



Estudios Gerenciales

ISSN: 0123-5923

Universidad Icesi

Tarapuez-Chamorro, Edwin; Aristizábal-Tamayo, Juan Manuel; Monard-Blandón, Catherine
Aspectos sociodemográficos y familiares e intención empresarial
en estudiantes de Maestría en Administración en Colombia
Estudios Gerenciales, vol. 34, núm. 149, 2018, Octubre-Diciembre, pp. 422-434
Universidad Icesi

DOI: <https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.149.2757>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21258518007>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org



Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Artículo de investigación

Aspectos sociodemográficos y familiares e intención empresarial en estudiantes de Maestría en Administración en Colombia

Edwin Tarapuez-Chamorro *

Profesor titular, Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Universidad del Quindío, Armenia, Colombia.

edwintarapuez@yahoo.es

Juan Manuel Aristizábal-Tamayo

Profesor, Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Universidad del Quindío, Armenia, Colombia.

Catherine Monard-Blandón

Joven investigador, Grupo de Investigación en Gerencia y Emprendimiento-GIGA, Universidad del Quindío, Armenia, Colombia.

Resumen

Dado que los factores determinantes en la intención empresarial (IE) en jóvenes no han sido totalmente esclarecidos, este estudio tiene como objetivo analizar la incidencia de los factores sociodemográficos y familiares sobre las iniciativas empresariales de una muestra de 485 estudiantes de Maestría en Administración en Colombia. El análisis probabilístico se lleva a cabo mediante modelos de regresión logística para cada uno de los grupos de variables. Los principales hallazgos indican que el Logit tiene mayor capacidad explicativa en el grupo de factores sociodemográficos; en particular, la presencia de amigos empresarios incrementa la capacidad de desarrollar IE en comparación con las demás variables analizadas.

Palabras clave: intención empresarial, factores sociodemográficos, factores familiares.

Sociodemographic and family aspects and entrepreneurial intention among Master of Business Administration students in Colombia

Abstract

Determining factors of entrepreneurial intention (EI) among young people have not been fully elucidated. Thus, this study aims to analyze the incidence of sociodemographic and family factors on entrepreneurial initiatives in a sample of 485 MBA students in Colombia. A probabilistic analysis was carried out by means of logistic regression models for each set of variables. The main findings indicate that the logit exhibits greater explanatory power in the group of sociodemographic factors. Particularly, having entrepreneur friends increases the likelihood of EI compared to the remaining variables analyzed.

Keywords: entrepreneurial intention, sociodemographic factors, family factors.

Aspectos sociodemográficos, familiares e de Intenção Empreendedora em estudantes de mestrado em administração na Colômbia

Resumo

Dado que os determinantes na Intenção Empreendedora (IE) em jovens não têm sido esclarecidos, este estudo tem como objetivo analisar a incidência de fatores sociodemográficos e familiares nas iniciativas empresariais de uma amostra de 485 alunos de mestrado em administração na Colômbia. A análise probalística foi realizada por meio de modelos de regressão logística para cada um dos grupos de variáveis. Os principais resultados indicam que o Logit possui maior capacidade explicativa no grupo de fatores sociodemográficos; em particular, a presença de amigos empresários aumenta a capacidade de desenvolver o IE em comparação com as outras variáveis analisadas.

Palavras-chave: Intenção Empreendedora, fatores sociodemográficos, fatores familiares.

*Autor para dirigir correspondencia. Dirigir a: Cra. 15 Calle 12N, Campus Universidad del Quindío, Armenia, Colombia.

Clasificación JEL: M10, M13, L26.

Cómo citar: Tarapuez-Chamorro, E., Aristizábal-Tamayo, J.M. y Monard-Blandón, C. [2018]. Aspectos sociodemográficos y familiares e intención empresarial en estudiantes de Maestría en Administración en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 34(149), 422-434. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.149.2757>

DOI: <https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.149.2757>

Recibido: 12-feb-2018

Aceptado: 29-oct-2018

Publicado: 19-dic-2018

1. Introducción

La connotación del espíritu empresarial como motor del crecimiento económico, el desarrollo y la generación de empleo ha captado la atención de numerosos investigadores y hacedores de política, a tal punto que el estudio de los elementos que influyen en la intención empresarial (IE) es un prominente campo de investigación empírica. En consideración, el emprendimiento se ha convertido en un fenómeno global, de hecho, este término está relacionado con la creación de valor y, como tal, tiene un impacto significativo en el crecimiento económico, la renovación continua de los negocios y el empleo (Sumathi, Ahamed y Karthikeyan, 2018).

En particular, la IE en jóvenes ha suscitado un elevado interés como mecanismo para aliviar el desempleo juvenil y la construcción de un ecosistema de innovación. De esta forma, las intenciones vocacionales de los jóvenes dependen de su sociedad y de sus antecedentes sociodemográficos (Setti, 2017), entre otros factores; no obstante, si bien la importancia de un contexto de apoyo para el emprendimiento es ampliamente reconocida, sus antecedentes rara vez son investigados (Bergmann, Geissler, Hundt y Grave, 2018).

En esta línea, aunque no existe consenso sobre los factores clave que impactan la IE en jóvenes, la masa crítica de investigaciones sobre el fenómeno en cuestión ha centrado la atención en el análisis de las normas sociales, los comportamientos conductuales y las actitudes, sin embargo, algunos estudios recientes han empezado a incluir nuevos enfoques metodológicos y teóricos con el propósito de profundizar en los elementos que definen la vocación emprendedora de los jóvenes (Iwu, Ezeuduji, Eresia y Tenge, 2016; Silveira, Cabeza y Fernández, 2016). Dado lo anterior, el presente trabajo contribuye a la investigación sobre IE en jóvenes y tiene como propósito deducir las probabilidades de los estudiantes de Maestría en Administración (MBA, por su sigla en inglés) en Colombia de convertirse en empresarios bajo unos contextos institucionales específicos.

Por otra parte, la concepción de emprendimiento en la literatura no es unívoca y difiere de acuerdo con los modelos teóricos. Al respecto, el marco conceptual del *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) deriva de la suposición básica según la cual el emprendimiento “es el resultado de las capacidades personales de los individuos para identificar y aprovechar las oportunidades y que este proceso se ve afectado por factores ambientales que influyen en las decisiones (de los individuos) de emprender iniciativas empresariales” (Global Entrepreneurship Research Association, 2017, p.14). A nivel internacional, Colombia ocupa el sexto puesto entre los países con mayor IE, superado solo por Ecuador, El Salvador, Panamá, Perú y México (Álvarez, Martins y López, 2017).

En esta línea, el *Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey* (GUESSS) es el estudio más completo a nivel global sobre la intención y actividades emprendedoras de los estudiantes universitarios de pregrado y postgrado. Surgió en 2003 en la Universidad de St. Gallen (Suiza). Ac-

tualmente, participan alrededor de 123 mil estudiantes de 1000 universidades pertenecientes a 50 países. En Colombia, participan estudiantes de 10 universidades con sede en las ciudades de: Barranquilla, Bogotá, Cali y Medellín (Álvarez et al., 2017).

El GUESSS identificó que la IE, la aceptación y el apoyo a los emprendedores en Colombia es mayor que a nivel mundial, con mayor peso en áreas del conocimiento como Ciencias Naturales y Medicina, y Ciencias Administrativas. Adicionalmente, a pesar del ambiente familiar que promueve el emprendimiento, no genera un comportamiento fuerte de los estudiantes para suceder a los padres en sus empresas.

En cuanto a la metodología de este trabajo, se diseñó un instrumento de recolección de información que se aplicó a 485 estudiantes de 36 programas de MBA en Colombia distribuidos en 14 ciudades del país. La información recopilada se analizó a través de métodos estadísticos descriptivos e inferenciales, empleando esencialmente un modelo de regresión logística binaria para la estimación de probabilidades.

Este manuscrito está dividido en seis secciones adicionales a esta introducción; el segundo apartado presenta la revisión teórica que sustenta las variables de estudio, así como las hipótesis de investigación; a continuación, se esboza en detalle el diseño metodológico dispuesto para la realización del trabajo; la cuarta sección reseña los resultados obtenidos a partir del modelo de regresión logística y la discusión referente al tema de estudio; las conclusiones se presentan en la quinta sección; finalmente se listan las referencias bibliográficas empleadas.

