



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

DOBLE GRADO EN FINANZAS Y CONTABILIDAD + RELACIONES LABORALES Y RECURSOS HUMANOS

Estudio de las variables que afectan a la intención empresarial en jóvenes universitarios

Trabajo Fin de Grado presentado por Marta Fernández Lara, siendo el tutor del mismo el profesor Francisco Liñán Alcalde.

Vº. Bº. del Tutor:

Alumno/a:

D.

D.

Sevilla. Mayo de 2017



**DOBLE GRADO EN FINANZAS Y CONTABILIDAD + RELACIONES
LABORALES Y RECURSOS HUMANOS
FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS +
FACULTAD DE CIENCIAS DEL TRABAJO**

**TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2016-2017]**

**TÍTULO:
ESTUDIO DE LAS VARIABLES QUE AFECTAN A LA INTENCIÓN
EMPRENDEDORA EN JÓVENES UNIVERSITARIOS.**

**AUTOR:
MARTA FERNÁNDEZ LARA**

**TUTOR:
D. FRANCISCO LIÑÁN ALCALDE**

**DEPARTAMENTO:
ECONOMÍA APLICADA I**

**ÁREA DE CONOCIMIENTO:
ECONOMÍA APLICADA I**

RESUMEN:

Este trabajo recoge el estudio sobre las variables que afectan a la intención emprendedora en los estudiantes de primero de carrera de las facultades de Económicas y Empresariales y de Turismo y Finanzas que respondieron a un cuestionario elaborado por el profesor Francisco Liñán. Para ello, se ha utilizado la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen (1991). Con ese fin, se ha hecho una comparación de esas variables en función del género, edad, estudios, experiencia laboral, nivel socioeconómico y si conoce a algún emprendedor.

PALABRAS CLAVE:

Emprendimiento, actitud hacia el emprendimiento, control percibido, norma subjetiva, intención emprendedora

ÍNDICE

I. CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO.....	1
1.2. OBJETIVOS.....	1
1.3. METODOLOGÍA.....	1
1.4. ESTRUCTURA.....	2
II. CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO.....	5
2.1. INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESPAÑA.....	5
2.1.1. Concepto.....	5
2.1.2. Evolución.....	5
2.1.3. Apoyo del sistema educativo.....	7
2.2. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS.....	9
2.1. Introducción.....	9
2.2. Factores personales.....	9
2.3. Factores del entorno familiar.....	10
2.3: LA TEORÍA DE LA ACCIÓN PLANIFICADA (TPB).....	11
2.3.1. Concepto.....	11
2.3.2. Determinantes.....	12
2.3.2.1. La actitud hacia el emprendimiento.....	12
2.3.2.2. La norma subjetiva.....	13
2.3.2.3. El control percibido.....	14
III. CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA.....	17
3.1. Método realizado.....	17
3.2. Descripción del cuestionario.....	17
IV. CAPÍTULO 4: RESULTADOS DEL ANÁLISIS.....	21
V. CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES Y AGRADECIMIENTOS.....	29
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	33

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

● Gráfico 1. Evolución del índice TEA y del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios nacientes y negocios nuevos en España durante 2005-2015.....	6
● Gráfico 2: Gráfica sobre clasificación por sexo.....	21
● Gráfico 3: Gráfica sobre clasificación por edad.....	22
● Gráfico 4: Gráfica sobre clasificación por titulaciones.....	24
● Gráfico 5. Gráfica sobre clasificación por experiencia laboral.....	25
● Gráfico 6: Gráfica sobre clasificación por nivel socioeconómico.....	26
● Gráfico 7: Gráfica sobre clasificación por empresario conocido o no.....	27
● Figura 1: Modelo de la teoría de la Acción planificada, Ajzen (1991).....	22
● Tabla 1: Tabla sobre clasificación por sexo	21
● Tabla 2: Tabla sobre clasificación por edad	22
● Tabla 3: Tabla sobre clasificación por titulaciones.....	23
● Tabla 4: Tabla sobre clasificación por experiencia laboral.....	25
● Tabla 5: Tabla sobre clasificación por nivel socioeconómico.....	26
● Tabla 6: Tabla sobre clasificación por empresario conocido o no.....	28

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

1.1. JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO

La siguiente propuesta de investigación es importante porque la actividad empresarial y con ello la creación de empresas es fundamental para la prosperidad y vitalidad de la economía de un país. El surgimiento de nuevas empresas constituye la savia nueva del entramado empresarial. Un país sano y dinámico necesita una alta rotación de entrada y salida de nuevos negocios. No existe ninguna duda de que en España, un país donde el 95,8% de los negocios son pequeñas empresas con menos de 9 empleados (INE, 2015), el emprendimiento es la clave para la regeneración de la economía.

Además, el emprendimiento es una vía para que las personas y sus familias puedan tener una vida mejor. Muestra de su importancia económica y social es que las instituciones públicas están tratando de apoyar y promover las iniciativas emprendedoras. En España, un ejemplo de ello es la ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización que tiene como objetivo principal apoyar al emprendedor y la actividad empresarial, favorecer su desarrollo, crecimiento e internacionalización y fomentar la cultura emprendedora y un entorno favorable a la actividad económica.

La naturaleza de la actividad emprendedora explica la relación positiva propuesta entre la innovación y el emprendimiento, la cual beneficia el desarrollo económico al propiciar la creación de nuevas empresas y la expansión de las ya existentes. Además, el emprendimiento intensifica la competencia en los mercados, que, a su vez, conlleva a la salida de las empresas ineficientes incapaces de sobrevivir y, por otro, la búsqueda de la eficiencia por parte de las empresas que sí sobreviven. Un país que quiera llamarse emprendedor debe centrarse en torno al mantenimiento y mejora de su cultura emprendedora, debe contar con una potente formación de capital humano, y con un potencial emprendedor. Por lo que también toma protagonismo la discusión sobre cómo promover el espíritu emprendedor entre los individuos, debido a que el emprendimiento provee de un gran conjunto de oportunidades de empleo y mejores oportunidades para la innovación y el desarrollo.

Así mismo, se hace primordial la cuestión de abordar las causas por las que los individuos optan por el emprendimiento ya que, al tener una mejor comprensión de estos motivos, se puede llegar a una aproximación que permita, posteriormente, poner en práctica políticas más adecuadas para fomentar la productividad y el crecimiento económico regional. Así pues, si lo que queremos es entender el emprendimiento, es necesario comprender antes cómo se convierte uno en un emprendedor y, sobretodo, en un emprendedor exitoso. Por ello, habría que encontrar los factores que hacen al emprendimiento atractivo para las personas y cómo se origina la intención de los emprendedores.

Por último hay que señalar que es importante que las universidades revisen y adecuen el proceso de la enseñanza de aprendizaje, para entregar a la sociedad profesionales que tengan una potente intención emprendedora que contribuya a un mayor desarrollo de nuevas empresas, para que a su vez generen empleo y crecimiento de la economía y la sociedad.

1.2. OBJETIVOS

La intención empresarial, IE, ha demostrado ser un predictor primario del futuro comportamiento empresarial (Krueger et al., 2000). Sin embargo, sólo hay un número limitado de estudios que abordan los factores de influencia para la IE en los niveles universitarios de educación (Wang y Wong 2004). A partir de esto, establecemos como una cuestión central: ¿qué factores determinan la IE entre los estudiantes de primero de carrera que vienen de Bachillerato?

Por lo tanto, el objetivo de este trabajo de investigación es comprender qué factores influyen en la intención empresarial de los estudiantes del primer curso de la universidad, basados en el modelo de comportamiento planificado de (Ajzen;1990) para conocer las variables explicativas del grado de afectación de sus percepciones.

Se considerarán las variables explicativas utilizadas por Liñán (2008), con el fin de construir un modelo similar compuesto por distintos predictores y llegar a conocer con mayor exactitud la importancia significativa de las percepciones y habilidades por los mencionados estudiantes.

1.3. METODOLOGÍA

Para ello, se ha utilizado un cuestionario del profesor Francisco Liñán el cual fue realizado por una muestra de 204 alumnos de primero de carrera de todos los grados de las facultades de Ciencias Económicas y Empresariales y de Turismo y Finanzas.

Se les ofreció voluntariamente que respondieran las preguntas, las cuales estaban relacionadas con su intención emprendedora y sobre datos personales tales como sexo, edad, experiencia laboral, etc... y se les ofreció que dejaran un número de teléfono con el fin de poder contactar con ellos en un futuro para la consecución del objetivo de dicho estudio. Cada pregunta del cuestionario estaba relacionada con los determinantes que predicen la intención empresarial según la teoría de la Acción Planificada de Azjen (1991).

Mediante un hoja de excel se fueron recogiendo los datos obtenidos de cada estudiante, y se fueron agrupando según su género, edad, experiencia laboral, titulación, nivel socioeconómico y existencia de empresario en la familia, para posteriormente calcula una media ponderada sobre cada grupo y poder extraer conclusiones a modo comparativo.

1.4. ESTRUCTURA

Con el objeto de dar respuesta a los objetivos de investigación planteados, en este trabajo de investigación se efectúa una extensa revisión de literatura sobre el comportamiento y la intención emprendedora, así como el fenómeno emprendedor en la Universidad.

Este trabajo está estructurado de la siguiente manera. En primer lugar, en el primer capítulo presentamos una introducción del concepto de emprendimiento así como la evolución de lo que ha supuesto el emprendimiento en España, para finalmente comentar el apoyo que el sistema educativo ejerce sobre tal. En el segundo capítulo, se analiza las características socio-demográficas que se han encontrado que poseen los potenciales emprendedores, tanto personales como sociales, y una distinción del concepto de emprendimiento por oportunidad y por necesidad. Del mismo modo, en este capítulo, pasamos a describir la teoría en la que este trabajo se basa, que es la Teoría de la Acción Planificada de Ajzen (1991). El capítulo 4 describe la metodología empleada. Y, por último, en el capítulo 5, se hará una demostración

práctica sobre lo ya explicado teóricamente, a través de un cuestionario realizado por el profesor Liñán sobre una muestra de 204 alumnos de las facultades de Ciencias Económicas y de Turismo y Finanzas.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

2.1. INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESPAÑA.

2.1.1. Concepto:

En primer lugar, vamos a hacer una breve descripción de lo que el concepto intención empresarial (IE) abarca. Esta se define como el estado consciente de la mente que procede a la acción y dirige la atención hacia una meta, como iniciar un nuevo negocio (Fayolle et al., 2014). Podemos decir que el primer paso en el extenso proceso de creación de una empresa es la formación de la intención de desarrollar una carrera emprendedora.

Diversos estudios han demostrado que la intención de una persona de convertirse en un emprendedor es el mejor predictor de su compromiso con el emprendimiento en el futuro (Delmar y Davidsson, 2000; Kautonen et al., 2015). Las percepciones del individuo sobre su deseo y viabilidad de aprovechar una oportunidad emprendedora determinan su intención emprendedora (Krueger, Reilly y Carsrud, 2000).

