UNIVERSIDAD DE PANAMÁ

VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y CONTABILIDAD
PROGRAMA DE DOCTORADO EN CIENCIAS EMPRESARIALES

INFLUENCIA DE LAS UNIVERSIDADES PANAMEÑAS EN LAS ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS DE SUS ESTUDIANTES: UN ENFOQUE DE GÉNERO

AUTORA: MARIELA YISETH SALGADO CANTO

TESIS PRESENTADA COMO REQUISITO PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTORA EN CIENCIAS EMPRESARIALES CON ÉNFASIS EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DIRECCIÓN DE TESIS POR:
DRA. MARÍA DE LOS ÁNGELES FRENDE VEGA

PANAMÁ, REPÚBLICA DE PANAMÁ
2021

Dedicatoria

A mi madre, María Eugenia Canto, quien ha sido mi guía siempre, aquí en la tierra y desde el cielo.

A mis hijos, Julián Alberto y Marián Eugenia porque son ustedes la fuerza que me impulsa cada día, a esforzarme para ser mejor.

Agradecimiento

Al culminar esta meta profesional, deseo expresar mi agradecimiento, primeramente, a Dios, por brindarme la vida, la determinación y perseverancia para continuar hasta culminar este trabajo de investigación.

Agradezco a mis hijos, Julián Alberto, y Marián Eugenia, mis tesoros, mi mayor bendición, por permitirme tomar cada tiempo de dedicación que fue necesario, y que no pude estar con ustedes; por su paciencia y apoyo que me han permitido alcanzar esta meta.

A mi esposo, Franklin Alberto, por sus palabras de aliento, por celebrar cada uno de mis logros, y su apoyo permanente sobre todo en los momentos difíciles de este proceso de crecimiento profesional y académico.

A mis hermanos Luis y Liza, por brindarme sus palabras de orgullo y confianza en mí, e incentivarme siempre a seguir adelante, a pesar de los obstáculos de la vida. Al igual que a familiares y amigos que siempre me motivaron a continuar trabajando por mis metas.

Mi gran agradecimiento a la Dra. María De Los Ángeles Frende, mi directora de tesis, por brindarme su apoyo, conocimientos, experiencia y guía a lo largo de todo el desarrollo de este trabajo y ayudarme a lograr esta meta tan anhelada.

También a los profesores del Programa de Doctorado en Ciencias Empresariales de la Universidad de Panamá, por brindarme sus conocimientos y aportes constructivos para avanzar en cada etapa del programa académico.

Finalmente, agradezco a la Senacyt y a cada una de las universidades participantes del Proyecto GUESSS, ya que a través de él me brindaron su apoyo para el desarrollo de esta tesis, el cual aporta un mayor conocimiento para el fomento del emprendimiento generado desde la Academia en Panamá.

Resumen

El papel desempeñado por los emprendedores en los diferentes países ha sido ampliamente reconocido por su impacto en el desarrollo económico y social (Audretsch, 2014; Nagy, Györfy; Petru y Benyovazki, 2010). Dada la importancia de los emprendedores, el interés de estudio se centra en determinar que motiva a unas personas a crear sus propios negocios. En esta línea, una de las ramas de investigación que más interés está recibiendo es aquella basada en las aspiraciones emprendedoras (Liñán y Fayole, 2015) debido, sobre todo, a la capacidad predictiva de los modelos en los que se sustentan (Shapero, 1984; Shapero y Sokol, 1982).

Por consiguiente, en línea a lo anterior, las investigaciones se han centrado en entender los factores que inciden en las aspiraciones emprendedoras (Bae, Qian, Miao y Fiet, 2014; Liñán y Fayolle, 2015). Atendiendo a la revisión realizada por Liñán y Fayolle (2015), hay una variedad de estudios que analizan la incidencia de variables personales y cognitivas sobre la aspiración de crear una empresa. Sin embargo, la mayoría de las investigaciones, se han realizado en los entornos socio-económicos de Europa y Norteamérica, y son escasos en América Latina, en general, y en Panamá, en particular.

Por otro lado, la investigación sobre el fenómeno emprendedor en general, y sobre las aspiraciones emprendedoras en particular, se ha basado mayoritariamente en los hombres como población objetivo, asumiendo que estos son el prototipo de personas de negocio (Jennings y Brush, 2013). Sin embargo, las investigaciones más recientes sugieren que las mujeres son esenciales para el desarrollo económico y social, a través de la creación

de empresas (Yavav y Unni, 2016). Por tanto, es esencial investigar más sobre el emprendimiento femenino, sobre todo en economías en transición, como es la panameña (Furman, Porter y Stern 2002), donde se han desarrollado menos investigaciones al respecto.

Además, y dada la importancia del emprendimiento en los países, las universidades están tomando un rol más activo a través de la educación, y su influencia sobre la aspiración emprendedora de sus estudiantes, sin embargo, sus resultados han sido inconclusos (Bae et. al., 2014).

Para cubrir los vacíos anteriores en la literatura científica especializada, y con base a la Teoría del Comportamiento Planificado, el objetivo de esta tesis doctoral es el de analizar si las actitudes hacia el emprendimiento, la norma subjetiva y el control percibido influyen positivamente en las aspiraciones a emprender de los estudiantes universitarios de Panamá, y si la incidencia es diferente entre los hombres y mujeres. Adicionalmente, se examinará si la formación en emprendimiento que reciben en la universidad desempeña un papel moderador en las relaciones anteriores.

Para alcanzar el objetivo planteado, se ha diseñado un cuestionario como resultado de una revisión exhaustiva de las investigaciones anteriores sobre las variables objeto de estudio, lo que aporta fiabilidad y validez de las medidas utilizadas.

Las hipótesis planteadas son testadas mediante análisis de regresión múltiple y sobre una muestra de 1,879 estudiantes universitarios, pertenecientes a las siete universidades panameñas que cuentan con programas y centros de emprendimiento. Los resultados demuestran que las variables que afectan positivamente a las aspiraciones para emprender son la actitud hacia el emprendimiento y el control percibido, y que esta influencia es mayor en los hombres que en las mujeres. Por otro lado, no se encuentra un efecto moderador, estadísticamente significativo, de la formación en emprendimiento.

Los resultados de esta investigación son importantes para el diseño de políticas y programas encaminados a fomentar las aspiraciones de los estudiantes universitarios, considerando las diferencias de género, y para reflexionar sobre la formación en emprendimiento que se imparte actualmente en las universidades.

Abstract

The role of entrepreneurs in countries has been widely recognized for its impact on the economic and social development of countries (Audretsch, 2014; Nagy, Györfy; Petru and Benyovazki, 2010). Given the importance of entrepreneurs, the study interest is focused on determining what motivates people to create their own businesses. In this line, one of the research branches that is receiving the most interest is that based on entrepreneurial aspirations (Liñán and Fayole, 2015) due, above all, to the predictive capacity of the models on which they are based (Shapero, 1984; Shapero and Sokol, 1982).

In line with the above, research has focused on understanding the factors that influence entrepreneurial aspirations (Bae, Qian, Miao and Fiet, 2014; Liñán and Fayolle, 2015). Based on the review carried out by Liñán and Fayolle (2015), there are a variety of studies that analyze the incidence of personal and cognitive variables on the aspiration to create a company. However, most of the research has been carried out in the socio-economic environments of Europe and North America, and they are scarce in Latin America, in general, and in Panama, in particular.

On the other hand, research on the entrepreneurial phenomenon in general, and on entrepreneurial aspirations in particular, has been based mainly on men as the target population, assuming that men are the prototype of business people (Jennings and Brush, 2013). However, the most recent research suggests that women are essential for economic and social development through business creation (Yavav and Unni, 2016). Therefore, it is essential to research more about female entrepreneurship, especially in economies in

transition, such as the Panamanian one (Furman, Porter and Stern 2002), where less research has been carried out in this regard.

In addition, and given the importance of entrepreneurship in the countries, universities are taking a more active role through education, and their influence on the entrepreneurial aspiration of their students, however, their results have been inconclusive (Bae et. al ., 2014).

To cover the previous gaps in the specialized scientific literature, and based on the Theory of Planned Behavior, the objective of this doctoral thesis is to analyze whether attitudes towards entrepreneurship, subjective norm and perceived control positively influence aspirations to undertake of university students in Panama, and if the incidence is different between men and women. Additionally, it will be examined whether the entrepreneurship training they receive at the university plays a moderating role in the previous relationships.

To achieve the stated objective, a questionnaire has been designed as a result of an exhaustive review of previous research on the variables under study, which provides reliability and validity of the measures used.

The hypotheses raised are tested by multiple regression analysis and on a sample of 1,879 university students, belonging to the seven Panamanian universities that have entrepreneurship programs and centers. The results show that the variables that positively

affect entrepreneurship aspirations are the attitude towards entrepreneurship and perceived control, and that this influence is greater in men than in women. On the other hand, there is no statistically significant moderating effect of entrepreneurship training.

The results of this research are important for the design of policies and programs aimed at fostering the aspirations of university students, considering gender differences, and for reflecting on the training in entrepreneurship that is currently taught in universities.

ÍNDICE GENERAL.

Dedicatoria.	i
Agradecimiento.	ii
Resumen.	iii
Abstract.	iv
Índice General.	v
Índice Tablas.	vi
Índice de Figuras.	vii
Índice de Gráficos.	viii
Introducción.	1
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.	5
1.1. Planteamiento del problema de investigación.	6
1.2. Justificación de la investigación.	19
1.3. Objetivos de la investigación.	33
1.3.1. Objetivo general.	33
1.3.2. Objetivos específicos.	33
1.4 Hipótesis de la investigación.	34
1.5 Alcance y delimitaciones de la investigación.	35
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN.	38
2.1. Estructura del marco teórico de la investigación.	39
2.2. Concepto de emprendimiento.	39
2.3. Evolución en la investigación en emprendimiento desde una perspectiva de género.	42
2.3.1 Teoría feminista y emprendimiento.	55
2.4 Aspiraciones para emprender: modelos teóricos.	58
2.4.1 Modelo del "Evento Emprendedor".	60
2.4.2. Modelo del Potencial Emprendedor.	62

2.4.3. Teoría del Comportamiento Planificado.	**64**
2.5. Estudios sobre aspiración emprendedora.	**71**
2.5.1. Variables personales y aspiraciones emprendedoras.	**73**
2.6. La Universidad y su impacto en el emprendimiento.	**79**
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN.	**88**
3.1 Bases del marco metodológico.	**89**
3.2 Formulación de Hipótesis.	**92**
3.2.1 Actitud, aspiraciones emprendedoras y género.	**93**
3.2.2 Norma subjetiva, aspiraciones a emprender y género.	**96**
3.2.3. Control del comportamiento percibido, aspiración para emprender y género.	**101**
3.2.4. Educación emprendedora, aspiraciones para emprender y género.	**108**
3.3. Metodología de la Investigación.	**114**
3.3.1. Población, muestra del estudio y trabajo de campo.	**115**
3.3.2. Variables de estudio y medición.	**118**
3.3.2.1. Variable dependiente.	**119**
3.3.2.2. Variables independientes o explicativas.	**121**
3.3.2.3. Variable moderadora: educación emprendedora.	**126**
3.3.3. Instrumento: pre-test y validación.	**127**
3.3.4. Obtención de datos: Proyecto GUESSS.	**132**
3.3.4.1. Obtención de datos.	**137**
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.	**141**
4.1. Análisis de resultados y contraste de las hipótesis.	**142**
4.1.1. Descripción de la muestra y su representatividad.	**143**
4.1.1.1. Composición muestral.	**143**
4.1.1.2. Representatividad.	**148**
4.1.1.2.1. Sesgo de las respuestas.	**148**

4.1.1.2.2. Potencia estadística.	**151**
4.2. Análisis descriptivo de las variables del modelo.	**153**
4.2.1 Aspiración emprendedora.	**154**
4.2.2. Actitud hacia el emprendimiento.	**156**
4.2.3. Norma subjetiva.	**158**
4.2.4. Control percibido.	**159**
4.2.5. Educación en emprendimiento.	**161**
4.3. Contrastación de hipótesis.	**163**
4.3.1. Análisis de medias.	**163**
4.3.2. Análisis de regresión múltiple.	**168**
4.3.2.1. Relaciones directas y género.	**169**
4.3.2.2. Relaciones moderadoras y género.	**173**
CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y LÍNEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN	**177**
5.1. Implicaciones teóricas y prácticas de la investigación	**177**
5.2. Aportaciones y limitaciones de la tesis doctoral	**186**
5.3 Futuras líneas de investigación	**188**
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	**190**
ANEXOS	**214**

Índice de Tablas

Tabla 1 Matrícula por género en las universidades panameñas.	**25**
Tabla 2: Distribución de población reportada por género según rango de edad en actividad emprendedora temprana TEA, Informe GEM 2019.	**27**
Tabla 3: Población y muestra.	**118**
Tabla 4: Análisis de fiabilidad de Alfa de Cronbach.	**131**
Tabla 5: Características de la investigación.	**139**
Tabla 6: Año de inicio de estudios universitarios.	**144**
Tabla 7: Test de Normalidad Skewness/Kurtosis	**149**
Tabla 8: Test Mann-Whitney.	**150**
Tabla 9: Análisis descriptivo de la aspiración emprendedora de los estudiantes universitarios de Panamá.	**154**
Tabla 10: Comparación de medias respecto a la aspiración emprendedora.	**155**
Tabla 11: Aspiración emprendedora y género.	**156**
Tabla 12: Análisis descriptivo de la actitud hacia el emprendimiento.	**156**
Tabla 13: Comparación de medias respecto a la actitud hacia el emprendimiento.	**157**
Tabla 14: Análisis descriptivo de la norma subjetiva.	**158**
Tabla 15: Comparación de medias respecto a la norma subjetiva.	**159**
Tabla 16: Análisis descriptivo del control percibido.	**160**
Tabla 17: Comparación de medias respecto al control percibido.	**160**
Tabla 18: Educación y género.	**161**
Tabla 19: Matriz de correlaciones	**162**
Tabla 20: Test aspiración emprendedora y género.	**165**
Tabla 21: Test actitud y género.	**165**
Tabla 22: Test norma subjetiva y género.	**166**
Tabla 23: Test control percibido y género.	**167**
Tabla 24. Resumen resultados de regresiones múltiples.	**169**
Tabla 25. Análisis de regresión para la muestra completa.	**171**

