

CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS ESTUDIANTES EN CIENCIAS ECONÓMICAS

Mariana Guardiola¹

Facultad de Ciencias Económicas – Universidad Nacional de Córdoba

mguardiola@unc.edu.ar

RESUMEN

En las economías modernas es de vital importancia generar políticas que regulen el emprendimiento y las actuaciones de los pequeños empresarios, facilitando el camino del emprendedor en la formalización, financiamiento y puesta en marcha de sus ideas o proyectos.

El acceso a fuentes de financiación en condiciones adecuadas determina la supervivencia misma de las iniciativas innovadoras. En este sentido, y atendiendo a las dificultades de acceso a crédito que suelen presentar los pequeños empresarios, la alternativa del financiamiento masivo a través de plataformas de internet se convierte en una posibilidad muy ventajosa para la concreción de nuevos emprendimientos.

En este trabajo, mediante la aplicación de herramientas estadísticas, se propone describir y caracterizar la intención de estudiantes universitarios a emprender ideas o proyectos con financiamiento colectivo.

PALABRAS CLAVE: Emprendedurismo – Modalidades de financiamiento - Financiamiento colectivo – Estudiantes universitarios – Herramientas estadísticas

¹ Contadora Pública. Facultad de Ciencias Económicas (FCE) de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC). Cursando Maestría en Estadística Aplicada en la UNC. Docente por concurso público en la FCE – UNC en las asignaturas Estadística I, Métodos Cuantitativos para la Toma de Decisiones y Matemática II. Integrante de Proyectos de Investigación acreditados desde 2005 y codirectora de proyectos de investigación desde 2017, en el área de Estadística y Métodos cuantitativos.

CHARACTERIZATION OF THE ENTREPRENEURIAL PROFILE OF STUDENTS IN ECONOMIC SCIENCES

Mariana Guardiola

Facultad de Ciencias Económicas – Universidad Nacional de Córdoba

mguardiola@unc.edu.ar

ABSTRACT

In modern economies, it's very important to generate policies that regulate entrepreneurship and the actions of small business people, facilitating the path of the entrepreneur in the formalization, financing and implementation of their ideas or projects.

Access to sources of financing under appropriate conditions determines the very survival of innovative initiatives. In this sense, and taking into account the difficulties of access to credit that small entrepreneurs usually present, the alternative of mass financing through internet platforms becomes a very advantageous possibility for the realization of new ventures.

In this paper, through the application of statistical tools, it's proposed to describe and characterize the intention of university students to undertake ideas or projects with collective financing.

KEYWORDS: Entrepreneurship - Financing modalities - Crowdfunding - University students - Statistical tools

1 INTRODUCCIÓN

Las universidades modernas, además de educar y formar recursos humanos calificados, se han convertido en centros de conocimiento que buscan activamente el desarrollo local y la innovación dentro de la región (Colombo, 2018). En este sentido, éstas asumen un rol protagónico dentro del ecosistema emprendedor potenciando la vinculación universidad-sociedad-empresa en la transformación del sistema educativo con emprendedores capaces de generar empleos hacia el desarrollo sostenible (Sención, 2012).

El acceso a fuentes de financiación en condiciones adecuadas determina la supervivencia misma de las iniciativas innovadoras. En particular, los pequeños emprendedores se enfrentan a restrictivas condiciones impuestas por los canales de crédito tradicionales (Díaz Valencia, 2011), cobrando mayor importancia los canales alternativos como el financiamiento masivo o colectivo (en inglés: *crowdfunding*) que dada su flexibilidad se convierte en una posibilidad muy ventajosa para estos sujetos.

La motivación de este trabajo responde al impacto social y económico que tienen los emprendimientos en las economías domésticas y, en particular, al desarrollo incipiente de plataformas de *crowdfunding* (CF) en Argentina como medio alternativo de financiamiento de pequeños y medianos emprendedores.

