

FACTORES CONDICIONANTES EN LA INTENCIÓN EMPREDEDORA DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS. UN ESTUDIO DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO

ENTREPRENURIAL INTENTIONS DETERMINANTS ELEMENTS IN UNIVERSITY STUDENTS. AN STUDY FROM A GENDER PERSPECTIVE

Esther García-Río

Departamento de Administración de Empresas y Marketing. Universidad de Sevilla, España.

E-mail: egrio@us.es ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2957-6666>

Pedro Baena-Luna

Departamento de Organización de Empresas y Marketing. Universidad Pablo de Olavide de Sevilla, España.

E-mail: pbaelun@upo.es ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8509-0222>

Isadora Sánchez-Torné

Departamento Economía Aplicada III. Universidad de Sevilla, España.

E-mail: isanchez6@us.es ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2749-2896>

Macarena Pérez-Suárez

Departamento Economía Aplicada III. Universidad de Sevilla, España.

E-mail: mperez32@us.es ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4682-3873>

Recepción: 23/09/2019 **Aceptación:** 08/10/2019 **Publicación:** 24/02/2020

Citación sugerida:

García-Río, E., Baena-Luna, P., Sánchez-Torné, I., y Pérez-Suárez, M. (2020). Factores condicionantes en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. Un estudio desde la perspectiva de género. *3C Empresa. Investigación y pensamiento crítico*, 9(1), 89-107. doi: <http://doi.org/10.17993/3comp.2020.090141.89-107>

RESUMEN

Emprendimiento y género de manera conjunta como ámbito de estudio han experimentado un auge en las últimas décadas. En este trabajo se pone el foco en el caso de las mujeres estudiantes universitarias. Concretamente se analizan los elementos que influyen en su intención emprendedora (IE) y como estos elementos varían en función del colectivo objeto de estudio. Esto se ha realizado a partir de las investigaciones de Liñán y Chen (2009) sobre la modelización de las variables adecuadas para medir la IE, además de una Escala Likert de cinco posiciones, donde se formularon una serie de cuestiones destinadas a conocer la actitud personal ante el emprendimiento (AE), el control del comportamiento percibido (CCP), la IE, las capacidades para emprender (CA) y las competencias transversales del alumnado (CTA). La muestra ha sido de 585 estudiantes pertenecientes a las titulaciones de Grado de Economía y Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos. Los resultados obtenidos establecen como tanto en un caso como en el otro, las alumnas mostraron una influencia positiva de la AE y CCP. Respecto al modelo de IE, en las primeras no se detectó influencia, pero para las segundas sí.

PALABRAS CLAVE

Emprendimiento, Género, Intención emprendedora, Estudiantes universitarios.

ABSTRACT

Entrepreneurship and gender together as a field of study have experienced a raise in recent decades. In this work the focus is placed on the case of female university students. Specifically, the elements that influence their entrepreneurial intention (EI) and how these specific elements are analyzed according to the group under study. This was done from the research of Liñán and Chen (2009) on the modeling of the appropriate variables to measure IE, in addition to a five-position Likert Scale, where you can formulate a series of issues to know the personal attitude towards entrepreneurship (EA), perceived behavior control (CCP), IE, entrepreneurial skills (CA) and transverse student competencies (CTA). The sample has been of 585 students belonging to the degrees of Economics Degree and Degree in Labor Relations and Human Resources. The results indicated as both in one case and in the other, the students had a positive influence of the AE and CCP. Regarding the IE model, no influence was detected in the former, but in the latter it was.

KEYWORDS

Entrepreneurship, Gender, Entrepreneurial intention, University students.

1. INTRODUCCIÓN

En los últimos tiempos es constatable el auge en el interés, tanto en el ámbito académico como en el institucional y político, alrededor del fenómeno del emprendimiento como motor de la actividad económica, la innovación, la competitividad y la consiguiente creación de empleo (Abu-Saifan, 2012). Desde el punto de vista de las personas, el emprendimiento adquiere un valor capital, pues éstas pasan a ser las responsables del desarrollo económico al introducir e implementar ideas innovadoras (Baena-Luna *et al.*, 2019).

