

# Los sistemas de formación universitaria y su influencia en las actitudes empresariales de los estudiantes: un estudio de casos múltiple <sup>a</sup>

The systems of university education and their influence on the students' attitudes in the business world: a multiple case study

David Urbano Pulido\*  
Núria Toledano Garrido \*\*

## RESUMEN

---

En el presente trabajo, se analiza la influencia que los sistemas de formación universitaria, y en especial la formación en creación de empresas, tienen en las actitudes empresariales de estudiantes universitarios. Para ello, se realiza un estudio de casos múltiples con un enfoque cualitativo, tomando como muestra teórica a un grupo de alumnos de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Autónoma de Barcelona. Los resultados ponen de manifiesto que, aunque los sistemas de formación analizados no se traducen directamente en un comportamiento emprendedor, contribuyen a percibir la actividad empresarial como una actividad más factible.

**Palabras clave:** formación en creación de empresas, estudio de casos, universidad, estudiantes, empresas.

## ABSTRACT

---

In this present paper the influence of education at the higher level, especially entrepreneurship education, on the students' attitudes towards new business creation is analyzed. With this end, a qualitative approached based on a multiple case studies are adopted considering university students from Business Administration degree of Autonomous University of Barcelona. The main findings show that, although the analysed educational systems can not be translated directly in an enterprising behaviour, it supposes an important factor to promote entrepreneurial actions because they contribute to perceive the enterprise activity more feasible.

**Keywords:** entrepreneurial education, case studies, university, students, business.

---

a Los autores agradecen el apoyo financiero recibido de los proyectos de investigación del Ministerio de Ciencia y Tecnología y del Ministerio de Educación y Ciencia, SEC2003-04770/ECO y SEC2006-06017, respectivamente.

\* Español, Profesor Lector de la Universidad Autónoma de Barcelona, España. Correspondencia con el autor: David.Urbano@uab.es

\*\* Española, Profesora Titular de Escuela Universitaria (Universidad de Huelva) y Profesora de la Universidad Autónoma de Barcelona, España. Correspondencia con la autora: Nuria.Toledano@uab.es

## Introducción

En la actualidad, existe la creencia generalizada de que el crecimiento económico, la generación de ocupación y el potencial innovador está, cada vez más, vinculado a la capacidad de las sociedades de crear nuevas empresas. En este sentido, una parte sustancial y creciente de la literatura que aborda dicha temática se ha centrado en los elementos que favorecen la puesta en marcha de iniciativas empresariales y, más específicamente, en los factores sociales o del entorno que explican el comportamiento empresarial (Shapiro y Sokol, 1982; Hyde, 1989; Scherer et al., 1989, 1990; Kolvereid, 1996). Entre los muchos factores identificados, la educación despunta como una variable con alto potencial de influencia en el comportamiento emprendedor, sobre todo entre la población de estudiantes de enseñanza superior.

En efecto, la propia Comisión Europea (2003) señala que la educación y la formación universitaria deberían contribuir a impulsar el espíritu empresarial, fomentando una actitud favorable y una mayor sensibilización hacia la profesión de empresario, lo cual redundaría en un mayor número de empresas. De hecho, la nueva concepción del desarrollo económico, basada en aspectos tales como la globalización, la sostenibilidad, los avances tecnológicos, etc., está poniendo de manifiesto la importancia de la acción innovadora y la receptividad de los recursos humanos hacia el aprendizaje, por lo que la facultad de adaptarse a los cambios y la capacidad de innovar se convierten en elementos fundamentales de todo sistema formativo. Sin embargo, y aunque en principio se admita ampliamente que las instituciones universitarias configuran un instrumento sustancial en la conformación de actitudes positivas hacia la creación de empresas, lo cierto es que su específica contribución en la generación de tales actitudes aún no ha sido analizada de una forma convincente. Es más, la mayoría de los trabajos realizados son fundamentalmente de corte transversal y cuantitativo, apreciándose un claro vacío en estudios que aborden en profundidad el proceso subyacente en las actitudes de los estudiantes hacia la actividad empresarial, así como su posible relación con la formación impartida en el ámbito universitario.

En este contexto, con el presente trabajo se pretende cubrir parte de las lagunas que existen al respecto, al abordar en profundidad los procesos y relaciones que se generan entre sistemas de formación universitaria y actitudes e intenciones empresariales. Específicamente, el objetivo principal es identificar, si bien de una forma exploratoria, en qué medida la formación universitaria, en concreto la formación en Administración y Dirección de Empresas y la formación en creación de empresas impartida en el marco de dicha titulación, influyen en las actitudes empresariales de los estudiantes, tomando como muestra teórica de referencia a un grupo de alumnos de la Facultad de Económicas y Empresariales de la Universidad Autónoma de Barcelona. En concreto, para la búsqueda y análisis crítico de las posibles respuestas se ha desarrollado un estudio longitudinal de casos múltiples, a través del cual se pretende abordar, por un lado, los

eventos más importantes en su contexto real a partir de la observación y análisis de sus características globales y particulares y, por otro, los principales procesos que en el marco de la formación universitaria condicionan la valoración que hacen los estudiantes sobre la posibilidad de crear sus propias empresas.

En relación con la estructura del trabajo, y siguiendo otras contribuciones cualitativas que emplean los estudios de casos como estrategia de investigación (Chetty, 1996; Tojar, 2006), se presta una atención especial al procedimiento metodológico seguido durante el estudio, desde su diseño hasta los procedimientos de recogida y análisis de datos. No obstante, previamente, se comienza el trabajo con una breve revisión teórica del principal tópico objeto de análisis, es decir, los sistemas de formación universitaria en el campo de la creación de empresas (apartado segundo). La metodología seguida para realizar los estudios de casos se detalla, por tanto, en el apartado tercero. A continuación, se presentan los resultados más relevantes (apartado cuarto), así como las conclusiones más significativas junto con algunas de las posibles futuras líneas de investigación (apartado quinto).

