



ANUARI D'EMPREDORIA, ECONOMIA I INNOVACIÓ SOCIAL 2022

CENTRE D'ESTUDIS I DE RECERCA EN EMPREDORIA I INNOVACIÓ SOCIAL (CREIS)

UAB

Universitat Autònoma de Barcelona



Àrea de Desenvolupament
Econòmic, Turisme i Comerç

L'Anuari d'Emprenedoria, Economia i Innovació Social és una col·lecció d'accés obert promoguda i coordinada pel Centre d'Estudis i de Recerca en Emprenedoria i Innovació Social (CREIS), un centre de recerca interdisciplinària per a l'estudi del fenomen de l'emprenedoria i la innovació social, dels factors que el determinen i de l'impacte que els projectes socials susciten sobre l'economia en general i sobre les persones en particular. La col·lecció es planteja l'objectiu de tractar els diferents temes d'interès social des d'un doble vessant. Primer, des d'un punt de vista proper, vinculat al territori, i amb voluntat d'influir en la definició de les polítiques públiques. I segon, proporcionant la mirada àmplia i rigorosa amb què els experts, acadèmics i no acadèmics, poden analitzar aquests problemes, ajudar a comprendre'n l'origen, i indicar com cal gestionar-los i resoldre'ls de la millor manera possible.

El Anuario de Emprendimiento, Economía e Innovación Social es una colección de acceso abierto promovida y coordinada por el Centro de Estudios y de Investigación en Emprendimiento e Innovación Social (CREIS), un centro de investigación interdisciplinaria para el estudio del fenómeno del emprendimiento y la innovación social, de los factores que lo determinan y del impacto que suscitan los proyectos sociales sobre la economía en general y sobre las personas en particular. La colección se plantea el objetivo de tratar los diferentes temas de interés social desde una doble vertiente. Primero, desde un punto de vista cercano, vinculado al territorio, y con voluntad de influir en la definición de las políticas públicas. Y segundo, aportando la mirada amplia y rigurosa con que los expertos, académicos y no académicos, pueden analizar estos problemas, ayudar a comprender su origen, e indicar cómo hay que gestionarlos y resolverlos de la mejor manera posible.

The Yearbook in Entrepreneurship, Economy and Social Innovation is an open access collection promoted and coordinated by the Center for Studies and Research in Entrepreneurship and Social Innovation (CREIS), an interdisciplinary research center for the study of the phenomenon of entrepreneurship and social innovation, its causal factors, and the impact that social projects have on the economy in general, and people in particular. The collection sets itself the objective of dealing with the different topics of social interest from a double perspective. In the first place, from a close point of view, connected to the territory, and with the will to influence the definition of public policies. Second, providing the broad and rigorous view with which experts, academic and non-academic, can analyze these problems, help to understand their roots, and advise on how they must be managed and solved in the best possible way.

L'Annuaire en Entrepreneuriat, Économie et Innovation Sociale est une collection en libre accès promue et coordonnée par le Centre d'Études et de Recherche en Entrepreneuriat et Innovation Sociale (CREIS), un centre de recherche interdisciplinaire pour l'étude du phénomène de l'entrepreneuriat et l'innovation sociale, des facteurs qui la déterminent et de l'impact que les projets sociaux suscitent sur l'économie en général, ainsi que sur les personnes en particulier. La collection s'est fixé l'objectif de traiter les différents sujets d'intérêt social à partir d'une double perspective. Tout d'abord, d'un point de vue proche, associé au territoire, et avec la volonté d'exercer une influence sur la définition des politiques publiques. Ensuite, en apportant la vision élargie et rigoureuse avec laquelle les experts, universitaires ou non universitaires, peuvent analyser ces problèmes et faciliter la compréhension de leur origine, et indiquer comment il faut les gérer et les résoudre le mieux possible.

Editors / Editores / Editors / Éditeurs:

Marta-Patricia Aparicio y Montesinos, CREIS-UAB
Hector Sala Lorda, CREIS-UAB

Disseny i maquetació:

Servei de Publicacions de la UAB

Edició:

Universitat Autònoma de Barcelona
Servei de Publicacions
Edifici A. 08193 Bellaterra (Cerdanyola del Vallès). Spain
sp@uab.cat
<https://publicacions.uab.cat>

ISBN (paper): 978-84-19333-27-8

ISBN (digital): 978-84-19333-28-5

Dipòsit legal: B-14604-2022

ANUARI D'EMPREDENDORIA, ECONOMIA I INNOVACIÓ SOCIAL està subjecte a una llicència d'ús Creative Commons:



Reconeixement – No comercial – Sense obra derivada (by-nc-nd): no es permet un ús comercial de l'obra original ni la generació d'obres derivades.

Índex

Presentació	5
--------------------	---

PART I. EXPERIÈNCIES TERRITORIALS

1. L'economia social i solidària al Vallès Occidental i al Vallès Oriental	11
Observatori del Vallès Occidental – Consell Comarcal del Vallès Occidental	
Observatori – Centre d'Estudis del Vallès Oriental – Consell Comarcal del Vallès Oriental	
2. Transformació social: concepte i projectes guardonats amb els Premis eines 2021	
Part A. El concepte de transformació social	41
Carolina Cubero Rivera, màster en Emprenedoria i Innovació Social per la UAB	
Part B. Seguiment dels projectes guardonats amb els Premis eines 2021	47
Ajuntament de Mollet del Vallès	
Ajuntament de Sant Cugat del Vallès	
Consell Comarcal del Vallès Occidental	
Consell Comarcal del Vallès Oriental	
3. Paisatge i economia social i solidària: una mirada a través dels sectors estratègics locals	59
Jordi Boixader, Diputació de Barcelona	

PART II. MONOGRAFIES

4. L'ús de l'anàlisi de cicle de vida dins de l'economia circular	91
Montse Meneses Benítez, <i>Departament de Telecomunicació i Enginyeria de Sistemes i CREIS, UAB</i>	
Ramon Vilanova Arbós, <i>Departament de Telecomunicació i Enginyeria de Sistemes i CREIS, UAB</i>	
5. Les alternatives a la distribució alimentària en un marc d'economia social i solidària	103
Josep Espluga Trenc, <i>Departament de Sociologia i IGOP, UAB</i>	
Guillem Sala, <i>Departament de Sociologia i CREIS, UAB</i>	
6. Balanç del cooperativisme 2021	117
Lorena Torró i Garrido, <i>direcció de CoopCat</i>	
7. La salut mental a Catalunya. Emprenedoria i transformació social	149
Enric Arqués, <i>psicòleg clínic i codirector de Fundació Joia</i>	
Miquel Domènech, <i>Departament de Psicologia Social i CREIS, UAB</i>	
8. Actituds emprenedores i aspectes socials de l'emprenedoria en l'àmbit universitari	163
Sebastian Aparicio, <i>Departament d'Empresa i CREIS, UAB</i>	
Andreu Turro, <i>Departament d'Empresa i CREIS, UAB</i>	
Joan Torrent-Sellens, <i>Estudis d'Economia i Empresa i Grup d'Investigació Interdisciplinària sobre les TIC (i2TIC), UOC</i>	
David Urbano, <i>Departament d'Empresa i CREIS, UAB</i>	

8. Actituds emprenedores i aspectes socials de l'emprenedoria en l'àmbit universitari*

Autoria | Sebastian Aparicio, *Departament d'Empresa i CREIS, UAB*
| Andreu Turro, *Departament d'Empresa i CREIS, UAB*
| Joan Torrent-Sellens, *Estudis d'Economia i Empresa i Grup d'Investigació Interdisciplinària sobre les TIC (i2TIC), UOC*
| David Urbano, *Departament d'Empresa i CREIS, UAB*

Resum

L'activitat emprenedora contribueix de manera significativa al desenvolupament econòmic i social. Aquest fet ha provocat que nombroses investigacions acadèmiques s'hagin centrat a comprendre quins són els factors que causen l'aparició de les iniciatives emprenedores. Malgrat això, encara hi ha dubtes sobre com s'incentiva i es genera l'emprenedoria. En aquest context, per tal d'analitzar les actituds emprenedores dels/de les estudiants universitaris/àries a Catalunya, el present estudi utilitza dades GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey) de l'any 2021

d'una mostra representativa d'estudiants de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) i de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Els principals resultats del treball mostren com l'entorn familiar i universitari contribueixen a fomentar de forma rellevant l'emprenedoria entre el col·lectiu universitari analitzat, alhora que incrementa la intenció dels estudiants de resoldre problemes socials. Aquests resultats poden ser d'utilitat pel que fa al (re)disseny de polítiques de foment de l'emprenedoria (social i comercial), tant des de l'àmbit universitari com governamental.

* **Agraïments:** Sebastian Aparicio, Andreu Turro i David Urbano agraeixen el suport financer del Projecte ECO2017-87885-P (Ministeri d'Economia i Competitivitat). Sebastián Aparicio agraeix el finançament de COLCIENCIAS per als estudis de doctorat, Ph.D Programme chapter 3 (617/2013), Enlaza Mundos Municipio de Medellín (2013) i Fundació ECSIM. Joan Torrent-Sellens agraeix el suport de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC). David Urbano agraeix el suport de 2017-SGR-1056 (Conselleria d'Economia i Coneixement, Generalitat de Catalunya) i d'ICREA sota el programa ICREA Acadèmia.

1. Introducció

L'emprenedoria té un paper fonamental en el desenvolupament i creixement econòmic de països i regions. Els estudis existents coincideixen a destacar l'efecte positiu que l'activitat emprenedora té sobre la productivitat, la innovació, la generació de nous llocs de treball i, en definitiva, sobre el desenvolupament econòmic i social (Wennekers *et al.*, 2005). Això ha contribuït al fet que, en les darreres dècades, el nombre d'investigacions acadèmiques dedicades a temes relacionats amb l'emprenedoria i la creació d'empreses s'hagi incrementat de manera molt significativa. Aquests treballs destaquen el context (econòmic, social, legal, cultural, educatiu, etc.) en el qual es duen a terme les iniciatives emprenedores com a element central a l'hora d'explicar el procés emprenedor.

