



# VNiVERSIDAD D SALAMANCA

## TESIS DOCTORAL

**Exploring Entrepreneurship Personality and Entrepreneurial Potential in Male and Female Spanish University Students**

**Alexander Luis Ward Mayens**

**Directores:**

**Dra. Brizeida R. Hernández Sánchez**

**Dr. José Carlos Sánchez García**



*D. Alexander Luis Ward Mayens, alumno de la Universidad de Salamanca*

**SOLICITA**

*sea aceptada a trámite de evaluación y lectura, para optar al Título de doctor, la tesis “Exploring Entrepreneurship Personality and Entrepreneurial Potential in Male and Female Spanish University Students”.*

*En Salamanca a 13 de Junio de 2019*

**Fdo. Prof. Dra. Brizeida Hernández Sánchez**  
**Directora de la Tesis**

**Fdo. Prof. Dr. D. José Carlos Sánchez García**  
**Codirector de la tesis**

*Alumno*  
*Alexander Luis Ward Mayens*

**2019**





**UNIVERSIDAD  
DE SALAMANCA**

**Exploring Entrepreneurship Personality and Entrepreneurial Potential in Male and  
Female Spanish University Students**

**Tesis presentada en la Escuela de Doctorado de la Universidad de Salamanca**

**Tesis dirigida por los profesores**

**Dra Brizeida Hernández Sánchez y Dr. José Carlos Sánchez García**

**Presentada para la obtención del Título de Doctor por la  
Universidad de Salamanca.**



## Acknowledgements

I wish to express my gratitude to all who have helped on this stage of my development to always push forward, give my best, and don't give up. I had the opportunity to explore and understand new cultures, gain new knowledge and skills, as well make valuable friends on the way. These things would had not been possible if it weren't for the support by each and every one of you, and I am immensely thankful for it.

I would like to expressively give thanks for the immeasurable support from

**My family: my parents Janire and Jaime, my brother Bryan, and rest:** for never doubting my capacity to achieve this, always willing to hear me out, looking for my wellbeing, and being always and anytime there for me. Hoping one day I can be like all of you, you're awesome!

**My girlfriend, Lia:** for the unconditional love, support and willingness to hear me out, even when we're a continent apart. You have definitely been one of my strongest pillars in this journey. You're an incredible human being and role model!

**My PhD peers and new friends:** Jenny, Sara, Gioconda, Mariu, Cristian, Martha, Ana, Jara, and Francisco for always cheering up and being available in stressful situations and give so many happy moments.

**My friends from Puerto Rico:** big shout out for always sticking with me and cheering me up from so far away.

**Professors I met on the way that always pushed me to do my best:** Thanks for the wonderful support and giving me a glimpse of what academic life means.

**Lastly, a special big thanks to my supervisors, Brizeida Hernández Sánchez and José Carlos Sánchez García** for guiding me, giving me so many professional experiences and opportunities, helping me reach my objectives, lend me of their resources to do my thesis, and always looking for my best! Thank you very much!

*In loving memory of Don Armando Mayens Lugo*



# Table of Contents

<b>Executive Summary (in Spanish)</b> .....	13
<b>Resumen (Abstract in Spanish)</b> .....	41
<b>Abstract</b> .....	43
<b>Introduction</b> .....	45
<b>Part I: Theoretical Framework</b> .....	49
Chapter 1: Conceptualizing Entrepreneurship.....	53
1.1 Introduction.....	53
1.2 Entrepreneur from the field of Economics.....	55
1.3 Entrepreneur from the field of Sociology.....	57
1.4 Entrepreneur from the field of Psychology.....	58
1.4.1 Defining entrepreneurial potential as scholarly research.....	62
1.4.1.1 Personality traits and entrepreneurial behavior.....	64
1.4.1.1.1 The current state of narrow personality traits and entrepreneurship.....	67
1.4.1.1.2 Entrepreneurial behavior and Intention-based theory.....	73
1.4.1.2 Entrepreneurial behavior and Intention-based theory.....	73
1.5 Taxonomy of entrepreneurs.....	80
Chapter 2: Entrepreneurship Development.....	85
2.1 Introduction.....	85
2.2 Economic and political institutions in entrepreneurship activity.....	87
2.3 Education as a platform for entrepreneurial development.....	94
2.4 Entrepreneurship in Spain from an economic, political, and educational perspective.....	100
2.4.1 Efforts to increase entrepreneurship activity in Spain.....	102
2.4.2 Entrepreneurial potential in Spain: university students.....	104
2.5 Gender as a moderator of entrepreneurship activities.....	108
Chapter 3: Hypotheses.....	115
3.1 Introduction.....	115
3.2 Hypotheses development.....	116
3.3 A structural model for testing the hypotheses.....	123
<b>Part II: Empirical Framework</b> .....	<b>127</b>
Chapter 4: Method.....	131
4.1 Sample.....	131
4.2 Scale.....	133
4.3 Statistical Analysis.....	135
4.3.1 Exploratory Factor Analysis.....	136
4.3.2 Reliability.....	136
4.3.3 General overview of entrepreneurship potential in Spanish university students.....	137

4.3.4 Structural Equation Modeling and mean comparison .....	137
4.3.4.1 Model fit.....	137
4.3.4.2 Mean comparison between genders .....	137
4.3.4.3 Direct, Indirect, and Moderation effects.....	138
Chapter 5: Results.....	139
5.1 Exploratory Factor Analysis.....	139
5.2 Reliability .....	141
5.3 Entrepreneurship Potential Overview: Means, no grouping.....	141
5.4 Structured Equation Modeling and mean comparison.....	142
5.4.1 Mean by groups and comparison: Males and Females.....	144
5.4.2 Regression Weights .....	145
5.4.3 Path Model Effects .....	152
Chapter 6: Discussion & Conclusions .....	159
6.1 Discussion.....	159
6.2 Conclusions .....	167
6.2.1 Contributions to entrepreneurship literature.....	167
6.2.2 Answering the research question.....	168
6.2.2.1 Where do we move from here? .....	168
6.3 Limitations and Future Research.....	170
<b>References .....</b>	<b>173</b>

<b>Tables and Figures Index</b> .....	
Figure 1 Theoretical framework structure .....	52
Figure 2 The state of the sociological perspective of entrepreneurship research .....	58
Figure 3 The state of the psychological perspective of entrepreneurship research .....	62
Figure 4 Theoretical model of the Theory of Planned Behavior .....	74
Figure 5 Theoretical model of the Entrepreneurial Event .....	76
Figure 6 Theory of Trying's interaction model .....	78
Figure 7 Sense-making theory interaction with entrepreneurial intention .....	79
Figure 8 Relevance of environmental factors, facilitators and obstacles by economic stages .....	91
Figure 9 TEA values in Spain from 2005 to 2018.....	101
Figure 10 Hypothesis 1.....	117
Figure 11 Hypothesis 2.....	118
Figure 12 Hypothesis 3 and 4.....	119
Figure 13 Hypothesis 5.....	120
Figure 14 Hypothesis 6.....	120
Figure 15 Hypothesis 7.....	121
Figure 16 Hypothesis 8.....	122
Figure 17 Hypothesis 9.....	122
Figure 18 Hypotheses 10 and 11 .....	123
Figure 19 Structural Model .....	125
Figure 20 Empirical framework structure .....	130
Figure 21 Analysis process.....	138
Figure 22 Regression Weights: Males- Model 1 (Not controlling for Necessity).....	146
Figure 23 Regression Weights: Males- Model 2 (Controlling for Necessity).....	147
Figure 24 Regression Weights: Females- Model 1 (Not controlling for Necessity) .....	149
Figure 25 Regression Weights: Females- Model 2 (Controlling for Necessity) .....	150
Figure 26 Theoretical model with expected group differences .....	155
Figure 27 Empirical model for males- MODEL 1 .....	156
Figure 28 Empirical model for males- MODEL 2 .....	156
Figure 29 Empirical model for females- MODEL 1 .....	157
Figure 30 Empirical model for females- MODEL 2 .....	157
Table 1 Comparison of pedagogical approaches with EE.....	95
Table 2 Sample Demographics.....	131
Table 3 Participants by Autonomous Community .....	132
Table 4 Exploratory Factor Analysis.....	139
Table 5 Factor Reliability for Variables.....	141

Table 6 Means, no grouping .....	141
Table 7 Correlations for Path Model .....	142
Table 8 Model Fit for Path Model .....	143
Table 9 Squared Multiple Correlations for Endogenous Variables .....	143
Table 10 Group Means and t-Test .....	144
Table 11 Regression Weights: Males. Model 1 without Necessity and Model 2 with Necessity ..	145
Table 12 Regression Weights: Females. Model 1 without Necessity and Model 2 with Necessity	148
Table 13 Effects for Path Model: Males.....	152
Table 14 Effects for Path Model: Females .....	153
Table 15 Hypotheses and Results Comparison .....	158

## **RESUMEN EJECUTIVO DE LA TESIS<sup>1</sup>:**

### **EXPLORANDO EL POTENCIAL Y LA PERSONALIDAD EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS -HOMBRES Y MUJERES- DE ESPAÑA**

#### **1. Introducción**

España sufrió en el 2008 una recesión económica que afectó al país en muchos niveles, incluyendo el sector industrial. Aunque la economía del país ha mejorado progresivamente en los últimos años, sigue siendo una de las más bajas de la Unión Europea. En función de esto, se ha buscado muchas formas de acelerar esta recuperación, incluyendo la promoción de actividades emprendedoras. Las universidades, como fuentes de conocimiento y desarrollo, se consideran un motor para esto, donde podría existir un nicho que podría llevar a la creación de nuevos emprendedores competentes. He de aquí el interés de explorar el potencial emprendedor en ellas.