2. Revisión de literatura e hipótesis de investigación

En el estudio de la IE es prominente una difusión importante de la Teoría de Comportamiento Planificado de Azjen; sin embargo, otras teorías han empezado a utilizarse en el estudio del tema en mención. Entre otras, se destaca la teoría de la carrera social cognitiva (Dehghanpour, 2015), la teoría de la motivación, la oportunidad y la capacidad (García, Gil, Ruiz y Gutiérrez, 2017), de la atracción-selección-desgaste (Hsu, Shinnar, Powell y Coffey, 2017), de la fase de la acción (Van Gelderen, Kautonen, Wincent y Biniari, 2017), del razonamiento conductual (Miralles, Giones y Gozun, 2017), de la adaptabilidad cognitiva (Botha y Bignotti, 2017), del rol social (Tsai, Chang y Peng, 2016), de la identidad social (Sieger, Gruber, Fauchart y Zellweger, 2016) y de la carrera social cognitiva (Wang, Wang y Chen, 2017; Liguori, Bendickson y McDowell, 2018).

Expuesto lo anterior, el papel de la iniciativa empresarial ha cambiado para incluir cuestiones más allá del crecimiento económico (Vuorio, Puumalainen y Fellnhofer, 2018); de esta forma, de acuerdo con Serrano, Pérez, Palma y López (2016), conjuntamente con el desarrollo de modelos explicativos de la IE, se puede avanzar en el análisis de factores individuales en las fases del proceso emprendedor. Así, para Koe, Sa'ari, Majid y Ismail (2012), los determinantes de la IE varían entre culturas y países; de

hecho, aunque existen diversos modelos que analizan los factores motivacionales de IE, “dos parecen tener mayor adhesión e importancia entre los investigadores” (Popescu, Maxim y Diaconu, 2014, p.371); en concreto, la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen y el Modelo de Evento Empresarial desarrollado por Shapero y Sokol (Ajzen, 1991; Shapero y Sokol, 1982).

Por demás, la ampliación del espectro sobre los aspectos que inciden en la IE más allá de la dimensión económica ha implicado la consideración de “factores no racionales, no utilitarios, políticos y altruistas” (Dehghanpour, 2015, p.455), y por ende, a la adopción de perspectivas cognitivas. Puntualmente, este tipo de análisis ha explorado el papel del contexto social como las redes sociales, los factores histórico-culturales, los roles de género, la clase social, la moral, la fe religiosa y la etnicidad en el comportamiento empresarial (Ruef y Lounsbury, 2007). En referencia, la perspectiva sociológica es fundamental en el análisis de la IE en tanto que permite entender cuándo, cómo y porqué el fenómeno ocurre (Welter, 2011, p.165).

Aparte del rol cognitivo en el desarrollo de las iniciativas empresariales, un marco teórico relativamente nuevo contempla factores demográficos e institucionales que influyen en la decisión de los individuos. Así, de acuerdo con Campbell y Mitchell (2012) las instituciones sociales afectan las opciones de las personas y, en particular, en el contexto del espíritu empresarial, pueden afectar la percepción de oportunidades y la intensidad del comportamiento empresarial. A propósito de la incidencia de los factores en mención, los hallazgos en referencia están documentados en estudios como los de Evald, Klyver y Christensen (2011); Volchek, Jantunen, & Saarenketo, 2013; Valdez y Richardson (2013); Sambharya y Musteen (2014), respectivamente.

A la luz del planteamiento anterior se deriva que un amplio conjunto de factores se ha documentado como determinantes de la IE en jóvenes; al respecto, estos factores pueden ser vistos desde una dimensión personal, demográfica y psicológica. Así, Ismail, Khalid, Othman, Jusoff, Abdul Rahman, Mohammed y Shekh (2009), señalan que, al margen de los rasgos de personalidad, existe evidencia de variables de diferencia individual para predecir la IE; en esta línea, Fatoki (2014) enuncia los factores demográficos que transgreden la IE; a saber, la edad, el género, la educación, la experiencia laboral y los modelos de conducta. Expuesto lo anterior, en este manuscrito se analiza la incidencia de los factores sociodemográficos y familiares sobre las iniciativas empresariales de los estudiantes de MBA en Colombia.

2.1. Edad

De acuerdo con Haddad (2017), el efecto de la edad sobre la IE es un área poco explorada en la investigación empresarial, no obstante, la literatura es consistente en asentar cambios en las perspectivas empresariales de las personas a lo largo del ciclo vital (Botha y Bignotti, 2017). En particular, se han documentado resultados mixtos en el propósito de estimar relaciones causales de la edad sobre

la IE; de esta manera, el estudio de Gielnik, Zacher y Wang (2018) encuentra que las personas jóvenes tienen mayores probabilidades de desarrollar IE y además denotan la relevancia del momento en el proceso emprendedor para entender el papel de la edad en el emprendimiento. Hallazgos en esta línea se encuentran en Tsai et al. (2016), quienes estiman una relación inversa entre la edad y la IE. Bohlmann, Rauch y Zacher (2017) muestran que la edad se relaciona negativamente con la actividad emprendedora, y que las oportunidades percibidas y las habilidades para el emprendimiento median en esta relación.

Bajo otro punto de vista, Halvorsen y Morrow (2017) evidencian que los adultos mayores tienen una tasa más elevada de autoempleo que sus contrapartes más jóvenes, y las tasas de autoempleo entre los trabajadores continúan aumentando a medida que aumenta la edad del «joven viejo» al «viejo viejo»; por su lado, Tarapuez, García y Castellanos (2018) encuentran asociación entre la IE y los estudiantes de mayor edad. Asimismo, Lechner, Sorthieix, Oschonka y Salmela (2018) concluyen que los jóvenes que revelan una mayor importancia en las recompensas extrínsecas y un menor énfasis en la seguridad, tienen mayores aspiraciones empresariales y de liderazgo a los 27 años.

Por otra parte, una masa crítica de investigaciones ha documentado resultados mixtos en el sentido de estimar diferentes patrones de IE sobre distintos momentos del ciclo vital. En este grupo se destaca el estudio de Miralles et al. (2017) quienes concluyen que los efectos marginales de la edad sobre la IE se modifican para cada cohorte. En hallazgos afines, Thorgren, Sirén, Nordström y Wincen (2016) encuentran que el efecto de la edad para iniciar un emprendimiento muestra una relación en forma de U invertida entre la edad y el inicio de la empresa. En esta línea, Minola, Criaco y Obschonka (2016) concluyen que los rasgos de personalidad, las creencias, la incertidumbre, el riesgo, la proactividad, los objetivos desafiantes y la creatividad muestran una tendencia; esto es, un aumento en la edad adulta, un pico en la edad adulta media y un fuerte declive hacia la adultez tardía.

Finalmente, otro grupo de investigaciones no ha estimado relación causal entre la edad y la IE; por ejemplo, Ahmed, Chandran y Klobas (2017) en su investigación no encuentran relación estadística entre las variables de interés. Similares resultados se encuentran en el trabajo de Iwu et al. (2016). En virtud de lo expuesto, esta investigación contribuye al análisis del rol de la edad en el proceso empresarial denotando la hipótesis 1. En consideración con el inciso precedente, el umbral de 30 años se ha definido en función de la distribución de las frecuencias de las edades para la muestra analizada.

- H_1 : los estudiantes de MBA en Colombia menores a treinta años tienen efectos predictivos mayores para desarrollar IE en comparación con otros grupos de edad.

2.2. Género

Son diversas las investigaciones que han evidenciado relación estadísticamente significativa entre el género y la IE; de hecho, según Liñán y Fayolle (2015), las diferencias de género constituyen el tema individual de investigación más recurrente en el estudio de la IE. En este sentido, la literatura ha denotado un hecho consensuado: los hombres han desarrollado mayores probabilidades de desarrollar IE (Zhang, Duysters y Cloodt, 2014; Martínez y Campos, 2014; Bergmann et al., 2018; Lechner et al., 2018). Sobre este fenómeno, Miranda, Chamorro, Rubio y Pérez (2017) han acotado que el menor comportamiento empresarial femenino no se debe a la ausencia de los factores determinantes de la IE si no a la existencia de barreras implícitas para las mujeres que influyen sobre sus planes empresariales.

En particular, Afandi y Kermani (2015) estiman que las diferencias tanto en las características individuales como en las del país favorecen en gran medida a los hombres. En línea con estos resultados, Muñoz, Rodríguez y Santos (2016) concluyen que las mujeres son menos propensas en el desarrollo de IE. En continuidad, Ahmed et al. (2017), si bien demuestran la ausencia de diferencias estadísticamente significativas entre las variables sociodemográficas y la IE, concluyen que las mujeres en particular y las mujeres sin experiencia laboral en menor medida, egresaron de los programas de educación empresarial con beneficios percibidos más bajos, particularmente en términos de inspiración y un control percibido un poco más débil para el emprendimiento, en comparación con los hombres y graduados con alguna experiencia.