Con este trabajo se pretende caracterizar un grupo de estudiantes universitarios del área de las Ciencias Económicas en relación a su intención de emprender nuevas ideas o proyectos innovadores mediante el uso de plataformas de CF.

En este sentido, la contribución de este trabajo es poder contar con una primera investigación sobre propensión al uso de financiamiento masivo desde la perspectiva del sujeto emprendedor, y luego poder extender este estudio a estudiantes universitarios de diferentes especialidades considerados como potenciales emprendedores adicionando otras dimensiones de análisis que permitan realizar un estudio más acabado de este fenómeno tan complejo como es el emprendedurismo.

2 MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

La decisión de emprender consiste en un estado mental consciente y premeditado que precede a la acción y que dirige la atención hacia un objetivo (Krueger et al, 2000). Tal como se menciona en Laguía, Moriano, Molero & Gámez (2017), la intención emprendedora, entendida como la representación cognitiva de la voluntad de los individuos para comportarse de ciertas maneras, se considera el antecedente más importante de la conducta emprendedora (Fayolle y Gailly, 2015; Krueger, 2009; Bernal, 2010; Liñán, Nabi, & Krueger, 2013; Moriano, Gorgievski, Laguna, Stephan, & Zarafshani, 2012). Es decir, la intención, en conjunto con otras variables, permite que la persona realice una determinada conducta, en este caso, la realización de acciones de emprendimiento y la creación de empresas.

La intención resulta ser el mejor predictor de cualquier tipo de comportamiento planificado, particularmente cuando éste es complejo, difícil de observar, y/o implica un plazo impredecible (Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000). En este sentido, como todo nuevo emprendimiento o creación de una empresa conlleva una serie de requisitos y pasos que hacen que pueda considerarse un tipo de comportamiento planificado, puede ser estudiado por medio de un modelo de intención conductual (Lortie & Castogiovanni, 2015).

En la literatura sobre emprendimiento, existen diversos modelos conceptuales que buscan medir la intención emprendedora, y éstos concuerdan en la influencia directa de elementos motivadores en el plano individual como: la actitud para emprender y la apreciación de las propias capacidades, competencias y habilidades para decidir emprender; otros modelos también adicionan elementos vinculados con el contexto económico-social.

El acceso a fuentes de financiación en condiciones adecuadas determina la supervivencia misma de las iniciativas innovadoras. En particular, los pequeños emprendedores se enfrentan a restrictivas condiciones impuestas por los canales de crédito tradicionales (Díaz Valencia, 2011), cobrando mayor importancia los canales alternativos como el financiamiento masivo o colectivo

(en inglés: *crowdfunding*) que dada su flexibilidad se convierte en una posibilidad muy ventajosa para estos sujetos.

Gerber, et al (2012) define al crowdfunding o “financiación en masa o colectiva” como un llamado abierto a través de Internet para conseguir recursos financieros en la forma de donación monetaria o intercambio de futuros productos o servicios o recompensas. Por lo tanto, mediante el *crowdfunding* un gran número de individuos realizan pequeños aportes a una causa, logrando en su conjunto una contribución relevante. Más allá del financiamiento se integra la comunicación como elemento que proporciona resultados positivos a los pequeños emprendimientos.

Desde comienzos de este siglo, numerosos estudios presentan resultados sobre el uso de plataformas de CF para iniciar una actividad social o económica. A continuación se mencionan algunos trabajos donde se abordan aspectos inherentes a este tipo de financiamiento. Golić, Z. (2014) analiza las ventajas del *crowdfunding* como un medio alternativo para financiar PyMES. Hui, J. et al (2014) realizan un estudio cualitativo a un grupo de empresarios que usan plataformas de CF para recaudar fondos para sus proyectos con el objetivo de analizar cómo los usuarios de *crowdfunding* crean comunidades *ad hoc* en línea para emprender esta nueva forma de realizar trabajo empresarial. Díaz-Calderón Horcada, M (2014) realiza un estudio de la participación de la sociedad española en actividades de *crowdfunding*.