La actividad emprendedora, entendida como el proceso que desemboca en la creación de una empresa (Lazear, 2005), se convierte en un hecho relevante para la mejora del tejido empresarial, a través de las oportunidades generadas como consecuencia de la integración y la adaptación de los cambios tecnológicos, del mercado, institucionales y sociales (Romero-Martínez y Milone, 2016). Este efecto del emprendimiento puede en ocasiones ser difícil de medir. Esto es consecuencia de la diversidad de situaciones y escenarios en el que éste puede tener lugar (Minniti, 2012).

En el plano académico, la realidad del emprendimiento, se conforma como una cuestión de gran interés (Wiklund, Wright, y Zahra, 2019). Sobre todo a la hora de analizar su influencia sobre el desarrollo de una sociedad y con especial atención en el caso del colectivo de jóvenes (Naval Castelao, González Pascual, Jordán Ramos, y Ruiz Pomada, 2015).

Dentro de la investigación en este campo, ha cobrado en los últimos tiempos gran relevancia el estudio de la persona emprendedora y con especial hincapié, aquellos factores con capacidad de influencia sobre la actividad emprendedora. En el caso de las mujeres, estudios anteriores de carácter empírico, muestran como el número de mujeres emprendedoras es aún menor que el de los hombres (Fuentes García y Sánchez Cañizares, 2010).

En este trabajo se pone el foco en esta cuestión de género. Para ello se estudia si este tiene algún tipo de influencia en la población analizada en cuanto a su Intención Emprendedora (IE) y si existen diferencias

en función del colectivo seleccionado y objeto de estudio. Para la consecución de este objetivo, tras esta primera introducción, son abordadas las realidades del emprendimiento y el género desde un punto de vista teórico. A continuación es presentada la metodología seguida en este trabajo y que ha desembocado en la obtención de unos resultados. Finalmente son mostradas las que son las conclusiones más relevantes de este trabajo en base a estos resultados obtenidos.

2. MARCO TEÓRICO

Uno de los elementos más relevantes a la hora de abordar el concepto del emprendimiento es la dificultad para establecer una única definición (Palos-Sánchez, Baena-Luna, y Casablanca Peña, 2019; Stuetzer *et al.*, 2018). De cualquier manera y aunque desde Schumpeter en 1934 hasta la actualidad, ha habido distintas definiciones, en la mayoría de ellas se observan alusiones a la persona como elemento capital de un proceso de emprendimiento.

Dentro de las distintas definiciones de emprendimiento, la mayoría pone el foco en los rasgos y características de las personas (Baena-Luna y García-Río, 2018). Abu-Saifan (2012), remarcando el papel de la persona, establece como éste es “un conjunto excepcional de actividades llevadas a cabo por personas con una mentalidad excepcional para maximizar las ganancias”.

En relación al emprendimiento, y en particular sobre la persona emprendedora, aunque algunos autores como Marlow (2005) determinan como no es el mero hecho de la composición genética la que determina la propensión de una persona a iniciar un proceso como emprendedora, sí que de alguna manera pesan los valores asociados a las caracterizaciones de género de los estereotipos femeninos y masculinos. A pesar de que la mujer representar un cincuenta por ciento de la población mundial, éstas crean y son propietarias de un número significativamente menor de empresas que los hombres (Minniti, 2009).

Es un hecho constable como a pesar del crecimiento, aunque moderado, sí que constante, de la mujer como persona emprendedora (Wilson, Kickul, y Marlino, 2007), ésta no crece de igual manera que su incorporación de al mercado de trabajo (Ortiz García, 2017).

Esta presencia cada vez mayor de la mujer en el mercado de trabajo no evita la existencia de una brecha en cuanto a diferencia al porcentaje de empresas creadas por hombres y por mujeres, siendo en el caso de las mujeres menor (Brush, de Bruin, y Welter, 2009). Así, en el caso de España, las diferencias de género se manifiestan en una menor propensión de las mujeres hacia la actividad emprendedora y la puesta en marcha de iniciativas empresariales (García Aramayo y Contreras Espinosa, 2014; Ortiz García, 2017).

Es por tanto un hecho, que el género, en relación con la actividad emprendedora, influye en el sentido previsto. Disminuye la probabilidad de tener intención emprendedora en el caso de las mujeres y a medida que se incrementa la edad (Arroyo *et al.*, 2014).