Anteriormente, las intenciones emprendedoras y el comportamiento se asociaba solamente a la personalidad del individuo (Baum et al., 2007); sin embargo, surgieron amplias críticas (Keh et al., 2002).

Así pues, Liñán (2004) hace hincapié en que los modelos de emprendimiento que se fundamentan en los rasgos de la personalidad, los factores demográficos o de actitudes tienen un carácter menos robustos y además son menos predecibles.

Diversos autores argumentan que los modelos de intenciones predicen en mayor medida el comportamiento en variables individuales, como por ejemplo la personalidad, y contextuales, como el estatus laboral (Krueger et al., 2000); y que, además, estas variables explican el impacto de las intenciones de emprender en los cambios de las actitudes y creencias. Además, nos explica cómo las influencias exógenas (como las percepciones de disponibilidad de recursos) cambian estas intenciones y, finalmente, el autoempleo (Kuckertz y Wagner, 2010). Es el comportamiento intencionado, en definitiva, el que nos explica porqué muchas personas toman la decisión de montar una empresa mucho antes de que se busquen oportunidades (Krueger et al., 2000).

Por lo tanto, las intenciones emprendedoras pueden entenderse como el resultado de una clase de proceso cognitivo (un proceso que contiene percepciones), creencias, expectativas y valores, por lo que podemos concluir que la intención es un factor clave en el acto de emprender.

2.1.2. Situación actual y evolución:

En España, la situación ha sido especialmente dramática durante los últimos años debido a la crisis. El número de emprendedores jóvenes, menores de 40 años, registró una caída de más del 30 por ciento desde 2007 a 2012, alcanzándose unos niveles de creación de negocios similares a los de 15 años atrás.

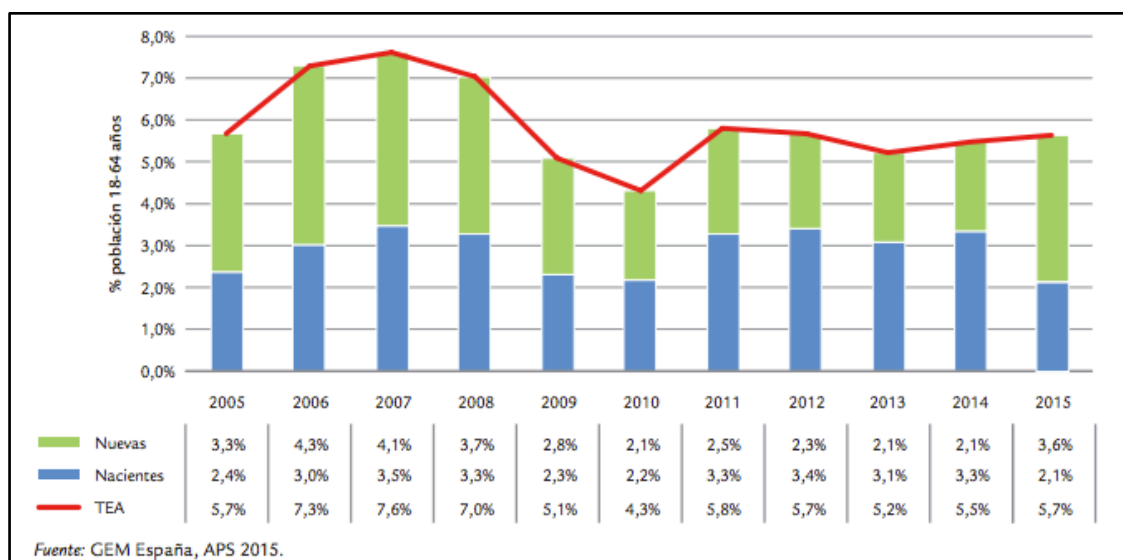
La fuerte crisis redujo de manera dramática las oportunidades de negocio en el mercado produciendo un efecto negativo en el emprendimiento por oportunidad aunque puede favorecer que algunas personas emprendan como alternativa al desempleo (Brunjes y Revilla, 2013). Está demostrado que la intención de un individuo de montar su propio negocio, ya sea por oportunidad o por necesidad, es el mejor predictor de su emprendimiento futuro (Kautonen, Gelderen y Fink, 2015).

Como ya hemos dicho, en las últimas décadas, se ha estado produciendo un cambio en la economía española. Esto en parte se debe a la globalización, provocada por la mayor liberalización del mercado y la integración de los antiguos países comunistas en la economía capitalista, junto a un elevado ritmo de desarrollo tecnológico, que ha conllevado a un incremento en la competencia, en la incertidumbre y fragmentación de mercados para pasar a una gran necesidad de flexibilidad, innovación y capacidad de adaptación de las empresas.

Por lo tanto, estos cambios en el entorno de trabajo ajeno a las organizaciones han modificado las características y cualidades requeridas en la mano de obra. Un elemento clave para promover este cambio en las empresas y la flexibilidad es el espíritu empresarial. Este último concepto se define como las actividades que una organización se compromete a mejorar sus innovaciones de productos y procesos, y la respuesta proactiva a las fuerza ambientales (Castrogiovanni et al., 2011).

Según el informe GEM España 2015, existió un leve repunte del año 2014 al 2015, pasando de 5,2% a un 5,7%, lejos todavía de recuperar la actividad emprendedora de 2008, durante los 2 últimos años se ha conseguido no sólo frenar la caída sino repuntarla tímidamente.

Gráfico 1. Evolución del índice TEA y del porcentaje de la población de 18-64 años involucrada en negocios nacientes y negocios nuevos en España durante 2005-2015.



Esto significa, según Iñaki Peña, director técnico del informe GEM en España, que de cada español adulto (entre 18-64 años) al que preguntas si ha montado un negocio durante los últimos 42 meses (3 años y medio) el 5,7 responde de manera afirmativa. El porcentaje es mayor que el año pasado, pero la media internacional está entre un 10 y un 12%, dos dígitos que ni en 2008 ha alcanzado nunca España, lo que conduce a pensar a Iñaki Peña que lo nuestro es algo sistémico porque ni en los tiempos de bonanza termina de arraigar el espíritu emprendedor.

En cuanto al perfil medio de los emprendedores, se mantiene la tónica del año anterior que sitúa a los de la franja de edad de entre 35 y 45 años, prioritariamente varones y con formación universitaria como los más activos. En lo que respecta al tipo de empresas que se generan, según el informe predomina las de pequeño tamaño (1-3 empleados), con la mirada puesta en los consumidores finales locales y escasas ambiciones de crecimiento. Así, 8 de cada 10 se concentran en el sector servicios, 5 de cada 10 corresponden a autoempleados que no generan puestos de trabajo, cerca de 7 de cada 10 carecen de orientación innovadora y el 80% renuncian a la opción de internacionalizar la compañía durante los 3-4 primeros años de recorrido. Como apunte optimista en este apartado cabe también destacar que, aunque continúa siendo elevado, se rebaja el porcentaje de los que dicen emprender por necesidad o alternativa al desempleo (24,9%) revirtiendo la tendencia de los últimos años y que son el 73,5% quienes afirman emprender tras detectar una oportunidad de negocio. Asimismo, y aunque siga siendo algo inferior de una por cada dos, se estrecha la brecha del emprendimiento femenino.

2.1.3. Apoyo del sistema educativo:

La educación emprendedora es clave para crear en los individuos ese espíritu emprendedor del que venimos hablando, a la vez que puede mejorar y desarrollar habilidades que están asociados con el éxito empresarial y que los emprendedores necesitarán posteriormente (Rushing, 1990), por lo que la educación empresarial es importante que sea continuamente integrada en toda la etapa de educación de los jóvenes. Es decir, una educación empresarial contribuirá a aumentar el conocimiento y promover los valores psicológicos asociados con los empresarios, es decir, la escuela y el sistema educativo pueden propiciar el desarrollo de rasgos emprendedores (Lee et al., 2006).

La educación del espíritu empresarial ha sido considerada como uno de los retos más importantes del sistema educativo postsecundario moderno y un factor clave en el progreso económico y la creación de empleos.

Katz (2007) sostiene que la educación empresarial no puede evitar el fracaso sino que puede disminuir el riesgo de fracaso. Se deben crear competencias empresariales, que incluyan conocimientos, capacidades y habilidades, proporcionando un vínculo positivo entre la educación y espíritu emprendedor. Los estudiantes necesitan percibir que el emprendimiento es factible y deseable, así como que se desarrolle una actitud positiva en su entorno que les anime hacia ello (Florin et al., 2007).

Recientemente ha habido un creciente interés de los investigadores por los programas de educación emprendedora. Johansen (2007) encontró que por lo general los participantes en programas de educación empresarial son más propensos a convertirse en empresarios. Por lo que nos hace pensar que la educación afecta a las actitudes de los estudiantes, ejerciendo una gran influencia sobre su futura carrera profesional y su mayor predilección por crear una empresa cuando se conviertan en adultos.

Es importante para ello que se les enseñe desde los primeros momentos en la vida estudiantil de los niños a tomar decisiones y a aceptar los errores como método para manejar su frustración y de alguna manera menguar el miedo a la equivocación.

En cierta medida, el sistema educativo español ha intentado impulsar la “formación del espíritu emprendedor”. La expectativa de las administraciones públicas se apoya

en cualquier acción encaminada hacia este propósito, de manera que sea casi mecánica.

Según GEM España, no es lo mismo fomentar el emprendimiento en la sociedad que emprender un negocio y el factor más importante es la educación. << No se trata simplemente de formar “creadores de empresa-autoempleadores”, sino de desarrollar una verdadera estrategia que incorpore las competencias del emprendedor en el sistema educativo: iniciativa, trabajo en equipo, cooperación, etc...>> (Marina, n.d.)

En los primeros años del proceso educativo es, posiblemente, más fácil poner en valor las competencias asociadas a una personalidad emprendedora, como la creatividad (asociada a mantener viva la natural curiosidad infantil), la iniciativa personal, el trabajo en equipo, el valor del esfuerzo, la motivación,... Pero sin embargo, es en años posteriores de la etapa educativa, cuando se complica y empieza a desaparecer la creación de un espíritu emprendedor en los jóvenes, pero posiblemente se manifestará a través de asignaturas optativas o iniciativas de ciertos profesores que son conscientes de la importancia del desarrollo de ese espíritu en el futuro personal y laboral de los estudiantes.

La educación en espíritu empresarial puede ser, por tanto, mejor entendida, si se conoce el fenómeno empresarial desde lo cognitivo (Palish y Bagby; 1999).

Según la opinión de Inmaculada Jaén, se pueden llevar a cabo programas y cursos para emprendedores que contengan formación en valores, los cuáles no suelen acometerse, debido las implicaciones de política que conllevan. (Inmaculada Jaén, 2010).

No hay muchos estudios, por desgracia, que expliquen el proceso desde la enseñanza hasta la competencia profesional plena, así como la influencia a corto y largo plazo de la iniciativa empresarial y la educación, sobre las actitudes de los estudiantes. Se tiene por sentado que los planes empresariales aumentan sus conocimientos y habilidades (Duval-Couetil; 2013).

