

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/348620421>

La intención emprendedora desde una perspectiva de género. El caso de la población universitaria de doctorado

Chapter · December 2020

CITATIONS

0

4 authors:



Pedro Baena-Luna
Universidad de Sevilla

19 PUBLICATIONS 23 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)



Macarena Pérez-Suárez
Universidad de Sevilla

29 PUBLICATIONS 27 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)



Esther García-Río
Universidad de Sevilla

16 PUBLICATIONS 14 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)



Isadora Sánchez Torné
Universidad de Sevilla

25 PUBLICATIONS 30 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Innovación docente, a través de las TIC, en el ámbito universitario: ingeniería, arquitectura y economía social [View project](#)

503

La intención emprendedora desde una perspectiva de género. El caso de la población universitaria de doctorado.

Pedro Baena-Luna. Universidad de Sevilla (España)

Macarena Pérez-Suárez. Universidad de Sevilla (España)

Esther García-Río. Universidad de Sevilla (España)

Isadora Sánchez-Torné. Universidad de Sevilla (España)

1. Introducción

El emprendimiento ha evolucionado de una forma un tanto desarticulada. Ésta se ha desarrollado tomando prestado, aprovechando y adaptando el trabajo teórico y conceptual de otras áreas (Kuratko, Morris y Schindehutte, 2015). La realidad del emprendimiento es un fenómeno que ha sido, y es, analizado desde distintos puntos de vista. Se considera una realidad de carácter multifacético. Esto hace que en muchos casos pueda significar cosas distintas para la comunidad científica y otros actores (Audretsch, Kuratko y Link, 2015).

De alguna manera, el emprendimiento se conforma como una de las mayores fuentes críticas de potencial crecimiento económico de los países (Kuratko et al., 2015). La importancia del emprendimiento, viene motivada en gran medida por el acuerdo generalizado del efecto que sobre la actividad económica tiene la actividad empresarial (Korez-Vide y Tominc, 2016; Palos-Sánchez et al., 2019) y por ende su influencia positiva en la cohesión social de un territorio (Lindner, 2018). Aunque el emprendimiento no es algo que pueda considerarse nuevo, el hecho de querer abordarlo de una forma sistemática sí se puede considerar como algo más reciente. Es cierto que el reconocimiento y la relevancia del emprendimiento durante las últimas tres décadas se pone de manifiesto en la cantidad sin precedentes de atención de personas académicas y educadoras (Kuratko et al., 2015).

Partiendo de la idea de que la iniciativa emprendedora puede ser entendida como la capacidad de las personas para convertir ideas en acciones (Muñoz-Fernández, Rodríguez-Gutiérrez y Santos-Roldán, 2016), puede ser una competencia que ha de estar presente en todas las etapas educativas y de formación. Uno de los principales fines de la educación empresarial debe ser servir para fortalecer a la persona, con una clara orientación de valor, en un modelo de sociedad que pueda ser sostenible y perdurable en el tiempo (Lindner, 2018).

Dentro de la literatura relacionada algunos trabajos consideran, que la existencia en la persona de ciertos rasgos de la personalidad, son determinantes en el papel que juegan sobre su potencial intención emprendedora (Muñoz-Fernández et al., 2016). En relación con esto, otras autorías establecen que las habilidades de emprendimiento se pueden enseñar y no son, por tanto, hay características personales fijas (Oosterbeek, van Praag, y Ijsselstein, 2010). Cuando más se fomente en los estudios de educación superior estas habilidades, será más probable que se pueda desarrollar el espíritu emprendedor en algún momento de su vida (Muñoz-Fernández et al., 2016).