A la hora de analizar la influencia del elemento género en la IE, un factor para tener en cuenta es el colectivo o grupo. En el caso de la población joven, el uso del colectivo estudiante universitario ha sido avalado por diversos autores (Fernández-Cornejo *et al.*, 2016; Caro-González, Romero-Benabent, y Sánchez-Torné, 2017) para realizar estudios en el ámbito del emprendimiento. En particular, (Sánchez-García, Lanero, y Yurrebaso, 2005) consideran que el alumnado universitario es una población potencialmente emprendedora, además, de ser representativa de la sociedad para analizar el comportamiento humano (Harrison y List, 2004). Aparte, Goyanes (2015) opina que el estudio de los propósitos emprendedores de la población joven implicará alcanzar una mayor comprensión sobre los factores que influyen en dichas intenciones.

3. METODOLOGÍA

La muestra objeto de estudio está compuesta por las alumnas de los grados de Economía y las de Relaciones Laborales y Recursos Humanos de la Universidad de Sevilla. A mediados del primer cuatrimestre se encuestó a la población de cuarto curso de ambas titulaciones. Se obtuvo un total de 585 respuestas entre los cursos 2012-2013 a 2018-2019. La encuesta se basó en las investigaciones de Liñán y Chen (2009) sobre la modelización de las variables adecuadas para medir la intención emprendedora (IE). Inicialmente se formulan preguntas de carácter dicotómicas (Si/No) y abiertas. Ambas dirigidas a conocer los aspectos de registro (edad, sexo, residencia, familiar empresario u otras personas cercanas). El último bloque, siguiendo una Escala Likert de cinco posiciones –donde 1 significa totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo–, se formularon una serie de cuestiones destinadas a conocer la actitud personal ante el emprendimiento (AE), el control del comportamiento percibido (CCP), la IE, las capacidades para emprender (CE) y las competencias transversales (CT) del alumnado. La dimensión norma social y evaluación social no se atiende debido a los hallazgos de diversas investigaciones que evidencian la poca o nula influencia de la norma social y evaluación social en la IE (Díaz-Casero *et al.*, 2007 y Sánchez-García, 2010).

La escala utilizada ha sido validada por los estudios predecesores y ha presentado gran consistencia, así mismo, en este caso los resultados de Alpha de Cronbach por bloques de preguntas (AE= 0,840, CCP=0,824, IE=0,908, CE=0,810, CT=0,841) están por encima de 0,7 lo que se considera un valor aceptable (George y Mallery, 2003:231).

Tabla 1. Variables objeto de estudio.

Variables de Control (variables independientes)
Alguna otra persona que conozca emprendedor
Padre o madre empresario
AE (variables independientes)
CCP (variables independientes)
IE (variable dependiente)

Variables de Control (variables independientes)
CE (variables independientes)
Soy capaz de dirigir a otras personas y de comunicarles adecuadamente mis ideas e intenciones
Soy capaz de resolver prácticamente cualquier problema que se me presente
Soy muy creativa
Soy perfectamente capaz de desarrollar nuevos productos y servicios
Soy perfectamente capaz de establecer una red de contactos personales y profesionales
Soy perfectamente capaz de reconocer las oportunidades.
CT (variables independientes)
Capacidad de asumir riesgos
Capacidad para trabajar duro
Competencias y seguridad en sí mismo
Creatividad e Innovación
Entusiasmo
Habilidad para delegar tareas y responsabilidades
Habilidad para liderar
Habilidad para motivar a otros
Habilidad para tomar decisiones
Habilidad para trabajar en equipo
Independencia
Responsabilidad y compromiso

Fuente: elaboración propia.

La información contenida en las encuestas se volcó al programa estadístico SPSS (25V), para su posterior tratamiento estadístico. Las variables empleadas en el análisis se reflejan en la Cuadro 1. Para trabajar con los constructos se recurrió a confeccionar una variable para cada una y que englobara la media de todas las preguntas que la componen.

Con el fin de dar respuesta a las cuestiones planteadas en esta investigación se desarrolló un modelo regresión lineal múltiple empleando la técnica hacia delante. Este presenta la siguiente forma teórica (Lind, Marchal y Wathen, 2005):

$$Y = a_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n + e$$

Y= variable dependiente.