Debido a esto, las instituciones educativas son generalmente consideradas como un interés investigativo. En línea con este argumento, un informe realizado por el Observatorio de Emprendimiento Universitario ha perfilado recientemente las actitudes y creencias de emprendimiento en estudiantes a escala nacional, recibiendo respuestas de 14,413 estudiantes en 29 universidades, lo que permite evaluar una visión general de la mentalidad actual de los estudiantes y el espíritu empresarial, sin embargo, el estudio es de naturaleza descriptiva.

Esta disertación actúa como un seguimiento a las observaciones del estudio del Observatorio, donde pongo a prueba si las percepciones emprendedoras de los estudiantes potencian futuras actividades emprendedoras por medio de modelos causales. Específicamente, me centraré en cómo las variables de personalidad interactúan con las intenciones por emprender en esta población. El estudio de las intenciones es particularmente útil por su poder de predicción del comportamiento emprendedor; es decir, es un buen proxy para entender el futuro emprendedor de España a corto plazo. Las intenciones, combinadas con la personalidad empresarial, podrían argumentarse como el potencial emprendedor, un concepto ampliamente argumentado en la literatura, pero poco teorizado. A través de esta disertación, exploraré los conceptos teóricos de

---

<sup>1</sup> Nota aclaratoria:

Este resumen tiene como propósito comprimir de forma concisa y resumida la tesis, la cual está en el idioma de inglés. Funcionalmente, su rol es ser una guía que permite leer de forma más simple y corta el contenido de la misma en el idioma de español. A propósito de esto, el resumen no incluye tablas o figuras, salvo la del modelo teórico propuesto, ni las referencias bibliográficas. Para una lectura más detallada y referenciada, es necesaria la lectura de la tesis en inglés completa.

la personalidad e intenciones emprendedoras, así como los roles institucionales en el desarrollo emprendedor (tales como económico, político y educativo); el estado actual del emprendimiento en España y la variabilidad del comportamiento emprendedor entre géneros para responder a la pregunta: "¿Cuál es el estado actual del potencial emprendedor en los estudiantes universitarios españoles?" por medio de métodos empíricos.

Específicamente, esta disertación:

- Recopila información descriptiva del grado de los rasgos de personalidad de emprendimiento del estudiante.
- Analiza un modelo causal para las intenciones de emprendimiento para el contexto español y universitario.
- Explora cómo factores orientados a la necesidad desempeña un papel en las intenciones y motivos para emprender en los estudiantes universitarios.

También construiré este estudio desde dos enfoques:

1) Primeramente, no estará fundamentado en programas de educación emprendedora, o estudiantes de empresas, sino que opto en explorar cómo una población variada de estudiantes expresa intenciones para la creación de empresas. Creo que el espíritu emprendedor no está reservado para personas con un historial de negocios, sino que es una oportunidad que las personas de muchos orígenes pueden explotar y también aprovecharán cuanto tengan tienen el interés, las competencias y el entorno adecuados. Esto significa que las universidades son, en general, un espacio para que las personas que potencialmente pueden hacer negocios mejoren sus habilidades en cualquier campo académico. Como parte de este argumento, estoy interesado en trazar un mapa de cómo una población más diversa de estudiantes expresa intenciones y una mentalidad empresarial por la virtud de la educación: la adquisición de habilidades y confianza en actuar sobre sus intereses profesionales.

2) Segundo, la literatura muestra que el emprendimiento es un campo generalmente dominado por los hombres, lo que significa que el género es una variable altamente influyente que modera el comportamiento y las intenciones emprendedoras. Por lo tanto, siempre se debe tener en cuenta, y también me enfocaré en descubrir cómo estas creencias y percepciones varían según el género.

## **2. Revisión teórica**

### *Breve historia del concepto del emprendedor*

Primero que todo, se entiende que a través de la historia el concepto de “emprendedor” y “emprendimiento” ha tomado muchos rumbos; incluso, encarnaciones previas del término implicaban cosas muy distintas a lo que conocemos hoy día. Por ejemplo, en el siglo 12 un emprendedor era una persona que busca problemas y, de ahí, tomo otros significados como un aventurero, defensor de fortalezas y arquitecto.

Las conceptualizaciones más cercanas a lo que se entiende hoy día comienzan a tomar forma con Richard Cantillon en 1732, quien los llama individuos capaces de tomar iniciativas de negocio que involucran riesgo. De aquí, otros como Baptise Say lo empezaron a relacionar con el campo de económicas hasta que Schumpeter y Webber le dieron una forma más concreta en el siglo 20, enfocándose en la idea de que innovan, traen cambios radicales por medio del mercado y contribuyen a mantener la estructura sociocultural. Naturalmente, este tipo de ideas llevaron al concepto en un rumbo evolutivo mucho más trascendental que una simple descripción sobre acciones empresariales, y se ha indagado en él de forma interdisciplinaria desde el siglo pasado. Los tres campos principales que estudian al emprendedor son: Economía, Sociología y Psicología.

El campo económico toma un enfoque orientado a la idea de Schumpeter de la destrucción creativa para tratar al emprendedor como un agente de cambio radical a la economía y al mercado. Por el otro lado, el campo de la sociología se enfoca en el concepto de Webber, donde el emprendedor hace cambios (o mantiene en orden) a las instituciones de la sociedad, enfocándose en una noción más humanista sobre lo que es el emprendedor como un agente cultural, con intereses individuales que juegan entremedio.

El campo de la psicología sale como una división de la sociológica, más orientada en entender la mente emprendedora, comenzando a estudiar sus motivos por parte de David McClelland en 1960. Este sugiere que el emprendedor está motivado por unas necesidades psicológicas específicas, cuales lo llevaban a emprender: necesidad de logro, de poder y de relacionarse.

A la medida que comenzaron a surgir más teorías sobre el comportamiento humano, se empezó a pensar que algunas forman parte del comportamiento emprendedor, por ejemplo, que los emprendedores muestran un exceso de confianza en ejecutar sus hazañas por tener un locus de control interno fuerte. Luego de dos décadas de asociar teorías psicológicas a conductas

emprendedoras, se comenzó a presumir que lo que existe detrás de todo esto es, realmente, una personalidad emprendedora, que es propia a ellos de modo que otros profesionales no la comparten, o no la comparten al mismo nivel.

Esta vertiente de conceptualizar la personalidad emprendedora ha sido acompañada por teorías que no solo pretenden estudiar al emprendedor ya consolidado, sino las variables que podrían llevar a una persona a emprender. Esta última vino con el modelo del Evento Emprendedor, cual teorizaba que un potencial emprendedor mostraría algún nivel de intención por montar su empresa, lo cual lleva a considerar intención como un tipo de proxy para futuras actividades emprendedoras. Esta, acompañada de la Teoría de Acción Planificada, sugieren que las personas evalúan de antemano sus acciones en relación a: si es factible hacerla en función a la posibilidad de lograr ejecutarla, si la encuentran atractiva a nivel personal y si los demás perciben la acción positivamente. Intención, o el estado de determinación a actuar, viene como un producto de estos factores.

Esto toma fuerza con Norris Krueger en los 1990, donde crea un modelo empírico en el contexto emprendedor, y lleva a un boom de estudios sobre intención emprendedora. Simultáneamente, los estudios sobre la personalidad emprendedora comienzan a abandonarse con el fracaso de comprobarlo a nivel empírico, mayormente por inconsistencias en los resultados y en no poder validar teorías de la época, como personalidades del Big Five, como parte del perfil emprendedor.

Esta última recobra fuerzas en los 2000 con la llegada de estadísticos más complejos y el uso de meta-análisis, hoy día con una idea mucho más clara de lo que podría ser la personalidad emprendedora, mientras que los estudios de intención emprendedora se expandieron a explorar otras variables por encima de las originales, mejorando el poder explicativo de las intenciones. El advenimiento de muchas otras sub-ramas, incluyendo psicología social e industrial, genéticas, biología y neurociencia, han llevado a explorar también el comportamiento y personalidad emprendedora (y con un notable grado de éxito), lo cual ha llevado al estudio del emprendedor desde una perspectiva psicológica en rumbos relativamente amplios e interesantes, cada vez llegando más cerca de un punto convergente entre las varias disciplinas.

Esta tesis está enfocada en estudiar la personalidad emprendedora, las variables dentro de ella y factores externos que podrían llevar a actuar en un interés empresarial, algo comúnmente denominado potencial emprendedor. El concepto, no obstante, es confuso hasta el día de hoy,

lo cual intentare explicar en la próxima sección para aclarar y pavimentar el argumento principal detrás del estudio

### *Potencial emprendedor*

Potencial, como palabra, implica algo que “aún no es, pero podría ser”, lo cual naturalmente implica que el potencial emprendedor se orienta a personas que no son emprendedores, pero podrían serlos. De primera instancia (y lógicamente), esto lleva a modelos de intención, ya que estudian los factores que anteceden la acción emprendedora, por tal, miden el potencial de emprender. En efecto, Krueger y Brazeal en 1994 ya estaban conceptualizando el potencial emprendedor como un modelo de intenciones, no obstante, otros han utilizado el concepto para argumentar que el potencial emprendedor es simplemente una persona que posee las características de un empresario, o la personalidad emprendedora, obviando intención en la ecuación.

La realidad es que ambos argumentos tendrían más sentido si se unen: la personalidad emprendedora como parte de un modelo que también se utiliza para medir intenciones. En efecto, dos estudios relativamente recientes han intentado crear modelos empíricos del potencial emprendedor utilizando esta idea y han mostrado validez empírica y predictiva. Personalidad emprendedora, junto la teoría de intención emprendedora, están relacionados de forma causal y explican el potencial de emprender, por tanto, potencial emprendedor parece ser una interacción de la personalidad emprendedora y la intención de emprender.

La próxima sección brevemente discutirá el estado actual de la personalidad emprendedora y los fundamentos detrás de la intención.