Este trabajo afronta la potencial influencia ejercida por la educación superior de doctorado sobre la intención emprendedora de este colectivo, a su vez se hace desde una perspectiva de género, pues se analiza la influencia a medida que aumenta el nivel de educación. Dar el salto a la actividad emprendedora representa un desafío muy marcado para el colectivo investigador ya que puede alterar su normalidad. Sin embargo, no deja de ser menos cierto, que no hay excesivo conocimiento aún sobre qué es lo que influye

en el personal investigador a la hora de decantarse por una actividad profesional empresarial (Goethner, Obschonka, Silbereisen y Cantner, 2011). La estructura seguida en este trabajo inicia con la introducción, que aborda elementos relacionados con la intención emprendedora. Seguidamente, es presentada la metodología que antecede los resultados obtenidos y las respectivas conclusiones.

2. Revisión de la literatura

La literatura de carácter científica relacionada ha abordado el estudio del emprendimiento desde tres puntos de vista principal: sociodemográfica, psicológica y situacional, y desde diferentes áreas de las ciencias sociales. Siendo la perspectiva psicológica la que pone el foco en el características de tipo intrínsecas que definen a las personas emprendedoras (Muñoz-Fernández et al., 2016; Laguía, Moriano y Gorgievski, 2019). Estas personas deben ser capaces de tener las características de varias personalidades a la vez y como una sola persona para demostrar la capacidad de actuar con distintos roles (Kozubíková, Belás, Bilan y Bartoš, 2015).

La intención emprendedora se ha vinculado con algunos factores de personalidad, como la confianza en sí mismo, la capacidad de asumir riesgos y la necesidad de logro y el control. Sin embargo, una persona está rodeada de una amplia gama de factores culturales, sociales, económicos, políticos, demográficos y tecnológicos (Turker y Selcuk, 2009). En relación a la intención emprendedora destacan los trabajos de Ajzen (1991) sobre la Teoría de la Acción Planeada (TAP). Ésta teoría tiene como punto partida, el hecho de que las personas son fundamentalmente racionales y las intenciones de cada persona no siempre conducen a determinados comportamientos (Küttim, Kallaste, Venesaar y Kiis, 2014). La TAP, de acuerdo a Laguía, Moriano, Molero y Gámez (2017), se fundamenta en el nivel de influencia de tres componentes:

- (1) La Actitud personal ante el Emprendimiento (AE) que se basa en el hecho de que se establece actitudes favorables hacia aquellas conductas que generan resultados deseables y actitudes desfavorables en el caso contrario.
- (2) La Norma Subjetiva (NS) vincula de manera proporcional la importancia conferida a una creencia normativa y la motivación personal para el cumplimiento de dicha creencia.
- (3) El Control del Comportamiento Percibido (CCP) se basa en las creencias personales de poder ejecutar con éxito determinadas conductas.

La educación superior para el emprendimiento orientada a la sostenibilidad apunta a desarrollar las competencias individuales que se requieren en este contexto (Mindt y Rieckmann, 2017). La cantidad de investigaciones realizadas sobre las competencias emprendedoras (Ferrerías-García, Hernández-Lara y Serradell-López, 2020) muestra cierto consenso sobre la importancia de que la potencial persona posea o desarrolle una serie de competencias transversales, unas competencias que sean realmente de vanguardia y desarrolladas (Ploum, Blok, Lans y Omta, 2018). Ahí radica la importancia de la educación superior para el emprendimiento. Un entorno concebido para desarrollar las competencias individuales. Para esto se necesitan enfoques y métodos particulares de enseñanza y aprendizaje (Mindt y Rieckmann, 2017).

Es cierto que es difícil identificar las características de las personas emprendedoras y entender cómo piensan y toman decisiones (Baena-Luna, García-Río y Monge-Agüero, 2020). Hay distintos elementos que se sabe que influyen en la opción de carrera empresarial pero no existe consenso aún en la literatura relacionada (Pinto y Taveira, 2012). Por este motivo es importante favorecer el desarrollo de competencias para el emprendimiento en estos entornos educativos dado que cuanto más intensiva sea la enseñanza del emprendimiento en las instituciones de educación terciaria, más probabilidades habrá de que el alumnado considere viable la opción de poner en marcha una iniciativa emprendedora (Cabana-Villca, Cortes-Castillo, Plaza-Pasten, Castillo-Vergara y Alvarez-Marin, 2013).