En conseqüència, l'acadèmia ha posat particular èmfasi en el paper de l'emprenedoria social com a eina bàsica de transformació social. Malgrat que les conseqüències negatives de les desigualtats socials són més que conegudes i que diversos governs a tot el món han intentat dur a terme polítiques de reducció d'aquestes desigualtats, les dades mostren que, en l'última dècada, els nivells de desigualtat (a Europa) s'han incrementat (Carrera *et al.*, 2021). Des d'aquest punt de vista, les empreses socials (juntament amb les administracions públiques, ONG i altres iniciatives) poden tenir un paper fonamental a l'hora de solucionar o reduir certes problemàtiques socials.

La literatura planteja que les persones emprenedores socials utilitzen una lògica de negoci nova i diferent per tal de millorar la situació d'aquells segments de la població en situacions de vulnerabilitat, exclusió o marginació i que no són capaços de canviar aquesta situació per ells mateixos (Austin *et al.*, 2006). Per tant, un dels objectius d'aquests tipus d'empreses és ajudar les persones que es troben en una situació de desavantatge social mentre gestionen un model de negoci prou rendible per ser independent financerament. És a dir, l'emprenedoria social pot ser un poderós mecanisme per

alleugerir situacions de pobresa concretes, per actuar com a catalitzador de la transformació social, per fomentar un creixement inclusiu i sostenible o per promoure canvis institucionals. Per aquest motiu, el foment de les activitats d'emprenedoria social o, *més genèricament*, els aspectes socials de l'emprenedoria formen part de les agendes de diversos governs arreu del món, la qual cosa genera, de forma progressiva, més iniciatives de suport a aquest tipus d'emprenedoria.

Malgrat la creixent rellevància de l'emprenedoria social, continua havent-hi diversos aspectes relacionats amb aquest tipus d'activitats que són desconeguts i subjecte d'anàlisi. Per exemple, els/les responsables polítics/polítiques reconeixen de manera cada vegada més explícita la importància de les empreses socials. No obstant, una part important de les iniciatives públiques de foment de l'emprenedoria se centren en les noves empreses de base tecnològica, les quals acostumen a tenir unes característiques molt diferents de les empreses de tipus social. Des d'aquest punt de vista, en general, les empreses socials tenen un creixement limitat i sovint els costa desenvolupar-se i créixer de manera significativa. Això té un efecte molt negatiu sobre l'impacte social de les seves iniciatives que s'acostuma a focalitzar en un grup molt específic de persones en una situació de desavantatge social i es concentra en una part molt petita del territori. Aquest fet podria ser degut al fet que generalment els nivells d'innovació de les empreses socials són més baixos que els de les empreses amb uns objectius de tipus comercial. De manera similar, les dificultats pel que fa a l'accés a fonts de finançament per a empreses socials fan que els resulti més difícil assumir riscos i experimentar amb diferents productes i models de negoci.

D'altra banda, la universitat s'ha convertit, especialment en els darrers anys, en un àmbit on les persones adquireixen coneixements específics, milloren les seves habilitats

i desenvolupen la sensibilitat social. D'aquesta manera, en l'àmbit universitari, entre altres espais de socialització, se sembla la llavor per formar futures persones emprenedores amb consciència social. És a dir, l'entorn que ofereix la universitat pot generar diferències significatives tant pel que fa al potencial emprenedor de regions i països com en relació amb el potencial emprenedor dels estudiants. No obstant això, aquestes diferències no són prou clares en la literatura sobre el tema (Urbano *et al.*, 2017), sobretot quan se n'analitzen les característiques socials.

En aquest context, l'objectiu principal del capítol és analitzar les actituds emprenedores dels/de les estudiants universitaris/àries a Catalunya, destacant els aspectes socials de l'activitat emprenedora. El treball es fa partint d'una mostra representativa d'estudiants de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) i de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), la qual cosa permet comparar alhora la formació presencial i la virtual. Les dades utilitzades provenen del projecte GUESSS (Global University

Entrepreneurial Spirit Students' Survey) i corresponen a l'any 2021.

Els resultats més rellevants presenten, d'una banda, descriptius que permeten conèixer alguns dels principals indicadors sociodemogràfics sobre l'emprenedoria social i comercial a Catalunya basant-se en la mostra d'estudiants seleccionada. D'altra banda, es fa una anàlisi de regressions que demostra que l'entorn familiar i universitari contribueix a fomentar l'emprenedoria entre els/les estudiants universitaris/àries. Alhora, això també contribueix a incrementar la intenció dels/de les estudiants de resoldre problemes socials.

Després d'aquesta breu introducció, l'estructura del capítol és la següent. En l'apartat 2 s'explica el marc conceptual i es presenten les hipòtesis de recerca. L'apartat 3 detalla la metodologia utilitzada. En l'apartat 4 es presenten i discuteixen els resultats *més rellevants* (descriptius i analítics). Finalment, en el darrer apartat es conclou el treball i es plantegen les principals limitacions i possibles línies futures de recerca.

2. Marc conceptual

Un dels enfocaments *més habituals per explicar* les intencions i els comportaments emprenedors és el de la teoria econòmica institucional (North, 1990). Des d'aquesta perspectiva teòrica, la decisió o no d'emprendre està condicionada pel resultat d'una sèrie d'interaccions complexes entre institucions. D'una banda, les institucions informals que tenen a veure amb factors relacionats, per exemple, amb la cultura, les tradicions i els valors o normes socials. D'altra banda, les institucions formals que fan referència, per exemple, a aspectes de tipus legal, regulatiu o educatiu. Segons la teoria econòmica institucional, la interacció entre les diferents institucions influeix de manera significativa en

les decisions que prenem les persones, inclosa la decisió de convertir-se en emprenedor/a (Urbano *et al.*, 2019). Aquest marc conceptual ha estat àmpliament utilitzat en les investigacions en l'àrea de l'economia i la gestió d'empreses en general, i en l'àmbit de l'emprenedoria i l'emprenedoria de tipus social en particular (Saebi *et al.*, 2019). Alhora, des d'aquesta perspectiva, les universitats tenen un paper fonamental en la promoció i desenvolupament de l'emprenedoria, ja que tenen la capacitat de construir un entorn particularment propici per a la creació d'empreses. Per exemple, les universitats contribueixen a la creació i propagació de coneixement rellevant per a la societat, proporcionen

capital humà i generen creixement econòmic en les regions on s'ubiquen (Etzkowitz *et al.*, 2000). En definitiva, les universitats generen un valor per a la societat i, per tant, són una part rellevant del marc institucional de països i regions.

2.1. Hipòtesis de recerca

La literatura sobre emprenedoria reconeix que l'entorn institucional condiciona els/les estudiants universitaris/àries per introduir-se en el món emprendor (Urbano *et al.*, 2017). Factors com ara les expectatives de la família respecte de les seves carreres professionals, l'actitud de la comunitat universitària respecte de l'emprenedoria o el fet de tenir vocació i consciència de resoldre problemes socials com a quelcom socialment prestigiós poden influir de manera essencial en la decisió de ser emprendor/a.

En aquest sentit, les investigacions prèvies han destacat com a factor clau que estar en contacte amb altres persones que facin de model a seguir pot incentivar l'actitud emprendora. És a dir, que hi hagi emprendors/es dins del cercle familiar o social més estret pot influir de manera decisiva en el fet de ser emprendor/a. Aquests models permeten reduir els nivells d'incertesa inherents a l'activitat emprendora i proporcionen una major confiança a l'hora de prendre decisions. Per exemple, el fet de viure en una família on hi ha altres persones emprendores permet adquirir experiència i actituds que poden ser útils en la creació d'un nou negoci (Zapkau *et al.*, 2015). De manera similar, el contacte amb altres persones emprendores ajuda a construir una xarxa de contactes que pugui proporcionar suport i consells en el procés emprendor (Arenius i Minniti, 2005). Això podria influir en el moment de triar el tipus de negoci concret i també a assolir major eficiència en la gestió de l'empresa creada. En definitiva, el capital familiar i social amb què compta un/a estudiant emprendor/a pot tenir un paper clau a l'hora d'aconseguir les relacions necessàries amb altres persones, així com la utilització dels recursos requerits per a

la creació del nou negoci. Tenint en compte els raonaments anteriors, el present estudi planteja la hipòtesi següent:

H1: Un entorn familiar favorable incrementa la probabilitat que els/les estudiants universitaris/àries decideixin ser emprendors/es.

L'entorn institucional on conviuen els/les estudiants universitaris/àries també té un efecte sobre quines activitats i comportaments són percebuts com a socialment prestigiosos. Per exemple, les activitats emprendores d'èxit acostumen a contribuir a la generació de llocs de feina, al pagament d'impostos i, en definitiva, a la creació d'un valor econòmic. Això fa que en alguns casos i contextos determinats les persones emprendores gaudeixin d'un cert reconeixement social. Quan això succeeix, és més probable que es creïn noves iniciatives emprendores addicionals. És a dir, com més prestigi i reputació té l'activitat emprendora, més iniciatives emprendores es generen (Parker i Van Praag, 2010).

La reputació de les universitats els permet tenir una major capacitat d'atraure investigadors/es i estudiants. A més, també pot contribuir a incrementar la satisfacció d'aquelles persones que estudien, treballen o es relacionen amb la universitat. És a dir, la reputació pot generar un sentiment de pertinença i orgull que genera una sèrie d'avantatges per a la universitat (Gotsi i Wilson, 2001). Òbviament, la manca de reputació i prestigi pot generar l'efecte contrari. En tot cas, construir i gestionar una reputació per a una universitat és un procés lent i, a més, aquesta reputació pot ser percebuda de manera diferent per part de diferents persones i col·lectius. En el cas concret de la reputació emprendora de les universitats, els últims anys s'ha dut a terme un esforç per tal d'incloure la formació i sensibilització en emprenedoria com un element rellevant dins dels currículums universitaris. Des d'aquest punt de vista, algunes de les habilitats tradicionalment associades a les activitats emprendores (com ara la capacitat de ser persones creatives, de

prendre decisions en situacions d'incertesa o de tenir un pensament analític i estratègic, etc.) es considera que poden ser molt positives per als/ per a les estudiants universitaris/àries, independentment de si finalment es converteixen en emprenedors/es o no. En definitiva, si les universitats aconseguissin generar un entorn que permetés al seu personal acadèmic i als/a les seus/seves estudiants desenvolupar activitats emprenedores, s'incrementaria l'impacte positiu de les universitats en la societat. Tenint en compte les explicacions anteriors, es planteja la hipòtesi següent:

H2: Una percepció positiva de la reputació emprenedora de la universitat incrementa la probabilitat que els/les estudiants universitaris/àries decideixin ser emprenedors/es.