### *Personalidad emprendedora*

Como mencionado anteriormente, la personalidad emprendedora ha sido un concepto difícil de probar, ya que hay mucha variabilidad en el tipo de emprendedor que existe, además que los rasgos no son únicamente de emprendedores, sino que lo comparten todos los humanos. Determinar que es emprendedor, en este sentido, ha sido (y continuará siendo) complicado. La personalidad emprendedora, como concepto, ha tomado otra vía, enfocada en el lado práctico: que rasgos predicen interés por emprender y éxito en la empresa. Esta aproximación ha mostrado ser más exitosa, los resultados suelen ser más homogéneos, y los estudios de meta-análisis confirman con mejor precisión la personalidad emprendedora.

La siguiente tabla muestra los rasgos considerados hoy día como componentes de la personalidad emprendedora:

<b>Categoría</b>	<b>Relevancia en el comportamiento emprendedor</b>
<i>Creencias</i>	
Autoeficacia general  Locus de control interno  Control percibido del comportamiento emprendedor	Incrementan el sentimiento de que tendrán éxito, provee confianza para sobrepasar retos y tareas no-anticipadas y aumenta las intenciones por emprender
Resiliencia	Capacidad para manejar retos y obstáculos
Optimismo	Incrementa el sentimiento de tener éxito y aumenta las intenciones por emprender
Pro-actividad	Identifica oportunidades y permite actuar, mostrar iniciativas y perseverar en ellas, además de aumentar las intenciones por emprender
Propensión a tomar riesgos	Aumenta la probabilidad de actuar ante la incertidumbre y el riesgo, además de aumentar las intenciones por emprender. No predice éxito una vez la compañía se establece, por tal es solo útil para las intenciones.
Realismo	Permite medir el impacto y riesgo detrás de sus planes de negocio y su manejo.

<b>Categoría</b>	<b>Relevancia en el comportamiento emprendedor</b>
<b><i>Motivaciones</i></b>	Están vinculadas a generar interés por ser empresario y al rendimiento
	Actuar para tomar una oportunidad de negocio Deseo de independencia Satisfacción propia Novedad El reto de manejar una empresa y la ganancia monetaria Necesidad de sentimiento de logro Necesidad por falta de oportunidades de empleo
<b><i>Habilidades</i></b>	
Innovación y creatividad	Permite formular nuevas formas de impactar el mercado e innovar, además de estar relacionado a crecimiento de ganancias y a ser más reactivo hacia las demandas de clientes. Correlaciona con autoeficacia y necesidad de logro.
Liderazgo	Permite influenciar a otros, además de manejar los recursos de forma estratégica. Aumenta las intenciones de emprender y está relacionado a éxito empresarial
Detección de oportunidades	Lleva a percibir y desarrollar nuevos conceptos de negocio, además de estar relacionado a destrezas de crear redes y comunicación.

### *Teoría de intención emprendedora*

Las intenciones son, en su forma más simple, el estado mental de determinación en un individuo para ejecutar cierto comportamiento. Esta variable ha sido (y sigue siendo) un tema popular en los estudios sobre emprendimiento, ya que se cree que las intenciones son el mejor predictor de la acción. En otras palabras, cuanto más alta sean las intenciones reflejadas por montar una

empresa, más probable será que ocurra. Esto es el fundamento subyacente a las teorías de intención emprendedora.

Estos modelos basados en la intención están dominados principalmente por dos teorías principales: la Teoría del comportamiento planificado y el modelo del Evento empresarial (comúnmente denominado Modelo de Shapero).

La mecánica central de este modelo es que los humanos normalmente no se comportarían de manera espontánea, sino que previamente han pasado por un proceso de pensamiento para evaluar ciertos factores, lo que desencadenaría en ellos un estado determinado para actuar, y solo entonces se actúa. En otras palabras, el comportamiento es planificado. Ambas teorías son bastante similares en el sentido de que incluyen en sus variables modelos que evalúan: 1) la influencia de las opiniones externas sobre el comportamiento, 2) la atracción hacia el comportamiento por parte del propio individuo y 3) la probabilidad de que la persona tenga éxito en ejecutarla si alguna vez lo intenta.

Por sí mismos, estos componentes generalmente son buenos predictores de intenciones, ya que explican cerca del 50% de su varianza, lo que constituye un porcentaje bastante significativo en las ciencias sociales, dada la complejidad inherente del comportamiento humano.

Las variables comúnmente asociadas a estos modelos son las siguientes

- *Actitud hacia el comportamiento*, o el nivel de atracción o valoración que tiene el individuo sobre la acción. Trata sobre los valores intrínsecos y extrínsecos del comportamiento. El modelo del evento emprendedor usa esta variable, conjunto norma subjetiva, para crear la variable *deseabilidad*.
- *Control percibido del comportamiento* (con sus siglas *PBC*<sup>2</sup> en inglés), o la percepción del individuo de ser capaz de tener control sobre el proceso de una acción.
- *Norma subjetiva*, o la percepción que tienen otros sobre la acción, la cual se convierte en presión social percibida. El modelo del evento emprendedor usa esta variable, conjunto actitud hacia el comportamiento, para crear la variable *deseabilidad*.
- *Factibilidad*, que al igual que el control percibido hacia el comportamiento, evalúa el nivel de probabilidad de lograr ejecutar la acción deseada.
- *Propensión a actuar*, o la disposición a actuar.

---

<sup>2</sup> Utilizaré en este resumen estas siglas, ya que en la tesis son referenciadas de la misma forma.

Estos modelos a través de los años han sido expandidos a utilizar otras variables y teorías. Por ejemplo, estudios han utilizado otros rasgos, como capacidades de liderazgo y optimismo, y mostrado que son factores que también influyen la intención por emprender. Otras aproximaciones han utilizado conceptos como creencias sobre emprender, o el uso de retro comunicación como método bidireccional donde han mostrado que las intenciones no provienen de modelos estáticos, sino que es un nexo mucho más complejo de interacciones, a veces de modo cíclico, donde las intenciones se refuerzan en ellas. En fin, aunque las variables originales siguen teniendo un componente nuclear en modelos de intención, muchas investigaciones hoy día exploran por encima de ellas otras teorías y variables con la finalidad de darle una explicación más robusta a las intenciones. Por supuesto, algunos de esos factores provienen de percepciones sobre el ambiente externo, lo cual lleva a explorar como estos de una forma u otra impactan el desarrollo del comportamiento emprendedor.

#### *Factores que afectan el desarrollo del emprendimiento*

El desarrollo de actividades emprendedoras depende, en parte, de los factores que lo promueven y de la forma que lo promueven. El rango de estos factores es bastante amplio, desde el macro, o la sociedad, hasta el más pequeño, el individuo. Las secciones anteriores resumieron como factores dentro del individuo impactan el comportamiento emprendedor, principalmente orientado hacia los factores que lo llevan a actuar y a tener éxito empresarial. Esta segunda parte se encarga de discutir el impacto de varias instituciones en el desarrollo de actividades emprendedoras, acentuando la importancia del contexto en las investigaciones sobre emprendimiento.

Instituciones, puede ser definido como las reglas del juego que tiene una sociedad, o las fuerzas que dan forma a las interacciones humanas. Existen dos formas de instituciones: las informales (o los valores culturales o discretos que existen en una sociedad), y las formales (o regulatorias, que incluyen leyes y políticas). Estas instituciones, dado que determinan las reglas del juego en una sociedad, pautan mucho de lo que puede y cómo puede un emprendedor gestionar su empresa y crear servicios o productos en una sociedad.

Esta tesis discute las siguientes instituciones: económica, política y educativa, además de la situación española emprendedora. La cultura como una institución informal también se cree que es una variable que afecta en el emprendimiento por género, lo cual se discute también.

#### *Instituciones económicas y políticas en el desarrollo emprendedor*

El emprendimiento se nutre de las posibilidades en las que puede capitalizar en un mercado, no obstante, este está condicionado por sistemas gubernamentales y las capacidades económicas del mismo. En función de esto, se ha intentado crear distintas categorías de sistemas económicos, los cuales pautan cierto tipo de mercado, y por tal, emprendedores. Estas categorías suelen definirse como

- *Impulsada por los factores*- Dominadas por el sector primario, con falta de apoyo gubernamental para empresas, basadas en recursos naturales, y una fuerza laboral poco cualificada. Caracterizada por poca competencia y salarios bajos.
- *Impulsada por la eficiencia*- Dominada por empresas grandes que opacan nuevos negocios más pequeños. Disminuye la actividad emprendedora, se orientan a ser altamente competitivos y productivos con incremento en salarios y mayor desarrollo.
- *Impulsada por la innovación*- Orientado al sector de servicio, menos orientado al tamaño de la empresa y más enfocado hacia el factor de innovación. Empresas nuevas capitalizan en este concepto, por tal, aumenta la actividad emprendedora.

Dentro de estos sistemas, muchas variables juegan, como la tasa emprendedora, la proporción de auto-empleados y pymes, número de empleados en empresas, brechas de género en tasa emprendedora, entre otros. En otras palabras, la economía como institución modera muchas variables dentro del emprendimiento.

Más notable, son los motivos detrás de emprender. Economías en desarrollo, pobres o con estrés económico suelen crear el tipo de emprendedor que es auto-empleado, donde ve las oportunidades de negocio como formas de escabullirse de la pobreza y del desempleo. Este tipo de emprendedor crea negocios usualmente controlados solo por el mismo individuo, además de no estar particularmente orientado al desarrollo o crecimiento. En contraparte, la disminución de factores estresores económicos traen emprendedores orientados a explotar oportunidades de negocio, suelen ser más competitivos y la calidad de su producto mejora. Un factor distinguible del rol de la economía como institución es que el crecimiento de actividades emprendedoras es inversamente proporcional a su desarrollo: La disminución de estabilidad económica incrementa el número de emprendedores, aunque auto-empleados y de desarrollo social neto, mientras que el incremento de estabilidad económica disminuye la cantidad de emprendedores, aunque aumenta la calidad y la contribución social de los que existen.