En Argentina, hace un tiempo que se vienen desarrollando diferentes plataformas con un constante crecimiento y posicionamiento en el mercado como alternativa de financiamiento de proyectos, preferentemente sociales y culturales. En particular, la Ley de Apoyo al Capital Emprendedor N° 23.749 del 29/03/2017 trata en el título II: el sistema del financiamiento colectivo. Sin embargo, no se encuentran trabajos que aborden esta temática desde la perspectiva del sujeto emprendedor.

3 METODOLOGÍA

3.1 Muestra

En esta investigación se llevó a cabo un muestreo no probabilístico de conveniencia o accidental (Alaminos, 2006) durante el mes de octubre del año 2019, en el que participaron 1.156 estudiantes de las carreras de grado que se dictan en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. En la Tabla 1 se presenta la cantidad de estudiantes consultados por carrera de grado lo que muestra una estructura consistente con la distribución de la totalidad de estudiantes por trayecto formativo en dicha institución.

Tabla 1. Cantidad de estudiantes por carrera

Carrera	Cantidad
Contador Público	881
Lic. en Administración	258
Lic. en Economía	90
Total	1.229

Fuente: elaboración propia

El grupo bajo estudio está constituido por 58% de mujeres y 42% de varones, y con edad promedio de 22,2 años (desviación estándar igual a 3,77). Respecto al lugar de procedencia, el 47% de los estudiantes es de Córdoba capital, el 34% del interior de la provincia, el 19% de otras provincias y el 1% de otros países.

3.2 Instrumento

Para la recolección de los datos se utilizó una adaptación del Cuestionario de Intención Emprendedora (CIE), desarrollado y validado en España por Rueda, Moriano y Liñán (2015), al que se le agregaron otras dimensiones de análisis vinculadas a las preferencias de financiamiento.

Una vez diseñada la primera versión del cuestionario, ésta fue sometida a revisión por parte de docentes y estudiantes de grado quienes a través de sus aportes y sugerencias permitieron realizar ajustes para una mejor comprensión del instrumento.

El cuestionario definitivo se estructuró en tres bloques:

- i) Características sociodemográficas: sexo, edad, carrera de grado en curso, lugar de procedencia, situación laboral actual y experiencia laboral.
- ii) Intención emprendedora: preferencias por diversas trayectorias profesionales, contacto con centros u organismos de apoyo a emprendedores, presencia de familiares que sean o hayan sido emprendedores y los tres componentes de la teoría de la acción planificada (actitud, norma subjetiva y autoeficacia) en el marco del emprendedurismo. Cabe aclarar que en el presente trabajo no se considerará este último aspecto en el análisis del fenómeno bajo estudio.
- iii) Modalidades de financiamiento: preferencias por el uso de diferentes fuentes de financiamiento y, en especial, por las plataformas de *crowdfunding*.

En los dos últimos bloques se utilizaron escalas compuestas por *ítems* en formato de respuesta tipo *Likert* de 7 puntos; es decir, conjunto de afirmaciones cuyo objeto es considerar las valoraciones personales de los estudiantes que van desde lo menos valorado (0) a lo más valorado (6).

El cuestionario fue administrado en formato *digital* durante el horario de clase a través de la participación voluntaria de los estudiantes y garantizando la confidencialidad de sus respuestas.

4 RESULTADOS

Cuando a los estudiantes se les consultó cuál era su situación laboral actual, sólo el 37% respondió que trabaja (29% en relación de dependencia y 8% en forma independiente). Dentro de los estudiantes que trabajan por cuenta ajena, el 84% presta sus servicios en una empresa privada, el 13% en un organismo público y el 3% en una asociación sin fines de lucro; mientras que dentro del grupo de estudiantes que respondió que trabaja por cuenta propia, el 53% cuenta con empleados y/o socios y el resto trabaja solo. En relación a los estudiantes que no trabajan, mayoritariamente (74%) no se encuentran buscando empleo, un 20% está desempleado y un 6% se encuentra en la etapa de creación de un emprendimiento propio. Sólo el 9% de los estudiantes manifestó haber estado en contacto en los últimos meses con algún centro u organismo de apoyo a emprendedores.