Luke Pittaway reclama un mayor involucramiento de empresarios con estudiantes, de manera que se conviertan en una especie de colaboradores en el sistema educativo. La educación empresarial está influida por los factores contextuales y las relaciones e interacciones entre estudiantes y empresarios. (Pittaway L y Cope J; 2007).

Por otro lado (Zarafshani K.; 2013), cita a Jill Kickul (2007), para recomendar que las universidades, en vez de obligar a cursar programas rígidos e iguales para todos, deberían adaptar la educación a las diferentes peculiaridades de los estudiantes.

De esta manera, si logramos que la enseñanza sea percibida como atractiva, distinguida e innovadora, estaremos contribuyendo a que el graduado obtenga más posibilidad de conseguir empleo o de autoemplearse, debido primordialmente a que el individuo será capaz de autoformarse.

Etzkowitz y Klofsten (2005, p.246) nos dicen que las condiciones que deberían darse para que una universidad adopte un enfoque hacia el emprendimiento son:

- a) La habilidad de establecer una dirección estratégica,
- b) una orientación para buscar tanto las implicaciones prácticas como las teóricas en su investigación,
- c) el establecimiento de mecanismos organizacionales para apoyar la transferencia de tecnología,
- d) la integración de programas de capacitación para introducir a los estudiantes al emprendimiento, y

- e) la creación de centros para fomentar la generación de investigación relevante tanto teórica como prácticamente.

Una correcta práctica de la formación emprendedora no debe parecerse a lo que se hacía antiguamente de realizar algunos ejercicios, basados en algunos supuestos teóricos; como por ejemplo, desarrollar un “plan de negocio” que acaba convirtiéndose en una lista de especulaciones a veces muy irracionales y sin sentido en la realidad. Por lo que debería dirigirse hacia un proceso de sensibilización sobre las condiciones existentes en el entorno así como incluir una serie de experiencias de aprendizaje que faciliten la inmersión de los participantes en su área local, regional, nacional e internacional.

Para concluir, Arocena y Sutz (2001), nos describe algunos de los fenómenos que han dado lugar a la creación de la Universidad Emprendedora:

1. El papel central del conocimiento en la economía, ya que el conocimiento pasa a ser la base del desarrollo económico y competitivo actual.

2. La posibilidad de privatizar gran parte del conocimiento, por ejemplo, en forma de patentes.

3. El valor de mercado en la economía nacional de una parte vital del conocimiento generado dentro de fronteras, en decir, el efecto del conocimiento como fuente de riqueza en el sitio donde se genera.

4. La capacidad financiera y de gestión de las universidades para desempeñarse con una visión capitalista dentro del mercado del conocimiento.

5. Las estrategias gubernamentales en relación a la política industrial a través de las universidades, específicamente el papel que desempeña el Estado a través de sus mecanismos de apoyo industrial.

2.2. CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

2.2.1. Introducción:

En este apartado vamos a realizar una descripción de los principales elementos que caracterizan a los estudiantes de bachillerato que pueden condicionar la intención emprendedora.

Las variables que vamos a estudiar serán por un lado, los factores personales, y por otro, los factores del entorno familiar.

2.2.2. Características de los potenciales emprendedores:

2.2.2.1. Factores personales:

Los factores personales y ambientales de la IE, como los rasgos de personalidad, las actitudes hacia el espíritu emprendedor o el ambiente social, han sido ampliamente discutidos (Schwarz, et al., 2004, Raposo et al., 2011). Por ejemplo, Raposo et al. (2011) encontró que los individuos que evidencian más propensión a la creación de nuevas empresas parecen poseer más confianza en sí mismos y capacidad de liderazgo.

Dentro de los factores personales vamos a distinguirlos según el género, la edad, los estudios en curso y la experiencia laboral.

Con respecto al género, diversos estudios han demostrado que las motivaciones de necesidad son más fuertes que las de oportunidad en las mujeres (Minitti et al. 2005). Además presentan mayor intención empresarial para adquirir más flexibilidad y conciliación de la vida profesional y personal. Según el Global Entrepreneurship Monitor, de cada 10 emprendedores en España, 6 son varones. El 56% de emprendedores en España son varones, mientras que el 44% son mujeres. Estas cifras evidencian que iniciativas como el Programa de Apoyo Empresarial a las Mujeres (PAEM) de las Cámaras de Comercio son necesarias para seguir trabajando en la reducción de esa brecha de género.

La edad es otro factor influyente en la IE debido a que medida que los estudiantes tienen mayor edad, más experiencia adquirirán estos en el ámbito laboral. Así pues, los estudiantes mayores de 20 años tendrán mayor probabilidad de iniciar un negocio tras abandonar los estudios o mediante la compatibilización del estudio y el trabajo. Según el Informe GEM Global 2013, la edad en la que se suele emprender es entre 25 y 34 años.

La intención emprendedora varía según cual sea el contenido curricular de los estudios que se cursan, es decir, la intención emprendedora de un joven es diferente si ha seguido un itinerario formativo en el que se den a conocer el uso de herramientas como el plan de negocio, habilidades y competencias emprendedoras, cómo crear una empresa, etc. Así pues, Souitaris et al. (2007) muestran que la formación emprendedora está fuertemente relacionada con la intención de crear una empresa.

La experiencia laboral también puede ser otro factor determinante de la IE, ya sea bien como asalariado o por cuenta propia. Hay que tener en cuenta que las personas que ya han realizado esa experiencia por cuenta propia no tendrán las mismas motivaciones que una persona que no lo haya hecho. A veces les será más importante la realización profesional, y en otros el aumento en el nivel de renta.

Está demostrado una relación positiva entre experiencia laboral e intención emprendedora, pues esta mejora el conocimiento, la confianza y la aptitud para iniciar una empresarial.

2.2.2.2. Factores del entorno familiar:

2.2.2.2.1. Nivel socio-económico de la familia.

Uno de los factores del entorno familiar en la IE es el nivel de formación de los padres. Esta está positivamente correlacionada con la educación de los hijos y más incluso el de la madre.

El nivel de recursos que disponga la familia también afectará en el apoyo que ejercerán sobre el estudiante, pues las dificultades financieras siempre han sido percibidas como un obstáculo para crear una empresa, por lo que hace que resulte necesario tenerlo en cuenta. Por lo general, mientras mayor sea el nivel socio-económico de la familia mayor control percibido tendrán y por lo tanto mayor intención emprendedora.

Esto es debido a que se sienten reconfortados y por lo tanto se sienten capaces de crear su propia empresa. Al contrario, mientras menos nivel socio-económico se sentirán más reacios e inseguros y por lo tanto tendrán menor intención empresarial. Resaltan las dificultades de crear una empresa debido al miedo al fracaso, a la asunción de riesgo que conlleva y difícil acceso al financiamiento.

2.2.2.2.2. Empresarios en la familia.

Otro factor será la existencia en la familia de un emprendedor, pues puede ayudar a que tenga una mayor percepción del emprendimiento como salida profesional. Mientras más cercano sea el nivel de parentesco, mayor influencia tendrá. Esto es debido a que tienen mayor necesidad de aprobación y mayor control percibido.

Si no tienen empresarios en la familia, preferirán otros trabajos como trabajar para la Administración Pública o como trabajador por cuenta ajena.

2.2.2.3. Emprendimiento por necesidad o por oportunidad

Antes de continuar, tenemos que saber distinguir entre emprendimiento por necesidad y por oportunidad.

Emprendimiento por necesidad se puede definir como la predisposición a crear una empresa sin conocer si tiene o no capacidad de generar ingresos en el mercado. En otras palabras, el emprendimiento por necesidad suele llevarse a cabo debido fundamentalmente a que las personas quieren conseguir un empleo, debido tal vez al despido previo en una empresa o salir de algún problema financiero, por lo que podría considerarse como una “obligación” al no ver otra alternativa mejor.

Mientras que el emprendimiento por oportunidad, nace por vocación o porque se quiera poner en práctica una idea en una empresa con posibilidad de crecimiento y éxito, y que puede originarse tras la observación de oportunidades en el mercado y la propuesta de soluciones a problemas que se están presentando en la sociedad.

Estos últimos emprendedores tienen la peculiaridad de estar entusiasmados por crear proyectos en los cuáles la creatividad y la innovación sean primordiales. Además de poseer más energía, son movidos por una fuerza interna que les hace tener la ilusión de convertir en realidad ideas de negocios.

Las personas que decidan emprender por oportunidad tendrán mayor intención emprendedora y por lo tanto mayor control percibido y valoración de las consecuencias de emprender. En cambio, los que lo harían por necesidad destacarán las posibles dificultades con las que se pueden encontrar a la hora de emprender.

En 2015, el Informe Mundial GEM declaraba que en España el 73,5% de las iniciativas emprendedoras analizadas fueron motivadas por la oportunidad y la mayoría de emprendedores que las impulsan son jóvenes.

2.3. LA TEORÍA DE LA ACCIÓN PLANIFICADA (TPB)

2.3.1. Concepto:

Varias teorías se han utilizado para explicar la IE, aunque la teoría más exitosa ha sido la de Ajzen (1991) con su Teoría de la Acción Planificada.

La Teoría de la Acción Planificada (TPB por sus siglas en inglés) de Icek Ajzen, nos dice cómo podemos cambiar el comportamiento de la gente. TPB es una teoría que predice el comportamiento deliberado, es decir, que el comportamiento puede ser planeado.

La TPB es el sucesor de La Teoría de la Acción Razonada similar de Ajzen y Fishbein (1975, 1980). La innovación fue que el comportamiento parecía no ser 100%

voluntario y bajo control y la introducción del control percibido sobre el comportamiento. Así surgió la teoría llamada Teoría de la Acción Planificada.

En ambas teorías la intención es considerada como causa del comportamiento, ya que se espera que las personas lleven a cabo sus intenciones cuando surja la oportunidad al alcanzar un grado suficiente de control sobre el comportamiento (Fishbein y Ajzen, 2011).

Además, en dicha teoría se incluye la percepción de las oportunidades y barreras que afectan al comportamiento debido a que muchos comportamientos tienen cierta dificultad de ejecución que puede limitar el control voluntario (Ajzen, 1991).

La primacía de la Teoría de la Acción Planificada sobre su antecesora ha sido demostrada y contrastada en diversos estudios que le asignan entre el 27% y el 39% de la variación en el comportamiento y la intención, debido a la introducción del constructo sobre el control del comportamiento percibido (Armitage y Conner, 2001, p.471).

Esto nos permite comprender y predecir las intenciones empresariales teniendo en cuenta no sólo factores personales, sino también sociales (Krueger et al., 2000). Como tal, la historia, las características y las habilidades personales pueden predisponer a los individuos hacia la IE, al igual que el contexto social en el que se encuentre (apoyo social y cultura).

Sin embargo, tres son los determinantes conceptualmente independientes de la intención que predicen la IE directamente, según la TPB- Actitud hacia el emprendimiento, las Normas Subjetivas y el Control del comportamiento percibido.