## Marco teórico

La formación en creación de empresas en instituciones de enseñanza superior es uno de los temas que más interés están despertando en los últimos años (Gorman et al., 1997; Young, 1997; Peterman y Kennedy, 2003; Brennan y McGowan, 2005). Además de las numerosas investigaciones que se están desarrollando en torno a este tópico, son muchas las universidades que vienen incorporando prácticas docentes relacionadas con la creación de empresas, y que están adoptando nuevos sistemas de enseñanza-aprendizaje con el fin de estimular los comportamientos emprendedores entre los estudiantes (Solomon & Fernald, 1991; Donckels, 1991).

Con respecto al contenido que integran los programas formativos, no existe hasta el momento una opinión unánime al respecto. No obstante, en la revisión que Solomon, Duffy y Tarabishy (2002) realizan, se llega a la conclusión de que dicha formación debería diferenciarse de la formación empresarial en general. Más concretamente, autores como McMulland y Long (1987) o Vesper y McMulland (1988) proponen incluir temas dirigidos a ampliar las destrezas de los estudiantes en parcelas como la negociación, el liderazgo, el desarrollo de nuevos productos, el pensamiento creativo y la innovación tecnológica. Otras áreas temáticas importantes hacen referencia a las fuentes de financiación o las características que definen la personalidad emprendedora.

La metodología para abordar estos aspectos teóricos se encuentra desarrollada, en general, en la literatura vinculada con la teoría del aprendizaje (Shane y Venkataraman, 2000; Cope, 2005). En concreto, la realización de planes de empresas, las reuniones con empresarios, las simulaciones por ordenador, el estudio en profundidad de casos reales

o el visionado de películas son identificados como métodos eficaces para el aprendizaje del empresario potencial (Kuratko, 2005).

Ahora bien, la actual forma de entender los sistemas de formación universitaria en el marco del Espacio Europeo de Enseñanza Superior acentúa la dimensión práctica del proceso de enseñanza-aprendizaje. Aprender haciendo a través del ejercicio de la profesión se revela así como la mejor forma de adquirir habilidades prácticas. De ahí, que sean muchas las universidades que en los últimos años han puesto en marcha programas de prácticas en empresas, con el fin de complementar el proceso de enseñanza-aprendizaje desarrollado tradicionalmente dentro de las aulas. En el caso que aquí nos ocupa, esta parcela formativa adquiere una especial significación dada la influencia que tiene la experiencia acumulada por una persona en su comportamiento emprendedor (Kolvereid y Bullvag, 1993; Wright et al., 1997).

Así pues, y como se ha puesto de manifiesto en la introducción, en el presente trabajo trataremos de abordar conjuntamente ambas dimensiones del sistema formativo, teórica y práctica, a través de la riqueza metodológica que aporta la investigación con estudios de casos.

## **Diseño metodológico del estudio de casos múltiple**

### **Metodología de la investigación**

La metodología adoptada para el desarrollo de la investigación se basa en un estudio longitudinal de casos múltiples (Eisenhardt, 1989; Stake, 1994; Yin, 2003) con un diseño cualitativo (Maxwell, 1998).

La utilización del estudio de casos como estrategia de investigación, tanto en el campo de la creación de empresas como en el educativo, posee una larga y respetada trayectoria que se explica, según afirman algunos autores (Eisenhardt, 1989; Gartner y Birley, 2002; Yin, 2003; Perren y Ram, 2004), por la idoneidad de dicha metodología para analizar en profundidad procesos complejos, donde las experiencias de los participantes son especialmente relevantes y el contexto de la situación es fundamental. Específicamente, en el trabajo empírico se analizan las experiencias formativas de los estudiantes en un marco contextual concreto que viene definido, en especial, por la Universidad y la Facultad en la que se desarrollan las acciones formativas, así como por el proceso de enseñanza-aprendizaje adoptado en la formación en creación de empresas. Prestar especial atención al contexto y realizar, además, el estudio y seguimiento de los casos durante un periodo prolongado en el tiempo (2005/2006) nos permite aproximarnos a esta problemática desde diversas perspectivas, facilitando así la emergencia de nuevas propuestas teóricas (Perren y Ram, 2004; Zahra, 2007). Una descripción más detallada de las variables contextuales, así como de la forma de medir las actitudes empresariales de los estudiantes se exponen en el siguiente apartado.

## Determinación de las variables relevantes

Las variables contextuales que en mayor medida condicionan el fenómeno objeto estudio son: a) la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), b) la Titulación de Administración y Dirección de Empresas (ADE), c) la formación teórica en creación de empresas, materializada en la asignatura del mismo nombre y d) la formación práctica en creación de empresas, materializada en el programa de prácticas universitarias en empresas.

En cuanto a la institución universitaria en la que se contextualiza el trabajo, la UAB, hay que acentuar que esta universidad fue fundada hace casi cuarenta años (en 1968), y en la actualidad se encuentra situada entre los mejores centros de educación superior de España y Europa, tanto por la calidad de su docencia como por la excelencia de su investigación. Su objetivo fundamental es formar los profesionales que la sociedad requiere y contribuir a su mejora gracias a la investigación científica. Para hacerlo, dispone de una amplia oferta docente con 75 titulaciones de primero y segundo ciclo, 73 programas de doctorado, 123 programas de postgrado y 151 cursos de especialización. El campus universitario, además, es un punto de acogida de numerosos centros e institutos de investigación que, junto con los departamentos, han dado lugar a la Esfera UAB de Investigación.