Tabla 26. Análisis de regresión para las submuestras de mujeres universitarias.	**172**
Tabla 27. Análisis de regresión para las submuestras de hombres universitarios.	**173**
Tabla 28: Efecto moderador de la educación en la AE de los estudiantes.	**174**
Tabla 29: Efecto moderador de la educación en la AE de mujeres.	**175**
Tabla 30: Efecto moderador de la Educación en la AE de hombres.	**175**
Tabla 31: Resumen de las hipótesis testadas en la tesis doctoral.	**176**

Índice de Figuras

Figura 1: Modelo de Aspiración Emprendedora.	**15**
Figura 2: Modelo del Evento Emprendedor.	**60**
Figura 3: Modelo del Potencial Emprendedor.	**62**
Figura 4: Teoría del Comportamiento Planificado.	**68**
Figura 5: Modelo Teórico de la Investigación.	**114**

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Índice TEA por género en clasificación de economías de altos ingresos (datos porcentuales).	**26**
Gráfico 2: Participación porcentual de la muestra por genero	**143**
Gráfico 3: Universidades donde estudian	**145**
Gráfico 4: Universidades y participación por genero	**146**
Gráfico 5: Participación de estudiantes por carrera.	**147**
Gráfico 6: Carrera por género.	**147**
Gráfico 7: Nivel de estudios.	**148**
Gráfico 8: Función de distribución por género.	**164**

INTRODUCCIÓN

En este trabajo de investigación, se propuso como objetivo principal analizar las variables que inciden en las aspiraciones emprendedoras de los estudiantes universitarios de Panamá, en lo referente a un enfoque de género. Es decir, si las aspiraciones emprendedoras difieren entre hombres y mujeres. Para ello, el marco adecuado de referencia es la Teoría de Comportamiento Planificado de Ajzen, (1991, 2000), quien sostiene que la actitud hacia el emprendimiento, la norma subjetiva y el control percibido son variables que influyen en las aspiraciones de las personas hacia la creación de sus propias empresas.

No obstante, en esta Tesis Doctoral se añade una variable nueva al modelo como es el papel que desempeñan las universidades. Específicamente, se analiza el rol mediador que puede tener la formación en emprendimiento que reciben los estudiantes universitarios, y si estas capacidades generadas difieren entre hombres y mujeres. Cada vez es más aceptado que las universidades son uno de los actores claves en los ecosistemas emprendedores e innovadores de los países.

Para la autora de esta tesis, la importancia del tema a investigar se sustenta en los 12 años que lleva trabajando, tanto en la docencia, la gestión y la investigación sobre el

fenómeno emprendedor. En lo que respecta a la docencia, ha impartido cursos y capacitaciones de formación de emprendedores, supervisión y liderazgo empresarial, entre otros, en instituciones de educación superior. En cuanto a la gestión universitaria, ha desarrollado programas y proyectos que fomenta la cultura emprendedora, la de propiedad intelectual y la transferencia de tecnologías generados en la academia, así como también el asesoramiento a emprendedores. En lo que se refiere a investigación, ha publicado artículos, folletos y presentado ponencias relacionados con la línea de investigación de emprendimiento académico, algunos de ellos, La Aventura de Emprender, (2011); "La Importancia del Equipo Emprendedor en el Grado de Innovación de la Nueva Empresa", (2012); así como también proyectos de extensión universitaria, del área de emprendimiento y transferencia de conocimientos, ganadores de fondos internacionales como el Programa Erasmus+ de la Unión Europea, Agencia Española de Cooperación para el Desarrollo – AECID, Banco Interamericano de Desarrollo, Secretaría Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación – Senacyt, tales como: Proyecto HUB de Transferencia y Comercialización de Tecnologías para las Américas. Panamá, (2019); Proyecto Smart Summer Camp, (2018); Foro de Nacional de Emprendimientos de Base Tecnológica, (2016), entre otros. Esta experiencia ha sido la base en la decisión del tema a investigar en esta Tesis y un aporte significativo, en la importancia de la investigación sobre el fenómeno emprendedor en el país.

Esta Tesis Doctoral está estructurada en cuatro capítulos. En el primero, se plantea el problema de la investigación en el ámbito científico y se justifica la importancia del

estudio en el contexto de Panamá. Como consecuencia de lo anterior, se plantean los objetivos y se describen las hipótesis que se desean contrastar. Igualmente, se aborda el alcance y la delimitación de la investigación.

En el segundo capítulo, se procede a presentar una revisión de la literatura más relevante sobre el fenómeno del emprendimiento femenino, al identificar las diferentes perspectivas adoptadas al abordar su estudio, así como las conclusiones más relevantes alcanzadas hasta la fecha, para el objeto de estudio como es el de la aspiración emprendedora. Asimismo, se ha dedicado un espacio al estudio de la universidad, dentro de las aspiraciones para emprender.

Posteriormente, el tercer capítulo, se dedica a los aspectos metodológicos preliminares, se explica la fuente de obtención de la muestra de estudio, así como el tratamiento y depuración de los datos hasta la obtención de la muestra final. Dado que la fuente primordial de los datos es el Proyecto GUESSS, se dedicará un apartado a sus antecedentes, objetivos y características. El capítulo se cierra con una presentación de las variables del estudio, su descripción, forma de medición y valores.

En el cuarto capítulo, se procede a un análisis descriptivo de la muestra, tras el cual se explica con detalle los procedimientos, herramientas y análisis empleados en las pruebas empíricas, destinadas a testar el cumplimiento de las hipótesis planteadas. Luego se

presentan los resultados del análisis estadístico, los cuales discuten y contrastan con los argumentos de la Tesis y con resultados obtenidos en trabajos previos.

Para finalizar, se cierra con el apartado de las conclusiones derivadas de los análisis de resultados. De igual manera, se incluye las implicaciones prácticas y académicas, y se exponen sugerencias para futuras líneas de investigación, suscitadas por los retos y limitaciones que plantea el desarrollo de la investigación llevada a cabo esta tesis doctoral.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema de investigación

Es ampliamente reconocido el papel que desempeñan los emprendedores en los países mediante la creación de empleo, la introducción de innovaciones y la generación de riqueza (Audretsch, 2014; Nagy, Györfy; Petru y Benyovazki, 2010). No obstante, este reconocimiento no es reciente, sino que se remonta a mediados del siglo XVII. El economista Richard Cantillon (1975) fue pionero en identificar el impacto de los emprendedores en la economía. Él clasificó a los agentes económicos en tres grupos: (i) propietarios de tierras, (ii) empresarios y (iii) asalariados. Según Cantillon (1975), los empresarios realizaban la función de coordinar a los productores con los consumidores, además de tomar decisiones en los mercados para obtener beneficios y, todo ello, bajo entornos inciertos.

La incertidumbre vinculada al emprendedor también fue resaltada por Jean Bapiste Say (1803), e indica que es esa característica la que hace que emprender sea difícil. Además, el autor distingue la función del empresario y del capitalista al especificar que para ser empresario no es necesario ser propietario de los factores de producción.

Otros colegas también se interesaron por el papel activo de los emprendedores en la economía. En este sentido, cabe destacar a Nicolás Burdeau (1771), quien fue el primero en señalar al emprendedor como un innovador, quien continuamente busca oportunidades para minimizar sus costos. En este punto, se introduce al emprendedor como innovador en procesos (Marshall, 1881).

Uno de los economistas más citados en la literatura de emprendimiento es Joseph Alois Schumpeter (1928), quien revolucionó los horizontes de la economía al introducir el concepto de "Destrucción Creativa" asociada a los emprendedores. La innovación, a través de la introducción de nuevas combinaciones de factores de producción, remplaza a lo anterior, el cual queda obsoleto, y se rompe el equilibrio (destrucción creativa). Por tal motivo, las personas capaces de hacer esto son llamados emprendedores y obtienen enormes beneficios por ello.

En un trabajo posterior, él matiza la definición de emprendedor y señala que es la persona que lleva a cabo alguna de las actividades siguientes: "(i) creación de nuevos productos o nueva calidad, (ii) creación de un nuevo método de producción, (iii) abre nuevos mercados, (iv) captura una nueva fuente de suministro, o (iv) crea una nueva organización o industria" (Shumpeter, 1949, p. 66).

Durante el siglo XX, se retoma el estudio del empresario y sus empresas como actores importantes en el crecimiento económico de los países y se comienza, entonces, a estudiarlo dentro del ámbito académico específicamente, dentro de la disciplina denominada "historia económica". En esta línea, la Universidad de Harvard crea en 1948 el *Research Center in Entrepreneuship History*, el cual generó numerosos trabajos sobre empresarios de empresas manufactureras y de bancos, principalmente. En este punto, es importante destacar las aportaciones de Birch (1981) sobre el papel que desempeñan los emprendedores en la creación de empleo.

El estudio del emprendimiento en el ámbito de la Dirección de Empresas vino de la mano de la Universidad de Harvard, con la creación del primer curso sobre el tópico titulado "*Management of new firms*", el cual fue la antesala de la creación de la reconocida *Harvard Business School* o La "Escuela de Harvard", como se le conoce por los aportes al estudio del fenómeno emprendedor que realizaron sus profesores y discípulos, los cuales marcaron las investigaciones posteriores y la implantación del tópico en otras universidades[1]. Por ejemplo, el libro de Timmons, Smolla y Dingee (1985) titulado "*New venture creation: a guide of entrepreneurship*" formó parte de la bibliografía básica en los cursos impartidos sobre emprendimiento.

En los años 90, surge la "Escuela Austríaca", cuyo investigador más renombrado es Israel Kirzner. Él define al emprendedor como la persona que es capaz de identificar oportunidades de negocios (Kirzner, 1973). Así, rechazó la idea de economistas anteriores sobre la teoría de equilibrio y argumentó que la economía está en constante desequilibrio, debido a los choques constantes que golpean la economía. En este contexto, las personas emprendedoras se caracterizan por tener una "alerta emprendedora" que les permite descubrir oportunidades, que otros pasan por alto.

Dada la importancia de la figura de emprendedor para la economía de los países, el interés por el estudio se extiende al ámbito de la psicología y sociología, con el fin de analizar el perfil y características de los emprendedores. Basándose en el trabajo de

[1] Vesper (1993) destaca en su informe titulado "*Entrepreneurship Education 1993*" que los cursos sobre emprendimiento en Estados Unidos de América pasaron de menos de 10 en 1967 a 370 en 1993.

McClelland (1961) y de otros colegas, diversos autores analizaron, por ejemplo, la relación entre una personalidad basada en la "necesidad de logro" y/o el "ámbito de control" y la creación de empresas.

Sin embargo, ante el intento fallido de explicar el fenómeno emprendedor desde las perspectivas "conduccionistas" (psicología, sociología, y otras) surge una corriente, enfoque situacional que agrupa el estudio a los emprendedores en función de determinados aspectos relacionados con el individuo, la organización, el entorno y los procesos (Gartner, 1985). Bajo este enfoque, se comienza a adoptar modelos multinivel para explicar cómo, cuándo, dónde y por qué surgen los emprendedores.

Como se puede apreciar, el desarrollo del estudio del fenómeno emprendedor se fundamenta en diferentes campos de estudio (economía, dirección de empresas, sociología, psicología, política económica, entre otras). No obstante, cada uno de ellos por sí solo no ha sido capaz, hasta la fecha, de explicar y predecir el comportamiento del emprendedor.

Lo anterior explica que, por un lado, la creación de empresas no pueda ser explicado por una única escuela de pensamiento o área de estudio, sino que es la colaboración entre ellas lo que añade conocimiento a la investigación sobre el fenómeno emprendedor. Por otra parte, llama la atención que todavía permanezca el interés por entender mejor este tópico de estudio. De hecho, el emprendimiento se ha legitimado como una de las áreas de investigación más vitales, dinámicas y relevantes, sobre todo, en el campo de la Dirección de Empresas (Wiklund, Davidsson, Audretsch, y Karlsson 2011). Prueba de lo anterior, es

la gran cantidad de trabajos que se viene publicando en revistas científicas especializadas (Luor, Lu, Yu y Chang, 2014). Por ejemplo, Busenitz, West, Shepherd, Nelson, Chandler y Zacharakis (2003) señalaron una media de 7.9 artículos publicados en inglés durante los años 1992-1999 frente a los 4.9 durante el periodo 1985-1991. Serrano-Bedia, Pérez-Pérez, Palma-Ruiz y López-Fernández (2016) identificaron más de 3,000 trabajos publicados en las revistas de la base de datos Thomson Reuters, Web of Science sólo en periodo 2011-2013.

En cuanto al número de revistas especializadas en el tema, Katz (2003) destacó que el número viene duplicándose cada tres años, desde 1985. Desde las revistas pioneras, tales como *Journal of Small Business Venturing* (1985), *Family Business Review* (1988), *Entrepreneurship: Theory and Practice* (1988) o *Small Business Economics* (1989), el autor identificó 40 revistas más.

Por otro lado, revistas más generales en el ámbito de dirección de empresas, economía, sociología, entre otros campos de conocimiento, le han dedicado monografías (*special issues*) al estudio sobre el fenómeno emprendedor.

Igualmente, se destacan las organizaciones dedicadas a promover la investigación sobre emprendimiento, tales como la *Kauffman Foundation*, *Coleman Foundation* o la *European Foundation for Entrepreneurship Research*, *Korea Entrepreneurship Foundation*, entre otras.

El interés por la investigación en emprendimiento también se refleja en la realización de estudios a nivel internacional, que utilizan instrumentos/cuestionarios homogéneos, los cuales permiten hacer comparaciones entre países. Al respecto, cabe destacar el proyecto *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM)[2], fundado por la *Babson College* y la *London Business School*, inició su primer informe en el año 1999 con la participación de diez países y en la edición de 2019, (la veinteava) abarca cincuenta.