A priori, Maes, Leroy y Sels (2014) contribuyen a la explicación de las diferencias de género sobre la IE; de esta forma concluyen que el disentimiento se explica por las diferencias en el nivel cognitivo, personal y contextual. Nuevas explicaciones las documentan Cabrera y Mauricio (2017), quienes evidencian que los factores que afectan el éxito del emprendimiento femenino son el capital humano, la experiencia y la adquisición de recursos. Expuestas las anteriores contribuciones, la presente investigación adhiere a la masa crítica en torno a la incidencia del género en la IE para el desarrollo de la hipótesis 2.

- H_2 : los estudiantes de género masculino de MBA en Colombia tienen efectos predictivos más altos sobre la IE en comparación con las mujeres.

2.3. Experiencia laboral

En relación con la experiencia laboral, la literatura es consistente en la definición de una orientación hacia la iniciativa empresarial de aquellos individuos con experticia en alguna actividad empresarial. En virtud del planteamiento anterior, la literatura es amplia en su documentación sobre el papel de la experiencia laboral (familiar empresarial o por cuenta propia) sobre las iniciativas empresariales en diferentes grupos poblacionales.

En principio, Nabi y Holden (2008) aducen que la experiencia laboral permite canalizar los años de vida en el sector empresarial en un negocio propio. En continuidad, Davey, Plewa y Struwig (2011) denotan que los individuos con experiencia en el sector privado desarrollan mayor interés en el empleo por cuenta propia; así mismo, Devonish, Alleyne, Soverall, Marshall y Pounder (2010) concluyen que la experiencia empresarial de una persona y, en consecuencia, su experticia en los negocios, los modelos de conducta y las redes, influyen de forma positiva para convertirse en empresario. Asimismo, Beeka y Rimmington (2011) evidencian que los estudiantes con algún tipo de experiencia, sea en el sector privado, en un negocio familiar o por cuenta propia, expresan mayor inclinación hacia la IE.

En continuidad, Miranda, Chamorro y Rubio (2017) estiman una relación estadísticamente significativa entre la IE y la experiencia. Por su parte, Yi (2017) concluye que la calidad de la experiencia puede aumentar la conveniencia y la viabilidad empresarial de los estudiantes promoviendo así su IE. En otros estudios recientes (Martínez y Campos, 2014; Martínez, 2016; Tarapuez et al., 2018) se documenta el papel positivo que desempeña la experiencia empresarial de una persona en su probabilidad de convertirse en empresario. En la presente investigación se ha definido el umbral de la hipótesis 3 de acuerdo a la distribución de frecuencias de las observaciones para el grupo de estudiantes analizados; adicionalmente, la hipótesis es consistente con los hallazgos de investigaciones afines.

- H_3 : los estudiantes de MBA en Colombia con menos de 10 años de experiencia laboral tienen menores probabilidades de desarrollar IE.

2.4. Redes de contacto

En referencia con la presencia de amigos y conocidos cercanos empresarios, Dehghanpour (2015) sostiene que la cercanía con otros emprendedores genera una relación fuerte con la actividad emprendedora. En general, los hallazgos empíricos demuestran que la conveniencia percibida del emprendimiento, en relación con los principales grupos de referencia de los estudiantes (familia y amigos), influye en su IE (Langer, Alfirić, Pavićić y Krneta, 2016) para iniciar un nuevo negocio en los próximos dos o tres años (Popescu et al., 2014); consideraciones similares también son documentadas por Tarapuez et al. (2018).

De otra parte, Preisendoerfer, Bitz y Bezuidenhout (2014) sostienen que tener un amigo empresario es un predictor significativo de la actividad emprendedora. Desde otro punto de vista, Loi (2018) expone que tener amigos empresarios mejora el control conductual percibido, la autoeficacia empresarial y la capacidad de inicio de un negocio; adicionalmente, Kilonzo y Nyambegera (2014) concluyen que las normas subjetivas, medidas por la aprobación de los amigos para iniciar un negocio, constituyen la relación más importante de la IE.

- H_4 : los estudiantes de MBA en Colombia con amigos em-

presarios tienen efectos predictivos más altos sobre la IE.

2.5. Factores familiares

La literatura disponible señala que la presencia de prototipos dentro de la familia o del círculo cercano de los estudiantes, influye fuertemente en su IE (Saeed, Muffatto y Yousafzai, 2014; Campopiano, Minola y Sainaghi, 2016; Haddad, 2017; Echeverri, Valencia, Benjumea y Toro, 2018). En esta perspectiva, la familia actúa como una institución fundamental que fomenta el emprendimiento, tanto a través de la provisión de capital social (Campopiano et al., 2016; Liguori et al., 2018), como en el fomento de las actitudes y el apoyo emocional que refuerza las habilidades para el emprendimiento (Edelman, Manolova, Shirokova y Tsukanova, 2016).

De otra parte, algunos estudios encuentran que la cohesión familiar aumenta las expectativas de ingresos esperados, mientras que el miedo de los sucesores al fracaso y la participación del capital familiar en la empresa disminuyen las expectativas de dichos ingresos (Zellweger, Richards, Sieger y Patel, 2016). A pesar de lo anterior, otros trabajos encuentran que los estudiantes con antecedentes de familiares empresarios son pesimistas sobre el control de una carrera empresarial, pero optimistas sobre su eficacia para seguirla.

De esta forma, las investigaciones que han documentado la influencia intergeneracional sobre la IE son consecuentes en la asunción sobre el mecanismo que supone la experiencia empresarial familiar en referencia con las intenciones e iniciativas empresariales; de la consideración precedente, se desprende la hipótesis 5.

- H_5 : tener familiares empresarios incrementa las probabilidades de desarrollar IE en los estudiantes de MBA.

2.6. Roles parentales

El apoyo de los padres en el emprendimiento afecta las intenciones de la carrera empresarial de los hijos. Aunque dicho apoyo mejora la conveniencia y viabilidad empresarial percibida de la descendencia debido a los mecanismos de exposición, inhibe la traducción de la deseabilidad y las percepciones de viabilidad en las intenciones de carrera empresarial debido a los mecanismos ascendentes de comparación social (Criaco, Sieger, Wennberg, Chirico y Minola, 2017).

En esta línea, diversas investigaciones han acotado que tener padres empresarios constituye una relación importante con la IE (Kilonzo y Nyambegeera, 2014; Saeed et al., 2014; Pouratashi, 2015; Foo, Knockaert, Chan y Erikson, 2016). Hallazgos similares son documentados por Wang et al. (2017), quienes concluyen que las recompensas empresariales percibidas de los padres se relacionan positivamente con la IE y que ésta se relaciona parcialmente con la autoeficacia empresarial; también, Morales, Pablo y Vargas (2016) evidencian que los padres que poseen un negocio fomentan en sus hijos la IE y las actitudes relacionadas.

Así las cosas, si bien la literatura muestra una relación causal entre la IE y el modelo parental, la exposición a los modelos de roles de los padres tiene una influencia significativamente más favorable en la actitud hacia el emprendimiento en las mujeres que en los hombres (Entrialgo y Iglesias, 2017). Hallazgos contrapuestos los evidencian Hatak, Harms y Fink (2015), quienes exponen que contar con padres emprendedores parece no tener impacto en la IE. La hipótesis planteada en el estudio es consistente con los hallazgos de la gran masa de investigaciones que han documentado el efecto de los roles parentales sobre la IE.

- H_6 : tener padres empresarios incrementa las probabilidades de desarrollar IE en los estudiantes de MBA.

3. Metodología

La investigación asume la incidencia multidimensional de diversos factores sobre la IE de los estudiantes de MBA en Colombia. A este respecto, se precisaron procedimientos prácticos con la población objeto y, en consecuencia, la información relevante de la familia y los factores sociodemográficos se recopilaban triangulando variables dispuestas en el instrumento de recolección de información. En consideración, se establece la pertinencia del método de investigación mixto, considerando la recolección, análisis y vinculación de datos cualitativos, para el alcance de una perspectiva integral del objeto de investigación.

En este sentido, el estudio se realiza con los estudiantes de los programas presenciales de MBA en Colombia; de un total de 54 maestrías ubicadas en 15 ciudades del país en 2016, se obtuvo información de los estudiantes de 36 programas ubicados en 14 ciudades. La información fue recolectada durante el primer semestre de 2016 a través de la página www.encuestafacil.com; en total se obtuvieron 532 encuestas de las cuales 485 fueron válidas (tabla 1).

En referencia con el análisis de los datos, la investigación expone dos modelos definidos para cada grupo de factores. De esta manera se aborda la IE como variable dependiente y la relaciona por una parte con regresores como: género, presencia de amigos empresarios, experiencia laboral y edad de los encuestados, que constituyen el grupo de factores personales.