2.3.2. Determinantes:

2.3.2.1. La actitud hacia el emprendimiento.

La actitud hacia el emprendimiento es la actitud hacia el comportamiento y se refiere al grado en que una persona tiene una evaluación favorable o desfavorable de la conducta en cuestión, así como evaluaciones globales positivas o negativas de realizar un comportamiento particular.

Esto quiere decir que el impacto que tiene en el individuo los resultados de su comportamiento está relacionado con la actitud sobre tal, la cuál además está formada por la creencia y la percepción.

Con respecto a la actitud hacia el comportamiento emprendedor, las creencias vinculan el comportamiento a un cierto resultado tal como el costo incurrido de llevar a cabo el comportamiento.

De esta forma se tiende a favorecer aquel comportamiento sobre los que se cree que se obtendrán resultados deseables o bien actitudes desfavorables hacia comportamientos que se asocian con consecuencias no deseables (Ajzen, 1991).

Según (Fini et al., 2012), la actitud se puede definir como el deseo del individuo de iniciar un acto emprendedor para crear valor.

Las actitudes implican tanto una valoración psicológica hacia un comportamiento dado (Ajzen y Fishbein, 2005), como la intensidad del valor que tiene un individuo. Según (Klein y Sorra, 1996) esa intensidad se suele medir entre un nivel que va de más bajo a alto, e irá mostrando el nivel de pasión, ganas e importancia que puede tener una persona con respecto a un valor, hasta llegar también al deseo de la realización del comportamiento .

Hay muchos estudios que han corroborado la capacidad de predecir la intención, con el posible comportamiento emprendedor posterior, a través de la actitud mediante una relación directa y positiva entre ambos (Engle et al., 2010; R. Fini et al., 2012; Iakovleva et al., 2011; Kolvareid y Isaksen, 2006; Lüthje y Franke, 2003; Moriano et al., 2012). En concreto, podríamos destacar los trabajos realizados por los siguientes autores españoles (Guerrero et al., 2008; Liñán, 2004; Liñán et al., 2011).

En base a los argumentos ya expuestos, podemos concluir la consideración de que cuanto más favorable sea la actitud hacia el comportamiento emprendedor, la intención emprendedora será mayor, es decir, cabe esperar que la actitud tendrá una relación positiva y directa con la intención emprendedora.

2.3.2.2. La norma subjetiva

El segundo condicionante es un factor social que se refiere a la presión social percibida para realizar o no realizar el comportamiento, es decir, consiste en la percepción que un individuo tiene sobre la aprobación de otras personas o grupos de referencia, en relación a la ejecución de un comportamiento en específico (Ajzen, 1991).

En este modelo se considera que la norma subjetiva comprende dos factores: por una parte, aquellas creencias normativas que el individuo atribuye a las personas o grupos de referencia, y, por otra, la motivación para actuar de forma consistente con los deseos de tales personas (Ajzen, 2006). La intensidad de cada creencia normativa es ponderada por la motivación de la persona a cumplir con el referente en cuestión, y la norma subjetiva es directamente proporcional a la suma de los productos resultantes de los referentes más sobresalientes (Ajzen, 1991; Fini et al., 2012)

Además hay que tener en cuenta que las normas subjetivas están controladas de forma interna, pues no operan a través de refuerzos sociales externos o reprimendas tales como felicitaciones u hostilidad de otros (Fini et al., 2012).

Hay quien piensa que existe una contradicción implícita en el constructo (Ajzen, 1991), pero la naturaleza interna ayuda a desechar tal contradicción. Así pues, se argumenta que las normas subjetivas son “subjetivas” ya que constituyen lo que el sujeto del proceso de decisión piensa, pero a su vez, estas normas subjetivas son “normas” que el sujeto tiene entendido sobre lo que las personas que son relevantes para ellos piensan que debería hacer (Fini et al., 2012).

Dependiendo de las personas o grupos de referencia seleccionados, las respuestas cognitivas serán positivas, negativas o neutrales. Estos grupos de referencia desempeñan en nosotros una serie de funciones, según Herrero Crespo (2005) estas son:

1. Ejercen una influencia en los procesos de adquisición de habilidades, conocimientos y actitudes necesarias a través de la socialización de sus miembros.
2. Desempeñan una función normativa, ya que establecen una serie de reglas de conducta sobre sus miembros.
3. Ejercen una presión hacia la aceptación de las normas del grupo
4. Participan en la construcción de la identidad individual, ayudando a dar forma al auto-concepto del individuo al dirigir su comportamiento en función de las conductas, sentimientos y actitudes de las personas con las que se relaciona y su posible aprobación o desaprobación.

A la hora de seleccionar personas o grupos de referencia, tendemos a elegir las personas que guardan un grado de similitud con nosotros. De hecho se ha demostrado que esto es lo más acertado, debido principalmente a que si una persona obtiene resultados desproporcionados a los que forman su grupo referente, ésta generará un estado de tensión, por lo que deben evitarse esas referencia apuestas a nosotros.

Normalmente el grupo de referencia de los individuos suele ser la familia debido a que proporciona a sus miembros una estructura de creencias, valores, actitudes y normas de conducta.

Sin embargo, diversos estudios han demostrado que la norma subjetiva normalmente manifiestan una influencia limitada sobre las intenciones (Armitage y Conner, 2001; White et al., 2009). En general, se ha sugerido que la norma subjetiva contribuye en menor grado sobre la intención para aquellos individuos con un fuerte locus de control (Ajzen, 2002) que para aquellos con una fuerte orientación hacia la acción (Bagozzi, 1992).

En segundo lugar, el bajo poder predictivo de la norma subjetiva en su estudio lo atribuyen a que el contexto social puede variar en ciertas condiciones, existiendo barreras que limitan su influencia.

En base a estos argumentos ya expuestos, cabe esperar que la norma subjetiva tendrá una relación positiva y directa con la intención emprendedora.

2.3.2.3. El control percibido

El tercer antecedente de la intención que vamos a hacer mención es el grado de control percibido del comportamiento o también llamada, autoeficacia. Podemos definirlo como la facilidad o dificultad percibida de realizar el comportamiento y refleja la experiencia pasada, así como impedimentos y barreras previstas.

Ajzen (1985) también nos dice que dos son las causas que justifican la relación entre el comportamiento y el control percibido sobre este. Por un lado, el esfuerzo que resulta de iniciar un comportamiento hasta llegar a un resultado victorioso, se incrementará si el individuo percibe que tiene un mayor control, en el caso de que se mantenga constante la intención, y, por tanto, estará contribuyendo a su vez a una mayor probabilidad de éxito. En segundo lugar, el control percibido sobre el comportamiento puede ser empleado como medida de control real, que servirá también para predecir la probabilidad de un intento de comportamiento exitoso.

Sin embargo, el constructo del control sobre el comportamiento planeado en la Teoría de la Acción Planificada es considerado como poco predecible de la intención. La motivación no es solo la causa de los comportamientos, sino que además es necesario que se perciba cierta habilidad; por ejemplo, un pensamiento positivo de que podremos llevar a cabo las tareas necesarias, de manera que se pueda adaptar ante diferentes situaciones (Ajzen, 1991).

El comportamiento de los emprendedores se encuentra influenciado intensamente por la confianza en su habilidad de llevar a cabo ciertas acciones, pero también por la percepción de existencia o carencia de recursos y oportunidades requeridas. En este sentido, una persona tendrá más desconfianza si se basa en alguna experiencia pasada, pero también estará influenciada por información de segunda mano sobre el acto de emprender, por las experiencias de conocidos o familiares.

El control percibido sobre el comportamiento se ha considerado equivalente por muchos autores a la auto-eficacia. (Rodgers et al., 2008) la define como “estimación de las capacidades propias o la confianza de desempeñar un conjunto de

comportamientos bien definidos”. En muchos casos, las percepciones de auto-eficacia suelen ser más importantes que las habilidades en sí como determinantes del comportamiento (Krueger y Dickson, 1994).

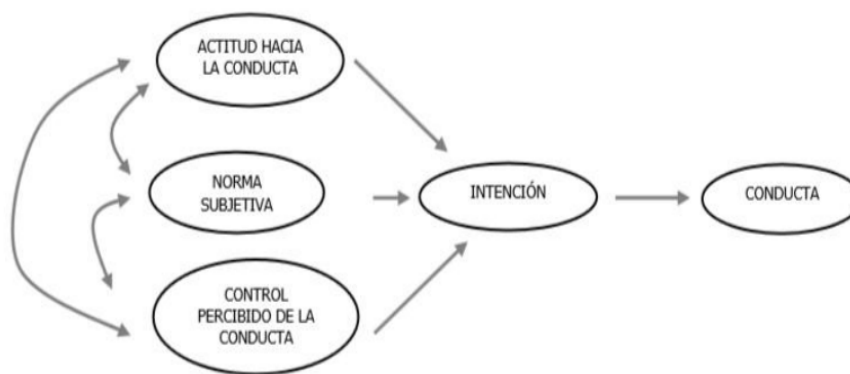
Por lo tanto, de acuerdo a los argumentos expuestos anteriormente, cabe esperar que el control percibido tendrá una relación positiva y directa con la intención emprendedora.

Otra serie de condicionantes, como los valores de la vida, variables tales como la educación, edad, género, ingresos, etc., y exposición a los medios de comunicación, y otras fuentes de información influyen indirectamente en las IE a través de uno o más de estos tres componentes.

Todos estos factores conforman el control real en mayor medida que las personas tienen sobre el comportamiento. Podemos considerar, por tanto, que una persona que cuente con oportunidades y recursos, además de la intención de desempeñar el comportamiento, tendrá mayor probabilidad éxito en su realización que otra que no. Ajzen (1991) argumenta que es más relevante que una persona tenga la percepción del control actual del comportamiento que el control en sí.

Como regla general, cuanto más favorable sea la actitud y la norma subjetiva con respecto a un comportamiento, y cuanto mayor sea el control de comportamiento percibido, más fuerte deberá ser la intención de un individuo de realizar el comportamiento considerado. Se prevé que la importancia relativa de la actitud, la norma subjetiva y el control del comportamiento percibido en la predicción de la intención varían según los comportamientos y las situaciones. Por lo tanto, en algunas aplicaciones se puede encontrar que sólo las actitudes tienen un impacto significativo en las intenciones, en otras que las actitudes y el control de comportamiento percibido son suficientes para dar cuenta de las intenciones, y en otros, los tres predictores hacen contribuciones independientes.

Figura 1. Modelo de la teoría de la Acción planificada, Ajzen (1991).



Fuente: Modelo de la teoría de la Acción planificada, Ajzen , 1991.

Liñán y Chen (2009) realizaron una contribución afirmando que además de la influencia de esos tres factores en la intención empresarial, la norma subjetiva influye positivamente en la actitud personal y en el control del comportamiento percibido, y la actitud personal influye positivamente en el control del comportamiento percibido.