El proyecto tiene como finalidad analizar el papel del emprendimiento en el crecimiento de los países y el estudio de la actividad emprendedora, así como los factores que la fomentan o inhiben. Una de las principales ventajas del proyecto es que los países y equipos de investigadores participantes cuentan con una base de datos que sirve de base para la investigación académica y publicaciones alrededor del mundo (Reynolds, Camp, Bygrave, Hay, 2002).

Existe, igualmente, una diversidad de temas tratados, entre los que se destacan los siguientes (Serrano-Bedía et al, 2016): análisis del fenómeno emprendedor en general, emprendimiento corporativo, emprendimiento y desarrollo económico, emprendimiento social, el proceso y contexto del emprendedor, educación para el emprendimiento, características de los emprendedores, emprendimiento y empresa familiar, emprendimiento internacional y emprendimiento académico, entre otros.

[2] Para más información puede consultarse su página web: www.gemconsortium.org.

Lo anterior ha provocado que el campo de estudio del emprendimiento se caracterice por su alta fragmentación (Zahra, 2007), así como por las diferentes cuestiones de investigación estudiadas, unidades de análisis, metodologías y enfoques teóricos utilizados (Landström, Harirchi y Ámström, 2012).

Esta diversidad de estudios, desde diferentes ámbitos y perspectivas, ha provocado que no exista una definición unánimemente aceptada (Baron y Henry, 2010). En sus inicios, Cantillon (1755) definió al emprendedor como la persona que compra productos a un precio conocido para después venderlos a un precio desconocido de antemano, logrando así el equilibrio en el mercado. Otros autores se centraron en sus características personales y los definen como aquellas personas que son creativas, asumen riesgos y tienen necesidad de logro (Karlsson, Friss y Paulsson, 2004).

Investigadores, como Shane y Venkataraman (2000) y Venkataraman (1997) se centran en el proceso de identificación, evaluación y explotación de oportunidades de negocios. A pesar de esta diversidad de conceptualizaciones[3], la gran mayoría de ellas recogen, implícita o explícitamente, las siguientes características diferenciadoras de las personas emprendedoras:

(a) Su capacidad de liderar, innovar, crear empresas e identificar el mejor modo de actuar en los negocios (Schumpeter, 1934).

[3] Para una revisión exhaustiva de las diferentes definiciones, puede consultarse a Bull y Willard (1993) y Veciana (1999).

(b) Asumen el riesgo e incertidumbre de la empresa creada y tienen la capacidad de generar beneficios a partir de su idea (Knight, 1921).

(c) Están alerta a las oportunidades que el mercado ofrece y que pasan inadvertidas para otros, siendo capaces de aprovechar dichas oportunidades en su beneficio (Kirzner, 1973).

A comienzos del milenio, el interés por el estudio del emprendimiento se extiende a otros ámbitos, como el social, corporativo, entre otros, y se introducen nuevos conceptos y marcos teóricos que permiten explicar y predecir mejor el fenómeno emprendedor (Serrano-Bedía et al., 2016). En este sentido, una de las líneas de investigación más entusiastas, dentro del fenómeno emprendedor, son aquellas basadas en las aspiraciones emprendedoras (Liñán y Fayole, 2015) debido, sobre todo, a la capacidad predictiva de los modelos en los que se sustentan (Shapero, 1984; Shapero y Sokol, 1982).

La creación de una nueva empresa requiere una considerable planificación y, por tanto, representa el tipo de comportamiento planificado, ideal para estudiarlo a través de un modelo de la aspiración hacia una conducta determinada (Kolvereid, 1996; Krueger, 2000).

Los modelos de aspiraciones surgen como respuesta a la reducida capacidad predictiva que los estudios sobre los rasgos personales o psicológicos, las variables del entorno o las características demográficas han demostrado poseer sobre la realización de

comportamientos empresariales (Davidsson, 1995; Elfving, Brännback, y Carsrud, 2009; Krueger y Brazeal,1994).

En línea a lo anterior, las investigaciones se han centrado en entender los factores que inciden en las aspiraciones emprendedoras (Bae, Qian, Miao y Fiet, 2014; Liñán y Fayolle, 2015). En lo que respecta, a la revisión realizada por Liñán y Fayolle (2015), hay una variedad de estudios que analizan la incidencia de variables personales y cognitivas sobre la aspiración de crear una empresa. Así, por ejemplo, variables tales como actitud, control percibido, norma subjetiva, propensión al riesgo, auto-eficacia, motivación, creatividad han sido analizadas (Maalu, Nzuve y Magutu, 2010; Mortan, Ripoll, Carvalho y Bernal, 2014; Nabi y Liñán, 2013; Sandhu, Fahmi y Riaz, 2010; Sesen, 2013).

Sin embargo, uno de los modelos de aspiraciones más estudiado es el que se basa en la Teoría de Comportamiento Planificado (TCP) de Ajzen (1991, 2000), quien propone que la aspiración emprendedora depende de las tres variables siguientes (Krueger y Carsrud, 1993; Krueger, Reilly y Carsrud, 2000) (ver figura 1):

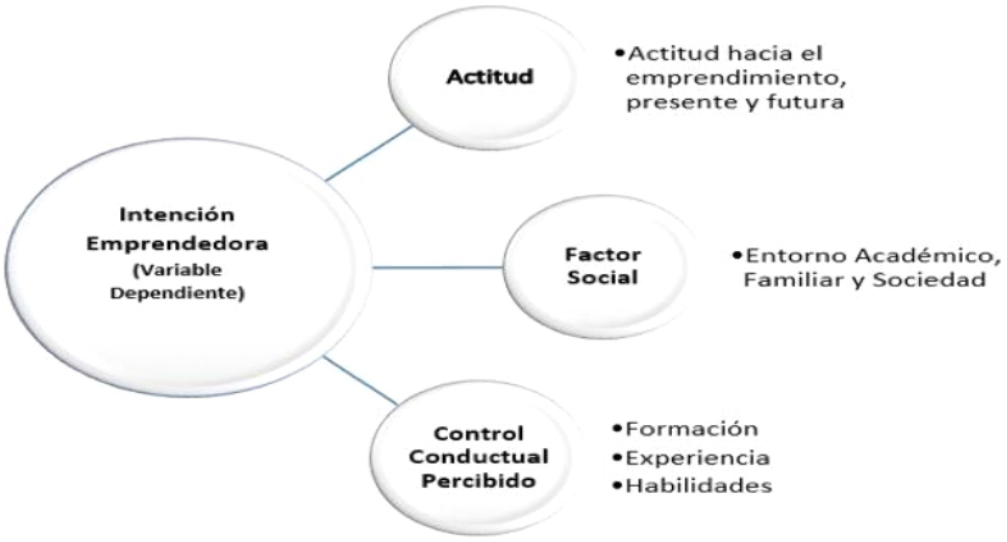
(a) actitud hacia el emprendimiento, que se refiere a cómo una persona percibe de forma positiva o negativa el crear una empresa;

(b) norma subjetiva, que significa la presión que percibe una persona, de la opinión de su entorno inmediato sobre el hecho de emprender; y

(c) el control percibido, que hace referencia a la creencia percibida por el individuo de que tienen las capacidades que le posibilitan, o dificultan, el poder crear una empresa (Liñán y Chen, 2009).

Figura 1

Modelo de Aspiración Emprendedora



Fuente: Elaboración propia, a partir de Krueger y Carsrud (1993).

Lortie y Castrogrovanni (2015) realizaron una revisión de los estudios sobre la aspiración emprendedora que se habían basado en la TCP. De los 42 trabajos analizados, solo uno de ellos testó empíricamente el modelo completo recogido en la figura 1, pero no encontró relaciones significativas (Kolvereid y Isaken, 2006). El resto de los estudios solo testó parte del modelo, y Lortie y Castrogiovanni (2015) encontraron que 16 trabajos sí probaron una relación positiva entre la norma y la aspiración emprendedora; 14 trabajos demostraron que la norma subjetiva sí incide sobre la aspiración de crear una empresa; y

que 24 artículos probaron que el control percibido también influye en la aspiración emprendedora. Sin embargo, los resultados no han sido homogéneos. Por ejemplo, Liñán y Chen (2009), sobre una muestra de estudiantes universitarios de España y Taiwán no encontraron soporte para la norma subjetiva. Krueger, Reilly y Carsrud (2000), igualmente, no encontraron relación positiva entre la norma subjetiva y la aspiración emprendedora.

De igual manera, Lin, Carsrud, Jagoda y Shen (2013), en su estudio sobre una muestra de 353 estudiantes universitarios, no encontraron una relación positiva entre norma subjetiva y la actitud sobre la aspiración emprendedora. Tampoco Maula, Autio y Arenius (2005) pudieron demostrar la relación positiva entre el control percibido y la aspiración emprendedora.

Esta heterogeneidad de resultados puede deberse a varias razones (Liñán y Chen, 2009; Lortie y Castrogiovanni, 2015): primera, la diversidad de unidad de análisis objeto de estudio (estudiantes de secundaria o universitarios, investigadores o la población en general). Segunda, por los diferentes constructos utilizados para medir las variables dependientes e independientes, lo que dificulta la comparación y generalización de resultados, y tercero, por la falta de inclusión de otras variables en el modelo que pudieran ser importantes.

En línea al tercer aspecto anterior, inclusión de otras variables, algunos autores proponen que, además de las variables personales, tal como se propone en la TCP (Krueger et al. (2000), se incluyan aspectos relacionados con los factores contextuales ya que pueden

facilitar o frenar la actividad emprendedora y así influir en la relación costo/beneficio de iniciar un nuevo proyecto empresarial (Lüthje y Franke, 2003; Turker y Selçuk, 2009). En esta línea, y desde una perspectiva institucional, algunos autores han argumentado que factores tales como el acceso a capital, las políticas públicas de apoyo al emprendimiento, la cultura o cómo la sociedad perciba de positivo o no el hecho de emprender son, entre otras, variables estudiadas dentro de los modelos de aspiraciones (Arrasti, Pasvishe y Motavaseli, 2012; Schmutzler, Andonova y Díaz-Serrano, 2018).

No obstante, cuando la unidad de análisis son los estudiantes universitarios, la universidad desempeña un rol crucial en la percepción de los estudiantes sobre la creación de negocios (Krueger et al., 2000; Laguía-González, Jaén, Topa y Moriano, 2018; Zollo, Laudano, Ciappei, y Zampi, 2017). De hecho, es uno de los principales objetivos de la universidad emprendedora (Clark, 2001) y por ello, cada vez son más las universidades que adoptan medidas para aumentar la propensión emprendedora de sus estudiantes (Walter, Parboteeah y Walter, 2013). Sin embargo, han surgido cuestiones críticas sobre el impacto real de los programas de educación en emprendimiento sobre las aspiraciones y actitudes (Bogatyreva, Edelman, Manolova, Osiyevskyy y Shirokova, 2019; Entrialgo y Iglesias, 2016; Fayolle y Gailly 2015; Oosterbeek, Praag y Ijsselstein, 2010).

En una revisión sobre la literatura publicada durante el periodo 1997-2011, Rideout y Gray (2013) concluyeron que la investigación sobre el efecto de la universidad se encuentra en una etapa embrionaria, por tanto, todavía existe escasa evidencia empírica

que demuestre la efectividad de las instituciones de educación superior en fomentar la creación de empresas, por parte de sus estudiantes.

El trabajo de Fayolle (2013) pone de manifiesto que el 22.27% de los 220 estudiantes que analizó, durante los años 2006-2012 donde encontró una fuerte asociación entre los programas y actividades de emprendimiento que llevan a cabo las universidades y el deseo de crear una empresa.

Por el contrario, Bae et al. (2014) examinaron la relación entre la educación emprendedora y la aspiración emprendedora de 73 trabajos, a través de un meta-análisis, donde concluyeron que existía una muy pequeña relación entre ambas variables. En cambio, cuando los autores controlaron la aspiración emprendedora de los estudiantes universitarios en su modelo de regresión, la universidad no tuvo un impacto significativo. Esta diversidad de resultados contradictorios hace necesario más investigaciones que analicen el impacto de la universidad en las aspiraciones emprendedoras de los estudiantes (Bae et al., 2014; Lortie y Castrogrovanni, 2015).

Sin embargo, la investigación sobre el fenómeno emprendedor en general, y sobre las aspiraciones emprendedoras en particular, se ha basado mayoritariamente en los hombres como población objetivo, asumiendo que el modelo natural de hacer negocio era el masculino (Jennings y Brush, 2013). No obstante, las investigaciones más recientes sugieren que las mujeres pueden desempeñar un papel esencial en el desarrollo económico y social, a través de actividades emprendedoras (Yadav y Unni, 2016).

Por tanto, es esencial investigar más sobre el emprendimiento femenino, sobre todo en economías en transición, como es la panameña (Furman et al., 2002), donde se han desarrollado menos investigaciones al respecto (Goyal y Yadav, 2014). Por otro lado, Yadav y Unni (2016) proponen que, para pronosticar el emprendimiento entre la gente joven, y, por ende, aquella más susceptible de generar emprendimientos de alto impacto, es recomendable explorar las aspiraciones emprendedoras de las mujeres universitarias.

Con esta tesis doctoral, se pretende cubrir los vacíos existentes en la literatura que se han mencionado anteriormente.

1.2. Justificación de la investigación

En la búsqueda de analizar los impulsores del desarrollo económico y social de los países, las investigaciones han girado en torno al fenómeno emprendedor como una fuente importante de riqueza, creación de empleo y bienestar social. Además de la existencia de científicos e inventores, la existencia de emprendedores es un factor fundamental para el desarrollo de las economías (Acs, Desai y Hessels, 2008; Toma, Grigore y Marinescu, 2014).