$\beta_1, \beta_2, \beta_3 \dots \beta_n$ = coeficiente (peso) de la variable independiente.

$X_1, X_2, X_3 \dots X_n$ =variable independiente.

e= residuo.

Para este modelo se comprueba que son homocedásticos por lo que tiende a ser cero y no es relevante para el análisis.

4. RESULTADOS

En este apartado se plantean dos modelos, uno para cada titulación, posteriormente se realizan las pruebas oportunas para demostrar la bondad de ajuste y validez de ambos modelos.

4.1. DISEÑO DEL MODELO

No todas las variables resultaron ser significativas para los modelos, por ello, en el desarrollo de este apartado solo se muestran las que sí son significativas (Tabla 1). Para las alumnas del Grado de Economía, cuanto más elevada sea la valoración del alumnado en la AE y CCP mayor será la probabilidad de que aumente la IE. Solo la constante juega un papel negativo.

En el modelo de las alumnas del Grado en Ciencias del Trabajo, la AE y CCP siguen afectando a la IE de manera positiva. Además, en esta tendencia se incluyen tres capacidades concretas: capacidad de dirigir a otras personas y de comunicarles adecuadamente mis ideas e intenciones, ser muy creativa, capaz de establecer una red de contactos personales y profesionales. Al igual que ocurría en el modelo inicial, la constante juega un papel negativo.

Tabla 1. Modelo de intención emprendedora de las alumnas del Grado en Economía y el Grado en Ciencias del Trabajo.

Alumnas del Grado de Economía	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		
	B	Desv. Error	Beta	t	Sig.
Constante	-1,261	0,259		-4,868	0,000
AE	0,857	0,060	0,729	14,370	0,000
CCP	0,385	0,077	0,253	4,988	0,000
Alumnas del Grado en Ciencias del Trabajo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		
	B	Desv. Error	Beta	t	Sig.
Constante	-0,742	0,177		-4,192	0,000
AE	0,618	0,041	0,554	15,165	0,000
CCP	0,244	0,056	0,181	4,376	0,000
Soy capaz de dirigir a otras personas y de comunicarles adecuadamente mis ideas e intenciones	0,143	0,041	0,133	3,505	0,001
Soy muy creativa	-0,117	0,042	-0,104	-2,808	0,005
Soy perfectamente capaz de establecer una red de contactos personales y profesionales	0,199	0,047	0,183	4,279	0,000

Fuente: elaboración propia.

4.2. BONDAD DEL MODELO

Para determinar la bondad de ajuste del modelo y su grado de fiabilidad se recurre al análisis del R², ANOVA y regresión de los residuos.

En la Tabla 2 se puede comprobar como el R² presenta unos valores aceptables y más dentro de la rama de ciencias sociales como han evidenciado otros estudios (Nişu-Antonie y Feder, 2015; Hahn *et al.*, 2017), por lo que modelo se ajusta debidamente.

Tabla 2. Prueba R2.

	R	R2	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
Alumnas del Grado de Economía	0,829	0,687	0,682	0,505
Alumnas del Grado en Ciencias del Trabajo	0,784	0,614	0,609	0,600

Fuente: elaboración propia.

La prueba ANOVA (Tabla 3) fue significativo para ambos modelos por lo que el modelo predice adecuadamente, resultando un modelo lineal apropiado.

Tabla 3. Prueba ANOVA.

		Suma de cuadrados	gl.	Media cuadrática	F.	Sig.
Alumnas del Grado de Economía	Regresión	72,654	2	36,327	142,338	0,000
	Residuo	33,178	130	0,255		
	Total	105,832	132			
Alumnas del Grado en Ciencias del Trabajo	Regresión	207,318	5	41,464	115,138	0,000
	Residuo	130,363	362	0,360		
	Total	337,681	367			

Fuente: elaboración propia.

4.3. NORMALIDAD DE LOS RESIDUOS

Los residuos se ajustan a la línea de tendencia lineal (Figura 1), lo evidencia que no existen resultados anómalos, por lo que se puede considerar que la influencia de los residuos para ambos modelos tiende a ser nulos.