La titulación concreta de Administración y Dirección de Empresas se imparte en la UAB desde 1969. Su objetivo fundamental es proporcionar una formación científica adecuada en los aspectos básicos y aplicados de la economía de la empresa, así como de la organización y dirección empresarial. Entre sus salidas profesionales principales se encuentran la gestión financiera, contable y administrativa de una empresa, la gestión comercial y de personal, la gestión de operaciones, producción y logística, fiscalidad, auditoría y consultoría, asesoramiento de empresas y la creación de la propia empresa.

La formación en creación de empresas, por su parte, se desarrolla a través de una asignatura que lleva el mismo nombre y que se viene impartiendo en la titulación de ADE desde el curso académico 1995-96 como asignatura optativa de 6,75 créditos. Su objetivo fundamental es proporcionar los conocimientos adecuados para poner en marcha una empresa a través del análisis y desarrollo de un proyecto o plan de empresa. Durante los tres últimos años, ha sido impartida por tres profesores y el número de alumnos va progresivamente en aumento.

En cuanto al sistema de formación práctica desarrollada en la UAB a través del programa PUE –prácticas universitarias de empresas–, hay que acentuar que, con más de quince años en vigor (se llevó a cabo por primera vez en el curso académico 1989-90), se trata de un programa consolidado en la actualidad por el que han pasado más de 300 estudiantes. Con el objetivo de proporcionar a los alumnos la posibilidad de aplicar en las empresas los conocimientos recibidos en la Universidad, así como de facilitar su profesionalización y posterior incorporación al mundo laboral, bien por cuenta ajena o

por cuenta propia a través de la creación de su propia empresa, los participantes difieren en el tiempo su formación teórica para incorporarse activamente a las empresas durante un periodo que oscila entre los tres y nueve meses, y en la que ejercen las funciones propias de cada organización empresarial de la mano de un tutor. El desarrollo de las prácticas en empresas de pequeña dimensión, pymes o micropymes en su gran mayoría, permite al alumnado percibir más cercanamente la problemática a la que se habrían de enfrentar en el caso de capitanear su propia iniciativa empresarial.

Finalmente, junto a las variables que integran el contexto de nuestro trabajo, cabe indicar que las actitudes empresariales de los universitarios son analizadas a partir del estudio de sus percepciones sobre la deseabilidad, viabilidad e intencionalidad de crear una empresa, basándonos para ello en un modelo de potencial empresarial que ha sido empleado por diversos autores, tanto en investigaciones internacionales (Krueger y Brazeal, 1994), como nacionales (Urbano, 2006; Toledano, 2006). Dicho modelo se centra en el análisis de la percepción de la deseabilidad y viabilidad de crear la propia empresa, influyendo en consecuencia en la intencionalidad del individuo hacia el comportamiento emprendedor. Con este planteamiento se parte de la premisa de que las creencias, ideas y valores de las personas, tienen un papel decisivo en la creación de la empresa, entendiéndose que percepciones y actitudes positivas de deseabilidad, viabilidad e intencionalidad de crear una empresa influirían de forma positiva en la puesta en marcha de iniciativas empresariales (Urbano, 2006).

## Participantes en el estudio

Siguiendo a Eisenhardt (1989), Stake (1994) y Yin (2003), entre otros autores, la selección de los participantes del estudio de casos se realizó por conveniencia (muestra teórica), priorizando no sólo el hecho de obtener diferentes supuestos de partida en el proceso formativo, aspecto que, presumiblemente, nos proporcionaría distintos resultados (replicación teórica), sino también las oportunidades de aprendizaje que tales casos nos ofrecían, así como la posibilidad de acceder a la información. De esta forma, se eligieron cuatro tipos polares entre dos dimensiones que la literatura apunta como sistemas de aprendizaje apropiados para estimular los comportamientos emprendedores: formación teórica en creación de empresas y formación práctica desarrollada en pequeñas empresas (Gorman et al., 1997; Gibb, 2002). En concreto, los casos estudiados contemplaban los siguientes perfiles formativos: EC1) un estudiante de ADE que cursa la asignatura de creación de empresas y que ha desarrollado formación práctica en una pyme; EC2) un estudiante de ADE que tan sólo ha obtenido formación práctica a través de un período de trabajo en una pyme; EC3) un estudiante de ADE que sí ha recibido formación teórica en creación de empresas aunque no práctica y EC4) un estudiante de ADE que no ha obtenido ninguna formación específica en el ámbito de la creación de empresas.

Finalmente, hay que aclarar que los estudiantes seleccionados guardaban al mismo tiempo ciertas similitudes, de acuerdo con unos criterios específicos que habían sido concretados previamente: a) género masculino; b) edad media entre 22 y 23 años; c) matriculados en cuarto curso y d) notable de nota media en el expediente académico.

## **Fuentes de información y procedimientos utilizados**

Los datos empleados en este trabajo proceden de distintas fuentes de información, tanto primarias como secundarias. En concreto, como fuentes de información primaria se utilizaron las opiniones de los profesores de la asignatura de creación de empresas y de otras asignaturas relacionadas con ella, las apreciaciones de los tutores de la formación práctica, tanto por parte de la Universidad como de la empresa, además de los comentarios y explicaciones de los propios alumnos implicados en el estudio de casos. Dicha información se complementó, a su vez, con toda la documentación disponible en la UAB sobre el tipo de formación analizada (programas de formación teórica en creación de empresas, expedientes del alumnado, informes evaluativos procedentes de las empresas en las que los alumnos desarrollan la formación práctica, estructuración y normativa de la formación práctica, etc.), así como con diversos datos procedentes de distintas páginas web (páginas web de las empresas en las que se desarrolla la formación práctica y páginas web de la UAB, esencialmente).