Sin embargo, no todos los emprendimientos tienen el mismo impacto en los países (Van Praag y Van Stel, 2013). En un intento de entender mejor a los emprendimientos con más potencial de incidir en las economías, Reynolds, Bygrave, Autio, Cox y Hay (2002),

se distingue entre dos categorías de emprendimiento en función de la motivación del individuo para emprender[4]: el emprendimiento por necesidad y el emprendimiento por oportunidad. La actividad emprendedora por oportunidad es aquella que se inicia para explotar alguna oportunidad de negocio, y el espíritu emprendedor por necesidad aparece cuando no existen alternativas de empleo o estas son insatisfactorias (Reynolds et al., 2002). Esta tipología asume que el motivo por el cual se comienza una empresa va a incidir en sus resultados financieros, por tanto, en la economía del país (Liñán et al., 2013).

Porter, Sachs, y McArthur (2002) clasifican a los países en tres grupos, según su nivel de competitividad: (i) economía basada factores; (ii) economía basada en eficiencia; (iii) economía basada en la innovación. En el primer grupo, se encuentran los países cuya economía es impulsada por los factores. Aquellos factores fundamentales de competencia son, los bajos costes laborales, - que permiten a los países competir en precios - y el acceso a recursos naturales. Se desempeñan actividades, intensivas en trabajo y extractivas y los negocios se basan en productos simples, generalmente diseñados en países más avanzados. La tecnología no se genera dentro de las economías consideradas, sino se adquiere mediante importación, la inversión extranjera o la imitación. Son economías altamente dependientes de los ciclos económicos internacionales, de las fluctuaciones en los precios de productos básicos y de las variaciones en los tipos de cambio. Además, no tienen acceso directo al consumidor final.

[4] Es posible encontrar en la literatura otras clasificaciones sobre los tipos de emprendimiento. En esta línea, puede consultarse, entre otros, a: Bjornskov y Foss (2013), Mueller (2007) o Wong et al., 2005). No obstante, la propuesta por Reynolds et. al (2002) es la más utilizada y es en la que se basa los informes GEM desde el año 2002.

La economía basada en la eficiencia -segundo grupo- se caracteriza por procesos de producción más eficientes y por una mayor calidad del producto. La tecnología es mayormente importada, por ende, sus empresas se concentran en la exportación manufacturera lo que les ofrece una oportunidad, en el sentido de que aumenta su capacidad para avanzar en la cadena de valor.

Por último, en el tercer grupo se encuentra la economía que está impulsada por la innovación, que se caracteriza por la generación de tecnología, que repercute en puestos de trabajo de más calidad y mejor remunerados. El contexto empresarial se caracteriza por la existencia de una apropiada estructura institucional para fomentar la innovación, por la presencia de fortalezas en todos los sentidos y el desarrollo de clústeres profundos. Este tipo de economías son más resistentes a las turbulencias internacionales.

Porter et al. (2002) señalan que el desarrollo económico se entiende como la evolución de los tres grupos: de una economía basada en los recursos a otra, basada en la innovación. Así, un país prospera a medida que avanza de un grupo a otro, porque va mejorando sus ventajas competitivas y sus formas de competir.

La literatura señala una relación entre el tipo de economía y el tipo de negocios que se crean (Liñán y Fernández, 2013): los emprendedores motivados por necesidad dominan en los países de bajos ingresos, mientras que los motivados por oportunidad prevalecen en los países de altos ingresos. Estos emprendedores definen su modelo de negocio en propuestas de valor con altos factores de diferenciación e innovación marcados por

tendencias que puedan ser escalables a diferentes mercados (Amorós, Fernandez y Tapia, 2012).

Como indican Larroulet y Couyoumdjian (2009), las economías avanzadas tienen niveles bajos de emprendimiento total, sin embargo, con mayores proporciones de oportunidad respecto a la necesidad. Por el contrario, los países menos avanzados tienen mayores tasas de actividad emprendedora total, aunque la presencia relativa de iniciativas por oportunidad es menor. Así, el avance hacia el desarrollo representa un alejamiento del espíritu emprendedor por necesidad y una fuerte presencia de emprendimientos por oportunidad (Sautet, 2013), lo que explica que los países quieran fomentar este tipo de emprendimientos.

Según el Índice de Competitividad Global (ICG), que elabora anualmente el Foro Económico Mundial, Panamá ha bajado su nivel de competitividad en 16 puestos en los últimos dos años, ocupando en 2019 el número 66 en el ranking que se elabora sobre 140 países.

Atendiendo al Informe GEM de Panamá 2019, la edad media del emprendedor panameño oscila entre 25-44 años y la tasa de actividades emprendedoras (TEA) del año 2019 representaba un 23%. Es decir, que, de 100 personas entrevistadas, solo 23 estaban iniciando una actividad empresarial, ubicando a Panamá en la quinta posición de la tabla en comparación al resto de los países latinoamericanos analizados por el GEM, en lo que

actividad emprendedora temprana se refiere para el 2019, así: Chile (36.7%), Ecuador (36.2%), Guatemala (25.0%), Brasil (23.3%) y Panamá (23.0%).

Por otro lado, y de acuerdo con el Índice de Condiciones Sistémicas (ICSEd) del año 2019, Panamá ocupa la posición número 57 de 65 países, siendo uno de los países con el ICSEd más bajo (Kantis, Federico y Ibarra, 2019). Este índice mide las condiciones sociales, culturales, económicos y políticos que fomentan el emprendimiento por oportunidad, o también llamado dinámico, y se basa en 10 dimensiones. Del informe elaborado por Kantis et al. (2017) se extraen los siguientes resultados:

- En 10 de los 15 países de América Latina el desarrollo del capital emprendedor es una debilidad y Panamá al igual que Uruguay, México y Ecuador acentuaron su fragilidad con respecto al 2016.
- La educación emprendedora de los países de América Latina presentaron desmejoramiento con respecto al 2016. Panamá, Uruguay y Colombia fueron los que más disminuyeron, iniciando con este comportamiento desde 2015, luego de haber presentado progresos durante los 3 años anteriores.
- La plataforma de ciencia y tecnología reflejó los mayores descensos en los países de la región centroamericana medido por el número de investigadores e inversiones en I+D tanto público como privado.

Siguiendo a Kantis, Postigo, Federico y Tamborini (2002), existe una relación entre el surgimiento de emprendimientos dinámicos y su formación universitaria. Por las

características de estas empresas, el entorno más adecuado para su nacimiento es la universidad, al ser estas las instituciones de generación de conocimientos. En este sentido, Kantis et al. (2002) informaron que el 50% de las empresas más dinámicas en América Latina son creadas por estudiantes universitarios; más de dos tercios de la muestra de 690 emprendedores decidieron emprender, mientras cursaban sus estudios académicos.

En cuanto a sus fundadores, están conformadas por equipos de emprendedores con estudios universitarios completos o en curso y sus edades oscilan entre los 24 y 35 años (Kantis et al., 2017). Estas empresas tienen una alta probabilidad de sobrevivir, son susceptibles de levantar fondos en etapas tempranas y generan puestos de trabajo de alta calidad (Hayter, 2013).

De acuerdo con la premisa de que este tipo de emprendimientos, basados en oportunidad se convierten en potenciadores del crecimiento económico de los países (Hayter, 2013), lo cual ha provocado que investigaciones recientes se centren en los estudiantes universitarios como población de estudio (Nabi y Liñán, 2011).

Dentro del contexto universitario, es notorio señalar la alta participación de la mujer. De acuerdo con cifras de matrículas de universidades públicas de la Contraloría General de la República, reflejan que el grupo de la población con mayor grado de estudios son las mujeres, lo cual se describe en la tabla 1.

Tabla 1

Matrícula por género en las universidades panameñas

Dependencia y Tipo de Universidad	Matrícula		
	T	H	M
Total	**169,777**	**66,881**	**102,896**
Oficial	**115,878**	**46,176**	**69,702**
Universidad de Panamá	66,408	23,327	43,081
Universidad Tecnológica de Panamá	23,586	14,440	9,146
Universidad Autónoma de Chiriquí	13,664	4,950	8,714
Universidad Especializada de las Américas	11,338	2,762	8,576
Universidad Marítima Internacional de Panamá	882	697	185
Particulares	**53,899**	**20,675**	**33,224**

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo – INEC, Contraloría General de la República de Panamá (2017).

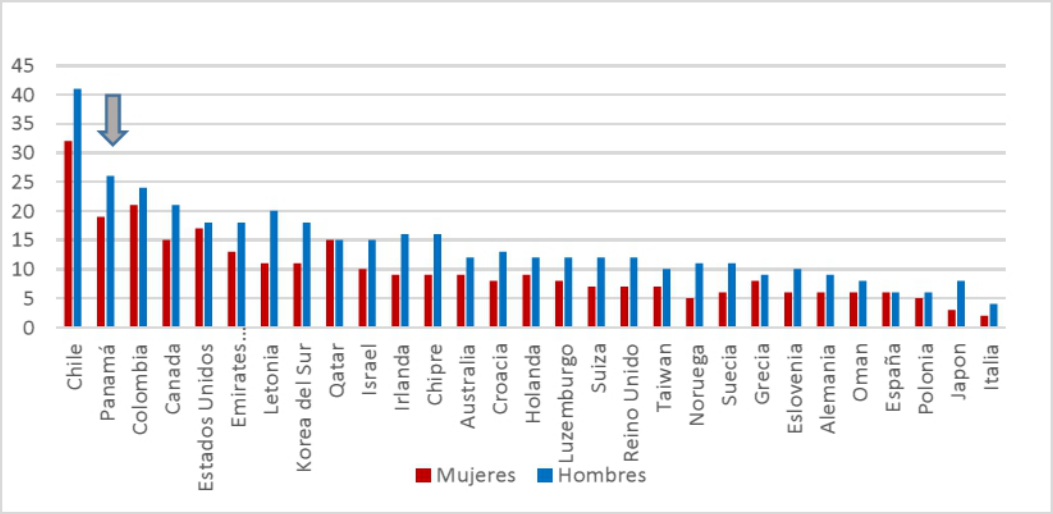
Como se observa en la tabla 1, las mujeres panameñas representan el 60.6% del total de estudiantes universitarios, y esa presencia es mayor en casi todas las universidades, excepto en la Universidad Tecnológica de Panamá y la Universidad Marítima Internacional de Panamá con ofertas académicas caracterizadas por una mayor presencia de hombres, entre sus estudiantes.

Sin embargo, esta mayor participación en los estudios superiores no se traduce a una mayor presencia femenina en mercado laboral: las mujeres representan el 70% de la población "no económicamente activa" (Instituto Nacional de Estadística y Censo, Contraloría Nacional de la República de Panamá, 2018).

En el sector empresarial, según el informe GEM Panamá, 2019, existe una brecha del 7% a favor de los hombres. la tasa de emprendimiento temprana refleja brechas de 7 puntos porcentuales por género, favoreciendo el género masculino, lo que se refleja en la tabla 2.

Gráfico 1

Índice TEA por género en Clasificación de Economías de Altos Ingresos (datos porcentuales



Fuente: Informe GEM Panamá, Ciudad del Saber, IESA, (2019)

Aunque la diferencia en la creación de empresas entre hombres y mujeres ha ido disminuyendo a lo largo del tiempo, todavía el emprendimiento femenino es menor que el de los hombres. El emprendimiento femenino panameño es diverso y cubre casi todos los sectores de la economía. Las diferencias de género siguen siendo importantes, especialmente cuando medimos los incentivos disponibles para comenzar (Cepal, 2010).

Las oportunidades y los incentivos son desfavorables para que las mujeres comiencen negocios, incluso cuando las mujeres poseen las habilidades y el conocimiento, y una percepción favorable del espíritu empresarial. Además, las mujeres comienzan empresas en comercio, como el minorista y en pequeña escala (Cepal, 2010).

Otro dato para destacar del emprendimiento femenino en Panamá es que las mujeres que desempeñan actividades empresariales oscilan entre 35 y 44 años el mayor rango de edad (Informe GEM, 2019), con formación universitaria. Entre las razones para abandonar su negocio resalta los motivos personales o familiares (Informe GEM, 2019), lo que deja ver la falta de condiciones para conciliar su vida familiar con la profesional o al enfrentarse al llamado "techo de cristal"; es decir, que no disponen de oportunidades para escalar a puestos superiores dentro de las empresas (Chávez y Ríos, 2014).

Tabla 2

Distribución de población reportada por género según rango de edad en actividad emprendedora temprana TEA, Informe GEM 2019

Rango de Edad	Hombre	Mujer	Promedio
18-24	21.0	15.3	18.5
25-34	26.4	24.7	25.7
35-44	24.6	24.9	24.7
45-54	19.2	22.8	20.7
55-64	8.8	12.4	10.4

Fuente: Informe GEM Panamá, Ciudad del Saber, IESA, (2019)

En línea a lo anterior, el estudio "*Sources of Economic Hope: Women's Entrepreneurship*" elaborado por la *Ewing Marion Kauffman Foundation (2014)*, ha llamado la atención frente a la necesidad de fomentar el liderazgo de mujeres latinoamericanas en emprendimientos de alto impacto, ya que además de ser un asunto de equidad social y de género, es una cuestión crucial para el crecimiento económico de los países latinoamericanos. Este menor nivel de actividad emprendedora femenina puede impactar negativamente en las economías de los países en general, y de Panamá en particular.

Es ampliamente reconocido el importante papel desempeñado por las mujeres en los procesos de creación de riqueza para los países (Minniti et al., 2005). Existe evidencia de que las empresas creadas por mujeres se generan mayormente en países desarrollados, tales como los Estados Unidos de América, 13 millones de empleos y generando 1.9 trillones de dólares en ventas (*Center for Women's Business Research*, 2010).

Si el emprendimiento femenino, sobre todo el que surge desde la universidad, es importante para el desarrollo económico y social de los países entonces, por ende, es importante conocer qué factores inciden o frenan su aspiración a la hora de crear una empresa. El no conocer estos factores puede suponer la infrautilización del talento femenino, dando lugar a políticas ineficientes y un alto costo social (Acs et al., 2011).