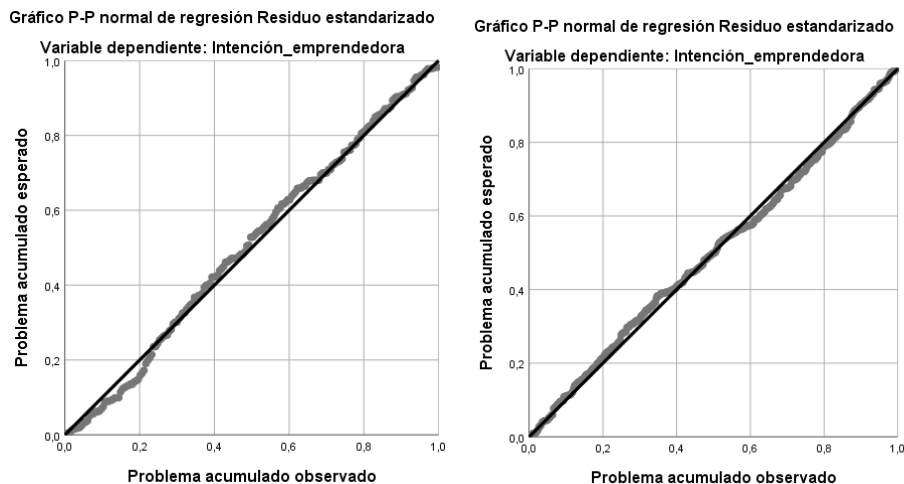


Figura 1. Graficas que muestran la normalidad de los residuos para el modelo de las alumnas del Grado de Economía (izquierda) y modelo de las alumnas del Grado en Ciencias del Trabajo (derecha).

Fuente: elaboración propia.

5. CONCLUSIONES

En esta investigación se ha planteado analizar los elementos que influyen en la intención emprendedora de las mujeres, además se pretendió demostrar que dichos elementos varían en función del colectivo analizado.

Así pues, tanto las alumnas del Grado de Economía como las del Grado en Ciencias del Trabajo evidenciaron una influencia positiva de la AE y CCP. Mientras que en el modelo de IE de las primeras no detecto más variable, para las segundas sí, concretamente tres capacidades (dirigir y comunicar a otras personas mis ideas e intenciones, creatividad y establecer red de contactos personal y profesional). Con lo que se pone de manifiesto que la intención emprendedora de las mujeres debe ser estudiada atendiendo a las características de los colectivos, ya que dependiendo de a cuál pertenezca existen unas variables más influyentes que otras. Estos resultados evidencian que para que la formación específica

en emprendimiento sea realmente efectiva entre las mujeres, debe de contemplar sus particularidades y adaptarse a su realidad (Sánchez-Torné y Pérez-Suárez, 2019).

Tabla 4. Resumen de las variables que influyen a la hora de considerar crear una empresa para los alumnos y las alumnas.

Variab les	Alumnas del Grado en Economía	Alumnas del Grado en Ciencias del Trabajo
Modelos de referencia emprendedores	Sin influencia	Sin influencia
Control del comportamiento percibido	Con influencia positiva	Con influencia positiva
Actitudes personales ante el emprendimiento	Con influencia positiva	Con influencia positiva
Capacidades	Sin influencia	Soy capaz de dirigir a otras personas y de comunicarles adecuadamente mis ideas e intenciones Soy muy creativa Soy perfectamente capaz de establecer una red de contactos personales y profesionales
Competencias	Sin influencia	Sin influencia

Fuente: elaboración propia.