En cuanto a los métodos empleados para la obtención de la información, y con el fin de dar mayor solidez a las evidencias derivadas de los casos de estudio, se ha aplicado el concepto de triangulación que Yin (2003) propone, alternando distintos procedimientos.

Específicamente, durante una primera fase se empleó la entrevista personal semi-estructurada para obtener los datos relevantes sobre nuestra unidad de análisis principal, es decir, los estudiantes, y sobre los aspectos más importantes del contexto. De hecho, además de mantener varias entrevistas con los estudiantes seleccionados a lo largo del curso académico 2005/2006, esta técnica fue empleada para conversar con diversos informantes clave del estudio (26 personas en total, entre profesores y tutores de las empresas). Para garantizar la validez interna de los datos se empleó el mismo protocolo de estudio en cada entrevista. Además, todos los encuentros fueron grabados y los aspectos más importantes de las conversaciones fueron registrados por un segundo entrevistador que no participaba activamente en el proceso. También en esta primera fase, y durante todo el periodo de estudio, se hizo uso de la observación participante, dado que los autores de la presente investigación fueron profesores de los estudiantes seleccionados. De esta forma, gracias a la propia experiencia de los investigadores-observadores se obtuvieron datos que fueron cruciales para el desarrollo del análisis y la discusión. Posteriormente, en una segunda fase, se desarrolló un grupo de discusión con los estudiantes previamente entrevistados de forma individual, en el que se debatieron

cuestiones similares a las planteadas en las entrevistas, en especial, relacionadas con sus percepciones sobre la incidencia del proceso formativo en la generación de una actitud empresarial.

Por último, el análisis documental fue utilizado para recabar toda la información procedente de fuentes secundarias, y el diario de campo para recoger la más amplia panorámica posible que ilustrara el desarrollo del estudio.

## **Procedimientos de análisis**

Como es recomendable en las investigaciones cualitativas (Eisenhardt, 1989; Yin, 2003), el proceso de análisis comenzó de forma paralela con la recogida de la información. Durante este tiempo (curso 2005/2006), se construyeron escalas de generalización y se realizaron distintas clasificaciones y categorizaciones de conceptos, que se fueron modificando conforme se obtenían nuevos datos.

Por otra parte, con el fin de establecer modelos teóricos coherentes con los resultados obtenidos, se aplicó el proceso de construcción explicativa planteado por algunos autores cualitativos (Glaser y Strauss, 1967; Eisenhardt, 1989; Strauss y Corbin, 1998; Yin, 2003). Para ello, se trató de comprobar los vínculos que, a tenor de la literatura, son proclives que se produzcan entre formación universitaria (identificada con formación ADE en este trabajo), y en especial formación en creación de empresas (teórica y práctica), y actitudes positivas hacia la actividad empresarial, medida a partir de la percepción de deseos, viabilidad e intencionalidad de los estudiantes de crear su propia empresa.

## **Análisis y discusión de los resultados**

En la Tabla 1 se recoge un breve resumen de las características biográficas de los estudiantes que integran los casos de estudio, de sus rasgos de personalidad y de sus preferencias laborales.

**Tabla 1.** Resumen descriptivo de los casos analizados.

CASOS	Descripción Individual
CASO 1: Formación Universitaria + Formación Específica en CE (teórica y práctica)	Nacido en 1982 en Guardiola de Fourovi (provincia de Barcelona), en el seno de una familia humilde, no cuenta con antecedentes empresariales entre sus progenitores o parentescos más cercanos, aunque sí tiene amigos que se dedican a la actividad empresarial. En el contexto formativo, se ha destacado de él su iniciativa y actitud positiva ante los supuestos más difíciles planteados en diferentes asignaturas de la carrera. Además de la formación teórica en creación de empresas, desarrolla una formación práctica en una asesoría financiera de Barcelona. Ambas experiencias formativas fueron valoradas positivamente. Entre sus prioridades laborales no se encuentra la creación de su propia empresa, aunque considera que es una profesión que tiene una gran legitimidad.
CASO 2: Formación Universitaria + Formación Específica en CE (práctica)	Nacido en Barcelona en 1983, no existe ningún precedente empresarial en la familia, aunque tiene, por el contrario, varios precursores en el ámbito de la administración pública. Sin embargo, cuenta con roles de empresarios cercanos dado que dispone de varios conocidos que ejercen la actividad empresarial, actividad que respeta y valora positivamente. Sus inclinaciones profesionales, a raíz de la formación práctica desarrollada en una pequeña auditoría catalana, parecen dirigirse hacia este tipo de trabajo.
CASO 3: Formación universitaria + Formación específica en CE (teórica)	Nacido en Barcelona en 1983, ningún miembro de su familia se ha dedicado a la actividad empresarial, aunque cuenta con roles de empresarios cercanos entre sus amistades más próximas. En torno al carácter de este estudiante, existe una opinión unánime sobre su entusiasmo y actitud positiva hacia el trabajo. Dicho talante es, en parte, lo que le lleva a situar la opción empresarial como una opción legítima y en cierto modo deseable. Durante su proceso de aprendizaje, se han valorado sus dotes para generar ideas de negocio innovadoras y para aportar soluciones creativas a los problemas.
CASO 4: Formación Universitaria	Nacido en Barcelona en 1982. De padres médicos, sus preferencias laborales se sitúan lejos de la profesión de sus progenitores, no mostrando tampoco una clara vocación por las profesiones a las que se suelen acceder a través de la titulación elegida. Su interés por obtener buenas notas es un aspecto que ha sido destacado por todos los entrevistados. Percibe de forma positiva la actividad empresarial.