Lo anterior explica la relevancia que, a nivel internacional, ha despertado la investigación sobre emprendimiento femenino desde hace más de dos décadas. En esta línea, se destaca la creación de numerosos centros y grupos de investigación para estimular la investigación en este campo, como, por ejemplo, el *Center for Women's Business Research* ubicado en los Estados Unidos de América. Igualmente, revistas científicas de prestigio, como la *Entrepreneurship and Regional Development Journal* y *Entrepreneurship Theory and Practice*, entre otras, le han dedicado monografías especiales. Además, se han creado revistas específicas sobre el tema, tal como la *International Journal of Gender and Entrepreneurship*. El proyecto internacional Global Entrepreneurship Monitor (GEM) elabora, desde el año 2005, un estudio monográfico internacional centrado exclusivamente en el emprendimiento femenino[5]. El GEM para España elabora, desde el año 2003, un capítulo específico al estudio de la mujer emprendedora[6].

En un estudio reciente de Sánchez-Escobedo, Fernández-Portillo, Díaz-Casero y Hernández-Mogollón (2016) en el que realizaron una revisión de la investigación sobre emprendimiento y género durante el periodo 1999-2015 y basados en datos GEM,

[5] Para más información, consultar: www.gemconsortium.org/report

[6] Para más información, consultar: www.gem-spain.com/

contabilizaron alrededor de 400 citas en donde el emprendimiento femenino era el eje central del estudio.

Se puede ver que existen señales de consolidación del emprendimiento femenino como una línea de investigación específica dentro del estudio del fenómeno emprendedor. Sin embargo, todavía se encuentra en una etapa incipiente y son necesarias más investigaciones al respecto, tal como lo señalan diversos autores (Díaz, Hernández, Sánchez, y Postigo, 2010; Minniti y Naudé, 2010; Sánchez-Escobedo et al., 2016), sobre todo, en países latinoamericanos donde la investigación en emprendimiento en general es todavía escasa (Álvarez, Urbano y Amorós, 2014; Amorós, 2011; Amorós, Bosma y Levie, 2013; Gajón-Gómez, 2016).

En Panamá, la investigación acerca de la actividad emprendedora en general, y con enfoque de género en particular, es muy escasa y limitada al análisis descriptivo. Por ejemplo, el Informe GEM Panamá le dedica, desde hace tres años, un capítulo a la creación de empresas por parte de las mujeres, donde describe las características personales los factores contextuales que favorecen o frenan su actividad empresarial[7]. El Proyecto GUESSS Panamá (Frende-Vega, García y Henríquez, 2018) ha elaborado este año, por

[7] Para más información puede consultarse: https://ciudaddelsaber.org

primera vez a nivel internacional, un monográfico descriptivo sobre las expectativas de emprendimiento de las estudiantes universitarias panameñas.

Si a ello se le añade que las experiencias obtenidas en otros países desarrollados o incluso de la región no pueden ser extrapolables a otros contextos económicos, en Panamá llevamos un retraso de más de dos décadas en temas de investigación en emprendimiento femenino, lo que puede dar lugar a incoherencias en el diseño de prácticas y políticas encaminadas a fomentar el espíritu emprendedor no basadas en estudios propios del país (Acs y Szerb, 2007; Naudé, 2011). Además, esta insuficiencia de trabajos incide en la no disposición de datos que repercute aún más negativamente en las empresas que son creadas por mujeres (Autio y Acs, 2007).

Con base a los argumentos anteriores, la presente tesis doctoral contribuye a entender mejor las razones que explican la aspiración a emprender de las estudiantes universitarias de Panamá y, así, conocer si existen diferencias entre las mujeres y hombres con respecto a dichas razones. Dado que el emprendimiento de alto crecimiento supone una notable contribución a la creación de empleo y al crecimiento económico sostenido (Tominc y Rebernik, 2007), estudiarlo desde una perspectiva de género ofrece algunas claves para su fomento y estimulo, especialmente entre el colectivo de emprendedoras universitarias, dado su potencial de impacto para el país.

Específicamente, esta tesis pretende consolidar y reforzar la investigación sobre emprendimiento femenino en Panamá, integrando dentro los temas de reflexión académicos más actuales a nivel internacional, como es el tema de aspiración emprendedora y enriqueciéndola con la adopción de las posturas feministas que han sido tradicionalmente utilizadas en el análisis de emprendimiento y género. Asimismo, esta Tesis pretende ser un primer paso hacia el uso de una muestra representativa de la población de estudiantes panameños, que será además lo suficientemente amplia para contener la cantidad de información necesaria para entender mejor la complejidad de relaciones entre el papel de la universidad, las expectativas de emprender de las mujeres universitarias y los factores cognitivos que le motivan o no a dicha aspiración.

Al respecto, es importante notar que hasta la fecha solo la investigación de Palma (2011) se ha centrado en el estudio del emprendimiento en Panamá. Específicamente, su investigación se centra en el estudio de los factores que les motiva a emprender. No obstante, su investigación abarca a dos universidades del país, de las carreras de Administración de Empresas y de Ingeniería, y la muestra representa el 1.64% de la población total de estudiantes universitarios. Además, no se analiza empíricamente a la universidad como factor moderador en las relaciones entre variables dependiente e independiente, sino que únicamente describe a la universidad panameña. Por otra parte, la investigadora no realiza su estudio desde un enfoque de género.

1.3. Objetivos de la investigación

En los epígrafes anteriores, se ha puesto de manifiesto el interés de la investigación desarrollada en la presente tesis doctoral, al orientarse a cubrir determinadas necesidades de investigación, expuestas con antelación.

1.3.1. Objetivo General:

En base a las necesidades planteadas, el objetivo general es el de determinar si existen diferencias en las aspiraciones emprendedoras de los estudiantes hombres y mujeres universitarios en Panamá.

1.3.2. Objetivos Específicos:

Para lograr el objetivo anterior, esta investigación se construye alrededor de la TCP y de la teoría institucional que indica que los factores del entorno inciden en la aspiración emprendedora. En esta línea, los objetivos específicos son los siguientes:

- Examinar si existe diferencia de género en la incidencia de la actitud en la aspiración emprendedora de los estudiantes universitarios de Panamá.
- Analizar si existe diferencia de género en la incidencia de la norma subjetiva en la aspiración emprendedora de los estudiantes universitarios de Panamá.
- Estudiar si existe diferencia de género en la incidencia del control percibido en la aspiración emprendedora de los estudiantes universitarios de Panamá.

- Examinar si la universidad desempeña un papel moderador en la relación entre la actitud, la norma subjetiva y control percibido y la aspiración emprendedora.
- Conocer si la existencia o no del rol moderador de la universidad en el modelo propuesto difiere según sea el género de los estudiantes.

1.4. Hipótesis planteadas en la investigación

Para alcanzar los objetivos señalados, y a partir de la literatura científica especializada existente en emprendimiento en general, y en aspiraciones emprendedoras en particular, se pueden definir las hipótesis en las que se basa esta investigación:

H1: La actitud hacia el emprendimiento tiene una incidencia positiva en las aspiraciones emprendedoras de los estudiantes universitarios de Panamá.

H1a: La incidencia de la actitud sobre la aspiración a emprender es menor en las mujeres estudiantes panameñas que sus homólogos masculinos.

H2: La norma subjetiva tiene una incidencia positiva en las aspiraciones emprendedoras de los estudiantes universitarios de Panamá.

H2a: La incidencia de la norma subjetiva sobre la aspiración a emprender es menor en las mujeres estudiantes panameñas que sus homólogos masculinos.

H3: El control del comportamiento percibido tiene una incidencia positiva en las aspiraciones emprendedoras de los estudiantes universitarios de Panamá.

H3a: La incidencia del control del comportamiento percibido sobre la aspiración a emprender es menor en las mujeres estudiantes panameñas que sus homólogos masculinos.

H4a: La educación emprendedora modera la relación entre las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios panameños y las aspiraciones a emprender.

H4b: La educación emprendedora modera la relación entre la norma subjetiva y las aspiraciones a emprender de los estudiantes universitarios panameños.

H4c: La educación emprendedora modera la relación entre el control sobre el comportamiento percibido de los estudiantes universitarios panameños y las aspiraciones a emprender.

H5: Los efectos moderadores de la educación emprendedora sobre la actitud, norma subjetiva y el control conductual, son mayores en los estudiantes universitarios hombres que en las mujeres.

1.5. Alcance y delimitación de la investigación.

La tesis presentada aportará nuevos conocimientos entorno al fenómeno emprendedor en Panamá, lo que actualmente se constituye en una oportunidad, que da visibilidad a las capacidades y talentos de los estudiantes en las universidades del país como potenciales emprendedores. Además, de una proyección académica, también cuenta con pertinencia social y empresarial, como se presenta a continuación:

Primera, se contribuye a la literatura sobre emprendimiento en dos de sus áreas de interés más reciente y con demanda de una mayor atención: el emprendimiento femenino y la aspiración emprendedora. Para ello, se utiliza la teoría del comportamiento planificado y la teoría feminista social.

Segundo, se introduce en el modelo teórico de la investigación, el papel que desempeña la universidad en la aspiración emprendedora, lo cual constituye una novedad, debido a la escasez de estudios de emprendedores nacientes (aspiraciones emprendedoras) que posicionan a la universidad como una variable moderadora (Liñán y Fayolle, 2015).

Tercero, se aporta investigación a nivel de país, debido a la escasez de estudios en esta área de estudio, en países en vía de desarrollo en general, y en Panamá en particular, siendo una economía en transición, debido a que la mayoría del conocimiento en emprendimiento se ha realizado en las economías avanzadas (Gundry et al. 2002; Yadav y Unni, 2016.

La investigación es pertinente socialmente, ya que de manera implícita fomenta una mayor participación de la mujer en la actividad emprendedora del país, y en actividades tradicionales y no tradicionales con la diversidad de la oferta académica del país, al buscar una mayor equidad, nuevas fuentes de empleo y bienestar a más panameños.

Desde el enfoque empresarial, a través de la investigación realizada, se podrán presentar propuestas que fomenten el desarrollo de emprendimientos desde entornos académicos, que abran mayores oportunidades para la generación de nuevas empresas basadas en conocimientos, que fortalezcan el tejido empresarial del país.

La tesis doctoral se delimita al estudio de las aspiraciones emprendedoras de los estudiantes universitarios de la República de Panamá. Así mismo, conocer las aspiraciones emprendedoras de los estudiantes universitarios, las cuales no ha sido muy estudiadas en la literatura (Liñán, 2004), a pesar de la importancia de conocer su intención de elección de carrera profesional una vez terminados sus estudios, y como paso previo a su incorporación al mercado de trabajo (Toledano, 2006).

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. ESTRUCTURA DEL MARCO TEORICO DE LA INVESTIGACIÓN

El propósito de este capítulo es el de realizar una revisión de la literatura de los fundamentos teóricos que sustentan los objetivos de esta investigación. El enfoque es hacia los trabajos publicados en las revistas de alto impacto, como las incluidas en las bases de datos bibliográficas SCOPUS o la Web of Science y cuyo tópico principal es el emprendimiento femenino y más concretamente, la aspiración emprendedora. Para ello, el capítulo comienza con la definición del concepto de emprendimiento, para luego realizar un repaso de cómo ha evolucionado la investigación en emprendimiento femenino. Posteriormente, se abordan las teorías sobre aspiraciones emprendedoras y se finaliza el capítulo con el argumento que justifica el papel que desempeña las universidades en el fomento del emprendimiento entre sus estudiantes.

2.2. Concepto de emprendimiento

El estudio del fenómeno emprendedor ha recibido mucha atención, debido a la importancia que adquiere la actividad empresarial en las diferentes economías, independientemente de su nivel de desarrollo. A pesar de este creciente interés no existe, hasta la fecha, una definición que sea universalmente aceptada en la literatura especializada (Low, 2001). Sin embargo, algunos autores afirman que es precisamente esta falta de conocimiento sobre ellos lo que hace atractivo su estudio (Hayek, 2012). Además, es de destacar que todavía existen desafíos lingüísticos en la interpretación del significado del término “emprendedor” en las diferentes culturas e idiomas. De hecho, y además de las

traducciones directas, esas palabras generalmente engloban un significado tácito mucho más rico y amplio (Casrud y Brännback 2009).

Thompson (2009) señala que existen, un rango diferente de definiciones implícitas que complica el cómo poder distinguir a una persona emprendedora de quien no lo es. Esta debilidad del concepto puede atribuirse a la variedad de términos que se ha utilizado desde la academia, tales como aspirante, naciente, latente y potencial, entre otros (Thompson, 2009). Por ejemplo, Woolf (1989, p. 378) los define como "aquellos que organizan, gestionan y asumen los riesgos asociados a una empresa".

Aldrich y Martínez (2001) identifican a los emprendedores como "alguien que está iniciando seriamente actividades para materializarlas en una *start-up* viable" (p. 42). Por otra parte, también son considerados como emprendedores nacientes aquellos "individuos que están intentando crear sus propias empresas" (Delmar y Davidsson, 2000, p. 1), y prueba de este intento es que hayan completado, al menos, una de las actividades propias de la gestación de la actividad empresarial (Delmar y Davidsson, 2000). Además de lo anterior, para esos autores, el emprendedor implica la aspiración de crear una empresa nueva, independiente de que tenga experiencia como emprendedor.

Otros autores prefieren definirlos como aquellas personas que se encuentran todavía en etapas de organizar y coleccionar los recursos claves y llevar a cabo los pasos necesarios para comenzar su propio negocio (Hayek, 2012). En esta misma línea, se encuentra la definición de Korunka, Lueger, y Mugler, (2003) quienes se refieren a los emprendedores como aquellos que están en el proceso de planificación y comenzando con las actividades básicas, tales como la elaboración de un plan de negocios.

En otro orden de ideas, hay estudios que se han centrado en analizar las características personales y las definen como aquellas personas que son creativas, asumen riesgos y tienen necesidad de logro (Karlsson, Friss y Paulsson, 2004). Investigadores, como Shane y Venkataraman (2000) y Venkataraman (1997) se centran en el proceso de identificación, evaluación y explotación de oportunidades de negocios.