Por lo tanto, podemos deducir que la intención de los emprendedores se ve condicionada tanto por lo que esperan obtener como resultado, como por las percepciones del entorno y por la capacidad que cree el individuo que tiene para controlar y llegar a obtener los resultados derivados del emprendimiento.

Por último, hay que tener en cuenta que esta teoría intenta predecir la conducta humana, y que si nos centramos en la intención del individuo para actuar de acuerdo a una conducta concreta a largo plazo, la incertidumbre conllevará una disminución del control percibido del individuo.

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA

3.1. MÉTODO REALIZADO:

El método de recopilación de datos consistió en una encuesta a todos los alumnos de las facultades de Ciencias Económicas y Empresariales y de Turismo y Finanzas de la Universidad de Sevilla.

Se contactó con los profesores de asignaturas de primer curso para que ellos invitaran a todos sus alumnos y rellenaran el cuestionario voluntariamente. El cuestionario tiene carácter anónimo y se les ofreció que voluntariamente rellenaran unos datos personales para un futuro seguimiento. El total de los alumnos que contestaron estuvo en torno a unos 204 alumnos, de los cuáles 198 proporcionaron sus datos personales.

Las preguntas realizadas estaban relacionadas con lo ya explicado anteriormente, las características demográficas, actitudes personales, normas subjetivas, control percibido del comportamiento e intención empresarial.

Después de la recolección los datos fueron estadísticamente analizados e interpretados mediante un análisis descriptivo.

3.2. DESCRIPCIÓN DEL CUESTIONARIO:

El cuestionario se divide en 6 partes: una pregunta general, 4 bloques sobre el emprendimiento (actitud empresarial, control percibido, norma subjetiva e intención empresarial), 11 preguntas sobre los datos demográficos del estudiante, y por último, 4 preguntas para que proporcionen datos de contacto con el fin de poder localizarlos al finalizar la carrera universitaria. Esta última parte incluye una pregunta sobre la participación en un taller formativo sobre empleabilidad y emprendimiento.

La primera pregunta es realizada como primera toma de contacto, con el objetivo de obtener una idea previa sobre la intención del estudiante del inicio de una actividad emprendedora. La pregunta dice lo siguiente:

1. Puntúe en una escala de 0 a 6 su intención de seguir cada una de las siguientes trayectorias profesionales:

-
1. Crear su propia empresa (ser emprendedor)
 2. Desarrollar su carrera profesional en una empresa privada
 3. Trabajar en la Administración Pública (ser funcionario)
 4. Colaborar con una Organización Sin Ánimo de Lucro (ONG)
-

A continuación pasamos a ver los 4 bloques propuestos:

La segunda y tercera pregunta corresponden al primer bloque y tiene que ver con la actitud emprendedora:

2. Crear una nueva empresa (ser emprendedor) para Ud. supondría...

1. Enfrentarme a nuevos retos
 2. Crear empleo para otras personas
 3. Ser creativo e innovar
 4. Tener altos ingresos económicos
 5. Asumir riesgos calculados
 6. Ser mi propio jefe (independencia)
-

3. Ahora debe señalar hasta qué punto son deseables para Ud. en su vida en general...

1. Enfrentarte a nuevos retos
 2. La creación de empleo para otras personas
 3. La creatividad y la innovación
 4. Altos ingresos económicos
 5. Asumir riesgos calculados
 6. Ser independiente (tu propio jefe)
-

El segundo bloque hace referencia al control percibido, y corresponde a la pregunta 4.

4. Por favor, indique hasta qué punto sería Ud. capaz de realizar eficazmente las siguientes tareas:

1. Definir mi idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa
 2. Mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa
 3. Negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos
 4. Reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios
 5. Relacionarme con personas clave para obtener capital para crear una nueva empresa
 6. Crear y poner en funcionamiento una nueva empresa
-

El tercer bloque trata sobre la norma subjetiva en las preguntas 5ª y 6ª.

5. Por favor, piense ahora en sus familiares y amigos más cercanos. ¿En qué grado se mostrarían de acuerdo si decide emprender y crear su propia empresa?

1. Mi familia directa (padres y hermanos)
 2. Mis amigos íntimos
 3. Mis compañeros o colegas
-

6. Y, ¿cómo valora la opinión de estas personas a este respecto? La considero (desde 1 = Nada importante, hasta 7 = muy importante)....

1. La de mi familia directa (padres y hermanos)
 2. La de mis amigos íntimos
 3. La de mis compañeros o colegas
-

La intención emprendedora se encuentra en el cuarto bloque, en la pregunta 7ª.

7. Por favor, señale su grado de intención respecto a las siguientes afirmaciones:

1. Es muy probable que llegue a crear una empresa algún día
 2. Estoy dispuesto a esforzarme lo que sea necesario para ser empresario
 3. Tengo serias dudas sobre si alguna vez llegaré a crear una empresa
 4. Estoy decidido a crear una empresa en el futuro
 5. Mi objetivo profesional es ser empresario
-

Con respecto a los datos demográficos, las preguntas realizadas han sido:

- Sexo
 - Edad
 - Estudios
 - Actual situación laboral
 - Años de experiencia laboral como asalariado
 - Autoempleado alguna vez o no
 - En contacto con algún centro de apoyo a emprendedores en los últimos meses o no
 - Provincia de nacimiento
 - Nivel de estudios más alto alcanzado
 - Grupo socioeconómico
 - Empresario conocido o no
-

Por último, los datos de contacto:

- Preferencia sobre asistencia al turno del taller
 - Nombre y apellidos
 - Correo electrónico
 - Teléfono de contacto
-

CAPÍTULO 4

RESULTADOS ANÁLISIS

En este capítulo, con el fin de contrastar las ideas anteriormente expuestas y conocer las características generales de los académicos que han respondido al cuestionario, trataremos de observar el comportamiento de las variables: actitud emprendedora, control percibido, norma subjetiva e intención empresarial según el género, grupo de edad, los estudios que cursan, la experiencia laboral que posean los estudiantes, nivel socioeconómico y por último dependiendo de si conocen a un empresario o no.

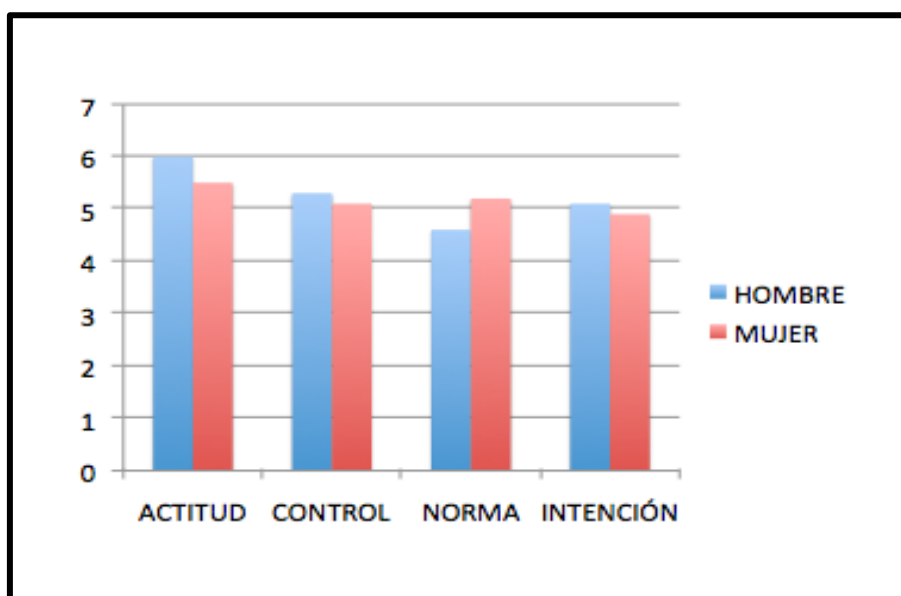
4.1. GÉNERO.

Tabla 1: Tabla de clasificación por sexo:

GÉNERO (204)	ACTITUD	CONTROL	NORMA	INTENCIÓN
HOMBRE (110)	6,1	5,3	4,6	5,1
MUJER (93)	5,6	5,1	5,2	4,9

Fuente: elaboración propia

Gráfico 2: Gráfica sobre clasificación por sexo:



Fuente: elaboración propia

En el gráfico 2 podemos observar que los hombres poseen tanto mayor actitud empresarial (6,1) que las mujeres (5,6), como control percibido (5,3) e intención empresarial (5,1). Mientras, las mujeres dan mayor importancia a las opiniones de familiares y amigos más cercanos (5,2 de nivel medio en la norma subjetiva), frente al nivel de los hombres (4,6). No obstante, tanto en el control percibido como de la intención empresarial las diferencias son relativamente pequeñas de las mujeres respecto a los hombres (5,1 y 4,9 respectivamente), apenas un 0,2.

4.2. GRUPO DE EDAD.

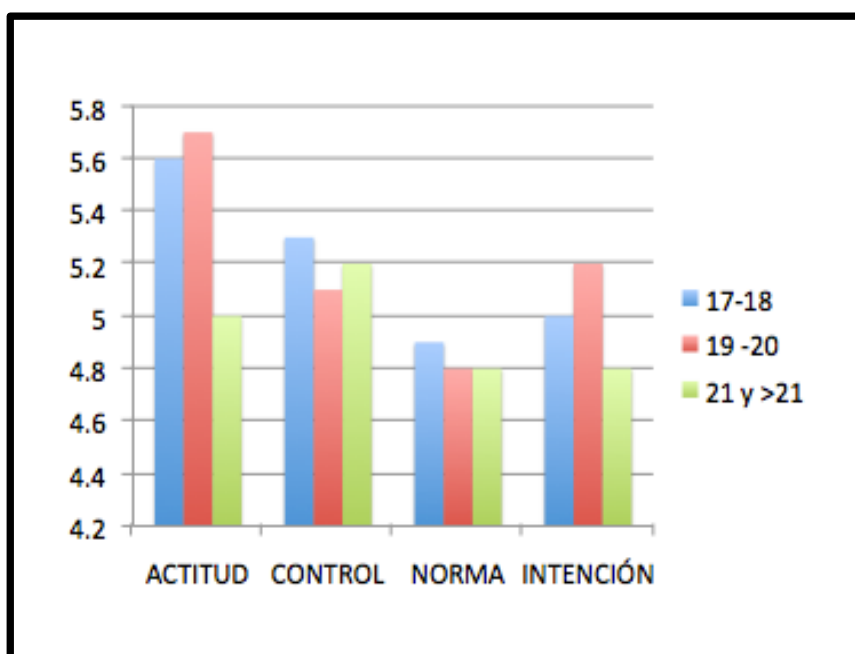
Con respecto a la edad, se ha considerado a rasgos generales si los alumnos van según su curso, o han perdido algún curso a lo largo de su trayectoria educativa. Así, se ha dividido las distintas edades en 3 grupos; 17 y 18 años, que estaría formado por los estudiantes que van conforme a su curso; 19 y 20 años, los que han repetido alguna vez, y más de 21 años, han repetido más de 1 vez.