En relación a las diferencias en la intención emprendedora desde una perspectiva de género, la literatura relacionada indica cómo sigue existiendo una brecha en cuanto a la potencial acción emprendedora entre el hombre y la mujer dentro de la educación superior (Sánchez y Fuentes, 2013). Las mujeres suelen mostrar tasas más bajas de intención emprendedora que los hombres (Armuña, Ramos, Juan, Feijóo y Arenal, 2020).

3. Metodología

El método de trabajo se inicia al encuestar a las personas doctorandas de la Universidad de Sevilla participantes (67 personas, 56,6% mujeres y el 43,4% hombres) en los cursos sobre desarrollo de competencias básicas para el empleo impartidos de octubre a diciembre de 2019, en semejanza a las investigaciones que indagan sobre la intención emprendedora de los estudiantes universitarios (Barba-Sánchez y Atienza-Sahuquillo, 2018; Cui, Sun y Bell, 2019). La encuesta se basó en las investigaciones de Liñán y Chen (2009) sobre la modelización de las variables adecuadas para medir la Intención Emprendedora (IE). Inicialmente, se enuncian preguntas de carácter dicotómicas (Si/No) y abiertas, ambas dirigidas a conocer los aspectos de registro (edad, sexo, residencia, persona familiar empresaria u otras personas cercanas). El último bloque, siguiendo una Escala Likert de cinco posiciones –donde 1 significa totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo–, formula una serie de cuestiones destinadas a conocer la norma social (NS), la evaluación social (ES), la actitud personal ante el emprendimiento (AE), el control del comportamiento percibido (CCP), la intención emprendedora (IE), las capacidades para emprender (CE) y las competencias transversales (CT) del alumnado. La escala utilizada ha sido validada por los estudios predecesores y ha presentado gran consistencia (Srivastava y Misra, 2017; Sánchez-Torné y Suárez-Pérez, 2019). Así mismo, en este caso los resultados de Alpha de Cronbach por bloques de preguntas (NS= 0,839, ES= 0,850, AE= 0,899, CCP=0,922, IE=0,945, CE=0,832, CT=0,847) están por encima de 0,7 lo que se considera un valor aceptable (George y Mallery, 2003:231).

Para el conjunto de las cuestiones, se presentó un análisis descriptivo efecto de que los contratos de hipótesis pierdan potencia de información ante muestras pequeñas. Posteriormente, se realizaron los estudios de inferencia, que consistió en dos pruebas: 1) la *prueba Z* para contrastar proporciones con dos o más alternativas, 2) *prueba T* para contrastar medias donde las muestras están relacionadas. En los dos casos, el nivel de confianza fue del 95% y el error del 5%. Se precisa aclarar que para estos cálculos no se consideran las respuestas Ns/Nc, por ese motivo los totales no coinciden en todas las tablas.

4. Resultados

En primer lugar, se analizan cuatro cuestiones previas al emprendimiento, posteriormente se presentan las variables que miden la IE para finalizar explicando las capacidades emprendedoras y competencias transversales.

4.1. Cuestiones sobre emprendimiento

En este apartado se estudian cuatro cuestiones que contextualizan la situación de partida ante el emprendimiento (Tabla 1). Entre el alumnado encuestado se observó que el 26,87% había creado una empresa, además el porcentaje de hombres (34,48%) fue superior al de las mujeres (26,87%). Casi más de la mitad de las personas doctorandas declara que le gustaría tener su propio negocio (56,72%), en este caso las respuestas entre ambos sexos fueron muy similares. Antes de comenzar con una actividad emprendedora es preciso tener una idea de negocio, en este caso se exhibió un porcentaje significativamente superior en los hombres (68,97%). Por último, a más de la mitad del alumnado de doctorado le gustaría recibir formación específica en emprendimiento (64,18%), en esta cuestión, tanto ellos como ellas presentaron unas cifras contiguas.