Un cop s'ha decidit començar una nova iniciativa emprenedora, això podria tenir un efecte sobre la voluntat de resoldre problemes socials. El procés d'emprendre acostuma a implicar que les persones emprenedores adquireixin i desenvolupin una sèrie d'habilitats. Per exemple, emprendre implica tenir una capacitat d'identificar i explotar noves oportunitats de negoci, ser capaços/ces d'aconseguir els re-

ursos necessaris per dur a terme el projecte (recursos humans, tècnics, econòmics, etc.) o tenir una sèrie de capacitats relacionades amb la gestió d'empreses. Aquestes habilitats es poden utilitzar inicialment amb la idea d'explotar una oportunitat de negoci de caire més comercial; no obstant això, són unes habilitats perfectament vàlides també per a l'emprenedoria de tipus social (Austin *et al.*, 2006). Al final, totes dues activitats (emprenedoria comercial i social) normalment pretenen crear alguna cosa nova més enllà de replicar un negoci ja existent, considerant implícitament o explícitament les finalitats de caire més social. Per tant, és possible que, un cop s'hagi iniciat un nou negoci, els/les emprenedors/es tinguin una major capacitat d'identificar i d'estar sensibilitzats envers tot tipus d'oportunitats de negoci, incloent-hi les socials. Les necessitats insatisfetes dels consumidors i mercats generen oportunitats de negoci emprenedores i algunes d'aquestes oportunitats es poden explotar de manera comercial o social. Sobre la base de les argumentacions anteriors, es planteja la hipòtesi següent:

H3: Prendre la decisió de ser estudiant emprenedor/a incrementa la intenció de resoldre problemes socials.

3. Metodologia

Per tal de contrastar les hipòtesis plantejades en l'apartat anterior, s'utilitzen les dades per a l'any 2021 del Global University Spirit Students' Survey (GUESSS) (<https://www.guesssurvey.org/correspondents> i <https://guesss-spain.com>). El projecte GUESSS ha guanyat rellevància en la investigació sobre emprenedoria a escala mundial i es considera una de les bases de dades més rellevants en el camp de l'emprenedoria (Rippa *et al.*, 2020; Zellweger *et al.*, 2011). La informa-

ció del GUESSS s'obté mitjançant un qüestionari a través del qual els/les estudiants universitaris/àries a) mostren les seves intencions i comportaments emprenedors, b) responen dels diferents factors individuals, familiars i d'entorn relatius al fenomen emprenedor i c) ofereixen informació relativa als possibles resultats de les decisions relacionades amb l'emprenedoria. El projecte es va iniciar l'any 2006 i la recollida d'informació es fa cada dos anys. Actualment, en el projecte

hi participen 58 països d'arreu del món que van recollir respostes de més de 267.000 estudiants universitaris/àries. Concretament a Espanya, es va aconseguir informació de més de 90.000 estudiants entre les 75 universitats participants (Ruiz Navarro *et al.*, 2021).

En el cas de Catalunya, més de deu universitats van contribuir a la recollida de més d'11.000 qüestionaris completats. Les més destacables són la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), la Universitat de Barcelona (UB) i la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Atesa la finalitat de conèixer l'activitat emprendedora i la relació amb la intenció de resoldre problemes socials entre aquells/es estudiants que desenvolupen les seves carreres de manera presencial i virtual, s'ha utilitzat informació tant de la UAB com de la UOC. En concret, s'ha utilitzat informació de 7.850 estudiants, dels quals 2.597 són de la UAB i 5.253 pertanyen a la UOC. L'error mostrat és del $\pm 1,1\%$, amb un interval de confiança del 95 % ($Z = 1,96$, $p = q = 0,5$), percentatge que indica la seva representativitat (molt per sota del 5 % habitual en aquest tipus d'estudis). Aquesta xifra és significativa perquè el nombre d'estudiants que participen en l'estudi GUESSS és força elevat. És a dir, d'acord amb la informació disponible a les pàgines web de la UAB i de la UOC, el curs 2020-2021 la UAB va tenir un total de 41.116 estudiants (comptant-hi els estudiants de grau, de màster universitari, de màster propi, de diplomes i de cursos de postgrau i els dels centres adscrits). Per tant, la mostra utilitzada inclou un 6,3 % ($2.597/41.116 \cdot 100$) del total d'estudiants de la UAB. En el cas de la UOC, el curs 2020-2021 va tenir 87.500 estudiants, i es representa una mostra del 6 % dels seus estudiants ($5.253/87.500 \cdot 100$).

Variables

L'estudi té dues variables dependents principals. D'una banda, s'utilitza una variable binària relativa a l'activitat emprendedora (ser emprendedor/a = 1 o no ser-ho = 0). Aquest tipus de variables són molt habituals en la literatura sobre empre-

nedoria (García-Rodríguez *et al.*, 2021; Turró *et al.*, 2020; Urbano *et al.*, 2017). D'altra banda, s'utilitza la motivació que els/les estudiants poden tenir per solucionar problemes socials, variable que considera una escala entre 1 (totalment en desacord) i 7 (totalment d'acord). Val a dir que diversos estudis recents han utilitzat variables similars (Brieger *et al.*, 2021; Hechavarria *et al.*, 2019), fet que legitima també l'ús d'aquesta variable en el present treball.

Pel que fa a l'activitat emprendedora, s'utilitzen les variables suport de la família i d'amics/amigues, així com d'universitat emprendedora, les quals representen l'entorn dels/ de les estudiants que van emplenar el qüestionari del GUESSS. La primera variable d'entorn, suport de la família i amics/amigues, mesura la reacció percebuda de l'entorn familiar i d'amics/amigues en cas de convertir-se en emprendedor/a, a través d'una escala d'1 (molt negatiu) a 7 (molt positiu). Martínez-González *et al.* (2019) ja van utilitzar aquesta variable de suport familiar i d'amics/amigues per representar l'entorn més proper i potser més influent dels/ de les estudiants, ja que es troben en una etapa primerenca de desenvolupament professional. La segona variable d'entorn, corresponent a universitat emprendedora, és de tipus binari, on 1 indica si l'estudiant va triar la universitat per la seva reputació emprendedora, i 0 en cas contrari. El mateix projecte GUESSS-Espanya (Ruiz Navarro *et al.*, 2021) dona legitimitat a l'ús d'aquesta variable, ja que argumenta que l'emprenedoria en estudiants universitaris/àries neix des de les mateixes universitats, on es treballa en l'objectiu de crear habilitats i coneixements al voltant de l'emprenedoria.

Alhora, aquests treball utilitza les variables de control següents: el gènere del/de la estudiant (1 si és dona; 0 si és home), l'edat (anys complerts fins al 2021), l'estat civil (1 si és casat/ada; 0 en cas contrari), el nivell educatiu (1 si és grau; 2 si és màster; 3 si és doctor/a; 4 altres), l'assistència a l'assignatura d'emprenedoria (1 si l'estudiant ha assistit a un curs obligatori d'emprenedoria; 0 en cas contrari), el model de referència de pare i mare (1 si el pare i mare, respectivament, de l'estudiant han dut a

terme activitats emprenedores; 0 en cas contrari), la universitat de tipus virtual o presencial (1 si és la UOC; 0 si és la UAB), i finalment les diferents àrees de coneixement, com ara humanitats, ADE, enginyeria de sistemes, economia, enginyeria (general), ciències de la salut, dret, matemàtiques, ciències naturals, ciències de l'art (1 si l'estudiant és d'alguna d'aquestes àrees; 0 en un altre cas). Cal dir també que s'ha considerat l'edat al quadrat, molt habitu-

al en les investigacions en l'àrea de l'economia i la gestió d'empreses. Incloure l'edat al quadrat permet obtenir uns resultats més precisos, ja que la relació de la variable edat amb la resta de variables no té per què ser necessàriament de tipus lineal.

La taula 1 descriu les variables utilitzades en el present estudi (per a més detall, l'annex 1 mostra les preguntes originalment recollides a l'enquesta GUESS).

Variable	Descripció
Emprenedoria	Variable igual a 1 si l'estudiant té una empresa o és autoempleat; 0 en cas contrari
Solució de problemes socials	Motivació per solucionar un problema social. Escala Likert d'1 (totalment en desacord) a 7 (totalment d'acord)
Suport de família i d'amics/amigues	Reacció de l'entorn familiar i d'amics/amigues a la decisió de convertir-se en emprenedor/a. Escala Likert d'1 (molt negatiu) a 7 (molt positiu)
Universitat emprenedora	Variable igual a 1 si l'estudiant va triar la universitat per la reputació emprenedora; 0 en cas contrari
Gènere	Variable igual a 1 si l'estudiant és dona; 0 si és home
Edat	Edat de l'estudiant
Edat²	Edat de l'estudiant al quadrat
Casat/ada	Variable igual a 1 si l'estudiant és casat/ada; 0 un altre cas
Altres estat civil	Variable igual a 1 si l'estudiant té un altre estat civil; 0 un altre cas
Nivell educatiu	Nivell educatiu de l'estudiant. 1 si és grau; 2 si és màster; 3 si és doctor/a; 4 altres
Humanitats	Variable igual a 1 si els estudis pertanyen a l'àrea d'humanitats; 0 en cas contrari
ADE	Variable igual a 1 si els estudis pertanyen a l'àrea d'administració i direcció d'empreses; 0 en cas contrari
Enginyeria de sistemes	Variable igual a 1 si els estudis pertanyen a l'àrea d'enginyeria de sistemes; 0 en cas contrari
Economia	Variable igual a 1 si els estudis pertanyen a l'àrea d'Economia; 0 en cas contrari
Enginyeria (general)	Variable igual a 1 si els estudis pertanyen a l'àrea d'enginyeria (general); 0 en cas contrari
Ciències de la salut	Variable igual a 1 si els estudis pertanyen a l'àrea de ciències de la salut; 0 en cas contrari
Dret	Variable igual a 1 si els estudis pertanyen a l'àrea del dret; 0 en cas contrari
Matemàtiques	Variable igual a 1 si els estudis pertanyen a l'àrea de matemàtiques; 0 en cas contrari
Ciències naturals	Variable igual a 1 si els estudis pertanyen a l'àrea de les ciències naturals; 0 en cas contrari
Ciències de l'art	Variable igual a 1 si els estudis pertanyen a l'àrea de les arts; 0 en cas contrari
Assistència a l'assignatura d'emprenedoria	Variable igual a 1 si l'estudiant ha assistit a algun curs obligatori sobre emprenedoria; 0 en cas contrari
Model de referència pare	Variable igual a 1 si el pare de l'estudiant és emprenedor; 0 en cas contrari
Model de referència mare	Variable igual a 1 si la mare de l'estudiant és emprenedora; 0 en cas contrari
Universitat	Variable igual a 1 si estudia a la UOC; 0 si estudia a la UAB