Fuente: Elaboración propia

En general, según los resultados obtenidos a partir de las entrevistas efectuadas a los diferentes informantes clave, las preferencias laborales de los estudiantes universitarios quedan, a priori, lejos de la actividad empresarial. En concreto, tres de los casos analizados (EC1, EC2 y EC4) manifiestan sus prioridades en cuanto a trabajar por cuenta ajena en una empresa ya establecida, y únicamente del caso 3 se podría afirmar que existe una clara preferencia por la actividad empresarial.

En este marco, *¿cuál es la influencia que la formación universitaria –formación en ADE–, tiene en las actitudes de los estudiantes hacia la creación de empresas?*

En EC1, la relación a este respecto es inexistente, pues aunque se descubre en el estudiante ciertos deseos de ser empresario, no se ha comprobado ninguna influencia de la institución universitaria en la conformación de dicha actitud, lo que hace presuponer, a priori, cierta falta de estímulo empresarial por parte del sistema formativo. En cambio, se comprueba que la formación universitaria, aunque no en gran medida, ha contribuido favorablemente a la percepción de viabilidad de crear una empresa, sobre todo a raíz de los conocimientos aportados por algunas asignaturas como contabilidad o dirección estratégica, los cuales son aplicables, en parte, en el proceso emprendedor. Asimismo, se observa una positiva relación entre dicha formación y la intención del participante de crear la empresa.

Del EC2 cabe resaltar la coincidencia con EC1 en cuanto a la ausencia de relación entre deseos de crear una empresa y formación en ADE. No obstante, la influencia que esta formación ha tenido en la percepción de viabilidad es clara y favorable, dado que, según pusieron de manifiesto diferentes informantes clave, se ve atenuada la dificultad que inicialmente se percibe en relación con la puesta en marcha de una idea de negocio. Por último, el vínculo entre formación universitaria e intención es de signo negativo, pues el mayor conocimiento de las actividades necesarias para la puesta en marcha de una idea empresarial ha disminuido la intencionalidad del estudiante, al menos en el corto plazo.

El EC3 es, hasta el momento, el único en el que se aprecia una relación positiva entre la formación universitaria y el deseo de ser empresario. En este caso, se ha puesto de manifiesto la influencia que los conocimientos adquiridos por las asignaturas cursadas en ADE tienen en la conformación de una percepción positiva hacia la actividad empresarial, influencia que se manifiesta de forma más acusada cuando nos referimos a la percepción de la viabilidad. Sin embargo, parece no existir ningún vínculo entre sistema de formación universitaria e intención empresarial.

En el EC4 se revela una relación positiva entre deseo y formación en ADE, coincidiendo así con los resultados derivados del EC3, aunque no con los obtenidos en los dos anteriores. De igual modo, la relación entre formación universitaria y percepción de viabilidad se ha valorado positivamente, pues aunque se descubre en el entrevistado una conciencia más realista de las dificultades que conlleva la puesta en marcha de una idea de negocio, también se deriva de este hecho una mayor probabilidad de afrontar este reto con mayores posibilidades de éxito. Por otro lado, en cuanto al posible vínculo entre intención y formación universitaria se pone de manifiesto la inexistencia de tal relación, aunque al mismo tiempo se percibe, en general, una opinión positiva sobre la función de estímulo que en este sentido desarrolla el sistema formativo de enseñanza superior.

De todo lo apuntado hasta ahora podemos confirmar, con cierta minuciosidad, la presencia de una positiva relación entre formación universitaria y percepción de viabilidad en la puesta en marcha de una nueva empresa, aspecto que se corrobora en los cuatro casos objeto de estudio.

*¿Cómo influye la formación teórica en creación de empresas en las actitudes de los estudiantes hacia la creación de empresas?*

En los casos de estudio en los que se hace uso de este tipo de formación, EC1 y EC3, se aprecia una relación positiva entre dicha formación y el deseo de ser empresario, vínculo que, a su vez, viene mediado en gran parte por una positiva percepción de la viabilidad. En efecto, y según se pudo comprobar en las distintas entrevistas mantenidas con profesores y tutores, la identificación objetiva de los aspectos esenciales para calcular las posibles contingencias en la puesta en marcha de una empresa disminuye, en cierta medida, la distancia psicológica con la actividad en cuestión, al tiempo que permite percibir como posible la creación de la propia empresa. Sin embargo, en ninguno de los dos casos se descubre relación entre este tipo de formación y la intención empresarial. Es más, paradójicamente, ésta parece haber disminuido como consecuencia del conocimiento de toda la problemática por la que pasa la puesta en marcha de una nueva idea de negocio, es decir, como consecuencia de la formación teórica recibida en el ámbito de la creación de empresas.

Por tanto, desde el punto de vista de este análisis tenemos que destacar la relación positiva entre deseo, viabilidad y formación en creación de empresas, no existiendo congruencia entre los distintos casos para considerar la existencia de cierta relación entre ésta e intención.

*¿Cómo influye la formación práctica en creación de empresas en las actitudes de los estudiantes hacia la creación de empresas?*

Por lo que respecta a la posible influencia que la formación práctica pueda tener en el deseo de los estudiantes de crear la propia empresa, cabe indicar que en el EC1 se descubre la inexistencia de tal efecto. Concretamente, el deseo o actitud positiva que a priori se aprecia en EC1 en relación con la creación de su propia empresa es anterior al desarrollo de la formación práctica. En cambio, tal experiencia formativa sí ha repercutido positivamente en su percepción de viabilidad, dado que ha servido como medio para acercarle a la realidad funcional de la empresa y, sobre todo, a su problemática habitual. No obstante, cabe señalar que dicha formación no favorece la intención empresarial del estudiante, sino que, por el contrario, repercute negativamente.