A pesar de que el porcentaje de estudiantes que trabaja es reducido, el 60% manifestó tener experiencia laboral previa, de los cuales un 63% realizó trabajos en relación de dependencia, un 11% trabajos por cuenta propia y un 26% tiene experiencia en ambos tipos de empleos.

También, se indagó sobre la tradición empresarial familiar y el 67% de los estudiantes respondió tener algún miembro cercano de su familia que es o ha sido empresario o tiene un negocio propio (padres, hermanos, abuelos, tíos o primos).

Respecto a la intención de seguir diferentes trayectorias profesionales, los estudiantes que participaron de este estudio mostraron una alta y similar intención de crear una empresa (ser emprendedor) o de trabajar en una empresa privada; mientras que la intención de ingresar a la administración pública para desarrollar su carrera profesional presentó la puntuación más baja y con mayor dispersión relativa (ver Tabla 2).

Tabla 2. Medidas resumen sobre Intención laboral

Intención laboral	Media	Mediana	D.E.	C.V.
Emprendedor	4,59	5,00	1,57	34,22
Empresa privada	4,54	5,00	1,47	32,42
Administración Pública	3,30	3,00	2,02	61,24

Fuente: elaboración propia.

Referencias: D.E.: desviación estándar y C.V.: Coeficiente de variación

En virtud de los resultados obtenidos, se analizó la correlación entre la intención de trabajar por cuenta propia (ser emprendedor) o por cuenta ajena (trabajar en una empresa privada o en la administración pública). En la Tabla 3 se observa que las correlaciones son estadísticamente significativas. Por un lado, se puede concluir que cuanto mayor es la intención de emprender

menor es la de desarrollar la profesión en una empresa privada o en la administración pública, y viceversa. Por otro lado, se puede observar una correlación positiva y significativa entre la intención de incorporarse a una empresa privada y a la administración pública, lo cual es razonable en términos de que se trata de trabajos por cuenta ajena.

Tabla 3. Matriz de correlación de Pearson: coeficientes / probabilidades

	Emprendedor	Empresa Privada	Administración Pública
Emprendedor	1,00	<0,0001	<0,0001
Empresa privada	-0,18	1,00	<0,0001
Administración Pública	-0,14	0,17	1,00

Fuente: elaboración propia.

Luego, se analizó el porcentaje de estudiantes que presentaban mayor intención de emprender frente a desarrollar su carrera profesional en una empresa privada o en la administración pública. En esta investigación se obtuvo que el 18% de los estudiantes consultados evidenciaron una mayor preferencia por el autoempleo que por trabajar en relación de dependencia².

A continuación, se aplicó el Test de asociación Chi Cuadrado de Pearson para determinar si la intención emprendedora del estudiante es estadísticamente independiente de su situación laboral actual, experiencia laboral previa, entorno familiar emprendedor, sexo y estudios universitarios. En la Tabla 3 se presentan los resultados de la aplicación de dicha prueba estadística.

Tabla 3. Test de asociación Chi cuadrado

Situación laboral actual	Intención emprendedora		Total
	Si	No	
Relación de dependencia	19%	81%	100%
Independiente	39%	61%	100%
No trabaja	15%	85%	100%
Estadístico	Valor	gl	p-valor
Chi Cuadrado Pearson	33	2	<0,0001**
Experiencia laboral	Intención emprendedora		Total
	Si	No	
Si	22%	78%	100%
No	12%	88%	100%
Estadístico	Valor	gl	p-valor
Chi Cuadrado Pearson	18	2	<0,0001**
Entorno familiar emprendedor	Intención emprendedora		Total
	Si	No	
Si	20%	80%	100%
No	14%	86%	100%
Estadístico	Valor	gl	p-valor
Chi Cuadrado Pearson	6,58	1	0,0103*
Sexo	Intención emprendedora		Total
	Si	No	
Femenino	15%	85%	100%
Masculino	21%	79%	100%

² Se considera que un estudiante tiene intención emprendedora si su puntuación en la intención de crear su propia empresa (ser emprendedor) es mayor a la puntuación media de esta trayectoria y a su vez sus puntuaciones en las restantes trayectorias profesionales (trabajar en una empresa privada y en la administración pública) son ambas menores a sus respectivas medias.

