se ha utilizado con el uso de modelos estadísticos más complejos, que sirvan también para estudiar la estabilidad de dichas actitudes y en qué medida varían mediante la aplicación de programas específicos.

Agradecimientos.- A Elena Moreno Maestre por sus interesantes aportaciones a la versión final del trabajo. La primera autora agradece a la *Cátedra de Cultura Empresarial de ADEIT-UV* por iniciarle en esta temática.

Referencias

- Acs, Z. J., Arenius, P., Hay, M. y Minniti, M. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor 2004 executive report*. Recuperado de: <http://www.gemconsortium.org/docs/download/260>.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Almeida, P. I. L., Ahmetoglu, G., y Chamorro-Premuzic, T. (2014). Who wants to be an entrepreneur? The relationship between vocational interests and individual differences in entrepreneurship. *Journal of Career Assessment*, 22, 102-112.
- Anderson, M. J. (2001). A new method for non-parametric multivariate analysis of variance. *Austral Ecology*, 26, 32-46.
- Bird, B., Schjoedt, L. y Baum, J. R. (2012). Editor's Introduction. Entrepreneurs' Behavior: Elucidation and Measurement. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36, 889-913.
- Coduras, A. y Justo, R. (2003). *Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Informe ejecutivo 2002. España*. Madrid: Instituto de Empresa.
- Comisión Europea. (2003). *Libro verde. El espíritu empresarial en Europa*. Recuperado de: http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2003/com2003_0027es01.pdf.
- Comisión Europea. (2012a). *Flash Eurobarometer 354. Entrepreneurship in the EU and beyond*. Recuperado de: http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_354_en.pdf.
- Comisión Europea. (2012b). *Entrepreneurship Education at School in Europe National Strategies, Curricula and Learning Outcomes*. Recuperado de: http://eacea.ec.europa.eu/education/eurydice/documents/thematic_reports/135EN.pdf.
- Consejo de la Unión Europea. (2013). *Recomendación del Consejo, de 22 de abril de 2013 sobre el establecimiento de la Garantía Juvenil (2013/C120/01)*. Recuperado de: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C2013:120:0001:0006:ES:PDF>.
- Copeland, E. P., y Hess, R. S. (1995). Differences in young adolescents' coping strategies based on gender and ethnicity. *The Journal of Early Adolescence*, 15, 203-219.
- Covin, J. G. y Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10, 75-87.
- Covin, J. G. y Wales, W. J. (2011). The Measurement of Entrepreneurial Orientation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35, 677-702.
- Dess, G. G. y Lumpkin, G.T. (2001). Emerging issues in strategy process research. In M. A. Hitt, R. E. Freeman and J. S. Harrison (Eds.), *Blackwell handbook of strategic management* (pp. 3-34). Malden, MA: Blackwell Publishers Inc.
- Douglas, E. J. y Shepherd, D. A. (2002). Self-Employment as a Career Choice: Attitudes, Entrepreneurial Intentions, and Utility Maximization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 81-90.
- García-Montalvo, J. y Peiró, J. M. (2001). *Capital Humano, el mercado laboral de los jóvenes: formación, transición y empleo*. Valencia: Bancaja.
- Hermansen-Kobulnicky, C. J. y Moss, C. L. (2004). Pharmacy Student Entrepreneurial Orientation: A Measure to Identify Potential Pharmacist Entrepreneurs. *American Journal of Pharmaceutical Education*, 68(5), 1-10.
- Huges, M. y Morgan, R. E. (2007). Deconstructing the relationship between entrepreneurial orientation and business performance at the embryonic stage of firm growth. *Industrial Marketing Management*, 36, 651-661.
- Katz, J. (2003). The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education 1876-1999. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 283-300.
- Kirzner, I. (1973). *Competition and entrepreneurship*. Chicago: Chicago University Press.
- Kreiser, P. M., Marino, L. D. y Weaver, K. M. (2002). Assessing the Psychometric Properties of the Entrepreneurial Orientation Scale: A Multi-Country Analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27, 71-94.
- Krueger, N. F., Jr., Reilly, M. D. y Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.
- Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad (2014). *Estrategia Juvenil 2020 y Plan de Acción 2014-2016*. Recuperado de: http://www.lamoncloa.gob.es/consejodeministros/referencias/documentos/2014/refc20140912e_8.pdf.
- Moriano, J. A., Palací, F. J. y Morales, F. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 22, 75-99.
- Muñiz, J., Suárez-Álvarez, J., Pedrosa, I., Fonseca-Pedrero, E., y García-Cueto, E. (2014). Enterprising personality profile in youth: Components and assessment. *Psicothema*, 26, 545-553.
- Oliver, A. y Galiana, L. (2015). Development and Validation of the *Escala de Actitudes Emprendedoras para Estudiantes (EAE)*. *Spanish Journal of Psychology*, 18, e14, 1-10. doi:10.1017/sjp.2015.14
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T. y Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33, 761-787.
- Reynolds, P. D., Hay, M., Bygrave, W. D., Camp, S. M. y Autio, E. (2000). *Global Entrepreneurship Monitor. 2000 executive report*. Recuperado de: <http://www.gemconsortium.org/docs/download/2408>.
- Shapero, A., y Sokol, L. (1982). En C. A. Kent, D. L. Sexton, y K. H. Vesper (Eds.), *The social dimensions of entrepreneurship. Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72-90). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- Tabachnick, G. G. y Fidell, L. S. (2007). *Using Multivariate Statistics* (6th Edition). Boston: Allyn and Bacon.