En EC2 la relación entre deseo y formación práctica coincide con la de EC1, no influyendo por tanto ésta en aquélla. Análogamente, también existe coincidencia con el caso anterior en lo referente a la influencia positiva que dicho sistema formativo tiene en la percepción sobre la viabilidad de crear la empresa, y en la negativa repercusión en la intención empresarial.

A la vista de los resultados obtenidos tras analizar esta dimensión, tiene sentido afirmar que mientras que la formación práctica influye positivamente en la percepción de viabilidad, su vínculo con la intención es negativo.

## Conclusiones del estudio y futuras líneas de investigación

Es comúnmente aceptado que actitudes favorables hacia la creación de empresas y la figura del empresario tendrán probablemente repercusiones positivas en el comportamiento emprendedor de los individuos y, a su vez, en términos generales, en la actividad emprendedora de una sociedad. En consecuencia, los factores que pueden afectar a dichas actitudes cobran suma importancia, de la cual se hacen eco no sólo las diferentes administraciones públicas que tratan de fomentar el fenómeno emprendedor de cara a mejorar el desarrollo económico, sino también los académicos e investigadores a través de la puesta en marcha de numerosos cursos de creación de empresas, así como del desarrollo de nuevas líneas de investigación.

Así pues, en el presente trabajo hemos tratado de aproximarnos a esta problemática a través del análisis de las actitudes hacia la creación de empresas de un grupo de estudiantes de ADE de la UAB. Específicamente, el análisis se ha basado en la realización de un estudio longitudinal de cuatro casos, consciente y convenientemente elegidos desde un punto de vista conceptual en función de los propósitos exploratorios de la investigación. De esta manera, y partiendo del modelo del potencial empresarial desarrollado por Krueger y Brazeal (1994), hemos investigado la influencia que la formación universitaria en ADE y en creación de empresas tienen en el deseo, viabilidad e intención de los estudiantes de crear la propia empresa, es decir, en sus actitudes empresariales. Los resultados obtenidos al nivel de consistencia manifestado por los cuatro casos investigados ponen de manifiesto que:

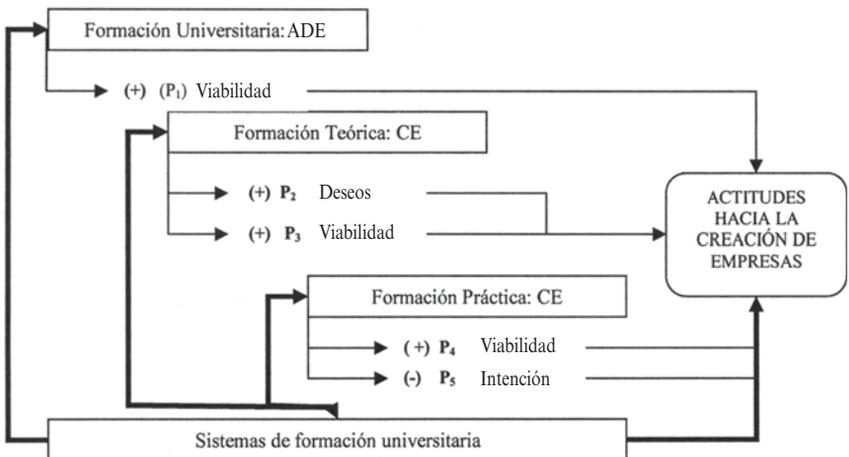
- La formación en ADE influye positivamente en la percepción de viabilidad de los estudiantes de crear la propia empresa.
- La formación teórica en creación de empresas afecta positivamente tanto al deseo como a la percepción de viabilidad de crear la propia empresa.
- La experiencia obtenida a través de la formación práctica en empresas contribuye a percibir de una forma más viable la posibilidad de poner en marcha un negocio, aunque incide negativamente en la intención.

Por tanto, dichos resultados evidencian, modestamente, algunas de las proposiciones implícitas en las investigaciones desarrolladas sobre el tema, en especial, sobre la incidencia que la formación universitaria en ADE y en creación de empresas tiene en la percepción de viabilidad de los estudiantes sobre la posibilidad de poner en marcha su propia empresa (McMulland et al., 2002; Peterman y Kennedy, 2003). Paradójicamente, y como ocurre en algunas investigaciones cualitativas que persiguen la construcción de teoría (“theory building” en términos anglosajones) a partir de estudios de casos en profundidad (Zahra, 2007), también queda patente, en cierto modo, que determinadas asunciones no tendrían aplicación en el contexto analizado, en particular, en lo que respecta a la vinculación negativa entre formación específica en creación de empresas,

teórica y práctica, y la intención inmediata de crear una empresa. De ahí, que se pueda afirmar que los sistemas de formación universitaria considerados en la presente investigación no se traduzcan directamente en un comportamiento emprendedor. No obstante, entendemos que suponen un factor dinamizador del proceso, toda vez que contribuyen a disminuir la distancia psicológica de los estudiantes con una realidad empresarial que perciben más factible. En este sentido, para el caso de la institución universitaria se aprecia una mayor sensibilidad hacia este tema, aunque coincidimos con Benavides y otros (2004) en que el papel de la universidad en el fomento empresarial no debería limitarse a la mera formación académica, sino que le correspondería ir más allá, por ejemplo, influyendo en mayor grado en la motivación de los estudiantes a través del impulso de los rasgos característicos de la actividad empresarial (motivación de logro, independencia, etc.) y apoyando a través de distintas medidas (orientación, asesoramiento, infraestructuras, etc.) a los universitarios con inquietudes emprendedoras.