A nivel político, el gobierno como institución también influencia el desarrollo emprendedor por la capacidad de promover (o impedir) actividades emprendedoras por medio de regulaciones y

leyes. Estas contribuciones positivas pueden venir por la reducción de impuestos corporativos, la reducción de procesos largos y extenuantes para registrar una empresa, proveer capital y ayuda por medio de programas de aceleración de empresas, entre otros.

En efecto, se ha encontrado que el apoyo gubernamental en el desarrollo emprendedor contribuye al crecimiento de actividad emprendedora, supervivencia de la empresa y su internacionalización. Adversamente, los procesos burocráticos extensos, corrupción o falta de apoyo por programas a las empresas disminuyen la tasa emprendedora, la capacidad innovadora y abre puertas a negocios orientados políticamente o que existen en nichos ilegales. Este tipo de comportamiento que no favorece al emprendedor tiene el potencial de afectar a nivel motivacional al individuo también. Ambientes que son económicamente inestables, altamente corruptos y burocráticos suelen llevar a individuos decepcionados con la vida y sociedad que buscan auto-empleo como forma de sentirse realizados, dejando una impresión social neta por medio de su empresa.

#### *La educación como plataforma de desarrollo emprendedor*

Otra institución que modera el desarrollo emprendedor es la educativa. A pesar que hay factores de personalidad que muestran que el emprendedor es, en parte, un rasgo innato en las personas, otras hipótesis sugieren que también existe un componente emprendedor que es maleable, por tanto, creado. En función de esto, sale el interés de fomentar valores, iniciativas y el espíritu emprendedor en instituciones educativas, con la finalidad de incrementar el interés por los negocios y desarrollar destrezas asociadas a la función y éxito empresarial.

En el presente, esto es un interés a nivel global, y muchas iniciativas a nivel gobierno están orientadas a fomentar la educación orientada al emprendimiento en las aulas educativas. Están presentes por medio de programas formales, conocidos como Educación Emprendedora (EE), o de modo informal por medio de implementaciones transversales del tema a través de diferentes currículos u organizaciones dentro de los centros educativos.

El impacto de la inclusión de temas emprendedores en instituciones educativas ha mostrado ser inconsistente, a veces con resultados negativos inesperados. Por ejemplo, en escuela primaria y secundaria impactan negativamente las intenciones, pero desarrollan ciertas competencias emprendedoras, y algunos programas han mostrado incremento en creación de empresas desde una perspectiva longitudinal. En la educación superior, los meta-análisis más recientes lo que han mostrado es que, en general, tienen un impacto positivo en intenciones, destrezas y manejo de empresa exitosos, aunque son efectos considerablemente pequeños.

Esta tesis se enfoca en el segundo aspecto del desarrollo emprendedor en sistemas educativos, informales, el cual argumenta que las destrezas emprendedoras se desarrollan en parte por la virtud de la exposición a los retos educativos y la formación competencial que viene de parte de ella. Desde esta perspectiva, también se ha encontrado que la educación superior es un denominador común entre emprendedores y que, efectivamente, desarrollan destrezas y valores emprendedores por defecto. Este tema suele ser ignorado en la literatura de educación emprendedora, ya que es principalmente orientada a explorar el impacto de programas formales de EE, y orientado a utilizar muestras de estudiantes de empresas o programas emprendedores, dejando una laguna de información sobre otros campos. Como contrargumento, los datos muestran que los emprendedores vienen de un rango diverso de campos académicos, con un aporte esencial por parte de los que son de carácter innovador, como ingeniería. Sin garantía que estos estudiantes conocen o son expuestos a un modo formal de educación emprendedora, se debe presumir en parte que ciertos rasgos emprendedores ya están presentes dado que el emprendimiento es, citando a Lackéus en el 2015, un “método genérico de acción humana que consiste de principios y técnicas que cualquiera puede adquirir por medio de educación básica”, lo cual hace imperante medir el potencial emprendedor utilizando una muestra diversa de campos académicos. Este es el eje central y supuesto de la tesis en cuanto el componente educativo.

### *La situación emprendedora en España*

Entrando más en el contexto de esta tesis, España es, según el Foro económico mundial, una economía basada en innovación, lo cual implica que el nivel de desarrollo empresarial es acentuado por el factor de conocimiento e innovación, con un disfrute de salarios altos y estándar de vida. No obstante, el país sufrió una recesión económica en el 2008 que aún se refleja por medio de niveles altos de desempleo, poco interés por emprendimiento y exceso de trabas burocráticas. El estatus emprendedor, desde una perspectiva general, ha continuado mejorando a través de los años, aunque aún le falta mucho por recuperar su estado previo.

Desde un marco institucional, a nivel gubernamental se han implementado múltiples políticas orientadas a mejorar el proceso emprendedor. Estas se han dado con el interés de mejorar la eficiencia en que se tramita el registro de empresas, creación de aceleradores de empresas, financiación a pymes, apoyo a internacionalización de las empresas, homogeneizar las regulaciones entre comunidades autónomas, entre otros. A pesar de muchas iniciativas para

mejorar el proceso de emprender, expertos y reportes como el GEM aun indican que es muy complicado iniciar una empresa en España, particularmente por el aspecto burocrático.

A nivel educativo, también se encuentran múltiples intentos por políticas en fomentar la inclusión de temas y programas emprendedores en todos los niveles escolares. Estos vienen desde propuestas a nivel europeo, como el proyecto Europa 2020, y a nivel nacional, como los propuestos por la Ley Orgánica a través de los años. A nivel no-universitario muchos programas toman la iniciativa desde el parque científico Valnalón, corriendo desde nivel primario hasta formación vocacional y bachillerato. No obstante, las múltiples opiniones de expertos e investigaciones indican que muchos no son implementados, y existen una desproporción notable entre comunidades autónomas y el interés de fomentarlos.

A nivel universitario, el auge de la inclusión de temas emprendedores en las aulas ha tomado mucha fuerza en estos últimos años, y hoy día más del 80% de las universidades en el país de alguna forma u otra tienen algún tipo de tema emprendedor involucrado, lo cual lo hace bastante inclusivo (aunque cabe aclarar que el mayor porcentaje de este contenido viene de contenidos no-formales sobre emprendimiento).

En el 2016, el Observatorio de Emprendimiento Universitario realizó un reporte masivo a nivel país con más de 14 mil estudiantes, cual permitió visualizar de forma un poco más concreta el estado actual del potencial emprendedor en las universidades. A pesar del fomento emprendedor en estas instituciones, los estudiantes aun no perciben en promedio tener mucho apoyo a nivel institucional, particularmente político en sus respectivas regiones, niveles muy altos de miedo al fracaso al montar una empresa, e intenciones bajas, aunque cabe notar que consideran las universidades como un centro de desarrollo efectivo para habilidades emprendedoras. Interesantemente, los estudiantes de ciencias sociales son de los que más alto perciben la formación emprendedora, y son los que más interés tienen por emprender como una salida profesional (junto estudiantes de ingeniería), lo cual empuja más aun estudiar el potencial emprendedor desde una perspectiva menos enfocada en programas emprendedores/estudiantes de empresa.

#### *El género como variable moderadora de actividad emprendedora*

Dentro de la literatura emprendedora, el tema de género tiene gran auge por la constante diferencia de actividades emprendedoras, intenciones y percepciones entre hombres y mujeres sobre la misma. Dado que es una variable moderadora tan influyente, y siendo el grupo categórico más grande entre los humanos, he tomado la decisión de incluir la variable género

dentro de la medida del potencial emprendedor. En efecto, esta variable es demandada de la mayor forma posible en los estudios por su gran influencia tanto estadística como de discusión, sea porque es controlada por sus efectos o porque es demandada por defecto dentro de los datos demográficos.

Primero que todo, hay que recalcar que esta variable, por si sola, es complicada por su influencia en múltiples espectros de la condición humana ya que incluye componentes biológicos y culturales. Por la misma lógica, los escolares de esta rama han auscultado desde múltiples direcciones de donde viene esta discrepancia de comportamiento emprendedor entre hombres y mujeres. Primero, una de las líneas investigativas (orientada más al espectro genético, evolutivo y biológico) ha encontrado múltiples diferencias entre género a nivel macro (personalidad, temperamento, hormonal, genes y expresión de personalidad), que afectan el interés por emprender. Estos son sobre todo marcados (y de forma inesperada y paradójica) en ambientes donde los índices de igualdad de género y la inclusión de la mujer en ámbitos laborales es más fuerte.

Esto es el caso para muchas salidas profesionales incluyendo emprendimiento, donde la tasa de actividad emprendedora por mujeres disminuye mucho más que la de los hombres. Estos estudios, junto sus respectivas ramas, pesan estas diferencias innatas como un factor que explica una varianza notable en el comportamiento humano, donde la ausencia de estresores ambientales, calidad de vida y libertad de ser quien uno es, incrementa simultáneamente la expresión natural de cada género más fuerte, donde el emprender se vuelve menos importante y otras variables de carácter personal no-emprendedoras comienzan a tomar un rol más fuerte (incluyendo la búsqueda de ambientes más pro-familias, que comienzan a encontrar más próspero en estos ecosistemas como empleados) en las mujeres. Los ambientes que ejercen exceso de factores estresores, particularmente económicos, disminuyen la brecha emprendedora entre géneros, e incluso la expresión desde muchas otras dimensiones, ya que ambos enfrentan problemas comunes que requieren modos similares de comportamiento para manejar. Según este argumento, el género y su expresión se vuelve menos relevante que el manejo exitoso del ecosistema para o sobrevivir o conseguir un nivel satisfactorio de calidad de vida. Cabe recalcar de igual forma que estas diferencias de género no vienen de forma dicotómica (ni pretenden serlo en estos campos), sino que la población que expresa estas diferencias entre cada grupo se vuelve más grande, al igual que sus espectros en cada extremo. Los hombres y las mujeres son mucho más similares que diferentes, irrelevante a la condición social o biológica, o como diría

de forma algo más poética David Schmitt: no hay venus ni marte: mismo planeta, distintos vecindarios.