Estadístico	Valor	gl	p-valor
Chi Cuadrado Pearson	8	1	0,0052**
Carrera de grado	Intención emprendedora		Total
	Si	No	
Contador Público	15%	85%	100%
Lic. en Administración	27%	23%	100%
Lic. en Economía	16%	84%	100%
Estadístico	Valor	gl	p-valor
Chi Cuadrado Pearson	19	2	0,0001**

Fuente: elaboración propia.

Referencias: * significativo al 5% y ** significativo al 1%.

De la lectura de los resultados se puede concluir que la intención emprendedora resulta estadísticamente dependiente de las variables mencionadas anteriormente.

Diversos estudios, como Kolvereid (1996) y Scott y Twomey (1988), han indicado la importancia de la experiencia laboral previa, y por consiguiente de la situación laboral actual del sujeto, al momento de elegir trayectorias profesionales relacionadas con el autoempleo. En esta misma línea, dentro del grupo de estudiantes que trabajan por cuenta propia se observa una mayor proporción de éstos con intención positiva a emprender que en el grupo de los que tienen empleos en relación de dependencia o no se encuentran trabajando. Esto puede estar relacionado con el hecho de encontrar más atractiva una ocupación con mayor independencia y flexibilidad, acorde a su situación laboral actual (Brockhaus, 1982; Hisrich y Brush, 1986).

Analizando la variable referida a la experiencia laboral previa del estudiante, las conclusiones son análogas a las anteriores. Es decir, del total de estudiantes con experiencia laboral previa (ya sea por trabajos por cuenta propia y/o ajena) se presenta una mayor proporción de ellos con intención positiva de emprender en relación a la misma proporción pero del grupo sin experiencia.

También, la intención de emprender de los estudiantes se encuentra relacionada con su entorno familiar, entendido éste como aquellos miembros de la familia (padres, hermanos, abuelos, tío o primos) que son o han sido empresarios o tienen un negocio propio. Numerosas investigaciones muestran que provenir de un núcleo familiar con vinculación empresarial propicia el desarrollo de la carrera profesional a través del autoempleo (Brockhaus, 1982; Hisrich y Brush, 1986; Roberts y Wainer, 1968; Sánchez-Almagro, 2003; Scherer, Adams y Wiebe, 1989; Shapero, 1982, Moriano, Descals y Domínguez, 2006). En este sentido, en la presente investigación se observa que dentro del grupo de estudiantes que tienen un entorno familiar emprendedor, hay una mayor proporción de éstos con intención positiva de emprender que en el grupo de los que no tienen dicho entorno.

Como mencionan Moriano, et al (2006), respecto a la variable sexo, diferentes estudios internacionales han señalado que el ratio entre hombres y mujeres es de 1,8, por lo que se presenta aproximadamente el doble de hombres dedicados a actividades emprendedoras que de mujeres. Esta situación también se observa en las intenciones emprendedoras del grupo bajo estudio, identificándose una mayor proporción de estudiantes varones con espíritu emprendedor que de mujeres.

Finalmente, se presenta una mayor proporción de estudiantes de la carrera de Licenciatura en Administración con intención emprendedora positiva seguida por las de estudiantes de las carreras de Contador Público y Licenciatura en Economía. Esto puede estar relacionado con la especificidad de cada campo disciplinar y los contenidos estudiados durante los respectivos trayectos formativos.