En cuanto a futuras líneas de investigación cabría destacar distintas posibilidades. Así pues, de una parte, siguiendo con el enfoque cualitativo, sería interesante complementar y comparar los resultados obtenidos en el presente trabajo con los derivados de la aplicación del método del caso en estudiantes con perfiles diferentes (por ejemplo, alumnas o estudiantes con notas medias más bajas e índice de suspensos elevado) o procedentes de otras universidades españolas. De otra parte, el acercamiento exploratorio y cualitativo utilizado en el presente trabajo se podría complementar con la realización de estudios cuantitativos, que permitieran contrastar estadísticamente las proposiciones derivadas de los resultados obtenidos, ya en forma de hipótesis apoyadas, o contrastadas, por la respectiva literatura sobre el tema (ver Figura 1).

**Figura 1** Proposiciones ( $P_n$ ) sobre la relación de la formación universitaria (ADE) y la formación en creación de empresas, teórica y práctica en el deseo, viabilidad e intención de los universitarios de crear la propia empresa.



Fuente: Elaboración propia

Así pues, de acuerdo con lo expuesto en la Figura 1, la profundización en estudios que vinculen las actitudes empresariales de universitarios con los sistemas formativos empleados, podrían derivarse de la contrastación empírica de las hipótesis sobre la positiva relación entre la formación universitaria en ADE y la formación en creación de empresas y las percepciones de viabilidad de los estudiantes ( $P_1$ ,  $P_3$  y  $P_4$ ). Igualmente ocurriría con las hipótesis que relacionan de forma positiva el deseo con la formación teórica en creación de empresas ( $P_2$ ), o la intención con la formación práctica ( $P_5$ ).

Finalmente, no quisiéramos acabar este apartado sin apuntar las que consideramos principales limitaciones del trabajo empírico. Por un lado, la ausencia de una metodología cuantitativa, basada en la realización de una encuesta entre una muestra estadísticamente representativa de los universitarios, nos impide extrapolar los resultados y conclusiones obtenidas a una población más amplia de aquella en la que se contextualiza la tomada como referencia. Por tanto, el grado de confirmación obtenido de nuestras proposiciones no tiene, pues, validez estadística y sólo puede generalizarse teóricamente a contextos empíricos definidos de forma similar. Sin embargo, hay que tener en cuenta que son precisamente estas características genuinas las que hacen de los estudios de casos una estrategia de investigación potente para conocer en cierta profundidad los procesos que subyacen detrás de ciertas actitudes y comportamientos. Por ello, creemos también que la reflexión efectuada a partir del estudio de casos múltiples presentado en este trabajo, contribuye, en cierta forma, a mejorar el conocimiento sobre la incidencia de las actuaciones públicas, y específicamente de las instituciones educativas pertinentes, en las actitudes empresariales de los estudiantes en el contexto universitario.

## Referencias Bibliográficas

- BENAVIDES, M. M.; SÁNCHEZ, M. I.; LUNA, R. (2004): “El proceso de aprendizaje para los emprendedores en la situación actual: un análisis cualitativo en el ámbito universitario”, *Revista de Dirección y Organización*, vol. 30, pp. 34-48.
- BRENNAN, W. y MCGOWAN (2005). “Academic entrepreneurship: assessing preferences in nascent entrepreneurs”, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, march.
- CHETTY, S.K. (1996): “The process of exporting in owner-controlled firms”, *International Small Business Journal*, vol. 15, nº1, pp.73-85.
- COPE, J. (2005): “Toward a dynamic learning perspective of entrepreneurship”, *Entrepreneurship: Theory & Practice*, vol. 29, nº4, pp. 373 – 374.
- DONCKELS, R. (1991): “Education and entrepreneurship experiences from secondary and university education in Belgium”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol.9, nº1, pp. 35-42.

- EISENHARDT, K.M. (1989): "Building theories from case study research", *Academy of Management Review*, vol. 14, nº4, pp. 532-550.
- GARTNER, W.B. y BIRLEY, S. (2002): "Introduction to the special issue on qualitative methods in entrepreneurship research", *Journal of Business Venturing*, vol. 17, nº5, pp. 387-395.
- GIBB, A. (2002): "In pursuit of a new enterprise and entrepreneurship paradigm for learning: creative destruction, new values, new ways of doing things and new combinations of knowledge", *International Journal of Management Review*, vol.4, nº3, pp. 213-232.
- GLASER, B.G. y STRAUSS, A.L (1967): *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Chicago: Aldine.
- GORMAN, G.; HANLON, D. y KING, W. (1997): "Some research perspectives on entrepreneurial education, enterprise education and education for small business management: A ten year review", *International Small Business Journal*, vol. 15, nº3, pp. 56-77.
- HYDE, G.C. (1989): "The relationship between policy and research", p 55, en ROSA, P.; BIRLEY, S.; CANNON, T. y O'NEILL, K. *The Role and Contribution of Small Business Research*, Chapter 3, (Institute Report).
- KOLVEREID, L. (1996): "Organizational employment versus self-employment: reasons for career choice intentions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 21, nº3, pp. 23-31.
- KOLVEREID, L. y BULLVAG, E. (1993): "Novices versus Experienced Founders: An Exploratory Investigation", p.275, en BIRLEY, S., MACMILLAN, I., & SUBRAMONY, S. (eds.) *Entrepreneurship Research: Global Perspectives*, (Amsterdam: Elsevier Science).
- KRUEGER, N.F. & BRAZEAL, D.V. (1994): "Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs", *Entrepreneurship, Theory and Practice*, vol. 18, nº 3, pp. 91-104.
- KURATKO, D.F. (2005): "The emergence of entrepreneurship education: development, trends and challenges", *Entrepreneurship, Theory and Practice*, September, pp. 577-597.
- MAXWELL, J. A. (1998): "Designing a Qualitative Study", en BICKMAN, L. y ROG, D. J. (Eds.): (Handbook of Applied).
- MCMULLAN, W.E.; CHRISMAN, J.J. y VESPER, K.H. (2002): "Lessons from successful innovations in entrepreneurial support programming", en CHRISMAN, J.J, HOLBROOK, J.A.D., & CHUA, J.H. (eds.), *Innovation and Entrepreneurship in Western Canada: From Family Businesses to Multinationals* (University of Calgary Press. Calgary, Alberta).
- MCMULLAN, W.E. y LONG, W.A. (1987): "Entrepreneurship education in the nineties", *Journal of Business Venturing*, vol. 2, pp. 261-275.