La segunda línea de estudios está orientada a las ciencias sociales, y propone que la discrepancia por género en emprendimiento viene desde factores culturales que llevan a un favorecimiento del hombre por encima de la mujer como modelo emprendedor, y a una de-valoración de la mujer por la simple naturaleza de su género. Las ramas que estudian este aspecto vienen desde un espectro mucho más amplio. Por ejemplo, la teoría del rol social propuesta por Alice Eagly, y de las más populares en esta rama, comenzó desde una teoría puramente construccionista, argumentando que todas las diferencias de género venían por constructos sociales. Su propia teoría ha evolucionado múltiples veces a través de las décadas para formar un modelo bio-social del comportamiento social y las diferencias entre género por la contundente evidencia de la primera rama discutida. No obstante, muchos escolares de esta línea aun utilizan teorías puramente construccionistas, o se apoyan desde teorías más de carácter político para construir sus argumentos. Por tal, mostrar con certeza de donde y como estos factores culturales y constructos sociales impactan la discrepancia de género ha mostrado ser complicado e inconsistente. Lo que si se entiende por hecho, y vienen como aporte desde muchos estudios en esta rama, es que la mujer se le hace mucho más complicado emprender por razones sociales. Por ejemplo, conocer fuentes emprendedoras incrementa interés y destrezas emprendedoras; las mujeres tienen menos referencias, fuentes y redes. El tipo de empresa y su tamaño influencia la decisión de apoyo por inversores; las mujeres están más interesadas en empresas pequeñas, por tal, reciben menos apoyo. Un estudio multinacional mostro que discriminación de ser mujer por defecto no es la razón de la discrepancia en la actividad, sino que este tipo de iniciativas más pequeñas. Otros estudios han mostrado también que la diferencia viene a nivel perceptual, donde, efectivamente, el comportamiento asociado como “femenino” tiene menos apoyo y credibilidad que el “masculino”, donde no se discrimina por género, sino que por características (ya que los hombres son discriminados por igual). En otras palabras, las mujeres deben tener características “masculinas” para recibir mejor apoyo, aunque cabe notar que para que esto tuviera sentido aplicarlo, esas características tendrían que predecir más éxito en todo tipo de empresa formada. Mientras esto no sea comprobado, podría tomarse, y muchos lo toman, como un modo discriminatorio injustificado que puede desalentar a las mujeres de formar empresas o negocios.

### 3. Hipótesis

Esta tesis tiene como objetivo medir el potencial emprendedor universitario en España, y la literatura previa da a entender que:

- La personalidad e intención emprendedora son dos factores importantes para medir el potencial emprendedor.
- Los factores ambientales afectan la actividad emprendedora y el tipo de emprendedor. Estas se dan dentro de muchas instituciones formales e informales como economía, regulaciones políticas y cultura.
- La inclusión de temas emprendedores a nivel educacional, ambos de modo formal e informal, tiene un impacto en el desarrollo emprendedor a nivel individual (destrezas, intenciones y éxito), como social (desarrollo económico, número de empresas). Además de este factor, la educación superior por si sola tiene un impacto en el desarrollo emprendedor, y estos provienen de múltiples campos académicos.
- España está aún en el proceso de recuperación de una recesión económica y, aunque hay una mejoría de la actividad emprendedora desde el golpe inicial, aun se perciben muchas brechas burocráticas e bajas intenciones a nivel macro, y a nivel educativo se comparten las mismas percepciones, aunque consideran las universidades como centros de desarrollo competencial emprendedor desde todos los campos
- El género es una variable importante, muy estudiada, y que tiene un impacto moderador importante en el desarrollo emprendedor, por tal, debe ser considerado dentro de los estudios. Las mujeres buscan empresas más pequeñas, perciben y tienen menos apoyo financiero y presentan menos intenciones que los hombres.

El desarrollo de las hipótesis toma en cuenta estos datos como base para crear la narrativa de esta tesis, cual pretende medir la intención emprendedora universitaria en España. Para ello, podemos comenzar con la pregunta: ¿Cuáles son los factores que impactan las intenciones de emprender en los hombres y las mujeres españolas en el contexto universitario?

Primero, en términos generales, se espera que haya diferencias de género en el interés por emprender por la mera forma en que cada género encaja en el marco emprendedor. Algunas teorías, como la teoría de ajuste de la persona y el modelo de atracción-selección-desgaste sugieren que las personas seleccionarían ocupaciones más similares a su personalidad, competencias y valores. Dado esto, sostengo que conduciría a una mayor proclividad en los hombres para mostrar interés de emprender, ya que podría funcionar como un factor de

atracción. Según el Observatorio de Emprendimiento Universitario, un mayor porcentaje de hombres expresó intenciones por emprender. Este resultado no es infrecuente, por lo que sería razonable esperar el mismo patrón. Algunos otros rasgos de actitud fuertemente vinculados a las intenciones, como el PBC, también reflejan diferencias de género, los hombres obteniendo puntajes más altos. No obstante, la relación causal con las intenciones tiende a ser similar entre los géneros. Considerando esto, espero encontrar una diferencia en sus percepciones por género, pero predicciones similares a la intención en ambos, y dado que PBC se relaciona fuertemente con la capacidad de control, sospecho que el contexto político y económico actual en España llevará a una puntuación baja para esta variable, independientemente del género.

**H1:** Para ambos géneros: PBC tiene un efecto significativo en las intenciones emprendedoras que no son significativamente diferentes entre ambos.

Parte de los recursos para emprender son las habilidades y los conocimientos sobre el mismo, que también forman parte de la teoría del potencial emprendedor. Para los fines de esta tesis, estos recursos son aquellos que "... los individuos adquieren a través de inversiones en la escolarización, capacitación en el trabajo y otros tipos de experiencia". Teniendo en cuenta que ciertas cosas "empresariales" se pueden adquirir a través de la capacitación y la experiencia, esto sugiere que las personas pueden, con cierto grado de plasticidad, volverse emprendedoras.

La literatura ha encontrado que los hombres y las mujeres que se percibirían a sí mismos como competentes para montar un negocio también serían más propensos a establecerlos, sin embargo, este tiene un valor más importante en las mujeres. Añadido a que la educación tiene un impacto positivo en la autoeficacia, y que es un factor que, por defecto, contribuye a desarrollar cierto grado estas competencias, argumento que las habilidades percibidas y el PBC incrementan las intenciones por emprender.

Dado que la población en este estudio está relacionada con la educación superior, no espero que los hombres y las mujeres perciban sus habilidades emprendedoras significativamente diferentes entre sí, ni su impacto en las intenciones, ya que ambas provienen de una plataforma educativa que permite desarrollar o mejorar ciertas habilidades que los harían sentirse más competentes desde el punto de vista empresarial. Además, dada la relación especial de las habilidades como un recurso en las mujeres, me interesa específicamente medir su efecto como acompañante del PBC.

**H2:** Para ambos géneros: percibir la posesión de habilidades relacionadas con emprendimiento tiene un efecto positivo y significativo en las intenciones, y no es significativamente diferente entre ellos

Las habilidades emprendedoras por sí solas no es razón suficiente para que las personas quieran ser emprendedores. Este interés por montar un negocio podría deberse en parte a que existe dentro de ellos un interés personal por hacerlo, percibiendo que una recompensa intrínseca o metas personales pueden lograrse a través de actividades emprendedoras, haciéndolo deseable. También hay cierta variabilidad en estos motivos por género, por ejemplo, las mujeres son más orientadas a buscar la independencia, los hombres ganancias, y ambos emprenden igualmente para obtener un sentido de satisfacción personal. Es esta motivación intrínseca para lograr objetivos personales lo que empuja una cierta disposición a actuar sobre una meta. En este aspecto, tomo la ruta argumentativa de Herron y Robinson en 1993: las motivaciones median la personalidad y el comportamiento, y que este desarrollo de motivos hacia el espíritu empresarial podría verse impulsado por el hecho de que las personas pueden actuar con confianza en su interés por ello.

En otras palabras, PBC, el conocimiento y las habilidades emprendedoras podrían influir en el nivel de sus motivos para emprender, ya que señala la posibilidad de montar un negocio como un objetivo alcanzable. Dado que el PBC generalmente muestra diferencias de género, espero encontrar alguna variación en la forma en que estos afectan sus motivos, y sospecho que el nivel habilidades es lo que realmente impacta en los motivos en las mujeres por emprender, en lugar del control percibido. Por el contrario, PBC creará un mayor impacto en los hombres.

**H3:** Los motivos para emprender median el efecto positivo de la PBC en las intenciones de los hombres, pero no en las mujeres.

**H4:** Para ambos géneros: los motivos para emprender median el efecto positivo de las habilidades en las intenciones y no son significativamente diferentes entre ambos.

Estas relaciones perceptivas, por otro lado, pueden ser influenciadas por presiones ambientales, lo que lleva al segundo y tercer punto. El mundo emprendedor por sí mismo crea diferentes entornos con diferentes desafíos para hombres y mujeres, algunos de los cuales podrían relacionarse con estereotipos que podrían crear una barrera perceptual para las mujeres. En otras palabras, se vuelve más difícil para las ellas, como lo demuestran los estudios que muestran un cierto sesgo para desfavorecer los rasgos comúnmente denominados como “femenino”.