Taula 1. Descripció de variables

Mètode

Per entendre com els factors de l'entorn familiar i universitari influeixen en la decisió de ser emprenedor/a, i com aquesta elecció explica la intenció de resoldre problemes socials, és important utilitzar eines que s'ajustin a la naturalesa de les variables. En aquest sentit, en el present estudi s'ha optat per una aproximació de dues etapes. D'una banda, es vol explicar la probabilitat que l'estudiant sigui emprenedor/a a través de les variables d'entorn (familiar i universitari). D'altra banda, una vegada s'observa que les variables esmentades permeten veure la probabilitat associada a cada estudiant, es busca saber fins a quin punt aquesta decisió s'associa

amb la intenció de resoldre problemes socials. En aquest sentit, Aparicio *et al.* (2022) utilitzen un enfocament similar per entendre com l'entorn explica la decisió d'homes i dones de desenvolupar activitats emprenedores, la qual explica problemes com la mobilitat social. Un dels avantatges d'utilitzar aquest tipus de mètodes és que evita dicotomies com la metàfora de «l'ou i la gallina», ja que no se sap amb certesa si va ser primer l'ou o la gallina. A més, es poden evitar problemes derivats de suposar una intenció generalitzada de resoldre problemes socials per part de tots els estudiants. Per exemple, Urbano *et al.* (2017) esmenten que és important conèixer primer qui són emprenedors/es i després com generen diversos resultats.

4. Resultats

4.1. Resultats descriptius

Aquest apartat presenta una anàlisi descriptiva i comparativa en funció del tipus d'emprenedoria (social o comercial), tenint en compte també el tipus d'universitat (presencial o virtual).

Tal com s'ha comentat anteriorment, l'estudi se centra en una mostra representativa d'estudiants de la UAB i la UOC, distingint entre estudiants emprenedors/es socials i comercials, i estudiants que reben una formació presencial o virtual. Pel que fa als aspectes socials de l'emprenedoria, d'una banda, es defineixen com a emprenedors/es socials els/les estudiants que, a més d'haver creat una empresa, han valorat l'afirmació «vaig crear la meua empresa amb la finalitat de solucionar un problema social que les empreses privades no acostumen a abordar (per exemple, la injustícia social o la protecció del medi ambient)» amb una puntuació de 6 o 7 (1 = totalment en desacord, 7 = totalment d'acord), en la

línia de la literatura prèvia sobre el tema (Austin *et al.*, 2006). D'altra banda, els/les emprenedors/es comercials són els/les estudiants que van valorar amb una puntuació de 6 o 7 l'afirmació «vaig crear la meua empresa amb la finalitat de guanyar diners i fer-me ric/a» (1 = totalment en desacord, 7 = totalment d'acord). Seguint aquests criteris, un 35,6 % dels/de les emprenedors/es de la mostra es poden considerar emprenedors/es socials i un 23,7 %, emprenedors/es comercials.

Pel que fa al gènere, les dades mostren que, en el cas de l'emprenedoria social, el percentatge de dones emprenedores és sensiblement superior al de l'emprenedoria comercial (vegeu la figura 1). És a dir, un 60,6 % de les iniciatives emprenedores de caire social van ser creades per dones, una xifra que contrasta amb el 54,5 % de les empreses creades amb una finalitat comercial i de lucre molt més marcada. De manera similar, el nombre de cofundadores dones també és més elevat en l'emprenedoria social.

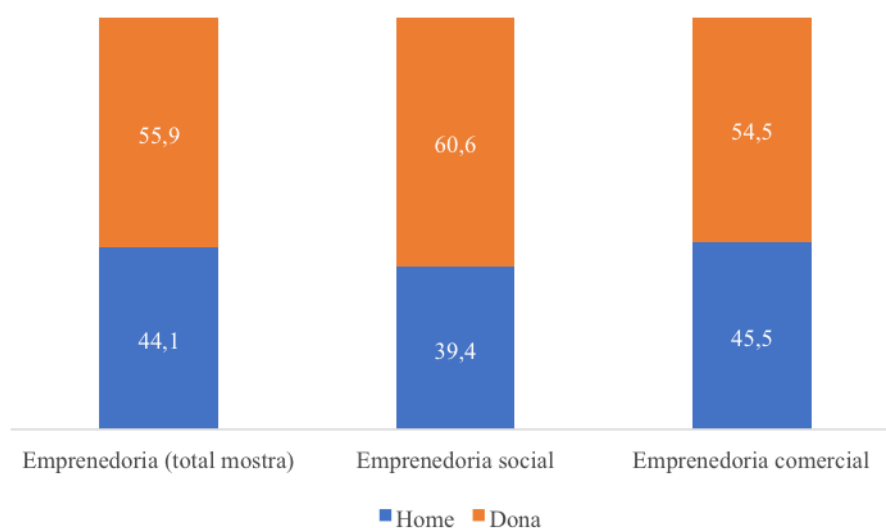


Figura 1. Gènere de l'estudiant emprenedor/a en funció del tipus d'empresa social i comercial.

La figura 2 mostra que, en el cas de l'emprenedoria social, gairebé en un 25 % dels casos hi ha dues o més dones cofundadores. En el cas

de l'emprenedoria comercial, aquesta xifra és només del 8,4 %.

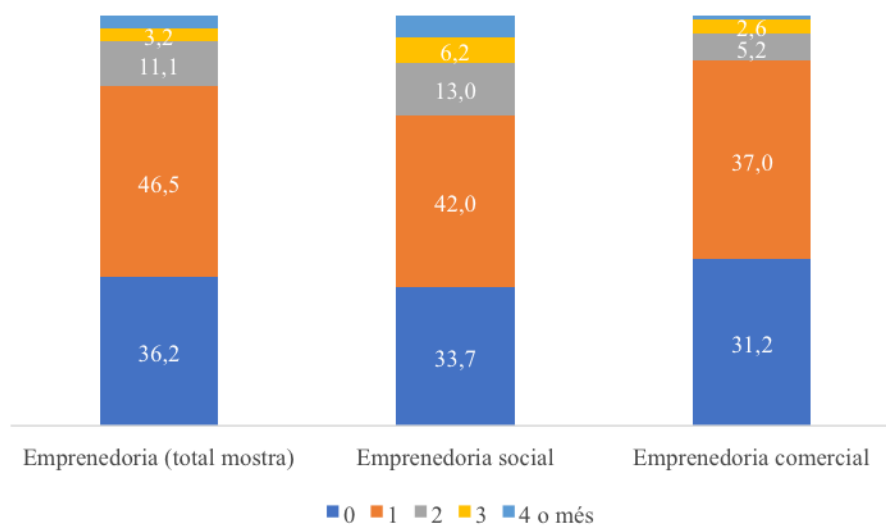


Figura 2. Nombre de dones cofundadores en funció del tipus d'empresa social i comercial.

L'edat mitjana dels/de les emprenedors/es socials és de 35,5 anys, mentre que en el cas dels/de les emprenedors/es comercials aquesta xifra és més reduïda, concretament de 32,9. A més, en el cas de les empreses socials, el nombre de treballadors/es és de 3,3, mentre que en les empreses amb un focus comercial aquesta xifra es redueix fins a 1,5 treballadors/es. És destacable que, en un percentatge molt significatiu de casos, els/les emprenedors/es provenen de famílies on almenys un dels dos progenitors (pare o mare) són empresaris/àries. Concretament, en el cas de l'emprenedoria social aquesta xifra és del 46,6 %, mentre que en el cas de l'emprenedoria comercial la xifra s'enfila fins al 50,9 %. Aquestes xifres són coherents amb la literatura existent, que ha destacat reiteradament la importància de tenir emprenedors/es a la família com un antecedent clau de les futures activitats emprenedores (Urbano *et al.*, 2017).

D'altra banda, destaca que un 51,7 % dels/de les emprenedors/es socials consideren que en l'últim any van tenir un creixement de les vendes entre «una mica millor i molt millor» que la competència. En el cas dels/de les emprenedors/es comercials, aquesta xifra s'eleva fins al 59,1 %.

La figura 3 mostra que l'àrea de coneixement de l'estudiant universitari/ària podria influir sobre la naturalesa de l'empresa que es vol crear. És a dir, la majoria d'empreses socials van ser creades per part d'estudiants de l'àmbit de les ciències socials (administració d'empreses, economia, dret, psicologia i ciències polítiques i de l'educació) i de les ciències de l'art i humanitats. En el cas de les empreses amb un focus comercial, aquestes es reparteixen molt més entre altres àrees de coneixement (com ara les ciències naturals i de la salut i les enginyeries).

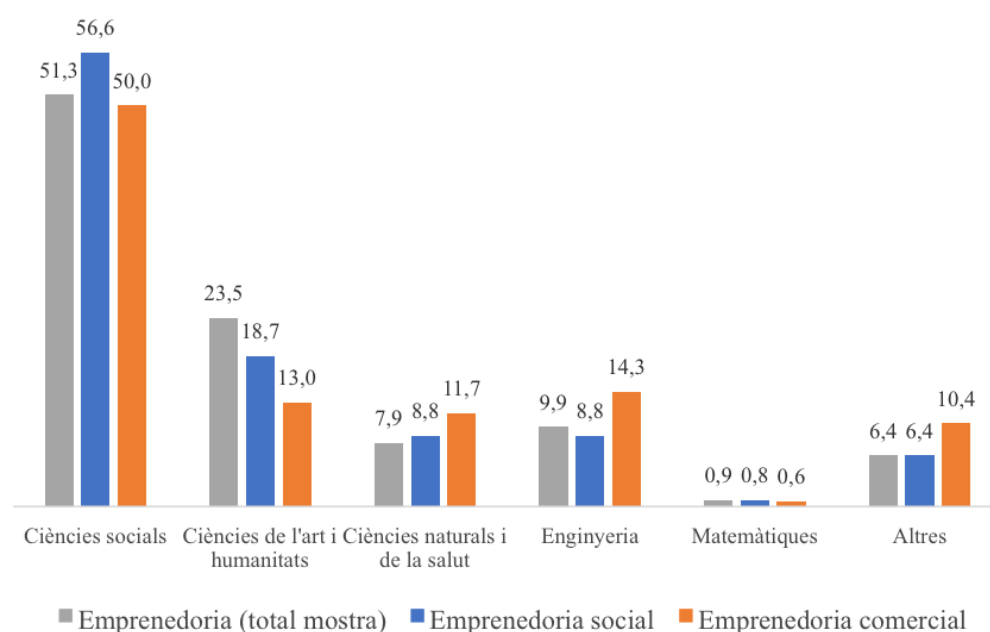


Figura 3. Àrea de coneixement en funció del tipus d'empresa social i comercial.