De otro modo, se estiman los cambios marginales en el Logit para el grupo de variables relacionadas con la estructura familiar del estudiante; entre ellas, la presencia de familiares empresarios, la ocupación del padre, la ocupación de la madre y la formación académica de los mismos. Para los fines propuestos se emplean técnicas de estadística inferencial a través de un modelo Logit, que es definido dado que los coeficientes de regresión expresan el cambio en el logaritmo de las probabilidades, cuando una de las variables explicativas cambia en una unidad, permaneciendo constantes las demás.

4. Resultados

Los resultados obtenidos se encuentran sintetizados en

Tabla 1. Características de la muestra

Ciudad	Universidad	No. Encuestas
Manizales	Universidad Nacional	20
Bogotá D.C.	Universidad de la Salle	3
	Universidad Nacional	9
	Universidad del Rosario	10
	Universidad Javeriana	25
	Universidad Sergio Arboleda	29
	Universidad de los Andes	6
	Universidad Militar Nueva Granada	10
	Universidad Central	8
	Universidad EAN	1
	Universidad del Quindío	32
Armenia	Universidad Tecnológica de Pereira	13
Pereira	Universidad Libre	4
	Universidad EAFIT	33
Medellín	Universidad de Medellín	9
	Universidad de Antioquia	34
	Fundación Luis Amigó	3
	Universidad Cooperativa de Colombia	4
Tunja	Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC)	6
Bucaramanga	Universidad Autónoma de Bucaramanga	22
	Universidad Santo Tomás	19
Popayán	Universidad Cooperativa de Colombia	9
	Universidad del Cauca	12
Cartagena	Universidad Tecnológica de Bolívar	26
Pasto	Universidad Mariana	7
	Universidad del Valle-Universidad de Nariño	41
Cúcuta	Universidad Simón Bolívar	2
	Universidad Libre-Universidad de Medellín	2
Cali	Universidad del Valle	45
	Universidad Autónoma de Occidente	3
	Universidad Icesi	1
	Universidad Javeriana	3
Barranquilla	Corporación Universidad de la Costa	12
	Universidad Simón Bolívar	10
	Universidad Sergio Arboleda	4
Florencia	Universidad de la Amazonía	8
Total		485

Fuente: elaboración propia.

las tablas 2 a 5. Adicionalmente, se estiman Curvas ROC (*Receiver Operating Characteristic*) para especificar la capacidad predictiva de los modelos; en este sentido, el área bajo la curva ROC es interpretada como la probabilidad de que, ante un par de individuos, uno con IE y otro sin IE, la prueba los clasifique correctamente. Fundamentalmente, se relacionan los estadísticos de ajuste y validación del modelo y a continuación, se enlazan con los análisis marginales respecto a los cambios en las variables explicativas para cada grupo de análisis.

El primer paso en el análisis de los datos corresponde a

la interpretación de los estadísticos para el grupo de factores personales (tabla 2). Por lo tanto, la razón de verosimilitud χ^2 (61,96) indica que las variables edad, sexo, amigos empresarios y experiencia laboral son conjuntamente significativos para explicar la motivación hacia la IE en los estudiantes de MBA en Colombia. Segundo, el valor del χ^2 (Prob > 0,000) otorga evidencia estadística para rechazar las hipótesis de coeficientes iguales a cero en los factores demográficos.

De otra parte, la razón de verosimilitud χ^2 (45,65) (tabla 3) para los componentes familiares expresa que las variables familiar empresario y tener padres empresarios son

Tabla 2. Modelo Logit – Factores sociodemográficos

Intención	Coefficiente	Desviación típica	Z	P> z	[95% Intervalo de Confianza]	
Edad	0,6458023	0,2736967	2,36	0,018*	0,1093666	1,182238
Sexo	-0,5507027	0,2006935	-2,70	0,007*	-0,9506402	-0,1507651
Amigo empresario	1,058237	0,1992289	5,36	0,000*	0,6716269	1,444848
Experiencia laboral	-0,7482383	0,2575604	-2,91	0,004*	-1,253047	-0,2434291
Constante	-0,8489741	0,2168634	-3,91	0,000*	-1,274019	-0,4239297
No. de observaciones	485					
Razón de verosimilitud Chi2	61,96					
Probabilidad > Chi2	0,0000					
Valores correctamente clasificados	68,04%					

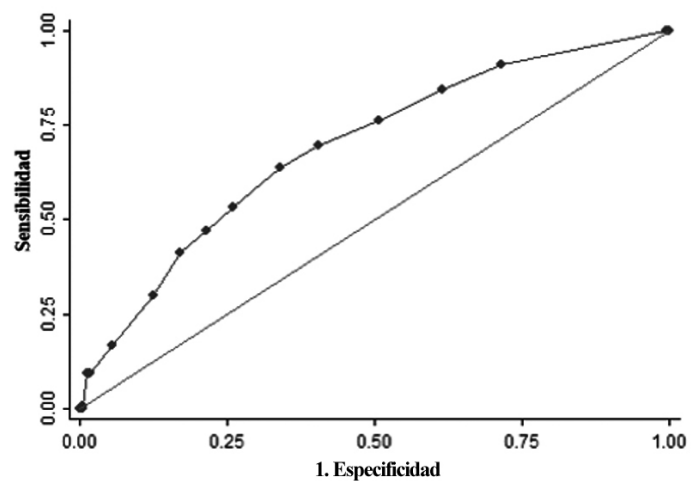
* Variables estadísticamente significativas al 95%.

Fuente: elaboración propia.

estadísticamente significativas en el modelo, lo anterior implica rechazar hipótesis de coeficientes iguales a cero; no obstante, el p-valor muestra que la formación académica del padre (universitario) y la madre (universitario) presentan probabilidades del 21% y 29%, respectivamente, de tener coeficientes iguales a cero; es decir, no son estadísticamente significativas. Al respecto, las variables se sostienen en los modelos respaldados por la evidencia teórica.

En complemento con los valores correctamente clasificados, la curva ROC (figura 1) muestra la exactitud de la prueba, relacionando la especificidad y sensibilidad del modelo; por lo tanto, la curva contrasta la probabilidad de clasificar correctamente a un estudiante de maestría con IE dados unos regresores frente a uno cuyo estado es definido como negativo. En síntesis, la curva ROC proporciona una representación global de la exactitud del modelo; así, dada el área bajo la curva ROC, el modelo para el grupo de factores demográficos está en capacidad de discernir en un 69% entre los estudiantes con (y sin) IE.

De otra parte, el área bajo la curva estimada en la figura 2 exhibe para el grupo de factores familiares un ajustamiento del 67%. Lo anterior permite aducir una mayor capacidad explicativa del modelo en el grupo de factores demográficos.



*Área bajo la curva ROC, 0,6914

Figura 1. Curva ROC. Factores sociodemográficos

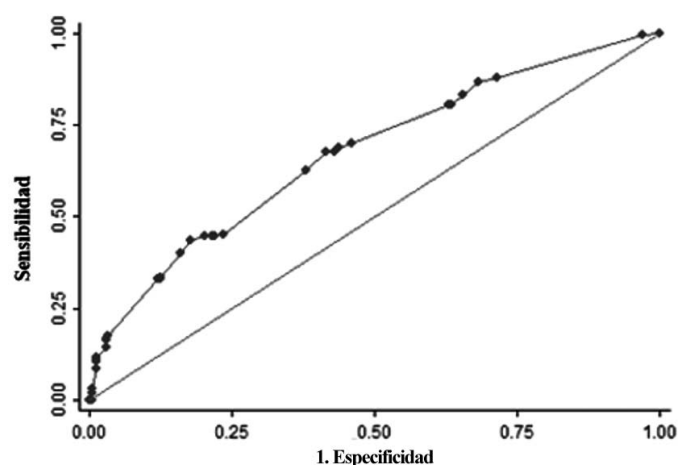
Fuente: elaboración propia.

Tabla 3. Modelo Logit – Factores familiares

Intención	Coefficiente	Desviación típica	Z	P> z	[95% Intervalo de Confianza]	
Familiar empresario	0,9521778	0,1978455	4,81	0,000*	0,5644078	1,339948
Formación padre	0,3229614	0,2581548	1,25	0,211	-0,1830126	0,8289355
Formación madre	-0,2938319	0,2813557	-1,04	0,296	-0,8452789	0,2576152
Padre empresario	0,6203835	0,2044034	3,04	0,002*	0,2197603	1,021007
Madre empresaria	0,7726226	0,290741	2,66	0,008*	0,2027806	1,342465
Constante	-1,461159	0,1903453	-7,68	0,000*	-1,834229	-1,088089
No. de observaciones	485					
Razón de verosimilitud Chi2	45,65					
Probabilidad > Chi2	0,0000					
Valores correctamente clasificados	68,45%					

* Variables estadísticamente significativas al 95%.

Fuente: elaboración propia.