No obstante, los investigadores coinciden en que la creación de la empresa es un proceso en vez de un evento en concreto y es lo que justifica que se haga difícil determinar con exactitud cuándo una empresa será creada desde que comienza la identificación de la idea/oportunidad y validación de esta con los clientes potenciales (Ovistt y McDougall, 2004). Además, el emprendimiento naciente está íntimamente relacionado con la creación de empresas y, como tal, es un fenómeno complejo (Obschonka, Silbereisen, Schmitt-Rodermund, Stuetzer, (2011).

Otros autores los definen como base a su capacidad para identificar oportunidades de negocios, y explotarlas en forma, a través de la creación de empresas (Kizner, 1985).

Lo que sí parece estar implícito en la mayor parte de las conceptualizaciones es su asociación con la innovación; siendo esta, por tanto, una característica esencial en la creación de las nuevas empresas (Meyer, 2011).

2.3. Evolución en la investigación en emprendimiento desde una perspectiva de género

Hasta los años 90, la investigación sobre emprendimiento se centraba en los hombres, como la forma natural de hacer negocios. Ahl (2006), descubrió que los investigadores de la época asociaban el emprendimiento a algo positivo que se vinculaba con el hombre heroico (Schumpeter, 1934), y además "hambriento, predador y hostil" (Greer y Greene, 2003, p. 199). Lo femenino era visto como opuesto a los negocios y el emprendimiento no era un concepto neutral, sino basado en el género[8].

[8] En este punto, es necesario diferenciar entre "sexo" y "género". El sexo es parte de la identidad biológica de las personas, mientras que el género es una construcción social que se asocia a cierta categoría de sexo, creando diferencias entre hombres y mujeres que no se corresponde con la realidad (West y Zimmerman, 1987). Así, determinadas características que se construyen alrededor de lo femenino y masculino se asocian a la mujer y hombres, respectivamente. Por ejemplo, atributos como líder, individualista y ambicioso se asocian a los masculino, y las mujeres son vistas como más sensibles y adversas al riesgo (Ahl, 2006).

Ese dominio del hombre en las actividades empresariales podría estar, según Ahl (2006), haciendo invisible a las mujeres empresarias. La autora revisó 81 trabajos publicados sobre emprendimiento y concluyó que el lenguaje utilizado para describir a la persona emprendedora era masculino. En esta misma línea, se encuentra el trabajo de Gupta, Goktan y Gunay, (2014), quienes sugieren que el mundo de los negocios es visto como "de hombres", una salida profesional típica de ellos y que son los hombres los que tienen las características necesarias para emprender proyectos empresariales. Baker et al. (1997) apunta que la no presencia de las mujeres empresarias en los medios de comunicación motivó, en parte, la masculinidad de las actividades empresariales.

En este contexto de predominancia del hombre en la investigación sobre la creación de empresas se destaca el trabajo de Schwartz (1976) titulado: "*Entrepreneurship: A new female frontier*", y publicado en la *Journal of Contemporary Business*. La autora analiza los atributos de las mujeres emprendedoras y llega a la conclusión que las mujeres no se diferenciaban en los hombres en la necesidad de logro, satisfacción laboral e independencia, pero sí tenían mayor dificultad a la hora de obtener financiación.

El trabajo de Schwartz (1976) sirvió de base para estudios posteriores que analizaron descriptivamente las características individuales de una población no estudiada hasta el momento, las mujeres emprendedoras (Greer y Greene, 2003). Aunque el estudio del emprendimiento en general comienza alrededor de los años 30, la investigación con

enfoque en las mujeres no se produce hasta finales de los años 70. Es entonces cuando el emprendimiento femenino surge como un "sub-dominio" dentro del campo del emprendimiento (Jennings y Brush, 2013).

La literatura comienza, entonces, a sugerir que las mujeres pueden desempeñar un papel significativo dentro del fenómeno emprendedor y en el desarrollo económico (Sarfaraz, Faghih y Majd (2014). Bowen y Hisrich (1986), publicaron el primer trabajo que hacía una revisión de la literatura sobre emprendimiento femenino. Los trabajos publicados hasta entonces no examinaron los factores causales que hacen que una persona decida inclinarse hacia una carrera emprendedora, sino que más bien propusieron un modelo de carrera que incluía los factores que determinaban el comportamiento emprendedor de las mujeres y las animaba a crear sus negocios en sectores "no tradicionales".

Durante los años 90, se publicaron alrededor de 21 trabajos, según la revisión de la literatura realizada por Moore (1990). La investigación se centró, principalmente, en analizar las diferencias y similitudes entre los hombres y mujeres emprendedoras. Los investigadores encontraron diferencias entre la experiencia, formación, ocupación, motivación y los métodos para crear sus empresas (Yadav y Unni, 2016). También examinaron si los factores culturales incidían sobre el mayor número de empresas creadas por hombres respecto a las mujeres. No obstante, propone que esas diferencias hay que analizarlas en contextos culturales y situaciones específicas. Así, por ejemplo, y como la

autora señala, el papel de las mujeres en la mayoría de las economías del Este de Europa era el de esposa, madre y ama de casa, careciendo así de experiencia profesional y de redes sociales enfocadas en los negocios. Fruto de ello, eran las diferencias a la hora de entrar en el mundo de los negocios.

Otros, en cambio, asumieron que no había diferencia entre los emprendedores masculinos y femeninos y que, por tanto, no había una necesidad de separar la investigación Bruni, Gherardi, y Poggio (2004).

Esta diversidad de resultados puede deberse a que las investigaciones no han explicado completamente las diferencias entre los emprendimientos femeninos y masculinos (Moore, 1990).

En esta línea, Brush (1992) propuso una perspectiva integrada usando teorías psicológicas y sociólogas. Esto difiere de la perspectiva económica y asume que las mujeres emprendedoras perciben sus empresas como redes cooperativas de relaciones que abarcan a la familia, sociedad y relaciones personales Sullivan y Meek, (2012).

Otros trabajos, y como señala la revisión realizada por Fischer et al. (1993), sugieren la necesidad de construir fundamentaciones teóricas e ir más allá en esta área. Los autores sugieren que, aunque haya aumentado la investigación sobre emprendimiento femenino, todavía no existe consenso sobre si existen o no diferencias entre los hombres y mujeres emprendedoras. Fisher, Reuber y Dyke (1993) usan las perspectivas del feminismo liberal y feminismo social para interpretar la investigación realizada anteriormente y para entender mejor las diferencias de socialización entre hombres y mujeres.

Baker, Aldrich, y Nina (1997) informan sobre la paradoja de que el número de artículos en medios de comunicación escrito (ej. periódicos) había aumentado, mientras que la cantidad de trabajos científicos sobre emprendimiento femenino publicados en revistas especializadas había decrecido. Durante esta época, surgen dos voces disidentes: por un lado, la académica, que busca justificar que las diferencias en los comportamientos profesionales entre hombres y mujeres se sustentan en las razones de sexo y género. Las voces defensoras de las mujeres sostienen que estas, las mujeres son diferentes a los hombres y que, además, las mujeres empresarias poseen cualidades únicas y mejores que las de los hombres. Los autores asumen que las mujeres han sido ignoradas en el ámbito empresarial en general, debido al androcentrismo; es decir, a la visión del hombre como centro natural en el mundo de los negocios.

La revisión de Mirchandani (1999) se basa en los postulados de la teoría feminista, para identificar, y explicar, las similitudes y diferencias entre emprendedores hombres y mujeres. El autor propone que el estudio sobre el emprendimiento puede avanzar haciendo énfasis en el género, en vez de otras categorizaciones. Así mismo, señala la necesidad de entender las relaciones entre género, ocupación y estructura organizacional, y su impacto sobre emprendedoras mujeres versus hombres.

A finales de los años 90, aparece de la mano de la Babson College el Proyecto Internacional Diana, con el fin de investigar el emprendimiento femenino en los Estados Unidos de América. Actualmente, están participando 20 países e investigan sobre la gran importancia de las empresas creadas por las mujeres para la innovación, por tanto, para el crecimiento y desarrollo económico.

No obstante, y según el Banco Mundial (2009), el emprendimiento femenino en las economías desarrolladas comprende casi la mitad de los emprendedores y, a pesar de ese influjo, muy pocos autores han analizado los procesos emprendedores de las mujeres que crean sus propias empresas (de Bruin et al., 2007).

En los comienzos del XXI, se reclama una mayor investigación sobre emprendimiento femenino que pronto tuvo respuesta y como consecuencia, la

investigación sobre emprendimiento femenino empieza a desarrollarse como un área activa y significativa (Jennings y Brush, 2013). De los 185 trabajos encontrados por Yadav y Unni (2016) sobre emprendimiento femenino, 138 fueron publicados desde el periodo 2000-2016. Durante esos años, y atendiendo al análisis de Yadav y Unni (2016), la revista científica que más estudios publicó fue *Entrepreneurship: Theory and Practice*, una de las más prestigiosas en la investigación sobre emprendimiento.

En el año 2009, surgió la primera revista indexada de impacto, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, y algunos *journals* de reconocido prestigio en el área de emprendimiento, así mismo, le dedicaron ediciones especiales al tema, tal como *The Journal of Entrepreneurship and Practice* en los años 2006, 2007 y 2012 (de Bruin et al., 2006; Hughes, Jennings, Brush, Carter y Welter, (2012).

Durante la década de los años 90, aumentó la publicación de trabajos sobre emprendimiento femenino. Estos mostraron diferencias y similitudes entre los emprendedores masculinos y femeninos. Por ejemplo, algunos trabajos demostraron que las características demográficas, algunas psicológicas y determinadas habilidades (Fischer, 1992) eran diferentes, al igual que han mostrado diferencias en los niveles de formación, ocupación y motivación para comenzar un nuevo negocio (Clifford, 1996).

La investigación entre el periodo 2000-2015 experimenta un acelerado crecimiento Gundry, Ben-Yoseph y Posig, (2002). Sin embargo, hay carencias de estudios sobre comparaciones sectoriales y sobre el estudio del impacto de factores, tales como, la industria, la familia, cultura y los objetivos que buscan las mujeres que crean sus propias empresas. También, los autores muestran carencias de estudios en países en fases de desarrollo o en transición. En esta línea, Ahl (2006) propone un desplazamiento de enfoque desde una perspectiva individual hacia una más global, donde se incluyan factores de contingencia en función de los países en los cuales se centran las investigaciones. Estos factores de contingencia podrían examinar la legislación, normas sociales, política familiar, política económica, estructura del mercado laboral, entre otros.

Ahl (2006) también plantea que hay una necesidad de un desplazamiento en la posición epistemológica de cómo las mujeres empresarias organizan sus vidas y negocios, a cómo el orden social tiene connotaciones sexistas, como, por ejemplo, la legislación empresarial, política, normas culturales, etc. El autor ofrece una importante perspectiva sobre el emprendimiento femenino basado en las teorías feministas.

En el año 2006, la prestigiosa revista *Entrepreneurship Theory and Practice*, especializada en emprendimiento, le dedica una monografía a la investigación centrada en emprendimiento femenino. Según Yadav y Unni (2016), la revista recibió 52 propuestas de autores que pertenecían a 21 países. Ello es sólo una muestra del creciente interés sobre

el tema, en los comienzos del nuevo milenio. Sin embargo, y tras una revisión de los 11 trabajos finalmente publicados en la referenciada revista, De Bruin, Brush, y Welter (2006) concluyen que el tópico todavía se encuentra en una etapa embrionaria. Igualmente, proponen la necesidad de que la investigación se conecte a la realidad, para comprender mejor la heterogeneidad en la investigación sobre emprendimiento femenino.

De Bruin, Brush, y Welter (2007) presentan una revisión de la investigación existente en emprendimiento femenino y futuras líneas de investigación. Esta se estaba enfocando hacia temas de financiación y creación de empresas, capital social, crecimiento de empresas por parte de mujeres empresarias y características individuales como autoeficacia, motivaciones y aspiraciones. Ellos señalan que muy pocos trabajos han estudiado, explícitamente, los procesos emprendedores de las mujeres y sobre el entorno donde éstos se desarrollan, que pueden cubrir desde países, regiones (urbanas versus rurales) y diferentes sectores empresariales. Basado en la teoría institucional, los autores construyen un modelo basado en las tres "M", por sus siglas en inglés (*markets, money y management*), y que hacen referencia a los mercados, dinero y dirección, y le añaden dos variables más como son el de la maternidad y el meso/macro entorno (De Bruin et al., 2007). Según los autores, la maternidad es una metáfora, que representa a la mujer como ama de casa y el contexto familiar.

Esto puede tener mucho más impacto en las mujeres emprendedoras, comparadas con sus homólogos masculinos. Más allá de los dominios de los mercados, el meso/macro entorno captura las influencias de la sociedad, cultura (macro), estructuras intermedias y las instituciones (meso) (De Bruin et al., 2007).

Ahl y Nelson (2010) presentan un análisis de las tendencias de la investigación sobre emprendimiento femenino y ofrece recomendaciones para futuras investigaciones. Sugieren la necesidad de contrastar empíricamente los resultados utilizando el emprendimiento masculino y femenino como variables independientes binarias. Igualmente, demandan más investigación sobre las diferencias en el comportamiento emprendedor de ambos sexos en el contexto de las fuerzas sociales que impactan en ellos.

También sugieren que hay una necesidad de re-enmarcar la perspectiva sobre género (diferente al sexo biológico) en la investigación sobre emprendimiento para incluir aspectos, tales como: hombre, mujer, feminidad y masculinidad. Incluir la palabra género como un fenómeno socialmente construido ayudaría a entender mejor las diferencias. En otras palabras, sería mejor distinguir procesos de emprendimiento en términos de los que "hacen las mujeres" y lo que "hacen los hombres".

Sullivian y Meek (2012) realizaron una revisión de la literatura durante el periodo 1993-2000 y la clasificaron, según la etapa en el proceso emprendedor: aspiración, emprendedor naciente y actividad. Argumentaron que, aunque la investigación había aumentado, todavía era necesaria más investigación al respecto. Informaron, que las emprendedoras mujeres se enfrentan a barreras como el acceso a recursos o el menos grado educativo, así como las diferentes atribuciones sociales y expectativas.