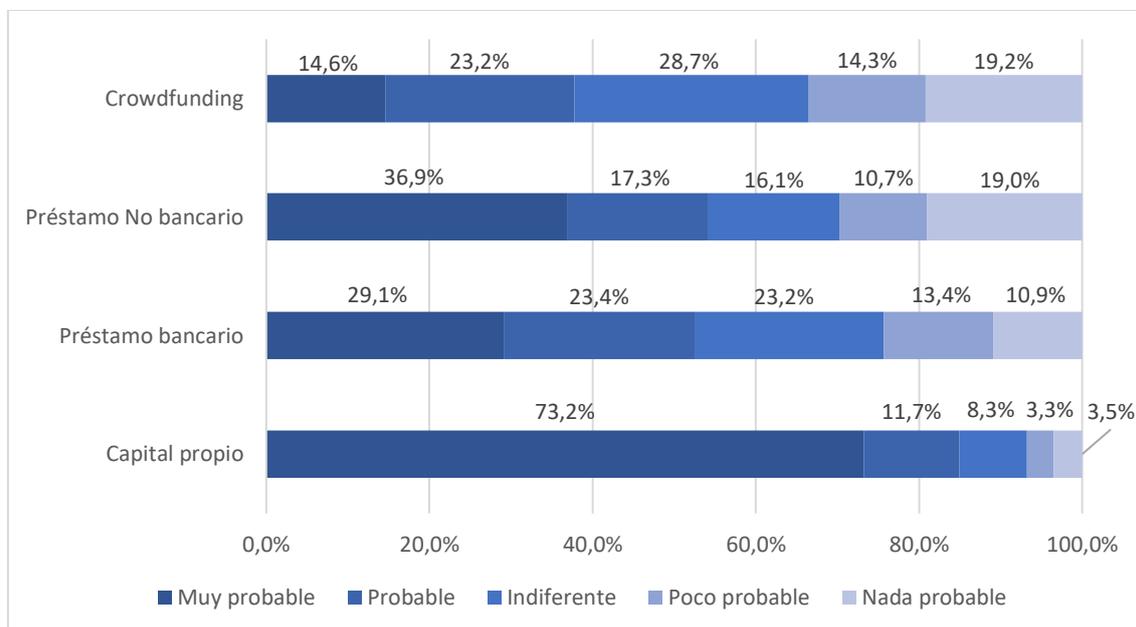
Otro tema trascendental en todo emprendimiento es el acceso a fuentes de financiamiento. A continuación se analizan las preferencias de los estudiantes en relación a diversas modalidades de financiamiento usualmente utilizadas por los emprendedores, como así también los principales motivos por los que los estudiantes, como futuros emprendedores, optarían por

modalidades de financiamiento no tradicionales como es el caso del financiamiento masivo o colectivo.

Cabe aclarar que no se han encontrado diferencias en las respuestas vertidas por los estudiantes con intención emprendedora respecto de aquellos que no presentaron esta característica en relación a estas temáticas.

En el Gráfico 1 se sistematizan las respuestas de los estudiantes ante la pregunta “Si usted decidiera llevar adelante un emprendimiento, ¿a qué fuentes de financiamiento recurriría?”