*Área bajo la curva ROC, 0,6736

Figura 2. Curva ROC. Factores familiares

Fuente: elaboración propia.

A continuación, en las tablas 4 y 5, se realiza la interpretación de los modelos a través del análisis de los cambios marginales en las variables explicativas. En el caso del Logit, los coeficientes miden la variación en la variable estimada dado un cambio unitario en los regresores definidos.

De acuerdo con los estadísticos, la probabilidad asociada a que un estudiante de MBA en Colombia de género masculino, menor de 30 años, con un amigo empresario y familiar empresario y a su vez, con menos de 10 años de experiencia laboral, desarrolle intención para emprender es del 34%.

De otra parte, en un rango de edad menor a los 30 años, la probabilidad de sentir estímulos para emprender aumenta en 13 puntos porcentuales; así, no existe evidencia estadística para rechazar la hipótesis 2. No obstante, en relación con la muestra analizada, la restricción de rango en la variable de edad podría haber disminuido artificialmente la correlación observada en este estudio.

Respecto a la presencia de amigos empresarios en un círculo cercano, los resultados de la investigación responden a la evidencia empírica en torno a la IE. En particular, el cambio marginal en el regresor ejemplifica que por cada amigo empresario adicional, las probabilidades vinculadas con la IE del estudiante de MBA incrementan en 23%. Finalmente, si el estudiante de MBA tiene menos de 10 años de experiencia laboral, su probabilidad de sentir estímulo para emprender disminuye en 16%.

Respecto al análisis del grupo de factores familiares (tabla 5), los hallazgos del estudio muestran asociación positiva entre la presencia de familiares empresarios y la IE de los estudiantes de MBA. Por otra parte, los estadísticos estimados revelan que el rol parental desde la formación de los padres no es estadísticamente significativo para explicar la IE en el caso de los estudiantes de MBA en Colombia. De esta manera, en el caso de tener padre con estudios universitarios, las probabilidades de desarrollar IE son del 7%; en la misma línea, aunque con menores probabilidades, el estudiante de MBA con madre cuyo nivel académico más alto corresponde al pregrado, disminuye sus probabilidades de desarrollar IE en un 6%.

5. Discusión

En principio, de acuerdo con Brush y Cooper (2012), es más probable que las mujeres de las economías desarrolladas sientan estímulos por las iniciativas empresariales por motivos de oportunidad; en contraste, las mujeres de las economías emergentes estarían motivadas por la necesidad. En esta línea, Santos, Caetano y Curral (2014), muestran que la formación de intenciones empresariales es similar para hombres y mujeres. Expuesto lo anterior, en el caso de los estudiantes de MBA, el ser mujer disminuye las probabilidades de desarrollar IE. En contraste, Robichaud, McGraw, Cachon, Bolton, Codina, Eccius-Wellmann y Walsh (2013), concluyen que las mujeres presentan a lo largo de su ciclo vital diferentes comportamientos y motivos para emprender; en tanto que para Tarapuez et al. (2018), el género no tiene influencia en la IE.

En discusión con los resultados documentados en el contraste entre edad e IE, las estimaciones reafirman las consideraciones de Kuratko (2007) quien expone que en los Estados Unidos más del 60% de los jóvenes de 18 a 29 años informan que quieren tener sus propios negocios; en esta línea siguen los hallazgos de Sequeira, Mueller y Mcgee (2007), quienes encuentran una asociación significativamente positiva entre la IE y la edad; adicionalmente, Sahut, Gharbi y Mili (2015) estiman una relación negativa entre la edad y la IE.

Finalmente, Schwarz, Wdowiak, Almer y Breitenacker (2009) hallan en su investigación un efecto positivo para la edad y un efecto negativo para el término cuadrado de la edad en su modelo; es decir, se observó una relación cóncava con la IE disminuyendo bruscamente después de los

Tabla 4. Cambios marginales después del Logit. Factores sociodemográficos

Variable	dy/dx	Desviación típica	Z	P> z	[95% Intervalo de Confianza]	
Edad	0,1392992	0,05605	2,49	0,013*	0,02944	0,249159
Sexo	-0,124681	0,04607	-2,71	0,007*	-0,214971	0,034391
Amigo empresario	0,2383939	0,04416	5,40	0,000*	0,151849	0,324939
Experiencia laboral	-0,1662724	0,05589	-2,97	0,003*	-0,27582	-0,056725

y = Pr (Inte) [Predecir]; y = 0,34275652

*Variables estadísticamente significativas con nivel de confianza del 95%.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 5. Cambios marginales después del Logit. Factores Familiares

Variable	dy/dx	Desviación Típica	Z	P> z	[95% Intervalo de Confianza]	
Familiar empresario	0,2150565	0,04439	4,84	0,000*	0,128048	0,418557
Padre Universitario	0,0749367	0,06124	1,22	0,221	-0,0450594	0,191753
Madre Universitaria	-0,0641534	0,05913	-1,08	0,278	-0,180053	0,051746
Padre empresario	0,139567	0,04535	3,08	0,002*	0,050683	0,228451
Madre Empresaria	0,1850023	0,07144	2,59	0,010*	0,44976	0,325029

y = Pr [Inte] (Predecir); y = 0,34462138

*Variables estadísticamente significativas con nivel de confianza del 95%.

Fuente: elaboración propia.

35 años. Así las cosas, la investigación es consistente con los hallazgos de [Tornikoski, Kautonen y Le Loarne \(2012\)](#) y [Sahut et al. \(2015\)](#), quienes estiman una relación lineal negativa entre la edad e IE.

Por otra parte, en comparación con investigaciones afines, los hallazgos de este trabajo respaldan los resultados de [Van Gelderen, Sayers y Keen \(2008\)](#), quienes estiman que los estudiantes que tienen familiares y amigos emprendedores reafirman una norma social positiva con respecto a la iniciativa empresarial. En esta línea, [Koe et al. \(2012\)](#) valoran la relación positiva entre la presencia de amigos empresarios y la iniciativa empresarial entre jóvenes de la generación de los *milenials*. En contraste, los hallazgos de esta investigación se antepone a las evaluaciones de [Peng, Lu y Kang \(2012\)](#), quienes concluyen que los factores fundamentales de la familia como el espíritu emprendedor de los abuelos, padres, parientes y amigos no tienen un impacto significativo en la actitud emprendedora. Así mismo, la hipótesis de [Peng et al. \(2012\)](#) está vinculada con los hallazgos de [Liñán y Santos \(2007\)](#), quienes evidencian baja correlación entre poseer un amigo empresario y desarrollar IE.

Dados los hallazgos de esta investigación, es vasta la literatura que reafirma la relación positiva entre la experiencia laboral y la IE. Puntualmente, [Peterman y Kennedy \(2003\)](#) encuentran una relación positiva entre experiencia laboral en un ambiente de negocios pequeños y actitudes hacia el emprendimiento. En referencia, [Fatoki \(2014\)](#) enfoca su investigación en el estudio de la educación empresarial y la experiencia laboral previa como factores socio-demográficos e individuales y su relación con la iniciativa empresarial. En contraste, los resultados divergen de los hallazgos de [Ooi y Ahmad \(2012\)](#), quienes no encuentran diferencias significativas entre tener o no experiencia laboral sobre la IE en un estudio que examina las percepciones, motivaciones, obstáculos y desafíos que enfrentan los universitarios.

A propósito de la relación estadísticamente significativa que documenta el presente trabajo, siguiendo a [Chlosta, Patzelt, Klein y Dormann \(2012\)](#), las familias son una fuente de influencia en las elecciones de carrera, el desarrollo personal, la orientación a los objetivos, la personalidad y la motivación para convertirse en emprendedores. En este sentido, [Mungai y Velamuri \(2011\)](#) encuentran que la transferencia de conocimiento y experiencia puede tener lugar

por exposición, en la cual los padres que trabajan por cuenta propia actúan como modelos a seguir para sus hijos.

En discusión con este análisis, [Ozaralli y Rivenburgh \(2016\)](#) y [Liñán, Rodríguez y Rueda \(2005\)](#), estiman una relación positiva entre el rol parental y la IE. Desde otro enfoque, el estudiante cuyo padre es empresario tiene probabilidades asociadas a desarrollar IE en un 13%; en el caso de la madre empresaria, las probabilidades son 5 puntos porcentuales mayores. Coherente con estos resultados, [Lin, Hsu y Liang \(2014\)](#) concluyen que la posesión de negocios familiares está asociada de forma positiva con la IE en cada país. En esta línea, las investigaciones de [Laspita, Breugst, Hebllich, Patzelt \(2012\)](#) y [Oren, Caduri y Tziner \(2013\)](#), muestran la existencia de una correlación positiva entre la ocupación empresarial parental y la probabilidad de que sus hijos también lleguen a serlo.