Pel que fa al sector d'activitat en el qual operen les empreses, la figura 4 mostra que gairebé 1 de cada 5 de les empreses socials creades es dedica al sector de l'educació i la formació.

Aquesta xifra és significativament superior a la de les empreses comercials, que compten tan sols amb un 11,7 % d'empreses en aquest àmbit concret.

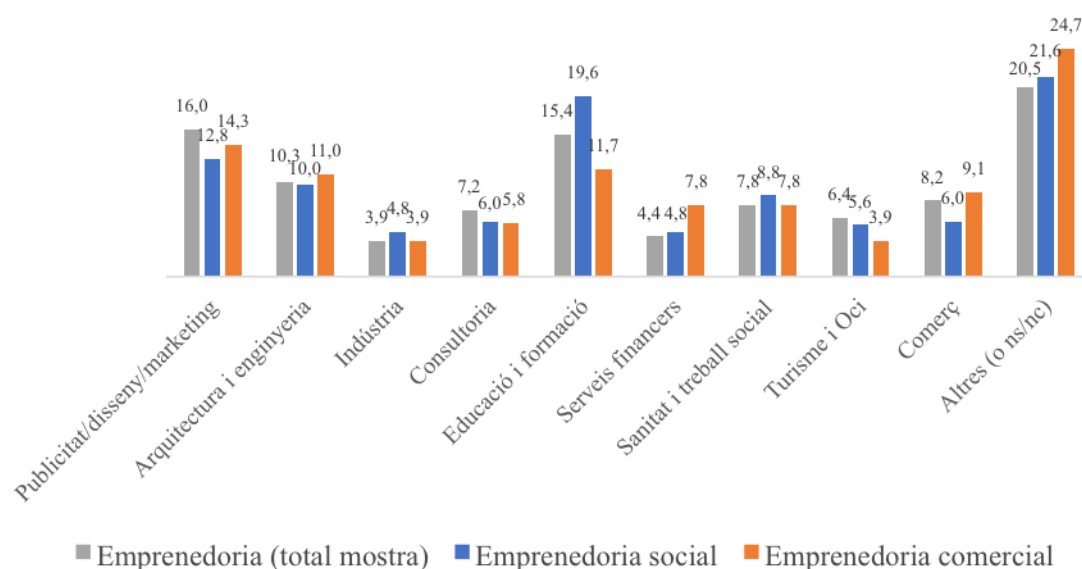


Figura 4. Sector d'activitat al qual es dedica l'empresa en funció del tipus d'empresa social i comercial.

Finalment, la figura 5 mostra el percentatge d'emprenedors/es socials i comercials en funció de la universitat on s'estudia: presencial (UAB) o virtual (UOC). Des d'aquest punt de vista, destaca, d'una banda, que la UOC té un major percentatge d'estudiants emprenedors/es (80 % vs. 20 %). Aquest fet pot tenir a veure amb el perfil dels/de les estudiants d'aquesta

universitat, caracteritzat per ser de més edat i, en conseqüència, tenir més experiència professional. D'altra banda, també és destacable que la UAB té un percentatge d'emprenedors/es comercials força elevat. És a dir, malgrat tenir tan sols un 20 % dels/de les emprenedors/es de la mostra total, compta amb un 27,5 % dels/de les emprenedors/es comercials.

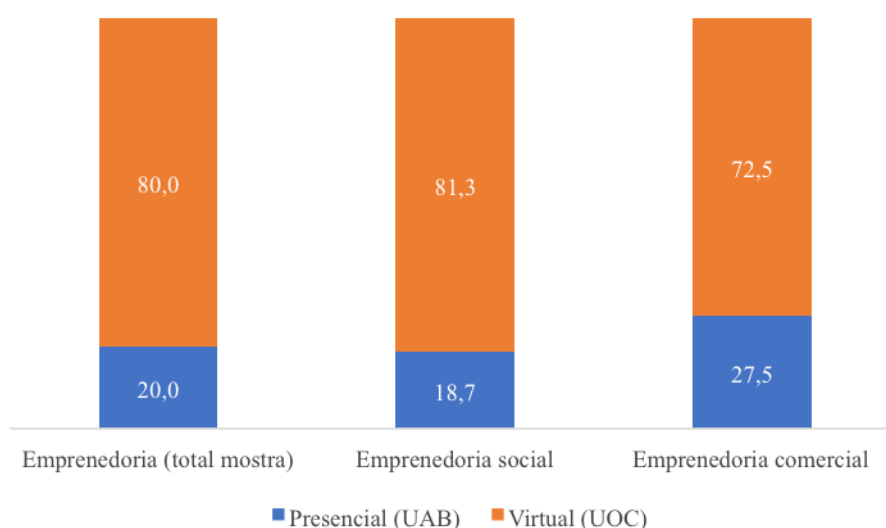


Figura 5. Percentatge d'emprenedors/es socials i comercials en funció del tipus d'universitat (presencial o virtual)

4.2. Resultats analítics

La taula 2 i la taula 3 mostren el nombre d'observacions, mitjana, desviació estàndard, valor mínim i màxim de les variables utilitzades, així com la relació que hi pot haver entre les diferents variables considerades en aquest estudi. A la taula 2 s'observa que el 9 % dels estudiants ha creat una empresa. A més, es mostra també que, en general, tant els/les estudiants de la UAB com els/les de la UOC estan «una mica

d'acord» (al voltant de 4 en una escala d'1 a 7) amb la idea de resoldre problemes socials. Els/les estudiants de la mostra indiquen també que «els familiars i amics/amigues reaccionen de manera positiva» (prop del 5 en una escala d'1 a 7) davant la decisió de ser emprenedor/a. D'acord amb les dades, el 6 % dels/de les estudiants han seleccionat la universitat per les seves característiques emprenedores. Finalment, el 67 % de la mostra pertany a la UOC i el 33 %, a la UAB.

Variables	Observacions	Mitjana	Desviació estàndard	Mínim	Màxim
Emprenedoria	7850	0,090	0,286	0	1
Solució de problemes socials	705	4,304	2,085	1	7
Suport de la família i d'amics/amigues	7850	5,769	1,309	1	7
Universitat emprenedora	7850	0,064	0,245	0	1
Gènere	7850	0,658	0,474	0	1
Edat	7850	30,901	9,270	19	58
Casat/ada	7850	0,009	0,097	0	1
Altre estat civil	7850	0,675	0,468	0	1
Nivell educatiu	7850	1,281	0,519	1	4
Humanitats	7850	0,112	0,316	0	1
ADE	7850	0,113	0,317	0	1
Enginyeria de sistemes	7850	0,077	0,267	0	1
Economia	7850	0,059	0,237	0	1
Enginyeria (general)	7850	0,038	0,192	0	1
Ciències de la salut	7850	0,097	0,296	0	1
Dret	7850	0,086	0,280	0	1
Matemàtiques	7850	0,009	0,094	0	1
Ciències naturals	7850	0,033	0,178	0	1
Ciències de l'art	7850	0,035	0,184	0	1
Assistència a l'assignatura d'emprenedoria	7850	0,108	0,311	0	1
Model de referència pare	7850	0,699	0,459	0	1
Model de referència mare	7850	0,147	0,354	0	1
Universitat	7850	0,669	0,471	0	1

Taula 2. Estadístics descriptius

A la taula 3 es pot apreciar que les variables d'emprenedoria i d'intenció de resoldre problemes socials no estan altament relacionades entre si; ara bé, és evident que totes dues es mouen en la mateixa direcció. Succeeix el mateix amb els factors de l'entorn, ja que el suport

de la família i d'amics/amigues i la universitat emprenedora es relacionen de manera positiva amb l'emprenedoria. Això implica que els canvis que pateixin aquestes variables d'entorn acompanyaran la decisió d'una persona de ser emprenedora.