Gráfico 1. Preferencias de financiamiento

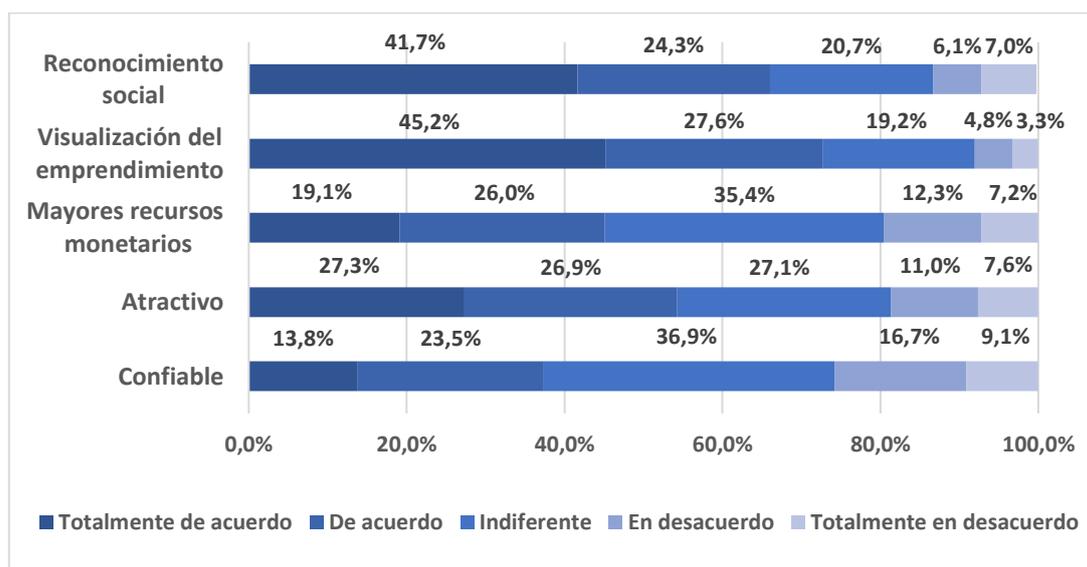


Fuente: elaboración propia.

Del gráfico anterior resulta un alto porcentaje de estudiantes (85%) que es probable o muy probable que recurra a capital propio (ahorros) mientras que sólo el 38% se inclina por una fuente de financiamiento no tradicional como es el uso de plataformas de CF. Un similar porcentaje de estudiantes (aproximadamente el 50%) opta por préstamos ya sea a través de una institución bancaria o recurriendo a familiares, amigos, etc. Estos resultados muestran que en su mayoría los estudiantes prefieren fuentes de financiamiento más tradicionales, como son el capital propio seguido por los préstamos. En último lugar se ubica el financiamiento colectivo que, dado su incipiente desarrollo en el mercado argentino, puede ser considerado una herramienta poco utilizada y por ello generar incertidumbre en los futuros usuarios.

En el Gráfico 2 se resumen las valoraciones de los estudiantes en relación al uso de plataformas de *crowdfunding* para financiar un emprendimiento propio.

Gráfico 2. Uso de plataformas de CF para emprender



Fuente: elaboración propia.

Los principales motivos por los cuales los estudiantes, en su rol de futuros emprendedores, optarían por esta modalidad de financiamiento no tradicional son: visualización y posicionamiento del emprendimiento en el mercado (73%), reconocimiento social como sujeto emprendedor (66%), medio atractivo (54%), mayor obtención de recursos monetarios que a través de las fuentes tradicionales (45%) y modalidad confiable (37%).

5 CONSIDERACIONES FINALES

Tanto el surgimiento de nuevos proyectos productivos como la consolidación de los ya existentes requieren la existencia de un ecosistema emprendedor sólido que dinamice la economía local y regional. En este contexto, las universidades se convierten en actores clave, ya que el sistema educativo impulsa a emprendedores capaces de generar empleos hacia el desarrollo sostenible.

En esta investigación se presenta un primer estudio de las principales características del perfil emprendedor de un grupo de estudiantes universitarios del ámbito de las Ciencias Económicas al tiempo que se analizan sus preferencias sobre distintas modalidades de financiamiento.

Adicionalmente, atendiendo al desarrollo incipiente de las plataformas de *crowdfunding* en Argentina como medio alternativo de financiamiento de pequeños empresarios y PyMES, se describen los principales motivos por los cuales los estudiantes, en su rol de futuros emprendedores, optarían por esta fuente de financiamiento no tradicional.

Los resultados obtenidos permiten identificar aspectos o factores importantes que revelan la intención emprendedora en estudiantes universitarios. En este sentido, se espera poder continuar con esta línea de investigación para completar este estudio extendiéndolo a un universo mayor de estudiantes con diferentes especialidades e incorporando otras dimensiones de interés.