En relación con lo anterior, en el caso de los estudiantes de MBA se confirma la importancia de la tradición familiar empresarial en la explicación de la IE. Este hallazgo está en consonancia con los resultados de [Altinay, Madanoglu, Daniele y Lashley \(2012\)](#), quienes estiman consideraciones similares entre los estudiantes del Reino Unido. Así mismo es afín con el estudio de [Gurel, Altinay y Daniele \(2010\)](#).

Desde otra perspectiva, la investigación respalda los hallazgos de [Misoska, Dimitrova y Msrisk \(2016\)](#), quienes en un estudio sobre IE entre estudiantes de las escuelas de negocios en Macedonia y Eslovenia encuentran que la mayoría de las personas analizadas que tenían experiencia en un plan de negocio familiar están cerca de establecer un negocio en un futuro próximo o ya dirigen uno. Finalmente, [Wang y Wong \(2004\)](#) observaron que género, experiencia empresarial familiar y nivel de educación, constituyen tres factores de fondo que afectan significativamente los intereses en el inicio de su propio negocio.

6. Conclusiones

Sobre la base de los resultados obtenidos, en los cuales las hipótesis de investigación se confirman en su generalidad, se infiere que los factores sociodemográficos y familiares influyen en la IE de los estudiantes de MBA en Colombia; adicionalmente, respaldados en los hallazgos, es plausible denotar la combinación de factores de incidencia para el desarrollo de IE. A la luz de este planteamiento se infiere que, si bien las condiciones familiares pueden mo-

tivar la IE, ésta emerge fundamentalmente de los rasgos sociodemográficos.

En el análisis específico de las características demográficas, los resultados arrojan que el estudiante hombre tiene una mayor probabilidad, en promedio, de tener IE en comparación con las mujeres; estos resultados también pueden estar apoyados en la estructura paternalista prevaliente en la sociedad colombiana.

De otra parte, si bien las variables en el grupo de factores sociodemográficos son conjuntamente significativas para explicar la IE, el coeficiente negativo de la variable experiencia laboral ejemplifica una relación inversa para los estudiantes con menos de 10 años de experiencia. Adicionalmente, los resultados de este estudio implican que hay mayores probabilidades de aumentar la IE en estudiantes sobre los cuales existe un amigo o familiar empresario y cuentan con más de 10 años de experiencia laboral.

De lo anterior, se deduce que aquellos estudiantes con experticia en algún proceso empresarial y que consecuentemente hayan adquirido conocimientos y habilidades emprendedoras de parte de un empresario familiar o conocido, develan efectos predictivos más altos en comparación con aquellos estudiantes que carecen de la experiencia, y de los cuales es factible inferir que precisan completar su proceso de educación con el ejercicio profesional antes de abordar un proyecto empresarial por iniciativa propia.

Finalmente, los resultados de la investigación no arrojan evidencia estadística para no rechazar la hipótesis planteada según la cual existe una correlación positiva entre la formación universitaria de los padres y la IE de sus hijos. De esta manera, aun cuando los resultados señalan relación positiva, los estadísticos no son significativos.

En lo relativo al deseo de profundizar en los análisis y hallazgos para investigaciones futuras, es pertinente el estudio de IE sobre la base de una muestra variada de estudiantes y diferentes grupos poblacionales en referencia con los cambios institucionales, culturales y demográficos en Latinoamérica. Desde luego en el futuro será necesario ampliar las investigaciones sobre estudiantes de posgrado en distintas áreas del conocimiento; lo anterior con el propósito de entender la percepción del proceso empresarial de los estudiantes de posgrado y las intenciones de crear una nueva empresa en particular, independiente de su campo de estudio.

Los resultados de la investigación principian un espectro para que académicos y en específico, los programas de MBA, exploren formas y medios de promover y alentar a los empresarios en general, y a los estudiantes en particular, sobre el rol del emprendimiento en los próximos tiempos; este propósito ha de ser culminado proporcionando una educación holística del emprendimiento; así se engendrará una generación de magister en administración equipados con una amplia gama de conocimientos y de habilidades emprendedoras para desarrollar un interés más alto en la ejecución de procesos empresariales. Desde otro punto de vista, estudios adicionales deberían estimar las relaciones entre un nuevo grupo de variables que expliquen los elementos motivacionales para desarrollar IE en un deter-

minado objeto de estudio. Finalmente, si bien los resultados de la investigación son concluyentes en el sentido de la identificación de factores que están asociados a la IE en jóvenes, el estudio no controla los efectos fijos específicos a cada ciudad, los cuales definen arreglos institucionales que modifican los incentivos para emprender.

Nota

Los resultados parciales de la investigación se presentaron en el XXVI Congreso Latinoamericano sobre espíritu empresarial en la ciudad de Cali, Colombia, en septiembre de 2017.

Agradecimientos

Los autores agradecen la colaboración de los (as) directores (as) de las Maestrías en Administración que facilitaron la realización de las encuestas entre sus estudiantes.

Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

Bibliografía

- Ahmed, T., Chandran, V. y Klobas, J. (2017). Demographic differences in learner response to entrepreneurial education programmes in Pakistan. *Educational Studies*, 43(4), 464-483. <https://doi.org/10.1080/03055698.2017.1293506>
- Afandi, E. y Kermani, M. (2015). Bridging The Gender Gap In Entrepreneurship: An Empirical Analysis. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 20(02), 1550008, <https://doi.org/10.1142/S1084946715500089>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behaviour. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Altinay, L., Madanoglu, M., Daniele, R. y Lashley, C. (2012). The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 489-499. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.07.007>
- Álvarez, C., Martins, I. y López, T. (2017). *El espíritu emprendedor de los estudiantes en Colombia. Resultados del Proyecto GUESSS Colombia 2016*. Medellín, Universidad EAFIT.
- Beeka, B.H. y Rimmington, M. (2011). Entrepreneurship as a career option for African youths. *Journal of Development Entrepreneurship*, 16(1), 145-164.
- Bergmann, H., Geissler, M., Hundt, C. y Grave, B. (2018). The climate for entrepreneurship at higher education institutions. *Research Policy*, 47(4), 700-716. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2018.01.018>
- Bohlmann, C., Rauch, A. y Zacher, H. (2017). A lifespan perspective on entrepreneurship: Perceived opportunities and skills explain the negative association between age and entrepreneurial activity. *Frontiers in Psychology*, 8, 1-11. doi:10.3389/fpsyg.2017.02015
- Botha, M. y Bignotti, A. (2017). Exploring moderators in the relationship between cognitive adaptability and entrepreneurial intention: findings from South Africa. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(4), 1069-1095. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0437-8>
- Brush, C. G. y Cooper, S. Y. (2012). Female entrepreneurship and economic development: an international perspective. *Entrepreneurship and Regional Development*, 24 (1/2), 1-6.
- Cabrera, E. y Mauricio, C. (2017). Factors affecting the success of women's entrepreneurship: a review of literature. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 9(1), 31-65. <https://doi.org/10.1108/IJGE-01-2016-0001>