- PERREN, L. y RAM, M. (2004): "Case-Study method in small business and entrepreneurial research", *International Small Business Journal*, vol. 22, nº1, pp. 83-101.
- PETERMAN, N.E. y KENNEDY, J. (2003): "Enterprise Education: Influencing Students' Perceptions of Entrepreneurship", *Entrepreneurship Theory and Practice*, winter, pp. 129-144.
- REUBER, R.A. y FISCHER, E.M. (1993): "The learning experiences of entrepreneurs", p. 234, en N.C. CHURCHILL, N.C.; BIRLEY, S.; BYGRAVE, W.D.; DOUTRIAUX, J.; GATWOOD, E.J.; HOY, F.S. y WETZEL, W.E. (eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, (En Wellesley, Babson College, Press).
- SCHERER, R.F., BRODZINSKI, J.D. y WIEBE, F.A. (1990): "Entrepreneur career selection and gender: a socialization approach", *Journal of Small Business Management*, April, pp.37-44.
- SCHERER, R.F.; ADAMS, J.S.; CARLEY, S.S. y WIEBE, F.A. (1989): "Role model performance effects on development of entrepreneurial career preference", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 13, nº3, pp. 53-71.
- SHANE, S. (2003): *A general theory of entrepreneurship. The individual—opportunity nexus*. Edward Elgar, Cheltenham, U.K.
- SHANE, S. y VENKATARAMAN, S. (2000): "The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research *The Academy of Management Review*, vol.25, nº1, pp. 217-226.
- SHAPERO, A. y SOKOL, L. (1982): "The social dimensions of entrepreneurship", p.72, en KENT, C.A.; SEXTON, D.L. y VESPER, K.H. (eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, (Englewood Cliffs, Prentice Hall, NJ).
- SOLOMON, G.T. y FERNALD, LW. (1991): "Trends in small business management and entrepreneurship education in the United States", *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 15, nº3, pp. 25.
- SOLOMON, G.T.; DUFFY, S. y TARABISHY, A. (2002): "The state of Entrepreneurship Education in the United State: A Nationwide survey and analysis", *International Journal of Entrepreneurship Education*, vol. 1, pp.1-22.
- STAKE, R. E. (1994): "Case Studies", p.236, en DENZIN, N.K. y LINCOLN, Y.S. (eds) *Handbook of Qualitative Research*, (Thousand Oaks, CA: Sage.).
- STRAUSS, A.L. y CORBIN, J. (1998): *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*, 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage.
- TOJAR, J.C. (2006). *Investigación cualitativa. Comprender y actuar*. (Madrid, La Muralla).
- TOLEDANO, N. (2006). "Las perspectivas empresariales de los estudiantes universitarios: un estudio empírico", *Revista de Educación*, 341, pp. 803-825.
- URBANO, D. (2006): *La creación de empresas en Catalunya. Organismos de apoyo*

- y actitudes hacia la creación de empresas*. Colección de estudios CIDEM. Generalitat de Catalunya.
- VESPER, K.H. y MCMULLAN, W.E. (1988): “Entrepreneurship: Today courses, tomorrow degrees?”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol.13, nº1, pp. 7-13.
- WRIGHT, M., ROBBIE, K., & ENNEW, C. (1997): “Serial entrepreneurs”, *British Journal of Management*, 8(3), pp. 251–268.
- YIN, R. K. (2003): *Case Study Research: Design and Methods*. Thousand Oaks, CA: Sage. Third Edition.
- YOUNG, J.E. (1997): “Entrepreneurship education and learning for university students and practicing entrepreneurs”, p.215, en SEXTON, D.L.& SMILOR, R.W.(eds.), *Entrepreneurship 2000*, (Chicago, Illinois: Upstart Publishing Company).
- YOUNG, J.E. (1997): “Entrepreneurship education and learning for university students and practicing entrepreneurs”, p. 215, en SEXTON, D.L. & Smilor, R.w. (eds.), *Entrepreneurship 2000*, (Chicago, Illinois: Upstart Publishing Company).
- ZAHRA, S.A. (2007): “Contextualizing theory building in entrepreneurship research”, *Journal of Business Venturing*, vol. 22, pp.443-452.

### Cómo citar este artículo:

- Urbano, D. y Toledano N. (2008): “Los sistemas de formación universitaria y su influencia en las actitudes empresariales de los estudiantes: un estudio de casos múltiple”, *Oikos Nº 25*, 87 – 103, Escuela de Administración y Economía, Universidad Católica Silva Henríquez (UCSH), Santiago de Chile  
[<http://edicionesucsh.cl/oikos/>]

Fecha de recepción: 03 / 11 / 2007

Fecha de aprobación: 11 / 07 /2008