	Hombres	Mujeres	Total
Ha iniciado algún negocio	34,48%	21,05%	26,87%
Le gustaría tener su propio negocio	58,62%	55,26%	56,72%
Tiene una idea para crear una empresa	68,97%*	44,74%*	55,22%
Le gustaría recibir formación específica en emprendimiento	58,62%	68,42%	64,18%

Tabla 1. Cuestiones sobre emprendimiento del alumnado de doctorado de la Universidad de Sevilla (2019). Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la encuesta.

4.2. Medición de la Intención Emprendedora

En relación con las variables que miden los antecedentes a la intención emprendedora (NS, ES, AE y CCP) no se hallaron a nivel estadístico diferencias significativas por doctorandas y doctorandos (Tabla 2). Al centrar, el análisis desde una perspectiva descriptiva, sí se evidencia una valoración media superior en los doctorandos (H).

Por otro lado, se refleja que el entorno social de las personas doctorandas (NS: 3,53; ES: 3,77) valora positivamente el emprendimiento. La muestra estudiantil presenta una actitud personal ante el emprendimiento elevada (3,36), mientras que, en oposición, se registran los conocimientos para crear y mantener una empresa (CCP: 2,91) y la intención emprendedora (2,65).

	Hombres		Mujeres		Total	
	Media	DV	Media	DV	Media	DV
Norma Social (NS)	3,58	1,01	3,50	0,98	3,53	0,99
Evaluación Social (ES)	3,85	0,88	3,71	0,95	3,77	0,92
Actitud personal ante el Emprendimiento (AE)	3,54	1,10	3,21	0,92	3,36	1,01
Control del comportamiento percibido (CCP)	3,14	1,15	2,73	0,86	2,91	1,01
Intención Emprendedora (IE)	2,84	1,31	2,50	1,06	2,65	1,18

Tabla 2. Medición de la Intención Emprendedora del alumnado de doctorado de la Universidad de Sevilla (2019). Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la encuesta.

4.3. Capacidades Emprendedoras

Las capacidades emprendedoras seleccionadas fueron seis capacidades (Tabla 3), en todas ellas el alumnado de doctorado evidenció una valoración elevada. Tres son las capacidades con registro más alto: dirigir a otras personas y de comunicarles adecuadamente mis ideas e intenciones (4,06), resolver prácticamente cualquier problema que se me presente (3,94) y creatividad (3,81). Dichas capacidades están incluidas de forma transversal en toda la docencia universitaria (grados y máster) y, sustancialmente, desarrolladas en los estudios de doctorado.

No se hallaron diferencias significativas por sexos, ya que las cifras fueron muy cercanas. Aunque es preciso matizar como los estudiantes hombres evidenciaron una ligera valoración media superior en todas las capacidades menos en: dirigir a otras personas y de comunicarles adecuadamente mis ideas e intenciones (hombres: 3,90; mujeres: 4,18), donde ellas resaltaron.

	Hombres		Mujeres		Total	
	Media	DV	Media	DV	Media	DV
Reconocer las oportunidades	3,48	0,87	3,11	1,09	3,27	1,01
Creativa/o	3,93	1,28	3,71	0,93	3,81	1,09
Resolver prácticamente cualquier problema que se me presente	4,00	0,93	3,89	0,83	3,94	0,87
Dirigir a otras personas y de comunicarles adecuadamente mis ideas e intenciones	3,90	1,05	4,18	0,69	4,06	0,87
Desarrollar nuevos productos y servicios	3,52	1,27	3,47	1,01	3,49	1,12
Establecer una red de contactos personales y profesionales	3,83	1,20	3,71	1,16	3,76	1,17

Tabla 3. Medición de las capacidades emprendedoras del alumnado de doctorado de la Universidad de Sevilla (2019). Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la encuesta.