Tabla 2: Tabla sobre clasificación por edad:

EDAD (204)	ACTITUD	CONTROL	NORMA	INTENCIÓN
17-18 (97)	5,6	5,3	4,9	5
19-20 (55)	5,7	5,1	4,8	5,2
21- >21 (51)	5	5,2	4,8	4,8

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 3: Gráfica sobre clasificación por edad:



Fuente: elaboración propia

Comparando las variables según el grupo de edad de los estudiantes, podemos comprobar cómo la actitud hacia el emprendimiento es la que está afectando en mayor medida a la intención emprendedora, debido a que los estudiantes de 19 y 20 años son los que presentan un valor más alto (5,7), a pesar de que presenten el valor más bajo de control percibido (5,1) y de norma subjetiva (4,8).

Sin embargo, los estudiantes más jóvenes, los de 17 y 18 años, se sienten más capaces y con mayores recursos que sus compañeros de más edad (5,3), además de ser los que más influidos se ven por sus familiares y amigos (4,9).

Por otro lado, los estudiantes de 21 años y más, presentan menos optimismo hacia el emprendimiento, tanto de actitud (5), como de intención (4,8), aunque se encuentran un poco más capaces que los estudiantes de 19 y 20 años (5,2) e igual de sensibles a la opinión de sus conocidos que los estudiantes de 19 y 20 años (4,8).

4.3. TITULACIÓN.

En este apartado se estudia la percepción de los estudiantes según la carrera que estén cursando y se han agrupado en 5 grupos. El primer grupo corresponde a economía; el segundo, a administración de empresas, el tercero, a finanzas y contabilidad, el cuarto a turismo, y el quinto, denominado "otras" a marketing y a otras carreras, entre las cuales se incluyen a los dobles grados.

Con respecto a la actitud hacia el emprendimiento, la valoración más alta corresponde a la categoría "otras" con un valor de 6,8; seguido de ADE con un 5,7; turismo con un 5,5; finanzas con un 5,4, y por último economía con solo 4,9.

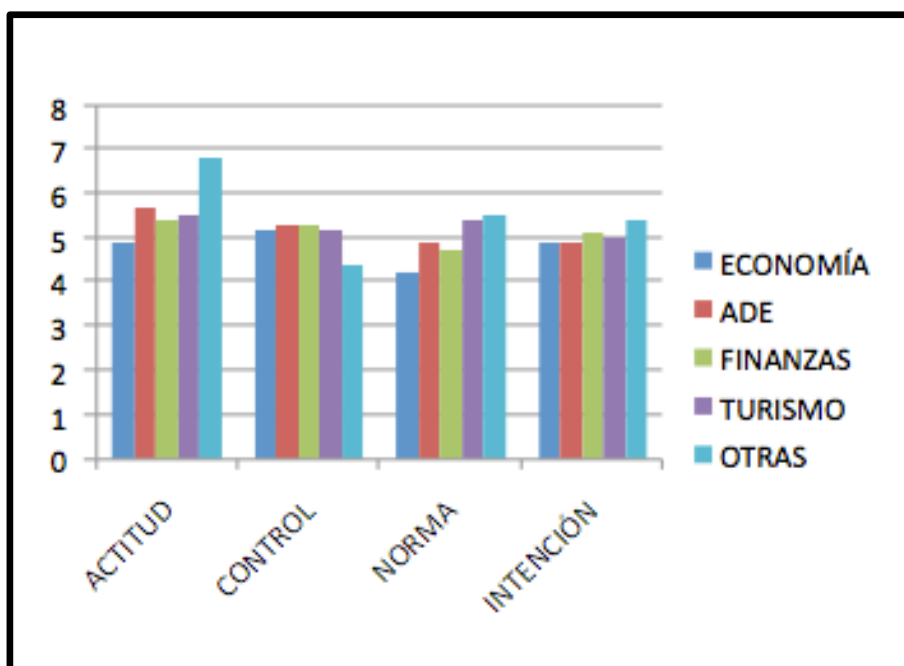
Sin embargo, con respecto al control percibido a la hora de emprender, son los estudiantes de las titulaciones de ADE y finanzas los que presentan valores más altos (5,3), y los estudiantes de "otras" los que menos (4,4).

En cambio, los estudiantes que mayor peso le dan a lo que puedan pensar su familia y amigos son los de "otras" carreras (5,5), seguido de turismo (5,4), después de ADE (4,9), finanzas (4,7) y por último economía (4,2).

Tabla 3: Tabla sobre clasificación por titulaciones:

TITULACIONES (204)	ACTITUD	CONTROL	NORMA	INTENCIÓN
ECONOMÍA (27)	4,9	5,2	4,2	4,8
ADE (62)	5,7	5,3	4,9	4,9
FINANZAS (61)	5,4	5,3	4,7	5,1
TURISMO (46)	5,5	5,2	5,4	5
OTRAS (7)	6,8	4,4	5,5	5,4

Fuente: elaboración propia

Gráfica 4: Cuadro sobre clasificación por titulaciones:

Fuente: elaboración propia

Para finalizar con esta clasificación, decir que los estudiantes que más intención emprendedora muestran son los de “otras” titulaciones con un 5,4: finanzas con 5,1; turismo con un 5, y los que menos economía y ADE, ambos con un 4’9.

4.4. EXPERIENCIA LABORAL.

En dicho apartado, se ha hecho una clasificación dividiendo en primer lugar los estudiantes que tienen actualmente experiencia laboral como trabajador por cuenta propia, ya sea como empresario con socios, como trabajador independiente o como creador de una nueva empresa. En segundo lugar, los trabajadores por cuenta ajena, tanto como para una empresa privada como para la administración pública. En tercer lugar, se encuentran los trabajadores que se encuentran estudiando o buscando activamente empleo, y por último la categoría “otras”, considerando que han marcado esa opción aquellos estudiantes que probablemente estén trabajando pero sin darse de alta en la seguridad social, tal como dando clases particulares a otros estudiantes, limpiando, etc.

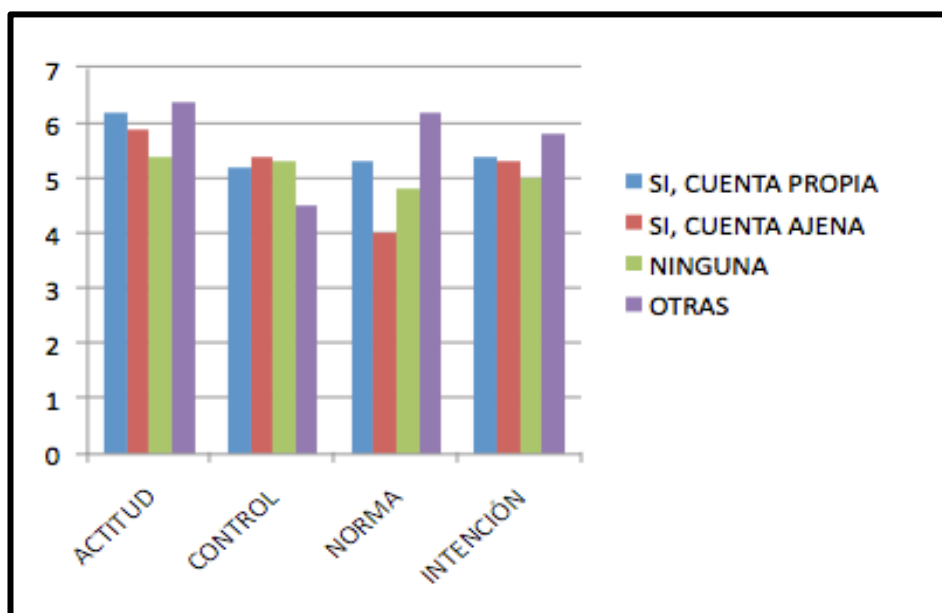
Si observamos el gráfico 5, la categoría “otras” es la que presenta mayor actitud emprendedora con un 6,4, es decir, presentan más ganas de emprender una actividad económica por cuenta propia, pero tal vez no cuentan con los recursos necesarios para acometerla. Seguidamente, los trabajadores por cuenta propia presentan un valor muy similar a los anteriores, con un 6,2. Los que menos actitud hacia el emprendimiento muestran son los estudiantes sin ninguna experiencia laboral, con un valor de 5,4, seguramente debido a esa distancia apreciada que existe entre el mundo laboral y el universitario.

Tabla 4: Tabla sobre clasificación por experiencia laboral:

EXPERIENCIA (204)	ACTITUD	CONTROL	NORMA	INTENCIÓN
C. PROPIA (7)	6,2	5,2	5,3	5,4
C. AJENA (8)	5,9	5,4	4	5,3
NINGUNA (182)	5,4	5,3	4,8	5
OTRAS (7)	6,4	4,5	6,2	5,8

Fuente: elaboración propia

Gráfico 5: Cuadro sobre clasificación por experiencia laboral:



Fuente: elaboración propia

Sin embargo, son los estudiantes con experiencia laboral como trabajador por cuenta ajena los que se ven con mayor capacidad para iniciar una empresa (5,4), seguido de los que no tienen experiencia laboral (5,3), después por los que sí tienen experiencia ya como trabajador autónomo (5,2), los cuales hace pensar que no han debido de tener muy buena experiencia en el presente o pasado como tal, y por último la categoría otras (4,5).

Por otra parte, es la categoría “otros” los que mayor norma subjetiva presentan con un 6,2, es decir, son los que más fuertemente se ven influenciados por lo que puedan pensar su familia y amigos, mientras que los que no se ven prácticamente influidos son los que tienen experiencia laboral como trabajador por cuenta ajena con un 4.

Por último, de nuevo la categoría “otras” presentan en definitiva mayor intención emprendedora con un valor de 5,8, y el que menos los estudiantes sin experiencia laboral con un 5.

4.5. NIVEL SOCIOECONÓMICO.

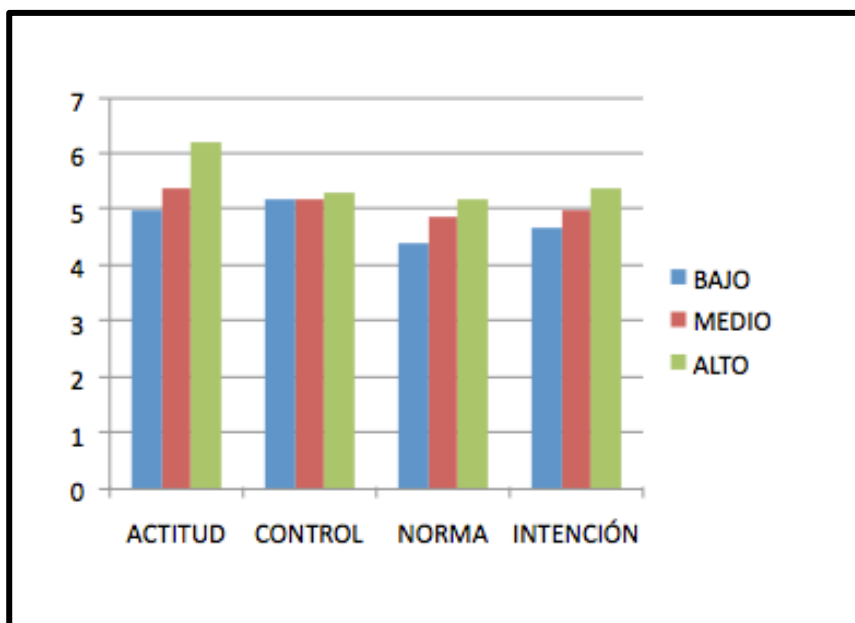
Las respuestas sobre nivel socioeconómico se han agrupado en tres niveles. Los estudiantes que han marcado nivel bajo (en total han sido XXX) y medio-bajo (XXX casos) se han agrupado en el nivel bajo, mientras que los de nivel medio-alto (N=XXX) y alto (N=XXX) se han agrupado en un solo nivel alto.