Variables	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1 Emprenedoria	1										
2 Solució de problemes socials	0,371	1									
3 Suport de família/amics-amigues	0,069*	0,149*	1								
4 Universitat emprenedora	0,062*	0,053	0,041*	1							
5 Gènere	-0,065*	0,048	-0,024*	0,038*	1						
6 Edat	0,010	0,009	0,011	-0,020*	0,034*	1					
7 Casat/ada	0,005	-0,009	-0,009	-0,003	0,015	0,001	1				
8 Altre estat civil	-0,102*	0,049	-0,035*	0,009	0,052*	-0,052*	-0,141*	1			
9 Nivell educatiu	0,012	0,046	-0,021*	-0,036*	-0,017	-0,042*	0,012	-0,021*	1		
10 Humanitats	0,054*	-0,076*	-0,008	-0,056*	0,047*	0,009	-0,001	-0,033*	0,003	1	
11 ADE	0,000	-0,009	0,061*	0,041*	-0,034*	-0,000	-0,006	0,020*	-0,012	-0,127*	1
12 Enginyeria de sistemes	-0,005	-0,035	-0,030*	-0,032*	-0,256*	-0,014	-0,008	-0,041*	0,013	-0,102*	-0,103*
13 Economia	-0,005	0,018	0,048*	0,013	-0,058*	-0,001	-0,013	0,030*	-0,027*	-0,089*	-0,089*
14 Enginyeria (general)	-0,018	0,009	-0,014	0,000	-0,142*	-0,008	0,014	0,030*	0,020*	-0,070*	-0,071*
15 Ciències de la salut	-0,032*	0,045	-0,018*	-0,023*	0,113*	-0,009	0,007	0,023*	0,054*	-0,116*	-0,117*
16 Dret	0,020*	-0,013	0,013	0,016	-0,016	0,015	0,012	-0,034*	-0,044*	-0,108*	-0,109*
17 Matemàtiques	-0,001	-0,006	-0,013	-0,014	-0,034*	-0,018	-0,009	0,039*	-0,014	-0,033*	-0,033*
18 Ciències naturals	-0,035*	-0,046	-0,030*	-0,039*	-0,023*	-0,025*	-0,010	0,064*	0,062*	-0,065*	-0,065*
19 Ciències de l'art	0,056*	0,003	0,003	0,017	0,036*	-0,000	0,016	-0,021*	-0,052*	-0,067*	-0,068*
20 Assistència a l'assignatura d'emprenedoria	0,019*	-0,055	-0,009	0,026*	-0,033*	-0,003	-0,009	0,011	-0,026*	-0,039*	0,117*
21 Model de referència pare	-0,096*	-0,036	-0,016	-0,076*	-0,033*	0,005	0,007	-0,025*	-0,018	0,028*	-0,035*
22 Model de referència mare	0,026*	0,010	0,008	0,042*	0,006	-0,006	-0,007	0,032*	0,002	-0,029*	0,029*
23 Universitat	0,087*	0,052	0,056*	0,043*	-0,065*	-0,008	0,030*	-0,218*	0,031*	-0,033*	0,063*

Variables	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
12 Enginyeria de sistemes	1										
13 Economia	-0,072*	1									
14 Enginyeria (general)	-0,057*	-0,050*	1								
15 Ciències de la salut	-0,094*	-0,082*	-0,065*	1							
16 Dret	-0,088*	-0,077*	-0,061*	-0,100*	1						
17 Matemàtiques	-0,027*	-0,023*	-0,018*	-0,031*	-0,029*	1					
18 Ciències naturals	-0,053*	-0,046*	-0,036*	-0,060*	-0,056*	-0,017	1				
19 Ciències de l'art	-0,055*	-0,048*	-0,038*	-0,062*	-0,058*	-0,018	-0,035*	1			
20 Assistència a l'assignatura d'emprenedoria	0,003	0,044*	0,013	-0,050*	-0,039*	-0,028*	-0,008	-0,017	1		
21 Model de referència pare	0,029*	-0,012	0,009	-0,014	-0,009	0,009	-0,009	-0,011	-0,014	1	
22 Model de referència mare	-0,012	0,011	0,003	0,019*	0,002	0,002	-0,013	0,006	0,001	-0,633*	1
23 Universitat	0,145*	-0,057*	-0,029*	-0,208*	0,074*	-0,120*	-0,235*	0,110*	-0,024*	0,039*	-0,040*

* Significatiu al 10 %.

Tabla 3. Taula de correlacions

La taula 4 mostra els resultats de les regressions. Per saber si el mètode utilitzat és l'adequat o no, les tres primeres columnes no estimen la probabilitat d'emprendre, sinó que assumeixen una relació lineal entre les variables d'entorn i l'emprenedoria. En canvi, les darreres tres columnes mostren els resultats de les dues etapes en les quals es respecta la naturalesa mateixa de les variables. En tots dos casos, les columnes 1 i 4 busquen conèixer la influència de l'entorn familiar en la decisió d'emprendre, i

com aquesta elecció es relaciona amb la intenció de resoldre problemes socials. De manera similar, les columnes 2 i 5 mostren com l'entorn universitari explica l'emprenedoria (en una primera etapa) i la decisió de resoldre problemes socials (en una segona etapa). Finalment, les columnes 3 i 6 tenen en compte ambdós entorns (familiar i universitari) com a factors explicatius de l'emprenedoria i, alhora, permeten veure com l'emprenedoria es relaciona amb la intenció de resoldre problemes socials.

	(1) Emprenedoria	(2) Emprenedoria	(3) Emprenedoria	(4) Emprenedoria	(5) Emprenedoria	(6) Emprenedoria
Suport família/amics-amigues	0,061*** (0,017)		0,058*** (0,017)	0,583*** (0,138)		0,537*** (0,139)
Universitat emprenedora		0,013*** (0,002)	0,013*** (0,002)		0,188*** (0,037)	0,180*** (0,037)
Gènere	-0,034*** (0,008)	-0,036*** (0,008)	-0,036*** (0,008)	-0,428*** (0,089)	-0,453*** (0,089)	-0,446*** (0,089)
Edat	0,003*** (0,000)	0,003*** (0,000)	0,003*** (0,000)	0,019*** (0,003)	0,022*** (0,003)	0,020*** (0,003)
Edat²	-0,000*** (0,000)	-0,000*** (0,000)	-0,000*** (0,000)	-0,000*** (0,000)	-0,000*** (0,000)	-0,000*** (0,000)
Casat/ada	-0,009 (0,035)	-0,010 (0,035)	-0,008 (0,035)	-0,103 (0,388)	-0,096 (0,388)	-0,068 (0,388)
Altre estat civil	-0,029*** (0,008)	-0,029*** (0,008)	-0,029*** (0,008)	-0,405*** (0,089)	-0,399*** (0,089)	-0,402*** (0,089)
Nivell educatiu	0,004 (0,007)	0,004 (0,007)	0,004 (0,007)	0,088 (0,082)	0,091 (0,082)	0,099 (0,082)
Humanitats	0,048*** (0,012)	0,051*** (0,012)	0,051*** (0,012)	0,531*** (0,128)	0,564*** (0,128)	0,567*** (0,128)
ADE	-0,004 (0,011)	-0,002 (0,011)	-0,005 (0,011)	-0,039 (0,142)	-0,014 (0,141)	-0,042 (0,142)
Enginyeria de sistemes	-0,023* (0,013)	-0,022* (0,013)	-0,020 (0,013)	-0,239 (0,172)	-0,237 (0,172)	-0,211 (0,172)
Economia	-0,003 (0,014)	0,001 (0,014)	-0,003 (0,014)	-0,053 (0,191)	-0,007 (0,190)	-0,046 (0,192)
Enginyeria (general)	-0,023 (0,015)	-0,023 (0,015)	-0,023 (0,015)	-0,327 (0,255)	-0,333 (0,256)	-0,325 (0,256)
Ciències de la salut	-0,003 (0,010)	-0,001 (0,010)	-0,001 (0,010)	-0,078 (0,172)	-0,056 (0,172)	-0,062 (0,172)
Dret	0,016 (0,013)	0,017 (0,013)	0,016 (0,013)	0,174 (0,148)	0,184 (0,147)	0,175 (0,148)
Matemàtiques	0,040 (0,035)	0,041 (0,034)	0,042 (0,035)	0,530 (0,465)	0,553 (0,464)	0,571 (0,464)
Ciències naturals	-0,020 (0,014)	-0,017 (0,014)	-0,016 (0,014)	-0,546 (0,364)	-0,509 (0,366)	-0,500 (0,365)
Ciències de l'art	0,082*** (0,023)	0,082*** (0,023)	0,082*** (0,023)	0,784*** (0,182)	0,786*** (0,184)	0,784*** (0,184)
Assistència a l'assignatura d'emprenedoria	0,021* (0,011)	0,019* (0,011)	0,020* (0,011)	0,260** (0,126)	0,234* (0,127)	0,249** (0,127)
Model de referència pare	-0,088*** (0,011)	-0,086*** (0,011)	-0,085*** (0,011)	-0,972*** (0,100)	-0,946*** (0,100)	-0,941*** (0,100)
Model de referència mare	-0,044*** (0,014)	-0,043*** (0,014)	-0,043*** (0,014)	-0,393*** (0,127)	-0,387*** (0,127)	-0,384*** (0,127)
Universitat	0,016** (0,008)	0,015** (0,008)	0,014* (0,008)	0,381*** (0,114)	0,362*** (0,114)	0,356*** (0,114)
Constant	0,090*** (0,021)	0,011 (0,025)	0,012 (0,025)	-2,295*** (0,213)	-3,438*** (0,317)	-3,405*** (0,318)
Observacions	7850	7850	7850	7850	7850	7850

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Emprenedoria	Emprenedoria	Emprenedoria	Emprenedoria	Emprenedoria	Emprenedoria
R2	0,050	0,051	0,054			
F-stat	13,69***	13,98***	13,84***			
Log pseudolikelihood				-2194,621	-2187,482	-2180,2617
Wald X2				365,69***	361,90***	380,34***