4.4. Competencias Transversales

Forma parte intrínseca de toda materia universitaria desarrollar y potenciar una serie de competencias transversales que mejoren las habilidades sociales requeridas en el mercado laboral.

En la Tabla 4 se evidencia que el alumnado de doctorado muestra una valoración bastante elevada de sus competencias transversales, así como una sutil segregación por sexos. Destacan cuatro competencias: habilidad para motivar a otros (4,76), habilidad para delegar tareas y responsabilidades (4,36), creatividad

e innovación (4,13) e independencia (4,06). No se hallaron diferencias significativas por género, pero en el análisis descriptivo cabe resaltar lo siguiente:

- Valoraciones superiores en los doctorandos son: confianza y seguridad en sí mismo (3,97), capacidad de asumir riesgos (3,66), creatividad e innovación (4,14), tomar decisiones (4,24), delegar tareas y responsabilidades (3,90).
- Valoraciones superiores en las doctorandas son: entusiasmo (4,49), liderar (3,89), responsabilidad y compromiso (4,70), motivar (4,28).

	Hombres		Mujeres		Total	
	Media	DV	Media	DV	Media	DV
Confianza y seguridad en sí mismo	3,97	0,94	3,73	0,90	3,72	0,76
Capacidad para trabajar duro	4,79	0,41	4,73	0,45	3,27	1,01
Entusiasmo	4,21	0,82	4,49	0,61	3,81	1,09
Habilidad para liderar	3,69	1,00	3,89	0,94	3,94	0,87
Independencia	4,24	1,02	4,38	0,76	4,06	0,87
Capacidad de asumir riesgos	3,66	1,14	3,57	1,14	3,49	1,12
Responsabilidad y compromiso	4,59	0,63	4,70	0,52	3,76	1,17
Creatividad e Innovación	4,14	1,13	4,00	0,91	4,13	0,52
Habilidad para tomar decisiones	4,24	0,79	4,11	0,74	3,83	0,92
Habilidad para motivar a otros	4,07	0,80	4,28	0,66	4,76	0,43
Habilidad para delegar tareas y responsabilidades	3,90	0,98	3,49	1,07	4,36	0,72
Habilidad para trabajar en equipo	4,21	0,77	4,19	0,94	3,80	0,96

Tabla 4. Medición de las competencias transversales del alumnado de doctorado de la Universidad de Sevilla (2019).

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la encuesta.

En síntesis, se registra diferencias en las competencias transversales de los hombres y de las mujeres doctorandos, y se llega a denotar la cercanía de las doctorandas a las competencias blandas, capacidades con alta demanda en el actual mercado laboral.

5. Conclusiones

En esta investigación, se determina la tenue influencia de la educación superior de doctorado sobre la segregación por sexos en el emprendimiento. Para ello, se ha iniciado con una revisión de la literatura sobre género y emprendimiento, para posteriormente acotarlo a los estudios universitarios. Consecuentemente, se ha analizado la población estudiante de doctorado de la Universidad de Sevilla que asistió a unos cursos sobre competencias para el empleo, con el fin de sumar evidencias empíricas.

Se ha constatado que entre el alumnado de doctorado existen personas emprendedoras, concretamente, el 26,87% del total encuestado. Siendo el porcentaje de hombres (34,48%) superior al de las mujeres (26,87%). A más de la mitad de las personas doctorandas les gustaría tener su propio negocio (56,72%), tienen una idea para ello (55,22%) y les gustaría recibir formación específica en emprendimiento (64,18%). Se muestra que la población doctoranda es emprendedora potencial. Además, poseen capacidades y competencias elevadas para llevar a cabo la creación y gestión de una empresa. Conjuntamente, el entorno social de las personas doctorandas (NS: 3,53; ES: 3,77) favorece un clima propicio para el emprendimiento. A esta averiguación hay que unir la elevada valoración sobre su actitud personal ante el emprendimiento (3,36), pues evidencia que esta población es potencialmente emprendedora. Estas premisas deberían ser atendidas por la oferta formativa de la Universidad de Sevilla en pro de dar respuesta a esta demanda e incrementar la empleabilidad de su estudiantado de tercer ciclo.