Tabla 5: Tabla sobre clasificación por nivel socioeconómico:

NIVEL (204)	ACTITUD	CONTROL	NORMA	INTENCIÓN
BAJO (35)	5	5,2	4,4	4,7
MEDIO (132)	5,4	5,2	4,9	5
ALTO (36)	6,2	5,3	5,2	5,4

Fuente: elaboración propia

Gráfico 6: Cuadro sobre clasificación por nivel socioeconómico:



Fuente: elaboración propia

Los estudiantes que califican su nivel socioeconómico como alto poseen una mayor intención emprendedora, mayor control percibido, pues se sienten más seguros y más preparados de poder llegar a crear una empresa, y tendrán un mayor apoyo financiero

de la familia. Además, necesitarán mayor aprobación familiar y de amigos para su decisión de crear una empresa.

Así pues, comprobamos que los que se han calificado con un nivel alto, tienen una actitud de 6,2 puntos, un control percibido de 5,3, una norma subjetiva de 5,2, y una intención empresarial de 5,4.

En cambio, ocurre lo contrario con aquellos estudiantes que califican su nivel socioeconómico como bajo, son los que menos intención empresarial (4,7), norma subjetiva (4,4) y actitud emprendedora (5) poseen, aunque el valor de control percibido coincide con el de nivel socioeconómico medio (5,2), es decir, se sienten igual de preparados que ellos, aunque encuentran las dificultades probablemente en la financiación, su fracaso puede tener un coste más alto, menor apoyo al emprendimiento...

4.6. EMPRESARIO EN LA FAMILIA.

En cuanto a cómo varía la intención empresarial en aquellos estudiantes con empresarios en su familia, en la gráfica podemos observar que el hecho de tener familiares empresarios repercute positivamente tanto en la actitud hacia el emprendimiento (5,6), en cómo se ven ellos capaces de afrontarlo (5,3), están más influidos por la opinión de sus familias y amigos (5), y por lo tanto poseen una intención emprendedora superior (5,1) a la de los estudiantes en cuyas familias no hay empresarios (4,8), o si los hay han tenido una experiencia negativa al crear un negocio (4,6).

La actitud hacia el emprendimiento tanto en aquellos que no tienen familiares empresarios como en los que sí tienen pero con una previa mala experiencia, presentan unos valores similares (5,3); sin embargo, estos últimos presentan un control percibido ligeramente superior a los otros (5,2), pero los que no tienen empresarios en la familia se muestran más sensible al veredicto de sus familiares (4,8).

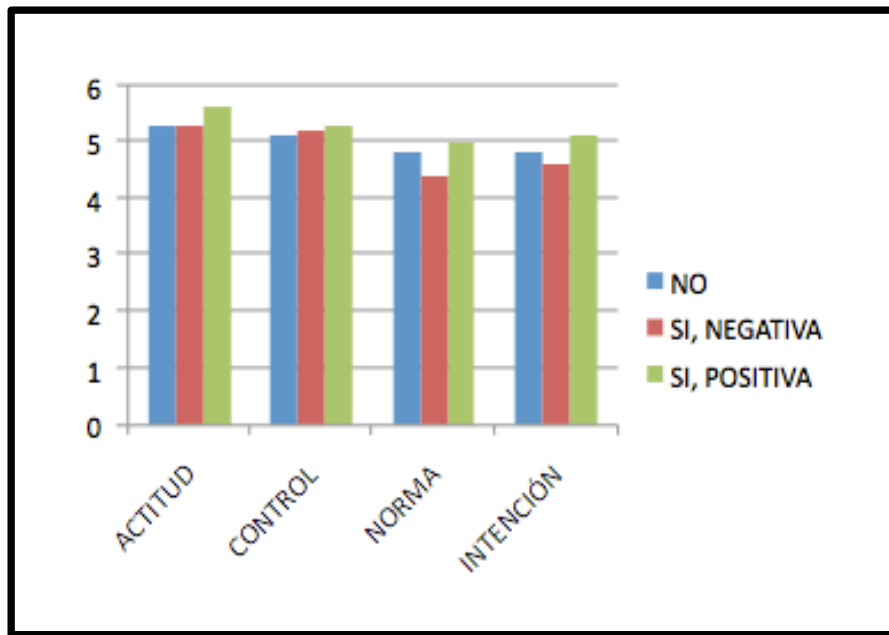
Por último, en el gráfico 7 se muestra cómo la intención emprendedora se ve disminuida en el caso de tener un referente al que le haya ido mal (4,6), pues conlleva a que el miedo al fracaso sea mayor que en el caso de no tener a nadie que haya vivido esa experiencia en nuestro alrededor.

Tabla 6: Tabla sobre clasificación por empresario conocido o no:

CONOCE (204)	ACTITUD	CONTROL	NORMA	INTENCIÓN
NO (63)	5,3	5,1	4,8	4,8
SI, E. NEGATIVA (14)	5,3	5,2	4,4	4,6
SI, E. POSITIVA (126)	5,6	5,3	5	5,1

Fuente: elaboración propia

Gráfico 7: Cuadro sobre clasificación de empresario conocido o no:



Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES

En primer lugar, vamos a analizar la actitud hacia el comportamiento. En la primera gráfica se pone de manifiesto lo anteriormente dicho sobre la predominante actitud hacia el emprendimiento de los hombres en comparación con las mujeres. Esto puede deberse a varios motivos: uno de ellos se debe al prejuicio de asociar al “emprendedor” como un rasgo prácticamente masculino, pero también puede rebajar la motivación a crear una empresa en las mujeres el hecho del “techo de cristal”.

A la hora de considerar otros obstáculos a los que se tienen que enfrentar las mujeres a la hora de emprender, tenemos que tener en cuenta que existen ciertos factores que explican estas restricciones y limitaciones, entre los que destacan el papel que juegan las mujeres en las familias y la responsabilidad que asumen en las tareas domésticas y el cuidado de los niños.

Hay que tener en cuenta, por otra parte, el hecho de que la poca cantidad de mujeres que montan una empresa se debe en gran medida a la menor confianza en sí mismas que pueden poseer en comparación con los hombres, ya que tanto los bancos, como los inversionistas o los business angels tienen una menor probabilidad de apoyar iniciativas de emprendimiento femeninas.

La carga familiar, más las limitaciones a la hora de conseguir recursos, deja claro el motivo de la falta de voluntad de las mujeres a la hora de emprender o, al menos, la tendencia de esperar, hasta que se haya obtenido un alto nivel de recursos, antes de iniciar un negocio.

Por lo tanto, como ya hemos visto, son diversos los factores que explican la percepción realista de las bajas oportunidades para el éxito de las mujeres.

En segundo lugar, se comprueba que los estudiantes de edad entre 19 y 20 años son los que tienen una mayor intención emprendedora, es decir, los estudiantes que han repetido al menos una vez poseen mayor optimismo hacia la creación de su propia empresa que los que van acorde a su curso. Esto podría deberse a que son personas con una amplitud de intereses, que les dificulta obtener mejores resultados académicos, pero les hace estar más interesados por diferentes alternativas personales y profesionales. Sin embargo, los estudiantes que han repetido más veces ya se sienten desmotivados a la hora de pensar en emprender.

En tercer lugar, podemos sacar como conclusión que los que más intención emprendedora poseen son los estudiantes tanto de Marketing como de los diferentes dobles grados, aunque se sientan menos capaces; seguidos por Finanzas y Contabilidad, después por ADE, Turismo, y finalmente Economía.

Otra conclusión a la que podemos llegar, corresponde a que son los estudiantes que no han trabajado nunca, los que menos intención emprendedora tienen, y por lo tanto menos actitud y menos control, y en cambio los que se encuentran en la situación “otras” (a los cuales hemos considerado que se encuentran trabajando aunque no oficialmente) y los que tienen experiencia como emprendedor, se encuentran más positivos a la hora de crear su propio negocio. Por otro lado, los estudiantes que tienen experiencia como trabajador por cuenta ajena se mantienen en

un nivel intermedio, aunque hay que destacar que son los que menos se ven influidos por la opinión de sus familiares y amigos.

Con respecto al nivel socioeconómico, mientras que los estudiantes de nivel socio-económico bajo destacan más los inconvenientes al sentirse menos capaces, con menos recursos y presentan menos actitud hacia el emprendimiento, los estudiantes de nivel socio-económico alto muestran más control percibido y se sienten más preparados para crear una empresa, y también esperan obtener una mayor aprobación de la familia.

Finalmente, el hecho de tener un empresario en la familia puede condicionarnos de forma positiva o negativa hacia la intención emprendedora, dependiendo de cómo haya sido esa experiencia por nuestro familiar. Si fue una experiencia agradable redundará en un menor temor hacia el emprendimiento; en cambio, de lo contrario nos afectará a nuestra intención en mayor medida que aquel que no tiene un empresario en su círculo familiar.

En conclusión, todavía queda mucho por hacer por promover y facilitar el emprendimiento en España, pero los datos reflejan que estamos en buen camino. Los jóvenes cada vez tienen en mejor consideración a los emprendedores, aunque el gobierno y las instituciones deben continuar fomentando una cultura emprendedora y facilitarles el camino mediante programas de emprendimiento que fomenten la actividad emprendedora mediante la educación y políticas de emprendimiento que reduzcan el miedo y la incertidumbre. En este sentido, hay que conseguir que desde los más jóvenes vean el emprendimiento como opción de futuro tan deseable y asequible como cualquier otra opción.

Agradecimientos:

Cuando el profesor Liñán me propuso el tema sobre el emprendimiento en los jóvenes sentí una gran satisfacción, debido a que el tema siempre ha sido de mi interés, sin embargo, me sentí un poco confusa, pues nunca antes a lo largo de la carrera universitaria había abordado en tanta profundidad sobre el emprendimiento, y menos sobre las distintas teorías que a lo largo del tiempo se han ido forjando.

Tras horas de estudio e investigación sobre artículos que tanto el profesor Liñán me proporcionaba, como los que yo iba obteniendo a través de Internet (tesis doctorales, informes, estudios...) puedo concluir que ha sido uno de los mayores retos a los que me he tenido que enfrentar en la carrera como universitaria, y que vale la pena las horas de esfuerzo y sacrificio porque todo tiene su recompensa.