	Solució de problemes socials	Solució de problemes socials	Solució de problemes socials	Solució de problemes socials	Solució de problemes socials	Solució de problemes socials
Emprenedoria estimada	14,592*** (3,643)	5,250 (4,898)	10,701*** (2,965)	5,867*** (1,907)	2,098 (1,865)	4,333*** (1,483)
Gènere	0,622*** (0,207)	0,313 (0,240)	0,495** (0,195)	0,400** (0,171)	0,220 (0,168)	0,330** (0,159)
Edat	-0,037*** (0,011)	-0,012 (0,015)	-0,027*** (0,010)	-0,017** (0,008)	-0,006 (0,008)	-0,014** (0,007)
Edat ²	0,000*** (0,000)	0,000 (0,000)	0,000*** (0,000)	0,000** (0,000)	0,000 (0,000)	0,000** (0,000)
Casat/ada	0,088 (0,656)	-0,053 (0,684)	0,101 (0,696)	-0,023 (0,552)	-0,120 (0,553)	-0,053 (0,554)
Altres estat civil	0,730*** (0,201)	0,469** (0,222)	0,611*** (0,190)	0,469*** (0,163)	0,335** (0,159)	0,409*** (0,156)
Nivell educatiu	0,211 (0,139)	0,226 (0,140)	0,222 (0,139)	0,161 (0,123)	0,176 (0,124)	0,166 (0,123)
Humanitats	-1,284*** (0,289)	-0,763*** (0,322)	-1,100*** (0,268)	-0,772*** (0,244)	-0,630*** (0,228)	-0,760*** (0,223)
ADE	-0,197 (0,292)	-0,196 (0,293)	-0,199 (0,293)	-0,194 (0,260)	-0,174 (0,262)	-0,191 (0,262)
Enginyeria de sistemes	-0,023 (0,333)	-0,270 (0,340)	-0,123 (0,324)	-0,162 (0,257)	-0,280 (0,256)	-0,202 (0,253)
Economia	0,043 (0,360)	0,067 (0,369)	0,080 (0,357)	0,021 (0,316)	0,062 (0,319)	0,056 (0,308)
Enginyeria (general)	0,391 (0,580)	0,216 (0,578)	0,347 (0,574)	0,256 (0,576)	0,142 (0,565)	0,220 (0,567)
Ciències de la salut	0,133 (0,330)	0,174 (0,337)	0,165 (0,330)	0,225 (0,310)	0,211 (0,312)	0,223 (0,311)
Dret	-0,519* (0,271)	-0,362 (0,277)	-0,436 (0,270)	-0,358 (0,222)	-0,272 (0,221)	-0,308 (0,220)
Matemàtiques	-0,595 (0,967)	-0,298 (0,978)	-0,482 (0,961)	-0,324 (0,785)	-0,175 (0,797)	-0,271 (0,789)
Ciències naturals	-0,696 (0,764)	-0,762 (0,799)	-0,788 (0,793)	-0,726 (0,724)	-0,717 (0,701)	-0,770 (0,727)
Ciències de l'art	-1,430*** (0,426)	-0,641 (0,489)	-1,054*** (0,385)	-0,796** (0,314)	-0,408 (0,300)	-0,604** (0,286)
Assistència a l'assignatura d'emprenedoria	-0,603** (0,236)	-0,466* (0,245)	-0,526** (0,231)	-0,471** (0,195)	-0,392** (0,195)	-0,427** (0,190)
Model de referència pare	1,174*** (0,379)	0,317 (0,471)	0,709** (0,325)	0,566** (0,283)	0,123 (0,274)	0,388 (0,239)
Model de referència mare	0,614** (0,283)	0,180 (0,322)	0,437 (0,269)	0,291 (0,237)	0,072 (0,236)	0,205 (0,225)
Universitat	0,105 (0,243)	0,282 (0,253)	0,142 (0,241)	0,188 (0,216)	0,286 (0,216)	0,211 (0,213)
Constant	2,262*** (0,545)	3,176*** (0,600)	2,659*** (0,496)			
Observacions	705	705	705	705	705	705
R2	0,049	0,033	0,047			
F-stat	1,97***	1,17	1,88**			
Log pseudolikelihood				-1338,915	-1343,143	-1339,521
Wald X2				32,08*	24,84	33,47**

* Significatiu al 10 %; ** significatiu al 5 %; *** significatiu a l'1 %.

Taula 4. Resultats de les regressions

Pel que fa a les hipòtesis, la hipòtesi 1 planteja que un entorn familiar favorable incentiva positivament la decisió dels/de les estudiants universitaris/àries de convertir-se en emprenedor/a. Tant els resultats de les columnes 1 i 4 com els resultats de les columnes 3 i 6 donen suport a aquesta hipòtesi, ja que permeten veure que l'entorn familiar explica l'augment en la probabilitat d'emprendre. Aquests models també mostren que les relacions trobades tenen força robustesa estadística; per tant, el suport de la família i d'amics/amigues és crucial per a l'emprenedoria. Aquest resultat és coherent amb la literatura prèvia que assenyala que el capital familiar i social, els models a seguir i el capital relacional són alguns dels predictors més rellevants del comportament emprenedor (Arenius i Minniti, 2005). Dit d'una altra manera, comptar amb emprenedors/es a la família o a l'entorn personal i familiar proper fa molt més probable que els/les estudiants de la UAB i de la UOC es converteixin també en emprenedors/es (tant socials com comercials). Això és degut al fet que el capital familiar i els models a seguir proporcionen una part significativa dels elements necessaris per convertir-se en emprenedor/a (coneixement, recursos, xarxes de contactes, confiança en les pròpies capacitats d'emprendre, etc.).

La hipòtesi 2 planteja que una percepció favorable de la reputació emprenedora de la universitat incentiva positivament la decisió per part de l'estudiant de ser emprenedor/a. De manera similar a la hipòtesi anterior, les columnes 2 i 5 i les columnes 3 i 6 donen suport a aquesta hipòtesi, ja que confirmen que l'entorn d'universitat emprenedora és important per decidir-se a emprendre. La relació trobada és també altament significativa; per tant, treballar en la direcció d'una universitat emprenedora comportarà tenir estudiants motivats/des per la creació d'empreses. En tots dos casos, les hipòtesis 1 i 2 revelen que la complementarietat entre l'entorn familiar i l'universitari és crucial perquè l'estudiant opti per una carrera professional emprenedora. Aquest resultat també va en la línia d'estudis anteriors. El prestigi i el reconeixement social de les activitats relacionades amb

l'emprenedoria contribueixen a generar noves iniciatives emprenedores (Parker i Van Praag, 2010). Aquest resultat confirma la importància de fomentar l'emprenedoria dins de les universitats des de diferents punts de vista. D'una banda, el foment de l'emprenedoria permet proporcionar als/a les estudiants, investigadors/es i personal administratiu de les universitats una sèrie d'habilitats i coneixements que poden ser valuosos més enllà de si es creen empreses. És a dir, el foment i la sensibilització de l'emprenedoria pot proporcionar diverses eines que millorin l'eficiència professional i personal dels diferents col·lectius vinculats a la universitat (Grimaldi i Fernández, 2017). D'altra banda, els resultats de la hipòtesi 2 confirmen que la percepció positiva de reputació emprenedora de la universitat pot jugar un paper a l'hora d'atraure estudiants universitaris/àries amb un perfil de futurs/es emprenedors/es. En aquest sentit, la universitat pot tenir un paper clau a l'hora de convertir els/les estudiants en persones emprenedores. Aquest aspecte és fonamental en la línia que planteja la literatura especialitzada, que mostra de manera consistent que les activitats emprenedores contribueixen al creixement econòmic i a la millora del benestar social de les ciutats i regions on s'ubiquen (Aparicio *et al.*, 2021).

Els resultats previs ajuden a entendre la hipòtesi 3, que planteja que la presa de decisió de ser un/a estudiant emprenedor/a incrementa la intenció de resoldre problemes socials. A excepció dels models 2 i 5, les variables d'entorn, quan operen conjuntament i complementàriament, expliquen positivament la decisió d'emprendre, la qual està directament i positivament relacionada amb la intenció de resoldre problemes socials. Per tant, aquests resultats permeten veure que les persones que decideixen ser emprenedores tenen una alta capacitat d'identificar oportunitats de negoci, en les quals no només es resolguin problemes de mercat sinó també socials. Aquest raonament també és coherent amb la literatura existent. És a dir, les investigacions prèvies han destacat de forma reiterada que la immensa majoria de les activitats emprenedores van associades a una sèrie d'externalitats positives per a les societats (Aus-

tin *et al.*, 2006). Aquest resultat mostra que els/les emprenedors/es (inclosos/es els/les de caire purament comercial) tenen una major voluntat i intenció de resoldre problemàtiques socials. Des d'aquest punt de vista, es podria dir que l'adquisició i el desenvolupament d'habilitats i coneixements que implica el procés emprenedor són útils per a tots tipus de formes d'emprenedoria (tant la social com la comercial). De fet, els estudis existents mostren que alguns dels països amb les taxes més elevades d'èxit emprenedor són també alguns dels països amb les taxes d'emprenedoria social *més elevades*. En

definitiva, més enllà de la distinció entre diferents formes d'emprenedoria (en aquest cas social i comercial), les activitats emprenedores estan associades a una sèrie de conseqüències positives per a la societat; per exemple, la generació de nous productes i serveis innovadors, la generació de nous llocs de treball, la renovació i revitalització del parc empresarial, la creació de riquesa, la millora de qualitat de vida, etc. Els resultats d'aquesta tercera hipòtesi demostren, doncs, que l'emprenedoria en termes generals també es pot associar amb una major voluntat i intenció de resoldre problemes socials.

5. Conclusions

El foment de l'emprenedoria és un element clau per al desenvolupament econòmic i social. No obstant això, les administracions públiques sovint tenen dificultats a l'hora de decidir quina és la manera més eficaç d'incentivar aquest tipus d'activitats. L'objectiu principal d'aquest capítol ha estat analitzar les actituds emprenedores dels/de les estudiants universitaris/àries destacant els aspectes socials de l'activitat emprenedora. En aquest sentit, les empreses socials tenen una capacitat única a l'hora de solucionar o reduir determinades problemàtiques socials. A més, el focus en l'àmbit universitari és particularment útil pel seu paper relatiu en la formació d'estudiants amb una sensibilitat per a l'emprenedoria i amb consciència social. De fet, les universitats són un dels actors clau a l'hora de fomentar les capacitats emprenedores de la ciutadania.

Els resultats del treball mostren, d'una banda, una anàlisi genèrica i descriptiva del perfil dels/de les estudiants emprenedors/es a Catalunya sobre la base d'una mostra representativa d'estudiants de la UAB i la UOC obtinguda del projecte GUESSS. D'altra banda, utilitzant la mateixa base de dades, es de-

mostra que alguns factors de l'entorn familiar i universitari influeixen de manera significativa en el comportament emprenedor. A més, els resultats obtinguts reforcen la importància de les activitats emprenedores, ja que el fet de ser una persona emprenedora porta a tenir una major consciència i voluntat de resoldre problemes de tipus social.