También se ha encontrado que una parte sustancial de las mujeres están enfocadas en diferentes sectores empresariales, generalmente de bajos ingresos o pequeñas empresas, lo que se vuelve más difícil de financiar u obtener apoyo debido a las limitaciones de reputación y la falta de interés en los inversionistas para este tipo de empresas. Dado que la base de datos para esta tesis no tiene las variables para explicar las relaciones con variables estrictamente relacionadas con estereotipos, usaré la norma subjetiva como una forma de inferir cómo el apoyo percibido podría afectar la intención y motivos a un nivel más general. A esto, los estudios han encontrado que la percepción positiva sobre el espíritu empresarial por parte de la sociedad tiene un efecto más fuerte en las mujeres que en los hombres para realizar actividades empresariales, y que la igualdad de género no aumenta el número de mujeres empresarias, sin embargo, la percepción de las mujeres se vuelve más positiva, lo que alienta a las mujeres a generar interés por los negocios.

Dado que el empoderamiento y la inclusión de las mujeres en el mercado laboral podrían mejorar sus actividades empresariales, tomaré como guía el Índice de Desigualdad de Género del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo para postular la siguiente hipótesis. Su último informe clasifica a España en el lugar número 14 a nivel mundial en igualdad de género (de 189 países incluidos), por lo que sería razonable encontrar un efecto positivo, aunque pequeño, de la percepción social en ambos grupos. Este tendrá más peso en las mujeres en sus motivaciones, por lo tanto, mediando su efecto positivo en sus intenciones emprendedoras.

**H5:** Para ambos géneros: la norma subjetiva tiene un efecto positivo y significativo en las intenciones empresariales que no es significativamente diferente entre ambos.

**H6:** para ambos géneros: los motivos para emprender median el efecto de la norma subjetiva en las intenciones y es más fuerte en las mujeres que en los hombres.

Por último, la tasa de actividad emprendedora se relaciona con el desarrollo económico y afecta a ambos géneros, sin embargo, se vuelve más impactante en las mujeres de una manera que fluctúa más drásticamente, incluso cerrando las brechas de TEA en ciertos países con bajo desarrollo debido a factores impulsados por la necesidad. Esta tercera variable modera la brecha de una manera que se acortará, desaparecerá o incluso se invertirá, si las mujeres necesitan ser empresarias, pero si no lo hacen, se ampliarán.

Esto significa que los entornos con alta incertidumbre y desempleo pueden hacer que las personas se vuelvan más riesgosas a tomar iniciativas debido a la necesidad de tener ingresos, donde el trabajo por cuenta propia se convierte en una fuente útil. También se ha encontrado

que la proclividad para asumir riesgos varía según el género en muchos de sus dominios, en general los hombres obtienen puntuaciones más altas, sin embargo, las mujeres pueden tener mayor proclividad por razones de carrera profesional. La literatura también ha encontrado que la propensión al riesgo tiene un efecto sobre las intenciones emprendedoras, lo que significa que es una variable útil para analizar en este contexto.

Debido a la situación de desempleo en España, sospecho que la necesidad aumentará positivamente en ambos géneros la tendencia a tomar riesgos para poder alcanzar objetivos profesionales, y tendrá una relación causal en intenciones emprendedoras dado que es una vía útil para asegurarse un trabajo. Algunos autores han estudiado la propensión al riesgo como una variable endógena, y descubrieron que también actúa como mediadora de las intenciones. A partir de esto, la hipótesis parte del supuesto que la propensión de riesgo viene, en cierta medida, de las competencias y control percibido de un individuo, mediando el efecto de PBC y habilidades emprendedoras en intención.

En otras palabras, incluso si ambos expresan un alto miedo al fracaso para emprender, pienso que el riesgo predice y mediará positivamente cualquier efecto sobre las intenciones de emprender. Propongo un efecto similar para los motivos, donde el incremento en las motivaciones también incrementará la propensión del riesgo como motor para lograr objetivos personales.

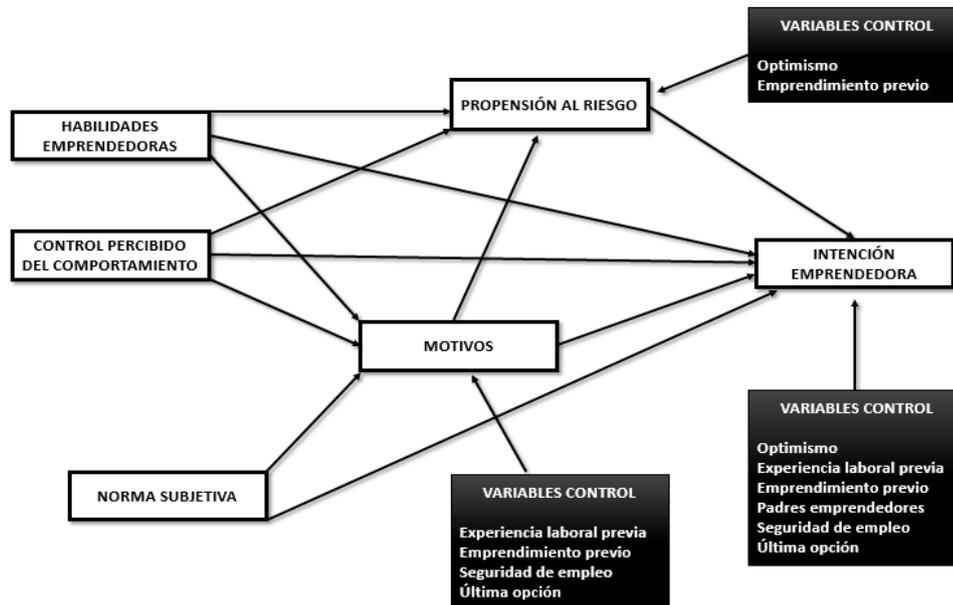
**H7:** Para ambos géneros: la propensión a asumir riesgos tiene un efecto positivo y significativo en las intenciones y no es diferente entre ambos.

**H8:** Para ambos géneros: la propensión al riesgo media el efecto positivo entre PBC y las intenciones, y este efecto es más fuerte en los hombres.

**H9:** Para ambos géneros: la propensión al riesgo media el efecto positivo entre las habilidades y las intenciones, y no es significativamente diferente entre ambos.

**H10 y H11:** Para ambos géneros: PBC (H10) y las habilidades emprendedoras (H11) aumentan positivamente los motivos para emprender, que es en parte la razón por la que se vuelven más riesgosos para lograrlo, y esto tiene un efecto positivo en sus intenciones. H10 tendrá un efecto más fuerte en los hombres, mientras que H11 tendrá un efecto igual en ambos.

De acuerdo a estas hipótesis, el modelo causal de estas variables se presenta de la siguiente forma:



Dado que los efectos de ciertas variables fuera del modelo teórico pueden influir y tener el potencial de afectar estas interacciones, he decidido controlarlas por los posibles efectos que puedan tener. Las experiencias previas laborales afectan las intenciones por emprender, así como las experiencias empresariales previas. Los padres, como modelo de referencia, podrían también ser influyentes, aunque esto es discutible sobre las intenciones en la literatura. Algunos autores también han encontrado que el optimismo es un motor para la creación de empresas, ya que aprovecha la percepción de que sus proyectos tendrán éxito. Teniendo en cuenta que estos dos inspiran a actuar, controlaré sus efectos también en la propensión por tomar riesgos.

Por último, sospecho que algunas relaciones cambiarían si controlo ciertos efectos de las respuestas relacionadas con la economía. Como la población española sigue sufriendo de altas tasas de desempleo, creo que las presiones ambientales, principalmente debido al estrés económico o la falta de empleo, afectarían las intenciones emprendedoras. De hecho, algunas regiones del país han pasado de ser impulsadas por la oportunidad a ser impulsadas por la necesidad. Atendiendo a este interés particular, mediré dos versiones de este modelo:

El **MODELO 1 NO** incluirá dos variables de control mostradas en el modelo: "Seguridad empleo" y "Última opción".

El MODELO 2 controlará por sus efectos. Esto permitirá evaluar cómo se explican algunas interacciones debido a que emprender es un factor de necesidad, y de qué forma influencia otras relaciones en el modelo.

#### **4. Método**

##### *Muestra*

La muestra de este estudio se compone de 677 estudiantes universitarios de España, representando 18 comunidades autónomas y 12 universidades. El muestreo se realizó a través de la colaboración de contactos educativos en las universidades, quienes llevaron a sus estudiantes a tomar el cuestionario. Esta base de datos viene desarrollada y muestreada por el Dr. José Carlos Sánchez-García como parte de su proyecto de investigación, PEUL (Sánchez-García, 2016), quien me prestó la base de datos para los análisis. Esta base de datos, junto con los resultados y cualquier posible estudio que se derive de ella, es propiedad de la Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Salamanca. La utilización de los mismos debe estar bajo autorización, como es el caso de la tesis presentada.

De la muestra, 25% son hombres y el 75% mujeres, provenientes de 9 campos académicos. Más de la mitad de la muestra (56.3%) proviene de estudiantes de Psicología y Educación, seguidos de Empresas (10.6%) y cuarto, Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas (STEM- 5.9%). De las comunidades autónomas, la mayor parte de la muestra estudiantil proviene de Castilla y León, Andalucía y Cataluña. Menos representativos, pero aún considerables, Extremadura, Madrid y Asturias. El resto de las comunidades tienen una muestra muy pequeña, lo que significa que los resultados probablemente representarán a algunas comunidades, pero no a todas.

##### *Escala*

La escala, proviene de Sánchez-García (2016) y utiliza un formato de cuestionario, en el que las afirmaciones o las preguntas deben responderse en métricas de intervalo (puntuación Likert de 1 a 5). Específicamente, la escala mide las siguientes variables: Control de comportamiento percibido (PBC- 5 ítems), Habilidades empresariales (5 ítems), Normativa subjetiva (3 ítems), Motivos para emprender (4 ítems), Propensión al riesgo (4 ítems), Intención emprendedora (6 ítems), Liderazgo (3 ítems), Autoeficacia general (3 ítems), Priorización de recursos (8 ítems), Realismo (5 ítems), Optimismo (6 ítems), Creatividad (3 ítems) y Resiliencia (3 ítems). La selección de estas variables surge a causa de una investigación exhaustiva sobre la personalidad,

las intenciones y el potencial emprendedor. Específicamente, estos ítems se basan en gran medida en los del estudio de Santos et al., (2013), con la inclusión de variables del modelo basadas en la intención y otras variables respaldadas por la literatura, como optimismo, realismo y elementos adicionales relacionados con los motivos para emprender, incluyendo motivos relacionados al factor de necesidad. Esto último, miden dos aspectos distintos de necesidad: emprender para asegurarse un trabajo, y emprender porque no hay otra opción.