Esta investigación no está exenta de limitaciones, entre las que destacamos la debilidad del análisis al centrarse en un micro mundo como son las alumnas de dos titulaciones de la Universidad de Sevilla, lo que reduce la capacidad de extrapolar los resultados. Por ello, consideramos de gran importancia extender este estudio al conjunto de la sociedad, donde se abarquen tanto mujeres con estudios superiores como de otros niveles formativos y edades. Lo cual es de gran interés para los organismos públicos destinados a confeccionar y ejecutar políticas activas de empleo, con el fin de incentivar y asesorar sobre emprendimiento como una vía de inserción laboral.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abu-Saifan, S.** (2012). Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries. *Technology Innovation Management Review*, 2(2), 22–27. <http://doi.org/10.22215/timreview/523>
- Arroyo, M. R., Fuentes Fuentes, M., y Ruiz Jiménez, J. M.** (2014). Análisis del emprendedor potencial: Integración de factores socio-demográficos, cognitivos y relacionales. *Gestión Joven*, (12), 37–51. <https://www.semanticscholar.org/paper/An%C3%A1lisis-del-emprendedor-potencial%3A-Integraci%C3%B3n-de-Arroyo-Fuentes/aa6bde8f508112b8f7019c5af7206bec5968ebd5>
- Athayde, R.** (2009). Measuring Enterprise Potential in Young People. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 44(2), 481–501. <http://dev.pue.itesm.mx/DoctoradoNebrija/MaterialGral/measuring%20enterprise%20potential%20in%20young%20people.pdf>
- Baena-Luna, P., y García-Río, E.** (2018). Emprendimiento e intraemprendimiento: un acercamiento a las actuaciones desarrolladas en las CCAA desde la administración pública. En *En España y Rusia: Políticas Económicas y Sociales*, 270–279. Moscú: Centro de Estudios Ibéricos, Instituto de Latinoamérica, Academia de Ciencias de Rusia.
- Baena-Luna, P., García-Río, E., Romero-Soto Valdespino, C., Silva del Aguila, S., Sánchez-Torné, I., y Pérez-Suárez, M.** (2019). Una aproximación al emprendimiento en la sanidad: análisis bibliométrico y tendencias. En *Gestión del Conocimiento Perspectiva Multidisciplinaria. Vol. 11. Colección Unión Global*. Fondo Editorial Universitario de la Universidad Nacional Experimental Sur del Lago Jesús María.
- Brush, C. G., de Bruin, A., y Welter, F.** (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 8–24. <https://doi.org/10.1108/17566260910942318>

- Caro-González, F. J., Romero-Benabent, H., y Sánchez-Torné, I.** (2017). The influence of gender on the entrepreneurial intentions of journalism students. *Intangible Capital*, 13(2), 430–478. <https://doi.org/10.3926/ic.927>
- Díaz-Casero, J. C., Hernández-Mogollón, R., y Barata-Raposo, M. L.** (2007). Estudiantes universitarios y creación de empresas. Un análisis comparativo entre España y Portugal. En *Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro*. Universidad de La Rioja, 1338-1355.
- Fernández-Cornejo, J. A., Escot, L., Kabubo-Mariara, J., Kinyanjui Kinuthia, B., Eydal, G. B., y Bjarnason, T.** (2016). Gender differences in young adults' inclination to sacrifice career opportunities in the future for family reasons: comparative study with university students from Nairobi, Madrid, and Reykjavik. *Journal of Youth Studies*, 19(4), 457–482. <http://dx.doi.org/10.1080/13676261.2015.1083957>
- Fuentes García, F. J., y Sánchez Cañizares, S. M.** (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de Economía Aplicada*, 28(3), 1–28. <http://www.revista-eea.net/documentos/28306.pdf>
- García Aramayo, A., y Contreras Espinosa, R. S.** (2014). Mujeres empresarias en internet. 3C Empresa. *Investigación y pensamiento crítico*, 3(3), 147–159.
- George, D., y Mallery, M.** (2003). *Using SPSS for Windows step by step: a simple guide and reference*. Allyn & Bacon.
- Goyanes, M.** (2015). Apoyo estructural en la intención emprendedora de estudiantes de periodismo y comunicación audiovisual en España. *El Profesional de La Información*, 24(1), 55–61. <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2015/ene/07.pdf>