A pesar de estos resultados, el alumnado mostró una reducida percepción de sus conocimientos para crear y mantener una empresa (CCP: 2,91) y sobre su intención emprendedora (2,65). Unas derivaciones que no desalientan la concepción de crear una propia empresa de las personas doctorandas, asimismo habría que incidir en su intención emprendedora a través de educación empresarial específica y, posteriormente

analizar los cambios en las variables analizadas. Por otra parte, el alumnado de doctorado ha expresado una valoración elevada en sus capacidades emprendedoras y competencias transversales, las cuales son de gran importancia para crear y mantener una empresa, hay que destacar: dirigir a otras personas y de comunicarles adecuadamente mis ideas e intenciones (4,06), resolver prácticamente cualquier problema que se me presente (3,94), creatividad (3,81), habilidad para motivar a otros (4,76), habilidad para delegar tareas y responsabilidades (4,36), creatividad e innovación (4,13) e independencia (4,06). Con relación al análisis por género, solo se hallaron diferencias significativas en tener una idea de negocios (hombres: 68,97%, mujeres: 44,74%). El resto de las variables analizadas no evidencia estadísticamente diferencias significativas.

En conclusión, a medida que se alcanza mayor nivel formativo se reduce la diferencia en la intención emprendedora entre ambos sexos. Además, resaltar la demanda del alumnado de doctorado por recibir educación empresarial, con lo que se refuerza su entorno, actitud, capacidades y competencias. Sin duda, se halla una población potencialmente emprendedora que requiere de atención educativa.

Referencias bibliográficas

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Audretsch, D. B., Kuratko, D. F., y Link, A. N. (2015). Making sense of the elusive paradigm of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 45(4), 703–712. Disponible en <http://bae.uncg.edu/econ/files/2015/05/The-Elusive-Nature-of-ENT-2.pdf>
- Baena-Luna, P., García-Río, E., y Monge-Agüero, M. (2020). Entrecomp: marco competencial para el emprendimiento. Una revisión sistemática de la literatura sobre su uso y aplicación. *Información Tecnológica*, 31(2), En prensa.
- Barba-Sánchez, V., y Atienza-Sahuquillo, C. (2018). Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. *European Research on Management and Business Economics*, 24(1), 53-61. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.04.001>
- Cabana-Villca, R., Cortes-Castillo, I., Plaza-Pasten, D., Castillo-Vergara, M., y Alvarez-Marin, A. (2013). Análisis de Las Capacidades Emprendedoras Potenciales y Efectivas en Alumnos de Centros de Educación Superior. *Journal of Technology Management and Innovation*, 8(1), 65–75. <https://doi.org/10.4067/s0718-27242013000100007>
- Cui, J., Sun, J., y Bell, R. (2019). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial mindset of college students in China: The mediating role of inspiration and the role of educational attributes. *The International Journal of Management Education*. (Article in press) <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.04.001>
- Ferreras-García, R., Hernández-Lara, A. B., y Serradell-López, E. (2020). Gender and learning results: a study on their relationship in entrepreneurship education and business plans. *Studies in Higher Education*, 0(0), 1–16. <https://doi.org/10.1080/03075079.2020.1723525>
- George, D., y Mallery, M. (2003). Using SPSS for Windows step by step: a simple guide and reference. Allyn y Bacon.
- Goethner, M., Obschonka, M., Silbereisen, R. K., y Cantner, U. (2011). Foundations of academic entrepreneurship: A path model for the prediction of scientists' academic entrepreneurial intention. In *Magnetic Resonance Imaging* (pp. 1–5).