#### *Análisis estadístico*

Primero que todo, los ítems utilizados pasaron por un proceso empírico de validez de constructo. Para esto, se realizó un análisis factorial exploratorio, el cual permitirá observar como los ítems se adhieren a una matriz de correlaciones. Dado que se espera que los ítems correlacionen altos entre sí, se utiliza una rotación oblicua de Promax, con el método de extracción de máxima verosimilitud.

De estos factores resultantes, se estimaron los valores de confiabilidad calculando el alfa de Cronbach y dado que este coeficiente presenta limitaciones, sobre todo en modelos de factores, se calcula también el omega de McDonald. Las dos variables de necesidad incluidas son constructos de un solo ítem, por tal, no tienen índices de confianza ni validez. Esto último es una limitación, aunque he optado por usarlos por su forma poco ambigua de expresarse y entenderse.

Seguido de esto, se calcularon las medias de las variables utilizando la muestra en general, sin agrupar por género ni limitar por las variables del modelo. Esta pretende medir, de forma amplia, el potencial emprendedor.

Ya entrando a las hipótesis, primero se compararon las medias de las mismas entre género. Para esta parte, se utilizó la prueba t. Se consideraron supuestos de homogeneidad de varianza para interpretar los resultados, por tal se incluyó el test de Levene.

Finalmente, se utilizaron estadísticos de regresiones múltiples para explorar las interacciones causales entre las variables propuestas en las hipótesis. Para ello, se utilizó modelos de ecuaciones estructurales. Para validar el modelo, comúnmente se utiliza el estadístico del Chi-cuadrado, aunque puede ser ignorado si la muestra sobrepasa los 200 participantes. Dado que este es el caso, se utilizaron métodos alternos: TLI, CFI, RMSEA. También se consideró el R2 como factor, ya que el modelo debe explicar suficiente varianza de las variables dependientes para tener utilidad. Para medir los efectos directos, se utilizó máxima verosimilitud, y para los

indirectos y de moderación se incluyó además la técnica de Bootstrap con intervalos de confianza al 95%.

## **5. Resultados y discusión**

Los procesos de validación de la escala: análisis factorial exploratorio, validez y ajuste del modelo, mostraron que la escala tiene una estructura factorial coherente, las variables tienen buenos índices de confiabilidad, y el ajuste de modelo es adecuado.

El análisis de medias, sin considerar grupos, muestra que el potencial emprendedor en esta población es moderado en cuanto a la percepción de habilidades emprendedoras y sentimiento de auto eficacia, se valora los recursos emprendedores y expresan motivaciones por emprender relativamente altas (una media de 4 en una escala de 5). No obstante, factores que incluyen influencias externas, como la norma subjetiva y control percibido tienen valores considerablemente bajos, y la intención emprendedora también es suficientemente baja, dejando a interpretar que hay una obstaculización a nivel social que podría estar afectando las intenciones.

La comparación de medias entre género mostro algunos de los resultados esperados en las hipótesis, tal como un nivel más alto de PBC en los hombres, y un nivel que no es estadísticamente distinto de habilidades emprendedoras entre ambos, sugiriendo que las instituciones educativas podrían tener un tipo de efecto ecualizador entre ambos. También, las desviaciones estándar de las medias de las habilidades emprendedoras no son particularmente grandes, dejando a interpretar que no solo provienen del grupo de estudiantes de empresa, sino de todos los incluidos en la muestra. Otra diferencia entre género encontrada es un nivel más alto de intenciones en los hombres, igual que la norma subjetiva, pero un nivel más alto de motivaciones para emprender en las mujeres.

Los análisis del modelo de ecuaciones estructurales encontraron cierta variabilidad entre género en algunas de las interacciones, y que los efectos de necesidad impactan no solo significativamente en intenciones, sino que anulan las de otras variables.

En cuanto a efectos directos: PBC, norma subjetiva y la percepción de habilidades emprendedoras impactan significativamente las intenciones en ambos géneros, siempre y cuando no se considera el factor de necesidad. La inclusión de este factor en la ecuación hace los efectos directos de norma subjetiva no significantes en los hombres. Estadísticamente hablando, PBC es el predictor más fuerte de los tres.

Contrario a lo esperado en la hipótesis, muchas de las variables no tienen efecto en las intenciones de los hombres. El grado que se expresan las motivaciones para emprender no afecta de forma directa la intención emprendedora significativamente, ni tampoco la toma de riesgos en los hombres, pero en las mujeres sí. No solo eso, sino que tampoco median ningún efecto en los hombres, excepto por una vía estadísticamente dudosa: las motivaciones median PBC cuando no se incluyen variables de necesidad, no obstante, los intervalos de confianza muestran el valor nulo (a pesar que el valor p está por debajo de .05).

Tal como se esperaba, según las hipótesis, la propensión a tomar riesgos y las motivaciones para emprender median los efectos de habilidades emprendedoras en las mujeres, pero no de PBC, sugiriendo que hay un componente más orientado al percibir medidas más objetivas, como destrezas, para que se impulsen otras variables perceptuales. Dado que PBC no tiene ningún rol significativo en las variables mediadoras, se puede sugerir que hay un factor menos orientado a confianza o control en este grupo.

Los efectos de necesidad impactan la relación causal de norma subjetiva en intención también en las mujeres, pero solo en el efecto de mediación por motivaciones, donde dejan de ser significantes. Necesidad no nulifica el efecto significativo de una ruta de mediación serial: habilidades emprendedoras incrementan el grado que se perciben los motivos para emprender, y estos en efecto incrementan la propensión a tomar riesgos, cual impacta la intención de emprender en las mujeres.

De las otras variables control, el optimismo impacta significativamente y positivamente la toma de riesgos, pero de forma negativa (y no significativa) las intenciones, y las experiencias previas laborales impactan negativamente las intenciones. La influencia de tener padres emprendedores no es significativa en las intenciones.

## **6. Conclusiones**

Según los resultados de este estudio, se puede inferir que el potencial emprendedor en los estudiantes universitarios en España tiene un nivel competencial y motivacional que les permitiría aventurar en montar una empresa, pero hay pocas intenciones y poco sentido de control, junto a una percepción subjetiva sobre el apoyo de los demás que es baja.

A nivel causal, las estudiantes universitarias están movidas a montar negocios por motivaciones intrínsecas, como sentido de realización personal y la búsqueda de independencia, y hay un valor añadido a la toma de riesgos a causa de esto. Estas impactan las intenciones para

emprender y son movidas por la percepción de sus habilidades emprendedoras. A pesar que la necesidad es un factor influyente, movido por asegurarse algún tipo de trabajo, todas estas variables se retienen como causales aunque estén presente, sugiriendo que hay una razón personal y situacional detrás de las intenciones emprendedoras en las mujeres.

Irónicamente, los hombres no muestran una relación causal entre motivaciones y toma de riesgo, y no median ningún efecto de las habilidades empresariales percibidas, PBC o norma subjetiva en intenciones. Interesante también que la norma subjetiva tiene una regresión negativa, aunque no significativa. A pesar que las intenciones emprendedoras de los hombres es más alta que la de las mujeres, este modelo causal muestra que muy pocas de las variables realmente interactúan, sugiriendo que tal vez los hombres están considerando una vía emprendedora como segunda alternativa a la falta de conseguir un trabajo remunerado como empleado, o que las variables explicativas no están presentes. Para futuras investigaciones, y de cara a la práctica, se debería auscultar cuales son los factores motivacionales en los hombres universitarios españoles que tienen un impacto en las intenciones por emprender.

Dado estos resultados, concluyo que existe variabilidad en el potencial emprendedor por género en los estudiantes españoles, y debe ser considerado de tal a nivel institucional y académico. A nivel teórico, este estudio confirma que hay un vínculo importante entre la percepción de destrezas en las mujeres y algunos rasgos de personalidad, pero no en PBC. Para propósitos institucionales, el hincapié en desarrollar estas destrezas es de gran valor para el emprendimiento en las mujeres, además de la valoración de los mismos de forma práctica para el tipo de empresa que buscan. A nivel académico, esto podría beneficiarse de un enfoque grande con más variables en próximos estudios.

De igual forma, este estudio tiene la limitación de tener un componente analítico de género fuerte, pero no variables que midan en concreto las diferencias perceptuales del rol de emprendedor desde la perspectiva del mismo. A nivel académico, y de cara a futuras investigaciones, se debería incluir esta variable, sobre todo desde el punto de vista de las creencias emprendedoras que propone Krueger, o de otras teorías relacionadas a la identidad.

A nivel práctico, ambos géneros muestran que la norma subjetiva tiene poco valor, incluso más cuando se consideran variables de necesidad, lo cual pone en una posición altamente situacional a la variable. A nivel teórico, al menos otro estudio sugiere que en estos escenarios, el soporte “externo” se vuelve el de instituciones más formales, como políticas y académicas. Esto, junto un bajo PBC, son problemas notables dentro del mundo emprendedor español.