- Hahn, D., Minola, T., Van Gils, A., y Huybrechts, J.** (2017). Entrepreneurial education and learning at universities: exploring multilevel contingencies. *Entrepreneurship & Regional Development*, 29(9-10), 945-974. <https://doi.org/10.1080/08985626.2017.1376542>
- Harrison, G. W., y List, J. A.** (2004). Field Experiments. *Journal of Economic Literature*, 42(4), 1009–1055. <https://doi.org/10.1257/0022051043004577>
- Lazear, E. P.** (2005). *Entrepreneurship. Journal of Labor Economics*, 23(4), 649–680. <https://doi.org/10.1086/491605>
- Lind, D. A., Marchal, W. G., y Wathen, S. A.** (2005). *Estadística aplicada a los negocios y la economía*. McGraw-Hill.
- Liñán, F., y Chen, Y. W.** (2009). Development and Cross-Cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 593-617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Marlow, S., y Patton, D.** (2005). All Credit to Men? Entrepreneurship, Finance, and Gender. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(6), 717–735. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00105.x>
- Minniti, M.** (2009). Gender Issues in Entrepreneurship. In *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 5, 497–621. Publishers Inc.
- Minniti, M.** (2012). Emprendimiento y crecimiento económico de las naciones. *Economía Industrial*, 383, 23–30.
- Moriano León, J. A., Palaci Desclas, F., y Morales Domínguez, J.** (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de Psicología Del Trabajo y de Las Organizaciones*, 22(1), 75–99. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=231317045004>

- Naval Castelao, M. O., González Pascual, J. L., Jordán Ramos, A., y Ruiz Pomada, A.** (2015). Universidad y emprendimiento. Intención emprendedora en estudiantes de universidades privadas madrileñas. *Revista de Investigación En Educación*, 13(2), 187–205. <http://reined.webs.uvigo.es/index.php/reined/article/view/229>
- Nițu-Antonie, R. D., y Feder, E. S.** (2015). The role of economic academic education on entrepreneurial behaviour. *Amfiteatru Economic Journal*, 17(38), 261-276. <http://hdl.handle.net/10419/168915>
- Ortiz García, P.** (2017). El discurso sobre el emprendimiento de la mujer desde una perspectiva de género. *Vivat Academia*, (140), 115–129. <https://doi.org/10.15178/va.2017.140.115-129>
- Palos-Sánchez, P. R., Baena-Luna, P., y Casablanca Peña, A.** (2019). Análisis de las competencias educativas para evaluar a las personas emprendedoras. *Interciencia*, 44(5), 291–297. https://www.redalyc.org/pdf/339/Resumenes/Resumen_33959375007_1.pdf
- Romero-Martínez, A. M., y Milone, M.** (2016). El emprendimiento en España: Intención emprendedora, motivaciones y obstáculos. *Journal Globalization, Competitiveness and Governability*, 10(1), 95–109. <https://doi.org/10.3232/GCG.2016.V10.N1.05>
- Sabater Fernández, C.** (2018). La mujer emprendedora: identidad profesional y factores culturales de género. Female entrepreneurs: professional identity and cultural gender factors. *FEMERIS: Revista Multidisciplinar de Estudios de Género*, 3(2), 55. <https://doi.org/10.20318/femeris.2018.4320>
- Sánchez-García, J. C.** (2010). Evaluación de la personalidad emprendedora: validez factorial del cuestionario de orientación emprendedora (COE). *Revista Latinoamericana de Psicología*, 42(1), 41-52. <https://www.redalyc.org/pdf/805/80515880004.pdf>
- Sánchez-García, J. C., Lanero, A., y Yurrebaso, A.** (2005). Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario. *Revista de Psicología Social Aplicada*, 15(1–2), 37–60. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2282152>

- Sánchez-Torné, I., y Pérez-Suárez, M.** (2019). The impact of education on the Entrepreneurial Intention of students in the Bachelor of Economics. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época*, 1, 22-40. <https://dx.doi.org/10.17561/rec.v2019n1.2>
- Stuetzer, M., Audretsch, D. B., Obschonka, M., Gosling, S. D., Rentfrow, P. J., y Potter, J.** (2018). Entrepreneurship culture, knowledge spillovers and the growth of regions. *Regional Studies*, 52(5), 608–618. <https://doi.org/10.1080/00343404.2017.1294251>
- Wiklund, J., Wright, M., y Zahra, S. A.** (2019). Conquering Relevance: Entrepreneurship Research's Grand Challenge. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(3), 419–436. <https://doi.org/10.1177/1042258718807478>
- Wilson, F., Kickul, J., y Marlino, D.** (2007). Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 387–406. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00179.x>