Por su parte, Hughes et al. (2012) caracteriza el emprendimiento femenino como un estado de adolescencia, debido al aumento de conferencias, monografías en revistas de prestigio y revistas indexadas de alto impacto especializada en el tema como, por ejemplo, la International Journal of Gender and Entrepreneurship. Además, informes internacionales como el *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) le vienen dedicando informes específicos a la mujer emprendedora, así como libros, capítulos, etc. Destacar también que el monográfico que publicó sobre el tema la prestigiosa revista *Entrepreneurship Theory and Practice* recibió 40 trabajos de 90 autores que pertenecían a 14 países (Hughes et al., 2012). Los autores sugieren la necesidad de incluir voces diversas y aplicar un modelo constructivista para responder a las cuestiones tradicionales, así como las no tradicionales. También indican que la mayor parte de la investigación abarca al ámbito nacional y sería positivo traspasar los límites y ser más transnacionales.

Goyal y Yadav (2014) estudian los desafíos de las mujeres emprendedoras comparadas con los hombres en la India. Ellos concluyen que las dificultades son de mayor magnitud para las mujeres que se encuentran en países en vías de desarrollo en lo que se refiere al acceso a recursos financieros, sesgos socio-culturales y baja autoestima. También encuentran que los países en vías de desarrollo tienen vacíos institucionales y bajos niveles de educación emprendedora. Los autores sugieren que hay una necesidad de analizar desafíos complejos de una forma comprensiva que pueda apoyar a la investigación y política sobre el emprendimiento femenino en países en vías de desarrollo.

Los trabajos durante este periodo, en la mayoría de las investigaciones, están fragmentadas y es complejo hacer una clasificación por temáticas. Sin embargo, es posible identificar algunos trabajos que trataron de dar respuesta a la diferencia de género en la creación de empresas abarcando el estudio desde la identificación de las barreras o limitantes a las que se enfrentan las mujeres empresarias. Al respecto, uno de los principales tópicos de estudio fue el acceso a recursos financieros (Alsos, Isaksen y Softing (2006); Godwin, Stevens and Brenner, (2006), han demostrado en las investigaciones que las mujeres obtienen menos capital. Las razones pueden deberse, principalmente, por un lado, a los sectores menos susceptibles de crecimiento donde se encuadran sus negocios. Por otra parte, la casi inexistente creación de redes sociales fuera del ámbito familiar que les permita el acceso a los recursos claves para el comienzo y desarrollo de sus negocios (Sullivan et al., 2012).

Hace poco, Sánchez-Escobedo et al. (2016) realizaron una revisión de los trabajos publicados en las revistas incluidas en la *Web of Science* durante el periodo 1999-2015 y que utilizaron datos del proyecto *GEM* para estudiar el emprendimiento femenino. Los autores encontraron que la mayoría de ellos estudiaron las actitudes emprendedoras de las mujeres (62.50% de los *papers*), la actividad empresarial y, en menor medida, (solo un trabajo) las aspiraciones a emprender.

Por otro lado, la literatura muestra una mayor cantidad de trabajos en países más desarrollados. Por ejemplo, Escobedo-Sánchez et al. (2016) encontraron que los trabajos revisados se enfocaron en una población femenina norteamericana (11), española (10), chilena (6), colombiana (5), británica, alemana y holandesa (con 3 cada uno), y húngara y belga (dos cada uno). No obstante, la investigación ha puesto de manifiesto que las conclusiones no pueden ser extrapolables a entornos socio-económicos diferentes. En este sentido, Kolvereid, Shane y Westhehead (1993) sostienen que las diferencias de género son específicas al país, ya que las circunstancias de este inciden en la actividad emprendedora. Por ello, los programas y políticas del apoyo al emprendimiento femenino deben diseñarse de acuerdo con las características propias de cada territorio. En esta línea, Goyal y Yadav (2014) reclaman más estudios sobre emprendimiento femenino en economías en transición y en países en vías de desarrollo.

Otro de los aspectos a destacar en la evolución del estudio sobre el emprendimiento femenino es la utilización de varios enfoques teóricos, por ejemplo, Bowen y Hisrich (1986) utilizaron la teoría de carreras para proponer un modelo de carrera de acción emprendedora de las mujeres. Brush (1992) usó las teorías psicológicas y sociológicas para explicar las diferencias basadas en género. Otros autores, como Brush, de Bruin, and Welter (2009) se basaron en la teoría institucional para proponer el género como un constructo social. Sullivan y Meek (2012) partieron de la teoría de expectativas (*expectancy*) y teoría cognitiva para estudiar el proceso emprendedor. Ahl (2006) informa del uso de las teorías siguientes: feminista liberal, feminista social, feminista psicoanalista, feminista radical, construccionista social y feminista post-estructural.

En la actualidad, existe un debate abierto sobre si es necesaria una nueva teoría sobre emprendimiento femenino (Ali, 2018). Muchos investigadores sugieren que los conceptos sobre emprendimiento pueden usarse conjuntamente a las teorías feministas para extender las fundamentaciones teóricas al campo del emprendimiento en general (Yadav y Unni, 2016).

2.3.1. Teoría feminista y emprendimiento

En un intento de fundamentar teóricamente la investigación sobre el emprendimiento femenino, Fischer et al. (1993) proponen las ideas provenientes de la

teoría feminista. Esta teoría se basa en el concepto de "cambio", tanto de las organizaciones como de la sociedad (Morris, Miyasaki, Waters y Coombs, 2006), y se "caracteriza por una tensión entre los esfuerzos para identificar y articular una voz únicamente femenina para una multitud de fenómenos y los esfuerzos para destruir el género como una importante diferencia individual" (Bird y Brush, 1992, p. 45). Por consiguiente, se reclama la importancia de hablar y escuchar las ideas y percepciones de las mujeres sobre los cambios políticos requeridos y desalienta las comparaciones hombre-mujer y apunta para reducir la influencia que el género tiene sobre la vida y su sentido (Bird y Brush, 1992).

La teoría feminista puede dividirse en dos grupos: la teoría feminista liberal y la teoría feminista social.

(i) La teoría feminista liberal apunta a que el sexo y el género están íntimamente relacionados a la socialización, y así mismo, asume que los hombres y mujeres son igual y, por tanto, no son menos que ellos (Fisher et. al., 1993). Entonces, las desventajas de las mujeres en sus desempeños vienen motivadas por la discriminación que sufren y las barreras estructurales a las que se tienen que enfrentar (Marlow y Patton, 2005), tales como el acceso a recursos y la educación (Ahl, 2006). El reducir esas barreras, a través de leyes antidiscriminatorias, permitiría a las mujeres avanzar en las actividades socioeconómicas (Marlow y Patton, 2005).

Las diferencias físicas entre hombres y mujeres no son consideradas importantes y, en cuanto a las psicológicas, se asumen que no son reales, sino fundamentadas en las barreras, lo que desalienta la realización de la mujer en el ejercicio de sus actividades profesionales, tal como es la creación y gestión de las empresas (Fisher et al., 1993).

Implícitamente, esta teoría asume que el hombre es mejor y busca reducir las barreas a las que se enfrentan las mujeres para que se parezcan a su homólogo masculino (Ahl, 2006).

(ii) La teoría feminista social parte del supuesto de que los hombres y mujeres son diferentes, debido a los procesos distintos de socialización desde que, prácticamente, nacen (Fisher et al., 1993). Las mujeres no son peores ni mejores a los hombres, sino iguales de efectivos. En esta línea, la teoría distingue entre sexo y género. Mientras el sexo se basa en las características biológicas que etiquetan a una persona como hombre o mujer, el género es construido socialmente y se vincula a lo masculino o femenino (Fisher et al., 1993).

Dentro de esta teoría, Ahl (2006) distingue entre dos perspectivas: la feminista social radical o psicoanalítica y la social constructivista o feminista postestructuralista.

La primera asume que los hombres y mujeres son diferentes; pero, en este caso, las características de las mujeres no son vistas como peores, sino como ventajas que pueden aprovecharse de manera positiva. En este sentido, no se busca el estándar masculino, sino que proporciona una alternativa, una norma complementaria.

La segunda no se centra en lo que son los hombres y mujeres, sino en la construcción de la masculinidad y la feminidad como resultado de las influencias sociales. Esta perspectiva desafía las normas existentes y que se asumen, regularmente, sobre el género adecuado dentro de las diferentes culturas.

Ambas teorías -liberal y social- buscan identificar las diferencias de género para construir un discurso femenino propio, distinto al masculino.

2.4. Aspiraciones para emprender: modelos teóricos

Dada las limitaciones de las teorías basadas en los rasgos demográficos para explorar el comportamiento emprendedor (Delmar y Davidsson, 2000; Mitchell, Busenitz, Lant, McDougall, Morse, y Smith, (2002); Liñán y Fayolle, 2015) surge una corriente de investigación centrada en el estudio de las aspiraciones, basada en la teoría cognitiva, las aspiraciones (o también conocidas como intenciones o expectativas) representan "las

motivaciones de una persona para esforzarse en desarrollar los comportamientos o acciones previamente planificadas" (Conner y Armitage, 1998, p. 1430).

La aspiración no es una variable dicotómica (si o no), sino que puede tener diferentes grados. En este sentido, se afirma que, a mayor aspiración, es más probable que la acción planificada se lleve a cabo (Azjen, 1991; van Gelderen, Brand, van Praag, Bodewes, Poutsma, and van Gils (2008)).

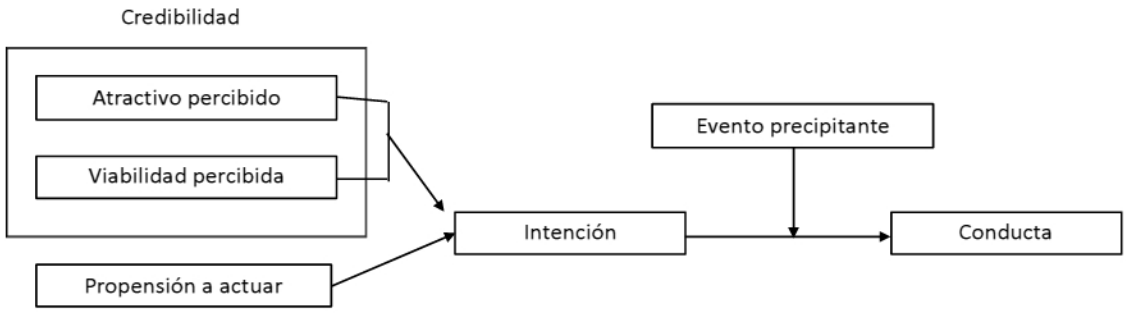
La creación de una nueva empresa consiste en una actividad compleja que requiere de una considerable planificación (Bird, 1988; Katz y Gartner, 1988). Por ello, los modelos de aspiración se han aplicado con éxito al comportamiento emprendedor (Kolvereid, 1996; Krueger, et al., 2000). Tal como se ha señalado anteriormente, se han utilizado varios modelos para explicar la aspiración emprendedora (Ajzen, 1991; Bird, 1988; Douglas y Shepherd, 2000; Shapero y Sokol, 1982). A continuación, se describen cada una de éstas, con énfasis en la Teoría de Comportamiento Planificado que es la más utilizada en la literatura especializada en emprendimiento (Liñán y Fayolle, 2015) y de igual manera es la que sustenta esta tesis doctoral.

2.4.1. Modelo del "Evento Emprendedor"

La teoría de Evento Empresarial fue propuesta por Shapero (1975) y Shapero y Sokol (1982) para explicar el origen de la aspiración de crear una empresa.

Figura 2:

Modelo del Evento Emprendedor



Fuente: Shapero (1982, p.83)

Tal como se aprecia en la Figura 2, el modelo asume que la inercia guía la conducta humana hasta que algo la interrumpe o la desplaza, esa inercia, donde el individuo busca la mejor oportunidad disponible para cambiar la conducta dentro de conjunto de alternativas. Este evento precipitante puede ser tanto negativo (ej. quedarse sin empleo), como positivo (e.j. heredar una empresa). La elección de la conducta más apropiada depende de la propensión a actuar y la credibilidad. Por lo tanto, aunque la persona tenga un gran potencial emprendedor, necesita que un evento precipitante cambie la trayectoria de vida para decidirse a crear su propia empresa (Shapero, 1982).

De igual forma, es fundamental que la persona perciba el emprendimiento como una alternativa conductual atractiva y que se considere capaz de llevarla a cabo. Por lo tanto, el atractivo percibido de crear una empresa es un componente afectivo del modelo, mientras que la viabilidad se refiere a las creencias de autoeficacia específica sobre la creación de empresas (Krueger, 2000). Además de la credibilidad, es importante que la persona muestra disposición a actuar; es decir, deseo de ganar control sobre los eventos vitales, a través de la acción. Así, esta variable está muy relacionada con el "locus de control interno" (Shapero, 1982) y con el optimismo (Krueger, 2000).

Por otra parte, el modelo considera que los factores exógenos (sociales, políticos o económicos) no influyen directamente en la aspiración, sino que actúan a través de las percepciones sobre el atractivo y la viabilidad (Shapero, 1982). La experiencia previa relacionada con la conducta no influye directamente en la aspiración, sino que su efecto es mediante la viabilidad percibida (Kueger, 1993).

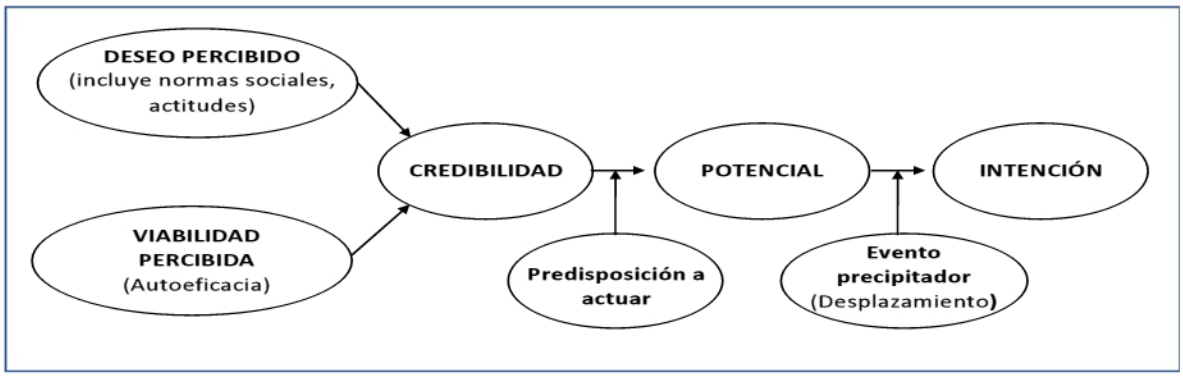
Los estudios empíricos sobre la aspiración emprendedora basado en el modelo de Shapero (1982, 2000) confirman su validez y muestran que las variables recogidas en el modelo (atractivo percibido, disposición y viabilidad percibidas) explican significativamente casi la mitad de la varianza de la aspiración a emprender (Krueger, 1993, 2000).