En lo que a la materia se refiere, he de decir que he descubierto la importancia que tiene una buena enseñanza a los niños desde que son pequeños de inculcarles que no deben quedarse en lo seguro, en el camino fácil, sino que una de las mayores aventuras de su vida es el reto de convertirse en emprendedor y proporcionar a la sociedad todos los beneficios que conlleva la creación de empresas y convertir a España por primera vez en uno de los países con mayor tasa de autónomos.

Por ello quiero dar las gracias al profesor Liñán por toda su ayuda y atención prestada, por las horas dedicadas, y a todos aquellos que me han apoyado y me han hecho ver las cosas un poco más fáciles.

Bibliografía

- Ajzen, I. (2006). Constructing a theory of planned behavior questionnaire.
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In *Action control* (pp. 11-39). Springer Berlin Heidelberg.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, Self-Efficacy, locus of control, and the theory of planned Behavior¹. *Journal of applied social psychology*, 32(4), 665-683.
- Ajzen (1991): The theory of planned behaviour. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes* 50, 179-211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). A Bayesian analysis of attribution processes. *Psychological bulletin*, 82(2), 261.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). Understanding attitudes and predicting social behaviour.
- Alonso Galicia, P. E. (2012). La configuración de la intención emprendedora entre académicos responsables de proyectos de investigación en España. Un enfoque de género. Tesis Doctoral. Santander: Universidad de Cantabria.
- Aragón Sánchez, A. & Baisauli Soler, J.S. (Dir.) (2014). Intención emprendedora de los estudiantes de Bachillerato y Ciclos Formativos en la Región de Murcia. Murcia: Universidad de Murcia.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. *British journal of social psychology*, 40(4), 471-499.
- Arocena, R., & Sutz, J. (2001). La universidad latinoamericana del futuro. Tendencias-Escenarios-Alternativas. México: Editorial UDUAL.
- Bagozzi, R. P. (1992). The self-regulation of attitudes, intentions, and behavior. *Social psychology quarterly*, 178-204.
- Baum, J. R., Frese, M., Baron, R. A., & Katz, J. A. (2007). Entrepreneurship as an area of psychology study: An introduction. *The psychology of entrepreneurship*, 1-18.
- Berglund, K., & Johansson, A. W. (2007). Entrepreneurship, discourses and conscientization in processes of regional development. *Entrepreneurship and Regional Development*, 19(6), 499-525.
- Brünjes, J., & Diez, J. R. (2013). 'Recession push' and 'prosperity pull' entrepreneurship in a rural developing context. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(3-4), 251-271.

- Castrogiovanni, G. J., Urbano, D., & Loras, J. (2011). Linking corporate entrepreneurship and human resource management in SMEs. *International Journal of Manpower*, 32(1), 34-47.
- Delmar, F., & Davidsson, P. (2000). Where do they come from? Prevalence and characteristics of nascent entrepreneurs. *Entrepreneurship & regional development*, 12(1), 1-23.
- Do Paço, A. M. F., Ferreira, J. M., Raposo, M., Rodrigues, R. G., & Dinis, A. (2011). Behaviours and entrepreneurial intention: Empirical findings about secondary students. *Journal of International Entrepreneurship*, 9(1), 20-38.
- Duval-Couetil, N. (2013). "Assessing the Impact of Entrepreneurship Education Programs: Challenges and Approaches". *Journal of Small Business Management*, 51(3), 394-409.
- Engle, R. L., Dimitriadi, N., Gavidia, J. V., Schlaegel, C., Delanoe, S., Alvarado, I., ... & Wolff, B. (2010). Entrepreneurial intent: A twelve-country evaluation of Ajzen's model of planned behavior. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 16(1), 35-57.
- Etzkowitz, H., & Klofsten, M. (2005). The innovating region: toward a theory of knowledge-based regional development. *R&D Management*, 35(3), 243-255.
- Farhat, S. D. (2016). La Actitud Conductual en las Intenciones Emprendedoras. *Empresarial*, 10(38), 42-48.
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663-666.
- Fayolle, A., & Redford, D. T. (2014). *Handbook on the entrepreneurial university*. Edward Elgar Publishing.
- Fini, R., Grimaldi, R., Marzocchi, G. L., & Sobrero, M. (2012). The determinants of corporate entrepreneurial intention within small and newly established firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(2), 387-414.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2011). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. Taylor & Francis.
- Florin, J., Karri, R., & Rossiter, N. (2007). Fostering entrepreneurial drive in business education: An attitudinal approach. *Journal of management education*, 31(1), 17-42.
- Guerrero, M., Rialp, J., & Urbano, D. (2008). The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(1), 35-50.
- Iakovleva, T., Kolvereid, L., & Stephan, U. (2011). Entrepreneurial intentions in developing and developed countries. *Education+ Training*, 53(5), 353-370.
- Jaén, I. (2010). *Una revisión teórica de los valores en el estudio de la intención emprendedora*. Trabajo de investigación. Sevilla: Universidad de Sevilla.

- Jaén, I., & Liñán, F. (2013). Work values in a changing economic environment: the role of entrepreneurial capital. *International Journal of Manpower*, 34(8), 939-960.
- Katz, J. A. (2007). Education and Training in Entrepreneurship.
- Kautonen, T., Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655-674.
- Keh, H. T., Foo, M. D., & Lim, B. C. (2002). Opportunity evaluation under risky conditions: The cognitive processes of entrepreneurs. *Entrepreneurship theory and practice*, 27(2), 125-148.
- Kickul, J. R., Gundry, L. K., & Sampson, S. D. (2007). Women entrepreneurs preparing for growth: The influence of social capital and training on resource acquisition. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 20(2), 169-181.
- Klein, K. J., & Sorra, J. S. (1996). The challenge of innovation implementation. *Academy of management review*, 21(4), 1055-1080.
- Kolvereid, L. (1996). Prediction of employment status choice intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 21, 47-57.
- Kolvereid, L., & Isaksen, E. (2006). New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of Business Venturing*, 21(6), 866-885.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 15(5), 411-432.
- Krueger, N., & Dickson, P. R. (1994). How believing in ourselves increases risk taking: Perceived self-efficacy and opportunity recognition. *Decision Sciences*, 25(3), 385-400.
- Kuckertz, A., & Wagner, M. (2010). The influence of sustainability orientation on entrepreneurial intentions—Investigating the role of business experience. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 524-539.
- Langowitz, N. S., Minniti, M., & Arenius, P. (2005). Global entrepreneurship monitor: 2004 report on women and entrepreneurship.
- Lee, S. M., Lim, S. B., Pathak, R. D., Chang, D., & Li, W. (2006). Influences on students attitudes toward entrepreneurship: a multi-country study. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 2(3), 351-366.
- Liñán, F., 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.
- Liñán, F. (2004). Intention-based models of entrepreneurship education. *Piccola Impresa/Small Business*, 3(1), 11-35.
- Liñán, F., Moriano, J. A., & Jaén, I. (2016). Individualism and entrepreneurship: Does the pattern depend on the social context?. *International Small Business Journal*, 34(6), 760-776.

- Liñán, F. (2008). Skill and value perceptions: how do they affect entrepreneurial intentions?. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(3), 257-272.
- Lüthje, C., & Franke, N. (2003). The 'making' of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&d Management*, 33(2), 135-147.
- Maribel Guerrero, David Urbano, Antonio R. Ramos, José Ruiz-Navarro, Isabel Neira y Ana Fernández-Laviada (2016). *Observatorio de Emprendimiento Universitario en España. Edición 2015-2016*. Madrid: Crue Universidades Españolas-RedEmprendia-CISE.
- Marina, J. A. (n.d.). GEM España : A vueltas con la educación emprendedora. Retrieved May 14, 2017, from <http://www.gem-spain.com/a-vueltas-con-la-educacion-emprendedora/>
- Melián Navarro, A., & Campos Climent, V. (2010). Emprendedurismo y economía social como mecanismos de inserción sociolaboral en tiempos de crisis. *REVESCO. Revista de estudios cooperativos*, (100), 43-67.
- 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.
- Noel, TW (2002). Effects of entrepreneurial education on intent to open a business: An exploratory study. *Journal of Entrepreneurship Education*, 5, 3-13.
- Palich, L. and Bagby, D. (1995), "Using cognitive theory to explain entrepreneurial risk-taking: challenging conventional wisdom", *Journal of Business Venturing*, Vol. 10 No. 6.
- Pelling, E. L., & White, K. M. (2009). The theory of planned behavior applied to young people's use of social networking web sites. *CyberPsychology & Behavior*, 12(6), 755-759.
- Peña, I., Guerrero, M., González-Pernía, J. L., Turró, A., Urbano, D., de Pablo, I., ... & Sánchez, M. J. T. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2015* (Vol. 22). Ed. Universidad de Cantabria.
- Peña, I., Guerrero, M., & González-Pernía, J. L. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor: Informe GEM España 2014* (Vol. 18). Ed. Universidad de Cantabria.
- Pittaway, Luke, and Jason Cope. "Entrepreneurship Education A Systematic Review of the evidence." *International Small Business Journal* 25.5 (2007): 479-510.
- Raposo, M., & Do Paco, A. (2011). Entrepreneurship education: Relationship between education and entrepreneurial activity, *Psicothema* 23 (3), 453-45.
- Rodgers, W. M., Conner, M., & Murray, T. C. (2008). Distinguishing among perceived control, perceived difficulty, and self-efficacy as determinants of intentions and behaviours. *British Journal of Social Psychology*, 47(4), 607-630.
- Romero-Martínez, A. M., & Milone, M. (2016). El Emprendimiento en España: Intención Emprendedora, Motivaciones y Obstáculos/Entrepreneurship in Spain:

Entrepreneurial Intention, Motivations and Obstacles/Empreendedorismo em Espanha: Intenção Empreendedora, Motivações e Obstáculos. *Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 10(1), 95.

- Rushing, F. W. (1990). Entrepreneurship and education. *Entrepreneurship education: Current developments, future directions*, 29-40.
- Salem, O. M. (2014). Variables Explicativas de la Intención Emprendedora de los Estudiantes Universitarios y la Importancia de la Materia Emprendimiento como un Factor. *Compendium: Cuadernos de Economía y Administración*, 1(1), 13.
- Schwartz, S. H., & Boehnke, K. (2004). Evaluating the structure of human values with confirmatory factor analysis. *Journal of research in personality*, 38(3), 230-255.
- Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business venturing*, 22(4), 566-591.
- Wang, C. K., & Wong, P. K. (2004). Entrepreneurial interest of university students in Singapore. *Technovation*, 24(2), 163-172.
- Zafar J y Bin Mat N, 2012. *Revista Internacional de Investigación Académica de Ciencias Empresariales y Sociales*.
- Zarafshani K; 2013. Universidad Razi Kermanshah, Irán Jamie OH.