- Campbell, N. y Mitchell, D. T. (2012). A (partial) review of entrepreneurship literature across disciplines. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 1(2), 183-199. <https://doi.org/10.1007/s11187-010-9270-y>
- Campopiano, G., Minola, T. y Sainaghi, R. (2016). Students climbing the entrepreneurial ladder: family social capital and environment-related motives in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(6), 1115-1136. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2014-0236>
- Chlosta, S., Patzelt, H., Klein, S. B. y Dormann, C. (2012). Parental role models and the decision to become self-employed: The moderating effect of personality. *Small Business Economics*, 38(1), 121-138. <https://doi.org/10.1007/s11187-010-9270-y>
- Criaco, G., Sieger, P., Wennberg, K., Chirico, F. y Minola, T. (2017). Parents' performance in entrepreneurship as a "double-edged sword" for the intergenerational transmission of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 49(4), 841-864. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.07.001>
- Davey, T., Plewa, C. y Struwig, M. (2011). Entrepreneurship perceptions and career intentions of international students. *Education Training*, 53(5), 335-352.
- Dehghanpour, A. (2015). The effects of demographic, cognitive and institutional factors on development of entrepreneurial intention: Toward a socio-cognitive model of entrepreneurial career. *Journal of International Entrepreneurship*, 13(4), 452-476. <https://doi.org/10.1007/s10843-015-0144-x>
- Devonish, D., Alleyne, P., Soverall, W.C., Marshall, A.Y. y Pounder, P. (2010). Explaining Entrepreneurial Intentions in the Caribbean. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour y Research*, 16(2), 149-171.
- Echeverri, L., Valencia, A., Benjumea, M. y Toro, A. (2018). Factores que inciden en la intención emprendedora del estudiantado universitario: Un análisis cualitativo. *Revista Electronica Educare*, 22(2), 1-19. <http://dx.doi.org/10.15359/ree.22-2.10>
- Edelman, L., Manolova, T., Shirokova, G. y Tsukanova T. (2016). The Impact of Family Support on Young Entrepreneurs' Start-up Activities. *Journal of Business Venturing*, 31(4), 428-448.6. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.04.003>
- Entrialgo, M. y Iglesias, V. (2017). Are the Intentions to Entrepreneurship of Men and Women Shaped Differently? the Impact of Entrepreneurial Role-Model Exposure and Entrepreneurship Education. *Entrepreneurship Research Journal*, 8(1), 1-14. <https://doi.org/10.1515/erj-2017-0013>
- Evald, M. R., Klyver, K. y Christensen, P. R. (2011). The effect of human capital, social capital, and perceptual values on nascent entrepreneurs' export intentions. *Journal of International Entrepreneurship*, 9(1), 1-19. <https://doi.org/10.1007/s10843-010-0069-3>
- Fatoki, O. (2014). The entrepreneurial intention of undergraduate students in South Africa: the influences of entrepreneurship education and previous work experience. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(7), 294-299.
- Foo, M., Knockaert, M., Chan, E. y Erikson, T. (2016). The Individual Environment Nexus: Impact of Promotion Focus and the Environment on Academic Scientists' Entrepreneurial Intentions. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 63(2), 7437428, 213-222. <https://doi.org/10.1109/TEM.2016.2535296>
- García, F., Gil, E., Ruiz, I. y Gutiérrez, D. (2017). Entrepreneurial process in peripheral regions: the role of motivation and culture. *European Planning Studies*, 25(11), 2037-2056. <https://doi.org/10.1080/09654313.2016.1262827>
- Gielnik, M. M., Zacher, H. y Wang, M. (2018). Age in the entrepreneurial process: The role of future time perspective and prior entrepreneurial experience. *Journal of Applied Psychology*, 103, 1067-1085.
- Global Entrepreneurship Research Association (2017). *Global Entrepreneurship Monitor. Global Report 2016/17*. Recuperado el día 10 de enero del año de 2018: <http://www.gemconsortium.org/report/49812>
- Gurel, E., Altinay, L. y Daniele, R. (2010). Tourism students' entrepreneurial intentions. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 646-669. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.12.003>
- Haddad, G. (2017). Understanding women entrepreneurial motivations: Does age matter? In E. Sleilati (Eds). *Lebanon: Social, Political and Economic Issues* (pp. 65-84). New York: Nova Science Publisher
- Halvorsen, C. J. y Morrow, N. (2017). A conceptual framework on self-employment in later life: toward a research agenda. *Work Aging Retirement*, 3(4), 313-324. <https://doi.org/10.1093/workar/waw031>
- Hatak, I., Harms, R. y Fink, M. (2015). Age, job identification, and entrepreneurial intention. *Journal of Managerial Psychology*, 30(1), 38-53. <https://doi.org/10.1108/JMP-07-2014-0213>
- Hsu, D., Shinnar, R., Powell, B. y Coffey, B. (2017). Intentions to reenter venture creation: The effect of entrepreneurial experience and organizational climate. *International Small Business Journal*, 35(8), 928-948. <https://doi.org/10.1177/0266242616686646>
- Ismail, M., Khalid, S.A., Othman, M., Jusoff, K., Abdul Rahman, N., Mohammed, K.M. y Shekh, R.Z. (2009). Entrepreneurial intention among Malaysian undergraduates. *International Journal of Business and Management*, 4(10), 54-60.
- Iwu, C., Ezeudiji, I., Eresia, C. y Tengeh, R. (2016). The Entrepreneurial Intention of University Students: The Case of a University of Technology in South Africa. *Acta Universitatis Danubius. Œconomica*, 12(1), 164-181.
- Kilonzo, P. y Nyambugera, S. (2014). Determinants of entrepreneurial intention among university business students in Kenya: Lessons from Kenyatta University. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 22(2), 231-250. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2014.062503>
- Koe, W. L., Sa'ari, J. R., Majid, I. A. y Ismail, K. (2012). Determinants of entrepreneurial intention among millennial generation. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 40, 197-208
- Kuratko, D. F. (2007). Entrepreneurial leadership in the 21st century. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 13(4), 1-11.
- Langer, J., Alfirević, N., Pavičić, J. y Krneta, M. (2016). Intentions and Perceptions of the Entrepreneurial Career Among Croatian Students: Initial Results of a Longitudinal Empirical Study. In D. Bögenhold, J. Bonnet, M. Dejardin y Garcia, D. (eds) *Contemporary Entrepreneurship* (pp. 213-228). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-28134-6_14
- Laspita, S., Breugst, N., Heblich, S. y Patzelt, H. (2012). Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 27(4), 414-435. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2011.11.006>
- Lechner, C., Sortheix, F., Oschonka, M. y Salmela, K. (2018). What drives future business leaders? How work values and gender shape young adults' entrepreneurial and leadership aspirations. *Journal of Vocational Behavior*, 107, 57-70. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.03.004>
- Liguori, E., Bendickson, J. y McDowell, W. (2018). Revisiting entrepreneurial intentions: a social cognitive career theory approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(1), 67-78. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0462-7>
- Lin, W.-S., Hsu, Y. y Liang, C. (2014). The mediator effects of conceiving imagination on academic performance of design students. *International Journal of Technology and Design Education*, 24(1), 73-89. <https://doi.org/10.1007/s10798-013-9244-x>
- Liñán, F. y Santos, F. J. (2007). Does social capital affect entrepreneurial intentions? *International Advances in Economic Research*, 13(4), 443-453. <https://doi.org/10.1007/s11294-007-9109-8>
- Liñán, F., Rodríguez, J.C. y Rueda, J.M. (2005, August). Factors affecting Entrepreneurial Intention Levels. *45th Congress of the European Regional Science Association*, 2005, Amsterdam, Netherlands.
- Liñán, F. y Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907-933. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5>
- Loi, M. (2018). Dynamics of Entrepreneurship Education: How Human and Social Capital Interact With Learning. In N. Zakaria, y L. Kauschal (Eds.). *Global Entrepreneurship and New Venture Creation in the Sharing Economy* (pp. 37-53). Hershey, PA: IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-2835-7.ch003>
- Maes, J., Leroy, H. y Sels, L. (2014). Gender differences in entrepreneurial intentions: A TPB multi-group analysis at factor and indicator level. *European Management Journal*, 32(5), 784-794. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2014.01.001>
- Martínez, A. (2016). Factores socio-culturales asociados al emprendedor: evidencia empírica para América Latina. *Revista Venezolana de Gerencia*, 21(74), 312-330. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.3022.1045>
- Martínez, G. y Campos, J. (2014). La intención emprendedora en estu-