(Artículo recibido: 28-11-2013; revisado: 03-12-2014; aceptado: 08-04-2015)

Anexo. Escala de Actitudes Emprendedoras para Estudiantes

Dimensión	Ítem	Contenido del ítem
Versión para estudiantes universitarios		
Proactividad	1	<i>Planear oportunidades futuras tras la graduación ha sido, es o será una parte importante de mi formación universitaria.</i>
	2	<i>Sabiendo que las condiciones en mi profesión están cambiando, intento buscar activamente nuevas oportunidades.</i>
Ética profesional	3	<i>Quiero tener lo necesario para avanzar o ser pionero en mi campo profesional.</i>
	4	<i>Imagino que seré muy ambicioso en mi trabajo.</i>
	5	<i>Me gusta la idea de tener retos en mi práctica profesional.</i>
Empatía	6	<i>Me considero alguien con alta motivación en el trabajo.</i>
	7	<i>Tengo un gran deseo de ayudar a los demás.</i>
	8	<i>Creo que hacer una contribución a la sociedad es importante.</i>
Innovación	9	<i>Seré bueno empatizando con mis clientes, pacientes o usuarios de servicios porque soy receptivo a sus problemas.</i>
	10	<i>Me puedo imaginar haciendo algo innovador como profesional.</i>
	11	<i>Creo que un día tendré las habilidades necesarias para desarrollar un nuevo servicio o producto en mi ámbito laboral.</i>
Autonomía	12	<i>Me puedo ver a mí mismo empezando algo innovador en el lugar de trabajo.</i>
	13	<i>Como profesional, quiero animarme a desarrollar nuevas ideas en el lugar de trabajo.</i>
	14	<i>Quiero trabajar donde las nuevas oportunidades importen a todos los empleados.</i>
Toma de riesgos	15	<i>Quiero trabajar donde pueda sugerir nuevas ideas a los que toman las decisiones.</i>
	16	<i>Creo que soy arriesgado comparado con otros que conozco.</i>
	17	<i>Creo que para ser un profesional de éxito tendré que tomar riesgos en mi carrera.</i>
	18	<i>Prefiero arriesgarme y perder, que darme cuenta más adelante que desperdicié una gran oportunidad.</i>
Versión para estudiantes de secundaria		
Proactividad	1	<i>Planear oportunidades futuras tras mis estudios ha sido, es o será una parte importante de mi formación en el colegio/instituto.</i>
	2	<i>Sabiendo que las condiciones en cualquier profesión están cambiando, intento buscar activamente nuevas oportunidades.</i>
Ética profesional	3	<i>Quiero tener lo necesario para avanzar o ser pionero en mi campo profesional.</i>
	4	<i>Imagino que seré muy ambicioso en mi trabajo.</i>
	5	<i>Me gusta la idea de tener retos en mi práctica profesional.</i>
Empatía	6	<i>Me considero alguien con alta motivación en el trabajo.</i>
	7	<i>Tengo un gran deseo de ayudar a los demás.</i>
	8	<i>Creo que hacer una contribución a la sociedad es importante.</i>
Innovación	9	<i>Seré bueno empatizando con mis clientes, pacientes o usuarios de servicios porque soy receptivo a sus problemas.</i>
	10	<i>Me puedo imaginar haciendo algo innovador como profesional.</i>
	11	<i>Creo que un día tendré las habilidades necesarias para desarrollar un nuevo servicio o producto en mi ámbito laboral.</i>
Autonomía	12	<i>Me puedo ver a mí mismo empezando algo innovador en el lugar de trabajo.</i>
	13	<i>Como profesional, quiero animarme a desarrollar nuevas ideas en el lugar de trabajo.</i>
	14	<i>Quiero trabajar donde las nuevas oportunidades importen a todos los empleados.</i>
Toma de riesgos	15	<i>Quiero trabajar donde pueda sugerir nuevas ideas a los que toman las decisiones.</i>
	16	<i>Creo que soy arriesgado comparado con otros que conozco.</i>
	17	<i>Creo que para ser un profesional de éxito tendré que tomar riesgos en mi futura carrera.</i>
	18	<i>Prefiero arriesgarme y perder, que darme cuenta más adelante que desperdicié una gran oportunidad.</i>