La recomendación a nivel práctico, tomando en cuenta el argumento de la tesis y los resultados, es optar por la implementación de modos que permitan darle control a los estudiantes de sus iniciativas emprendedoras. El objetivo principal debería ser que el auto-empleo se convierta en la vía emprendedora, y que las futuras actividades emprendedoras tomen modos más reflejantes de una sociedad orientada a la innovación. En función a este argumento, las aulas y las instituciones académicas deberían hacer más visible alternativas financieras y comunitarias, como las que vienen por el emprendimiento virtual, cuales son más dependientes de redes sociales construidas más al perfil de los individuos, y que estas aporten la creación de su empresa por medio de modos “crowdsourcing”, tal como lo es el Crowdfunding. Estos modos no solo descartan las barreras geográficas del mercado, sino que permiten crear nichos de soporte por futuros clientes que comparten los intereses del futuro emprendedor, además que tienen un componente innovador alto, y la discriminación por género incluso disminuye, o hasta se invierte, donde ciertos modos de comunicación femeninos son favorecidos. Las instituciones educativas podrían no solo visibilizar estas alternativas, sino entrenar por medio de talleres o asignaturas a manejar proyectos virtuales, y a cómo crear campañas y promoción de sus ideas. En este sentido, aunque las políticas públicas (que incluso, componen parte de esta recomendación de “crowdsourcing”), son un enfoque siempre importante, el futuro del potencial emprendedor español debe reestructurarse a tomar una vía que no solo refleje las características innovadoras de su economía, sino el control de los emprendedores de tomar sus iniciativas.

*Acatando la normativa titulada Reglamento de Doctorado de la Universidad de Salamanca, en su Capítulo II, artículo 14.3, avalan este documento los directores de la tesis:*

---

Brizeida Hernández Sánchez

---

José Carlos Sánchez García



# ***RESUMEN***

La situación económica en España, aunque ha progresado desde su recesión en 2008, aún necesita un impulso para acelerar su mejora. Considerando el emprendimiento como un catalizador viable, y que se pueden desarrollar ciertos rasgos de la personalidad emprendedora, las universidades son consideradas como fuentes para futuras actividades empresariales. Esta tesis explora el potencial emprendedor de los estudiantes universitarios en España, analizando su personalidad emprendedora y el grado de intenciones para emprender. Este estudio se enfoca en estudiar a una amplia población de estudiantes de múltiples campos, en vez de solo centrados en empresas, así como en la variabilidad de sus características por género.

Se exploró el potencial emprendedor en una muestra de 677 estudiantes universitarios españoles, y luego utilizó modelos de ecuaciones estructurales para analizar la relación entre el control de comportamiento percibido y las habilidades empresariales percibidas con intenciones emprendedoras. Otras variables también se incluyeron en este modelo, como los efectos de la mediación de las motivaciones para emprender y la propensión al riesgo, además de variables de control, cuales incluían los motivos para emprender basados en factores de necesidad. Las variables dentro de este modelo se compararon por género utilizando la prueba t, y cada análisis multivariado realizó por cada género por separado.

Los resultados mostraron que el potencial emprendedor es moderado, principalmente obstaculizado por la falta de control y el bajo apoyo percibido, pero las habilidades empresariales percibidas son adecuadas, incluso cuando la muestra no se basa exclusivamente en estudiantes de empresas. Las diferencias de medias entre hombres y mujeres no son abundantes, y provienen solo de las intenciones, el control de la conducta percibida y la norma subjetiva, que son más altas en los hombres; y motivos para emprender, que son más altos en las mujeres. El análisis multivariado muestra que hay variabilidad por género en las variables de mediación y que los motivos impulsados por la necesidad son un factor influyente y explicativo, más aún en los hombres, y reduce la importancia de la norma subjetiva. Se discuten los resultados y se presentan alternativas de cara al futuro para mejorar el potencial emprendedor de los estudiantes.

Palabras clave: Emprendimiento, Potencial, España, Universidad, Estudiantes, Personalidad, Intención, Género



# ***ABSTRACT***

The current economic situation in Spain is, although slowly progressing from its 2008's recession, in need of a further push to speed its improvement. Arguing that entrepreneurship is a viable catalyst for this, and that certain entrepreneurial personality traits can be developed, universities are thought as prospects of future entrepreneurial activity. This dissertation explores the entrepreneurial potential of university students in Spain, looking into their entrepreneurial personality and the degree of intentions to establish future startups. Instead of focusing on entrepreneurial education programs or student with a pre-determined interest for business, this study focuses on looking into a wide population of students from multiple fields, as well in the variability of their traits by gender.

This study, explored the entrepreneurial potential in a sample of 677 Spanish university students, and then used Structured Equation Modeling to analyze the relationship between perceived behavioral control and perceived entrepreneurial skills with entrepreneurial intentions. Other variables were also included in this model, such as the mediation effects of motivations for business and risk taking propensity, and control variables that included necessity-driven motives. Variables within the model were compared by gender using t-Test, and all multivariate analysis were done by each separately as well in order to better gauge their perceptions.

Results showed that entrepreneurial potential is somewhat moderate, mostly hampered by lack of control and low perceived support, but perceived entrepreneurial skills are fair, even when the sample is not based exclusively on business students. Mean differences between males and females are not abundant, and come only from intentions, perceived behavioral control and subjective norm, which are higher in males; and motives for business higher in females. Multivariate analysis shows gender differences at the mediation level and that necessity-driven motives are a confounding factor, more so in males, and it hampers the significance of subjective norm. Results are discussed and future alternatives to improve students' entrepreneurial potential are presented.

**Keywords:** Entrepreneurship, Potential, Spain, University, Students, Personality, Intention, Gender



# INTRODUCTION

There has been an economic recession going on in Spain since 2008 which affected the country on many levels, including the organizational sector. This lowered entrepreneurship activity rate, and, although has been progressively improving in latest years, it is still among the lowest among the European Union (Peña, Guerrero, González-Pernía & Montero, 2019). Universities, being a breeding spot for knowledge spillover, are considered as an engine to improve economic growth by developing potential entrepreneurs, which can help Spain reduce unemployment levels by increasing entrepreneurial activity.

Because of this, educational institutions are generally looked upon as research interest, nevertheless, university itself is also a complex equation. Research generally focuses on entrepreneurship education programs and/or business students, but entrepreneurship is not exclusive to these. I think entrepreneurship is not solely reserved for people with a pre-determined background of business, but an opportunity that people from many backgrounds can and will also exploit given they have the appropriate interest, competences, and favorable environment. This means universities are, overall, a space for people who can potentially make business sharpen their skills at any field. Heeding to this, I'm interested in mapping how a more diverse population of students express intentions and an entrepreneurial mindset by the virtue of education: the acquisition of skills and of confidence in acting upon their professional interests.

In line with this argument, a report realized by the Observatorio de Emprendimiento Universitario (Guerrero et al., 2016) has recently profiled entrepreneurship attitudes and beliefs on students at a national scale, receiving responses from 14,413 students across 29 universities, which allows to gauge an overview of the current mindset of students and entrepreneurship, nonetheless, the study is mostly descriptive. This dissertation acts as a follow up to Guerrero et al. (2016), where I put to the test if students are being moved into entrepreneurship by their competences, and to what extent this has to do with their motives, with the use of causal models. I will focus on how *personality* variables interact with *entrepreneurship intentions*, or the state of mind of determination to act towards creating business. This last variable is particularly useful because it has a reasonably high prediction power of actual behavior (Krueger, 2017), meaning it's a good proxy to overview the short-term future of business activity. Intentions, combined with entrepreneurial personality could be argued as *entrepreneurial potential*, a concept widely argued in literature, but largely understudied in theory. Through this

dissertation, I will explore the theoretical concepts of entrepreneurial personality and entrepreneurial intentions, as well institutional roles on business development, such as economic, political and educational; their current role on Spanish entrepreneurial development and the variability of entrepreneurial behavior between genders to answer the question: “What’s the current state of entrepreneurship potential in Spanish university students?”

Specifically, this dissertation will:

- Compile descriptive information of student’s degree of entrepreneurship personality traits.
- Create a causal model for entrepreneurship intentions suited for, both, the Spanish and university context.
- Explore how necessity plays a role in their intention and motives for business in its university students.

I will also build this study with two approaches:

1) Distance away from focusing on entrepreneurship educational programs, or exclusively in Business students, and instead use a randomized approach into exploring how a broad student population, unbiased by a self-selected interest for business-related fields, express intentions for venture creation.

2) Literature generally indicates entrepreneurship is a male-dominated field, meaning gender is a highly confounding variable that moderates entrepreneurship behavior and intentions, therefore, should always be accounted for. As such, I will also focus on finding how these beliefs and perceptions vary by gender. Due to the lack of studies in Spain that use more complex multivariate method of analyses, like structural equation modeling, to explore how each group develops intentions, I will take this opportunity. Given I am not bound to space limitations in a thesis format, I will present results and analyze them with *both* genders, as it allows to contextualize entrepreneurship behavior even further.

There are some gaps which this dissertation also intends to cover:

First, “Entrepreneurial potential”, while widely discussed in literature, and usually used analogously (and correctly) with intention-based research, has only recently begun to have empirical theoretical support as a model. This study intends to use an approach more akin to these new theories to explore entrepreneurial potential in Spanish students. These theoretical models are from Portugal and Brazil, meaning this is also an expansion of their theory by studying a Spanish population using this newer theory.

Second, literature research shows that, while necessity is a strong explanatory variable in entrepreneurial pursuits, it is generally left out of regression analyses and other empirical statistical procedures. This dissertation intends to contribute into filling this gap by controlling its effects on intentions, as well analyzing how it confounds with motivational beliefs, as well by focusing on how it impacts in a Spanish population.

Third, while gender is also greatly studied, a big portion of this research uses it as an exogenous moderator which regresses on variables. This study will analyze two models by grouping variables, meaning the results for male and females will be presented separately and will allow to better visualize difference and similarities.

This thesis structure will follow the standard format for dissertations. Part I includes all the theoretical framework for this study, and Part II, which will contain all methods, analyses, results and discussion. For an easier guide of these sections, I ask to please use the index in Page 9 as guidance, where I present the table of contents.