6 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alaminos, A., & Castejón, J. L. (2006). *Elaboración, análisis e interpretación de encuestas, cuestionarios y escalas de opinión*. Universidad de Alicante.
- Almagro, M. L. S., Arbide, S. H., & Andrea, S. (2003). *Perfil psicológico del autoempleado*. Universidad Complutense de Madrid.
- Brockhaus, R. H. (1982). The psychology of the entrepreneur. *Encyclopedia of entrepreneurship*, 39-57.
- Colombo, A (2018). Herramienta para la planificación estratégica de la Incubadora de Empresas de la Universidad Nacional de Córdoba (tesis de maestría). Universidad Tecnológica Nacional.
- Díaz-Calderón Horcada, M. C. (2014). Conocimiento y participación de la sociedad española en actividades de crowdfunding.
- Díaz Valencia, G. A. (2011). Las imperfecciones del mercado de créditos, la restricción crediticia y los créditos alternativos.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of small business management*, 53(1), 75-93.
- Gerber, E; Hui, J y Kuo, P (2012). Crowdfunding: Why people are motivated to post and fund projects on crowdfunding platforms. In *Proceedings of the International Workshop on Design, Influence, and Social Technologies: Techniques, Impacts and Ethics*.
- Golić, Z. (2014). Advantages of crowdfunding as an alternative source of financing of small and medium-sized enterprises. *Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Istočnom Sarajevu*, (8), 39-48.
- Hisrich, R. D., & Brush, C. (1986). Characteristics of the minority entrepreneur. *Journal of Small business management*, 24, 1.
- Hui, J. S., Greenberg, M. D., & Gerber, E. M. (2014, February). Understanding the role of community in crowdfunding work. In *Proceedings of the 17th ACM conference on Computer supported cooperative work & social computing* (pp. 62-74).
- Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship Theory and practice*, 21(1), 47-58.
- Krueger, R. F., Hicks, B. M., Patrick, C. J., Carlson, S. R., Iacono, W. G., & McGue, M. (2009). Etiologic connections among substance dependence, antisocial behavior, and personality: modeling the externalizing spectrum.
- Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 15(5-6), 411-432.
- Laguía, A., Moriano, J. A., Molero, F., & Gámez, J. A. (2017). Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora en una muestra de estudiantes universitarios de Colombia. *Universitas Psychologica*, 16(1).
- Liñán, F., Nabi, G., & Krueger, N. (2013). British and Spanish entrepreneurial intentions: A comparative study. *Revista de economía Mundial*, (33), 73-103.
- Lortie, J., & Castogiovanni, G. (2015). The theory of planned behavior in entrepreneurship research: what we know and future directions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 935-957.
- Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., & Zarafshani, K. (2012). A cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention. *Journal of career development*, 39(2), 162-185.
- Moriano León, J. A., Descals, P., & Morales Dominguez, J. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 22(1), 75-99.

Roberts, E. B. (1968). Entrepreneurship and technology: a basic study of innovators; how to keep and capitalize on their talents. *Research Management*, 11(4), 249-266.

Rueda, S., Moriano, J. A., & Liñán, F. (2015). Validating a theory of planned behavior questionnaire to measure entrepreneurial intentions. In *Developing, shaping and growing entrepreneurship*. Edward Elgar Publishing.

Scherer, R. F., Adams, J. S., Carley, S. S., & Wiebe, F. A. (1989). Role model performance effects on development of entrepreneurial career preference. *Entrepreneurship theory and practice*, 13(3), 53-72.

Scott, M. G., & Twomey, D. F. (1988). The long-term supply of entrepreneurs: students' career aspirations in relation to entrepreneurship. *Journal of small business management*, 26(4), 5.

Sención, R., & Zorob Avila, Y. (2012). Estrategia curricular para la formación de la competencia de emprendimiento en negocio en redes universitarias. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (41): 149-161.

Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. *Encyclopedia of entrepreneurship*, 72-90.

Vega, M. M. C., Urra, G. M., & Bernales, G. S. (2010). Cómo influye la Satisfacción Laboral sobre el desempeño: Caso empresa de retail. *Theoria*, 19(2), 21-36.