- diantes universitarios: el caso de la universidad de Deusto. *Boletín de Estudios Económicos*, 69(211), 151-172.
- Mirola, T., Criaco, G. y Obschonka, M. (2016). Age, culture, and self-employment motivation. *Small Business Economics*, 46(2), 187 - 213. <https://doi.org/10.1007/s11187-015-9685-6>
- Miralles, F., Giones, F. y Gozun, B. (2017). Does direct experience matter? Examining the consequences of current entrepreneurial behavior on entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(3), 881-903. <https://doi.org/10.1007/s11365-016-0430-7>
- Miranda, F., Chamorro, A., Rubio, S. y Pérez, J. (2017). Academic entrepreneurial intention: the role of gender. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 9(1), 66-86. <https://doi.org/10.1108/IJGE-10-2016-0037>
- Miranda, F., Chamorro, A. y Rubio, S. (2017). Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention. *European Research on Management and Business Economics*, 23(2), 113-122. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.01.001>
- Misoska, A. T., Dimitrova, M. y Msrík, J. (2016). Drivers of entrepreneurial intentions among business students in Macedonia. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 29(1), 1062-1074. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2016.1211956>
- Morales, G., Pablo, I. y Vargas, A. (2016). An Empirical Study on the Antecedents of Knowledge Intensive Entrepreneurship. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 13(5), 1640011. <https://doi.org/10.1142/S0219877016400113>
- Mungai, E. y Velamuri, S.R. (2011). Parental entrepreneurial role model influence on male offspring: is it always positive and when does it occur? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(2), 337-357. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00363.x>
- Muñoz, G., Rodríguez, P. y Santos, 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>
- Nabi, G. y Holden, R. (2008). Graduate entrepreneurship: intentions, education and training. *Education + Training*, 50(7), 545-551. <https://doi.org/10.1108/00400910810909018>
- Ooi, K. Y. y Ahmad, S. (2012). A Study among University Students in Business Start-Ups in Malaysia: Motivations and Obstacles to Become Entrepreneurs. *International Journal of Business and Social Science*, 3(19), 181-192. <https://doi.org/10.1186/s40497-015-0035-6>
- Oren, L., Caduri, A. y Tziner, A. (2013). Intergenerational occupational transmission: Do offspring walk in the footsteps of mom Or dad, or both? *Journal of Vocational Behavior*, 83(3), 551-560. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2013.08.003>
- Ozaralli, N. y Rivenburgh, N.K. (2016). Entrepreneurial Intention: Antecedents to Entrepreneurial Behavior in the U.S.A. and Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(3), 1-32. <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0047-x>
- Peng, Z., Lu, G. y Kang, H. (2012). Entrepreneurial Intentions and Its Influencing Factors: A Survey of the University Students in Xi'an China. *Creative Education*, 3(8), 95-100. <http://doi.org/10.4236/ce.2012.38B021>
- Peterman, N. y Kennedy, J. (2003). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2), 129-144. <https://doi.org/10.1046/j.1540-6520.2003.00035.x>
- Popescu, C., Maxim, A. y Diaconu, L. (2014). Determinants of entrepreneurial intentions among romanian students. *Transformations in Business and Economics*, 13(3C), 370-388. <https://doi.org/10.3390/su8080771>
- Pouratashi, M. (2015). Entrepreneurial Intentions of Agricultural Students: Levels and Determinants. *Journal of Agricultural Education and Extension*, 21(5), 467-477. <https://doi.org/10.1080/1389224X.2014.960528>
- Preisendoerfer, P., Bitz, A. y Bezuidenhout, F. (2014). Black entrepreneurship: A case study on entrepreneurial activities and ambitions in a South African township. *Journal of Enterprising Communities*, 8(3), 162-179. <https://doi.org/10.1108/JEC-02-2012-0020>
- Robichaud, Y., McGraw, E., Cachon, J., Bolton, D., Codina, J., Eccius-Wellmann, C. y Walsh, D. (2013). Female entrepreneurs' motives and SME's growth: An international study. *Journal of Women's Entrepreneurship and Education*, 3(4), 1-27.
- Ruef, M. y Lounsbury, M. (2007). Introduction: The Sociology of Entrepreneurship. In M. Ruef y M. Lounsbury (Eds). *The Sociology of Entrepreneurship* (pp.1-29). Bradford: Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1016/S0733-558X\(06\)25001-8](https://doi.org/10.1016/S0733-558X(06)25001-8)
- Saeed, S., Muffatto, M. y Yousafzai, S. (2014). Exploring intergenerational influence on entrepreneurial intention: The mediating role of perceived desirability and perceived feasibility. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 18(2-3), 134-153. <https://doi.org/10.1504/IJEIM.2014.062877>
- Sahut, J. M., Gharbi, S. y Mili, M. (2015). Identifying factors key to encouraging entrepreneurial intentions among seniors. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 32(4), 252-264. <https://doi.org/10.1002/cjas.1358>
- Sambharya, R. y Musteen, M. (2014). Institutional environment and entrepreneurship: An empirical study across countries. *Journal of International Entrepreneurship*, 12(4), 314-330. <https://doi.org/10.1007/s10843-014-0137-1>
- Santos, S., Caetano, A. y Curral, L. (2014). Psychosocial aspects of entrepreneurial potential. *Journal of Small Business y Entrepreneurship*, 26(6), 661-685. <https://doi.org/10.1080/08276331.2014.892313>
- Schwarz, E. J., Wdowiak, M. A., Almer, D. A. y Breitenacker, R. J. (2009). The effects of attitudes and perceived environment conditions on students' entrepreneurial intent: An Austrian perspective. *Education + Training*, 51(4), 272-291. <https://doi.org/10.1108/00400910910964566>
- Sequeira, J., Mueller, S. L. y McGee, J. E. (2007). The influence of social ties and self-efficacy in forming entrepreneurial intentions and motivating nascent behavior. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 12(3), 275-293. <https://doi.org/10.1142/S108494670700068X>
- Serrano, A., Pérez, M., Palma, M. y López, M. (2016). Emprendimiento: visión actual como disciplina de investigación. Un análisis de los números especiales publicados durante 2011-2013. *Estudios Gerenciales*, 32(138), 82-95. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2015.09.003>
- Setti, Z. (2017). Entrepreneurial intentions among youth in MENA countries: Effects of gender, education, occupation and income. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 30(3), 308-324. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2017.081952>
- Shapiro, A. y Sokol, L. (1982). The Social Dimensions of Entrepreneurship. In C. Kent, D. Sexton y K. H. Vesper (eds.). *The Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp.72-90). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Sieger, P., Gruber, M., Fauchart, E. y Zellweger T. (2016). Measuring the Social Identity of Entrepreneurs: Scale Development and International Validation. *Journal of Business Venturing*, 31(5), 542-572. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.07.001>
- Silveira, Y., Cabeza, D. y Fernández, V. (2016). Emprendimiento: perspectiva cubana en la creación de empresas familiares. *European Research on Management and Business Economics*, 22(2), 70-77. <https://doi.org/10.1016/j.iedee.2015.10.008>
- Sumathi, P., Ahamed, S. y Karthikeyan, M. (2018). Descriptive research study on factors influencing entrepreneurial intention among engineering students in Virudhunagar District. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 10(1 Special Issue), 605-611.
- Tarapuez, E., García, M. D. y Castellano, N. (2018). Aspectos socioeconómicos e intención emprendedora en estudiantes universitarios del Quindío (Colombia). *Innovar*, 28(67), 123-135. <https://doi.org/10.15446/innovar.v27n67.68618>
- Thorgren, S., Sirén, C., Nordström, C. y Wincent, J. (2016). Hybrid entrepreneurs' second-step choice: The nonlinear relationship between age and intention to enter full-time entrepreneurship. *Journal of Business Venturing Insights*, 5, 14-18. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2015.12.001>
- Tornikoski E. T., Kautionen T. y Le Loarne, S. (2012). Le rôle de l'âge dans l'intention entrepreneuriale. Quelles leçons sur les seniors? *Revue française de Gestion*, 8(227), 95- 109. <https://doi.org/10.3166/RFG.227.95-109>
- Tsai, K., Chang, H. y Peng, C. (2016). Refining the linkage between perceived capability and entrepreneurial intention: roles of perceived opportunity, fear of failure, and gender. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(4), 127-145. <https://doi.org/10.1007/s11365-016-0383-x>
- Valdez, M. E. y Richardson, J. (2013). Institutional Determinants of Mac-

- ro-Level Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(5), 1149-1175. <https://doi.org/10.1111/etap.12000>
- Van Gelderen, M., Kautonen, T., Wincent, J. y Biniari, M. (2017). Implementation intentions in the entrepreneurial process: concept, empirical findings, and research agenda. *Small Business Economics*, 1-19. [article in press]. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9971-6>
- Van Gelderen, M. W., Sayers, J. y Keen, C. (2008). Homebased Internet businesses as drivers of variety. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(1), 162-177. <https://doi.org/10.1108/14626000810850900>
- Volchek, D., Jantunen, A. y Saarenketo, S. (2013). The institutional environment for international entrepreneurship in Russia: Reflections on growth decisions and performance in SMEs. *Journal of International Entrepreneurship*, 11(4), 320-350. <https://doi.org/10.1007/s10843-013-0115-z>
- Vuorio, A., Puumalainen, K. y Fellnhofer, K. (2018). Drivers of entrepreneurial intentions in sustainable entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 24(2), 359-381. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-03-2016-0097>
- Yi, G. (2017). Impact of internship quality on entrepreneurial intentions among graduating engineering students of research universities in China. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1-17. [article in press]. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0491-2>
- Wang, D., Wang, L. y Chen, L. (2017). Unlocking the influence of family business exposure on entrepreneurial intentions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1-24 [article in press]. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0475-2>
- Wang, C. K. y Wong, P.K. (2004). Entrepreneurial interest of university students in Singapore. *Technovation*, 24(2), 163-72. [https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(02\)00016-0](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(02)00016-0)
- Welter, F. (2011). Contextualizing Entrepreneurship-Conceptual Challenges and Ways Forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 165-184. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00427.x>
- Zellweger, T., Richards, M., Sieger, P. y Patel, P. (2016). How much am I expected to pay for my parents' firm? An institutional logics perspective on family discounts. *Entrepreneurship Theory y Practice*, 40(5), 1041-1069. <https://doi.org/10.1111/etap.12161>
- Zhang, Y., Duysters, G. y Cloodt, M. (2014). The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship Management Journal*, 10(3), 623-641. <https://doi.org/10.1007/s11365-012-0246-z>