- Korez-Vide, R., y Tominc, P. (2016). Competitiveness, Entrepreneurship and Economic Growth. In *Competitiveness of CEE Economies and Businesses: Multidisciplinary Perspectives on Challenges and Opportunities* (pp. 25–44). https://doi.org/10.1007/978-3-319-39654-5_2
- Kozubíková, L., Belás, J., Bilan, Y., y Bartoš, P. (2015). Personal characteristics of entrepreneurs in the context of perception and management of business risk in the SME segment. *Economics and Sociology*, 8(1), 41–54. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2015/8-1/4>
- Kuratko, D.F., Morris, M.H., y Schindehutte, M. (2015). Understanding the dynamics of entrepreneurship through framework approaches. *Small Business Economics*, 45(1), 1–13.
- Küttim, M., Kallaste, M., Venesaar, U., y Kiis, A. (2014). Entrepreneurship Education at University Level and Students' Entrepreneurial Intentions. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 110, 658–668. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.910>
- Laguía, A., Moriano, J. A., y Gorgievski, M. J. (2019). A psychosocial study of self-perceived creativity and entrepreneurial intentions in a sample of university students. *Thinking Skills and Creativity*, 31, 44–57. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2018.11.004>
- Laguía, A., Moriano, J. A., Molero, F., y Gámez, J. A. (2017). Validation of the Entrepreneurial Intention Questionnaire in a Sample of University Students from Colombia. *Universitas Psychologica*, 16(1), 1–14. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy16-1.vcie>
- Lián, F., y Chen, Y. W. (2009). Development and Cross-Cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.xYyy>
- Lindner, J. (2018). Entrepreneurship Education for a Sustainable Future. *Discourse and Communication for Sustainable Education*, 9(1), 115–127. DOI: <https://doi.org/10.2478/dcse-2018-0009>
- Mindt, L., y Rieckmann, M. (2017). *Developing competencies for sustainability-driven entrepreneurship in higher education: A literature review of teaching and learning methods*. *Teoría de la Educación*, 29. <https://doi.org/10.14201/teoredu2017291129159>
- Muñoz-Fernández, G. A., Rodríguez-Gutiérrez, P., y Santos-Roldán, L. (2016). Entrepreneurship in higher education in tourism, gender issue? *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 14(1), 45–66. <http://dx.doi.org/10.14204/ejrep.38.15040>
- Oosterbeek, H., van Praag, M., y Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, 54(3), 442–454. <https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2009.08.002>
- Palos-Sánchez, P. R., Baena-Luna, P., y Casablanca Peña, A. (2019). Análisis de las competencias educativas para evaluar a las personas emprendedoras. *Interciencia*, 44(5), 291–297. <https://doi.org/http://hdl.handle.net/10433/6569>
- Pinto, J. C., y Taveira, C. (2012). Autogestión de la carrera profesional y el emprendimiento : una experiencia con estudiantes de doctorado . *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 10(3), 985–1010. Disponible en <http://ojs.ual.es/ojs/index.php/EJREP/article/view/1546/1896>
- Ploum, L., Blok, V., Lans, T., y Omta, O. (2018). Toward a Validated Competence Framework for Sustainable Entrepreneurship. *Organization and Environment*, 31(2), 113–132. <https://doi.org/10.1177/1086026617697039>

Sánchez, S. M., y Fuentes, F. J. (2013). Mujer y emprendimiento: Un análisis en el contexto universitario español. *Revista de Ciencias Sociales*, 19(1), 140–153. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/280/28026467003.pdf>

Sánchez-Torné, I., y Pérez-Suárez, M. (2019). El impacto de la educación en la intención emprendedora de los estudiantes del Grado de Economía. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época*, 1, 22-40. <https://doi.org/10.17561/ree.v2019n1.2>

Srivastava, S., y Misra, R. (2017). Exploring antecedents of entrepreneurial intentions of young women in India: A multi-method analysis. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 9(2), 181-206. <https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2016-0012>

Turker, D., y Selcuk, S. S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students? *Journal of European Industrial Training*, 33(2), 142–159. <https://doi.org/10.1108/03090590910939049>