El present estudi no està exempt de limitacions de les quals deriven algunes possibles línies d'investigació futures. En primer lloc, la mostra utilitzada se centra tan sols en dues universitats (UAB i UOC). Futures investigacions podrien incloure també la resta d'universitats públiques del sistema universitari català (Universitat de Barcelona, Universitat de Girona, Universitat de Lleida, Universitat Politècnica de Catalunya, Universitat Pompeu Fabra i Universitat Rovira i Virgili). D'aquesta manera, es podria tenir un mapa més complet de les característiques de les iniciatives emprenedores dels/de les estudiants universitaris/àries a Catalunya, així com de l'entorn on es duen a terme. En segon lloc, podria ser també potencialment rellevant dur a terme un estudi comparatiu entre diferents sistemes universitaris en altres països

o regions, començant per la comparació amb el conjunt del sistema universitari de l'Estat espanyol. En aquest sentit, les investigacions anteriors suggereixen que un context institucional diferent podria portar a resultats també diferents (Urbano *et al.*, 2017). En tercer lloc, la base de dades GUESSS inclou informació d'un gran nombre de variables susceptibles de ser estudiades en el futur. Aquest estudi podria haver fet èmfasi en altres factors potencialment rellevants, com ara les diferències d'actituds i comportaments emprenedors en funció del gènere de la persona emprenedora. En quart lloc, altres recerques futures podrien utilitzar dades GUESSS per emfatitzar la fase més inicial del procés emprenedor. És a dir, en lloc de centrar-se en les persones que ja són emprenedores, es podria posar el focus en aquelles persones que tot just s'inicien en el procés d'emprendre (generació de la idea emprenedora, identificació d'oportunitats de negoci, etc.). Malgrat tractar-se d'una àrea poc estudiada (Gartner i Shaver, 2012), la literatura prèvia ha emfatitzat la importància de comprendre l'emprenedoria en etapes anteriors, ja que la fase d'ideació i concepció del negoci té una importància clau sobre el desenvolupament reeixit del procés emprenedor. En cinquè lloc, es podria aprofundir més en la comparació entre emprenedoria social i comercial, i creuar-ho alhora amb el tipus de formació presencial i virtual. En aquest sentit, futurs treballs podrien orientar-se a al-

tres aspectes socials de l'emprenedoria inclosos en la base de dades GUESSS, però que van més enllà d'allò considerat en aquest estudi, com per exemple: el paper proactiu dels/de les emprenedors/es per canviar les regles de joc del món dels negocis, la importància que els/les emprenedors/es donen a pràctiques empresarials més sòlides des d'un punt de vista social, la responsabilitat amb la societat com a persones emprenedores, la importància de construir un món millor (justícia social) com a emprenedors/es i l'interès per prioritzar els objectius socials a llarg termini per sobre dels objectius econòmics a curt termini. Alhora, aquesta informació es podria complementar amb altres bases de dades, com per exemple el GEM (Global Entrepreneurship Monitor) i el PSED (Panel Study for Entrepreneurial Dynamics). També es podria incidir en la contribució des de la teoria econòmica institucional en l'estudi dels aspectes socials de l'emprenedoria. En sisè i darrer lloc, les dades utilitzades fan referència al projecte GUESSS de l'any 2021. Futurs estudis podrien incloure una mostra d'anys més àmplia. D'aquesta manera es podria analitzar si les dades recollides no estan afectades per la situació específica de l'any en què es van recollir. Concretament, les dades es van recollir a finals de 2021, quan els efectes sanitaris, econòmics i socials de la pandèmia provocada pel virus de la SARS-CoC-2 (COVID-19) encara eren força presents a la societat catalana.

Referències

- APARICIO, S.; URBANO, D.; STENHOLM, P. 2021. «Attracting the Entrepreneurial Potential: A Multi-level Institutional Approach». *Technological Forecasting and Social Change*, 168, 120748.
- ARENIUS, P.; MINNITI, M. 2005. «Perceptual variables and nascent entrepreneurship». *Small Business Economics*, 24, 3: 233-247.
- AUSTIN, J.; STEVENSON, H.; WEI-SKILLERN, J. 2006. «Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30, 1: 1-22.
- BRIEGER, S. A.; BÄRO, A.; CRIACO, G.; TERJESSEN, S. A. 2021. «Entrepreneurs' age, institutions, and social value creation goals: A multi-country study». *Small Business Economics*, 57, 1: 425-453.
- CARRERA, E. J. S.; ROMBALDONI, R.; POZZI, R. 2021. «Socioeconomic inequalities in Europe». *Economic Analysis and Policy*, 71: 307-320.
- ETZKOWITZ, H.; WEBSTER, A.; GEBHARDT, C.; TERRA, B. R. C. 2000. «The future of the University and the university of the future: evolution of ivory tower to entrepreneurial paradigm». *Research Policy*, 29, 2: 313-330.
- GARCÍA-RODRÍGUEZ, F. J.; RUIZ-ROSA, I.; GUTIÉRREZ-TAÑO, D.; GIL-SOTO, E. 2020. «Entrepreneurial intentions in the context of a collectivist economy: a comparison between Cuba and Spain». *International Entrepreneurship and Management Journal*, 18: 855-873.
- GARTNER, W. B.; SHAVER, K. G. 2012. «Nascent entrepreneurship panel studies: progress and challenges». *Small Business Economics*, 39: 659-665.
- GOTSI, M.; WILSON, A. M. 2001. «Corporate reputation: seeking a definition». *Corporate Communications: An International Journal*, 6, 1: 24-30.
- GRIMALDI, D.; FERNÁNDEZ, V. 2017. «The alignment of University curricula with the building of a Smart City: A case study from Barcelona». *Technological Forecasting and Social Change*, 123: 298-306.
- HECHAVARRIA, D.; BULLOUGH, A.; BRUSH, C.; EDELMAN, L. 2019. «High-growth women's entrepreneurship: Fueling social and economic development». *Journal of Small Business Management*, 57, 1: 5-13.
- MARTÍNEZ-GONZÁLEZ, J. A.; KOBYLINSKA, U.; GARCÍA-RODRÍGUEZ, F. J.; NAZARKO, L. 2019. «Antecedents of entrepreneurial intention among young people: Model and regional evidence». *Sustainability*, 11, 24: 6993.
- NORTH, D. C. 1990. *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- PARKER, S. C.; VAN PRAAG, M. 2010. «Group status and entrepreneurship». *Journal of Economics & Management Strategy*, 19, 4: 919-945.
- RIPPA, P.; FERRUZZI, G.; HOLIENKA, M.; CAPALDO, G.; CODURAS, A. 2020. «What drives university engineering students to become entrepreneurs? Finding different recipes using a configuration approach». *Journal of Small Business Management*, 1-31.
- RUIZ NAVARRO, J.; DIÁNEZ GONZÁLEZ, J. P.; FRANCO LEAL, N.; SÁNCHEZ VÁZQUEZ, J. M.; CARMELO ORDAZ, C. 2021. *Informe GUESSES España 2021: El espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios*. Universitat de Cadis.
- SAEBI, T.; FOSS, N. J.; LINDER, S. 2019. «Social entrepreneurship research: Past achievements and future promises». *Journal of Management*, 45, 1: 70-95.
- TURRÓ, A.; NOGUERA, M.; URBANO, D. 2020. «Antecedents of entrepreneurial employee activity: does gender play a role?». *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26, 8: 1.685-1.706.

- URBANO, D.; APARICIO, S.; AUDRETSCH, D. 2019. «Twenty-five years of research on institutions, entrepreneurship, and economic growth: what has been learned?». *Small Business Economics*, 53, 1: 21-49.
- URBANO, D.; APARICIO, S.; GUERRERO, M.; NOGUERA, M.; TORRENT-SELLENS, J. 2017. «Institutional determinants of student employer entrepreneurs at Catalan universities». *Technological Forecasting and Social Change*, 123: 271-282.
- WENNEKERS, S.; VAN STEL, A.; THURIK, R.; Reynolds, P. 2005. «Nascent entrepreneurship and the level of economic development». *Small Business Economics*, 24, 3: 293-309.
- ZAPKAU, F. B.; SCHWENS, C.; STEINMETZ, H.; KABST, R. 2015. «Disentangling the effect of prior entrepreneurial exposure on entrepreneurial intention». *Journal of Business Research*, 68, 3: 639-653.
- ZELLWEGER, T.; SIEGER, P.; HALTER, F. 2011. «Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background». *Journal of Business Venturing*, 26, 5: 521-536.

Annex 1: Preguntes originals de l'enquesta GUESSS

Nom de la variable	Preguntes originals de l'enquesta GUESSS
Emprenedoria	Actualment ja gestiones o dirigeixes la teva pròpia empresa o estàs treballant per compte propi? (0 = no, 1 = sí)
Emprenedoria social	Indica, si us plau, el teu grau d'acord (o desacord) amb la següent afirmació: «Vaig crear la meua empresa amb la finalitat de solucionar un problema social que les empreses privades no acostumen a abordar (com per exemple la injustícia social o la protecció del medi ambient)» (1 = totalment en desacord, 7 = totalment d'acord)
Emprenedoria comercial	Indica, si us plau, el teu grau d'acord (o desacord) amb la següent afirmació: «Vaig crear la meua empresa amb la finalitat de guanyar diners i fer-me ric/a» (1 = totalment en desacord, 7 = totalment d'acord)
Suport de la família	Si decidissis ser emprenedor/a, com reaccionaria la teva família més propera? (1 = molt negativament, 7 = molt positivament)
Suport d'amics/amigues	Si decidissis ser emprenedor/a, com reaccionarien els teus amics/amigues? (1 = molt negativament, 7 = molt positivament)
Universitat emprenedora	Indica, si us plau, si la següent afirmació reflecteix la teva situació: «He escollit la meua universitat, fonamentalment, per la seva alta reputació en empenedoria» (0 = no, 1 = sí)
Gènere	Quin és el teu gènere (0 = masculí, 1 = femení, 2 = un altre)
Any de naixement	En quin any vas néixer?
Estat civil	Quin és el teu estat civil? (0 = solter, 1 = casat/ada, 2 = un altre)
Nivell educatiu	Quin nivell d'estudis estàs cursant? (0 = grau, 1 = màster, 2 = doctorat, 3 = altres)
Àrea de coneixement	A quina branca de coneixement pertany la teva titulació (0 = art/humanitats, 1 = negocis/administració, 2 = informàtica, 3 = economia, 4 = enginyeria, 5 = medicina/ciències de la salut, 6 = dret, 7 = matemàtiques, 8 = ciències naturals, 9 = ciències de l'art (per exemple, art, disseny, teatre, música), 10 = ciències socials (per exemple, psicologia, política, educació), 11 = altres)
Assistència a l'assignatura d'emprenedoria	Indica, si us plau, si la següent afirmació reflecteix la teva situació: «He assistit almenys a un curs obligatori sobre empenedoria que formava part del meu pla d'estudis» (0 = no, 1 = sí)
Model de referència familiar	Els teus pares treballen per compte propi? (0 = no, 1 = sí, el meu pare, 2 = sí, la meua mare, 3 = sí, tots dos)
Universitat	Si us plau, selecciona la teua universitat (0 = UAB, 1 = UOC)