2.4.2. Modelo del Potencial Emprendedor

Krueger y Brazeal (1994) amplían el modelo de Shapero y Sokol (1982) e incluyen en su Modelo del Potencial Emprendedor una serie de etapas entre la "credibilidad" y la aspiración a emprender. La "credibilidad" hace referencia a la forma como el comportamiento es percibido por el individuo frente a otros comportamientos alternativos. La credibilidad requiere que el comportamiento sea considerado deseable y factible (Figura No.3), y es entonces cuando se tiene una mayor motivación para afrontar el posible arranque a la creación de la empresa. En un entorno corporativo, el modelo sugiere que la mejora en la credibilidad percibida sobre el comportamiento emprendedor implica la probable existencia de una cultura de apoyo, además de programas formales, que sea percibida por los individuos como un mensaje de que la actividad emprendedora es vital. (Krueger y Brazeal, 1994).

Figura 3:

Modelo del Potencial Emprendedor



Fuente: Krueger y Brazeal (1994, p.95)

La “deseabilidad percibida” se refiere a que tan positivo (o negativo) el individuo percibe el ser emprendedor, y también sobre cómo percibe lo positivo (o negativo) de su círculo más cercano, como los amigos, familiares, etc. (Krueger y Brazeal, 1994). La “viabilidad percibida”, equivale al concepto de “auto-eficacia” de Bandura (1986), y se relaciona con la habilidad percibida por el individuo para la realización de un comportamiento determinado.

La propensión para actuar determina el paso de la credibilidad a “potencial emprendedor”. Entonces, es necesario la ocurrencia de un “evento desencadenante” para alcanzar el estado de aspiración o intención. El “evento desencadenante” es similar al acontecimiento precipitador del modelo de Shapero y Sokol (1982), pero con la diferencia de que no se transforma directamente en aspiración. Es decir, que un cambio externo no implica automáticamente la aspiración a emprender.

También, al igual que Shapero y Sokol (2002), se considera que el entorno tiene el potencial que ayuda a impulsar la actividad emprendedora, ya que se desarrolla con la idea de que los emprendedores poseen una manera de pensar que enfatiza las oportunidades percibidas sobre las amenazas.

Kruegel y Brazeal (1994) sugieren la existencia de escalas de aspiraciones, las cuales pueden variar en función de lo formadas que estén. Las aspiraciones peor formadas tendrán una mayor probabilidad de cambiar en un futuro, que las mejor formadas. Es importante resaltar que este modelo, a diferencia del anterior, asume una naturaleza dinámica de aspiraciones.

2.4.3. Teoría del Comportamiento Planificado

A partir de la Teoría de la Acción Razonada de Azjen (1991), el propio autor propone un modelo que sea útil no solo para predecir el comportamiento humano, sino también para explicar por qué la gente se comporta de cierta manera. Para ello, la Teoría del Comportamiento Planificado (TCP) combina conceptos de las ciencias sociales y del comportamiento para proporcionar un marco importante y relevante para entender las acciones o comportamientos de las personas en contextos específicos (Azjen, 2005). Para ello, parte del supuesto de que las personas son racionales y "toman en cuenta la información disponible, y explícita o implícitamente, consideran las implicaciones de sus acciones" (Azjen, 2005, p. 116).

De acuerdo con la TCP, el comportamiento de un individuo puede entenderse y predecirse a partir de sus planes y aspiraciones de llevar a cabo un comportamiento particular (Engle, Dimitriadi, Gavidia, Schlaegel, Delanoe, Alvarado, He y Wolff (2010).

Por tanto, una de las principales fortalezas de esta teoría es que puede aplicarse a un rango amplio y diverso de disciplinas diferentes tal como las relacionadas con la salud, tecnología de información, política social, psicología social y sociología, entre otras (Armitage y Christian, 2003).

Como se ha comentado, la TCP descansa, en su desarrollo, sobre las bases teóricas cognitivas y le asigna una atención especial a la aspiración de una persona de llevar a cabo un comportamiento determinado. Desde la perspectiva de la cognición, el comportamiento depende de tres tipos de creencias significativas: comportamiento (influencia de las actitudes hacia el comportamiento), normativo (influencia de las normas subjetivas sobre el individuo) y el control (impacto del control del comportamiento percibido). Esas creencias afectan a las aspiraciones de los individuos y, como consecuencia, al comportamiento del individuo ante una situación específica (Azjen, 1991, 2005).

Se entiende que las aspiraciones de un individuo es la suma de los factores motivacionales que guían el comportamiento. En esta línea, Krueger y Brazeal (1994)

afirman que “en la psicología cognitiva, la aspiración es el estado cognitivo inmediatamente anterior a la ejecución de la acción” (p. 109). En esta línea, las aspiraciones reflejan la intensidad de la disponibilidad de una persona de emprender un determinado comportamiento. Por tanto, cuánto más fuerte sea la aspiración, mayor es la probabilidad de que el comportamiento se haga realidad (Krueger, 2005).

Una aspiración se transforma en acción si esa acción está bajo control “voluntario”; es decir, si una persona es libre de elegir el llevar a cabo o no, una determinada acción. Sin embargo, la mayoría de las acciones no solo depende del control voluntario, sino también de la viabilidad de recursos claves y de las oportunidades. Por tanto, el control real es el resultado de combinar el control voluntario con unas condiciones básicas importantes. Tal como afirma Azjen (1991), “en la medida que una persona tiene los recursos y las oportunidades requeridas e intenta llevarlas a cabo, deberían tener éxito en hacerlo” (p. 182).

Llegado a este punto es importante hacer una distinción entre el control real y el control del comportamiento “percibido”. Por consiguiente, es probable que la existencia de ciertos recursos influya en la ocurrencia de un determinado comportamiento y que se convierta en real, el control por sí solo no influye en el comportamiento futuro (Krueger, 2005). Este aspecto es central a la TCP, ya que la incorporación del concepto de control de comportamiento percibido es lo que la diferencia de la teoría de acción razonada

(Engle, Dimitriadi, Gavidia, Schlaegel, Delanoe, Alvarado, He, Buame, y Wolff, (2010).

Azjen (2006) explica que los conceptos de comportamiento planificado y autoeficacia son similares y ambos están relacionados con la habilidad percibida por el individuo para llevar a cabo un comportamiento particular o una secuencia de ellos.

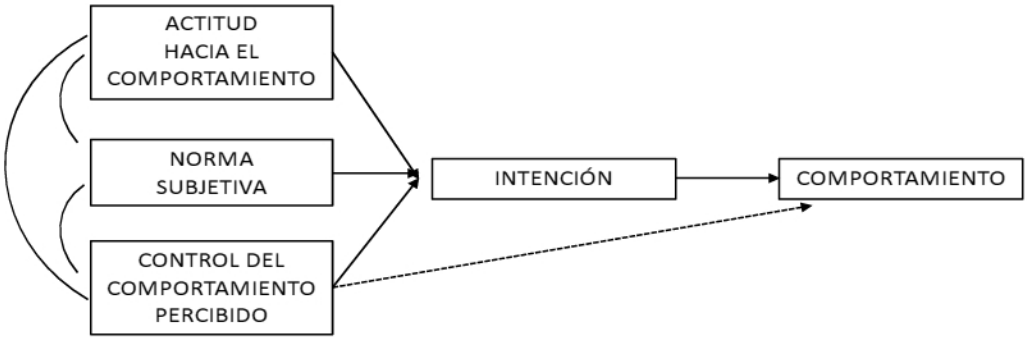
Se entiende que el control del comportamiento percibido es la "percepción de las personas sobre la facilidad o dificultad de ejecutar un determinado comportamiento que le interesa" (Azjen, 1991, p. 183). Este concepto se diferencia del concepto del "ámbito de control" en que este tiende a variar, de acuerdo con las diferentes acciones y situaciones.

En este sentido, Azjen (1991) señala que el ámbito de control guía a la persona a creer que su comportamiento incide en los resultados de su vida. Por tanto, este concepto se vincula a la extensión a la cual una persona cree que puede ejecutar acciones que son necesitadas para hacer frente a situaciones futuras; en otras palabras, el "comportamiento de la gente está fuertemente influenciado por su confianza para ejecutarla" (Azjen, 1991, p. 184).

Como se recoge en la Figura 4, la TCP incorpora las variables antecedentes a las aspiraciones y las interrelaciona entre ellas.

Figura 4:

Teoría del Comportamiento Planificado



Fuente: Azjen (1991, p. 182)

En lo que respecta a la figura anterior, el comportamiento puede predecirse cuando el control de comportamiento percibido se combina con la aspiración. La fortaleza de predicción dependerá del grado en el que el control del comportamiento percibido se asemeje a la realidad (Azjen, 2005). Puede que no sea real si la persona no está bien informada, si ha cambiado el contexto o los recursos necesarios o si la situación contiene nuevas y desconocidas variables (Azjen, 1991).

Además del control del comportamiento percibido como variable que antecede a las aspiraciones, el modelo incluye dos variables más: la actitud hacia la acción y las normas subjetivas. Por tanto, las variables que influyen en las aspiraciones son las siguientes (Azjen, 1991):

(i) Actitud hacia el comportamiento: Esta variable se refiere a la manera de cómo una persona valora un determinado comportamiento, si es favorable o no. El individuo puede experimentar que el comportamiento es positivo o negativo, lo que influirá en su conducta. Las actitudes son consideradas como variables claves a la hora de explicar las aspiraciones emprendedoras (Liñán, Rodríguez-Cohard, y Rueda-Cantuche, (2011); Tkachev y Kolvereid, (1999).

(ii) Normas subjetivas: Hacen referencia a la presión social que la persona siente que está influyendo en su decisión para llevar a cabo un determinado comportamiento. Esta especie de intimidación incluye la influencia de la familia, amigos y compañeros, así como de los códigos de conducta "implícitos" en los grupos, formales o informales, a los que pertenecen las personas.

(iii) El control de comportamiento percibido: Como se comentó anteriormente, esta variable se refiere a la facilidad o dificultad de cómo se percibe el comportamiento a realizar (Azjen, 2005). Este concepto implica esa capacidad para llevar a cabo un determinado comportamiento, porque pueden llegar a tener los recursos necesarios y la fortaleza de superar los obstáculos que se les pueda presentar (Azjen, 2002). Esta variable es la que diferencia a la TCP de la anteriormente desarrollada por Azjen (1991). Como se muestra en la figura, si una persona tiene control de comportamiento percibido alto, su aspiración a ser

emprendedor puede ser lo suficientemente alta como para predecir la creación real de empresa.

Ninguna de esas tres variables es más importante que las otras y el impacto relativo de cada una dependerá de las situaciones y comportamientos específicos (Krueger et al., 2000).

La TCP no ha estado exenta de críticas, identificándose sobre todo las dos debilidades siguientes (Engle et al., 2010). Primero, se menciona que el vínculo entre antecedentes-aspiración no son lo suficientemente fuerte y no se puede conocer qué antecedente o combinación de ellos tienen impacto sobre la aspiración de llevar a cabo un comportamiento determinado. Segundo, se indica que la aspiración de emprender no significa que la persona vaya realmente a crear una empresa.

No obstante, la robustez y validez de la TCP fue probada empíricamente por Kautonen, Van Gelderen y Fink (2013). Sobre una muestra de 969 individuos de diferentes características demográficas y utilizando datos longitudinales de 2011 y 2012, los autores encuentran una relación positiva entre todas las variables del modelo de la TCP. Específicamente, muestran que los antecedentes a la aspiración a emprender (actitud,

norma y control) explican el 59% de la varianza de las intenciones, y que las aspiraciones explican el 31% del comportamiento emprendedor.

La TCP es la más utilizada en el estudio de las aspiraciones emprendedoras, ya que su fortaleza se encuentra en que proporciona las bases sistemáticas sobre las cuales poder predecir las aspiraciones de las personas al ejecutar un determinado comportamiento (Azjen, 2017; McEachan, Conner, Taylor y Lawton, 2011; Liñan y Fayolle, 2015).

2.5. Estudios sobre aspiración emprendedora

El estudio de las aspiraciones emprendedoras es un campo de investigación que viene creciendo desde los trabajos de Shapero y su colega Sokol (Shapero, 1984; Shapero y Sokol, 1982), aunque no es hasta principios de este siglo cuando surge una explosión de investigación que se basa en los modelos de aspiración emprendedora (Liñan y Fayolle, 2015).

La investigación en psicología social junto con las teorías de administración de empresas ha contribuido al fortalecimiento teórico y, al cada vez más, rigor metodológico (Liñán y Fayolle, 2015).

Fruto del creciente interés es la cantidad de trabajos que se han publicado en los últimos años. Moreira-Ferreira, Loiola y Guedes (2017) identificaron un crecimiento del 41% en las publicaciones sobre las aspiraciones emprendedoras durante el año comprendido entre octubre 2014 y octubre 2015. En la revisión de la literatura realizada por Liñán y Fayolle (2015), sobre los estudios publicados entre los años 2013 y 2014 en revistas de alto impacto sobre el tema, señalaron un total de 409.

Los temas tratados en las investigaciones sobre aspiraciones emprendedoras son diversos, fruto del estado embrionario en el que se encuentra la investigación. Con el fin de sistematizarla, Liñán y Fayolle (2015) la agrupan dentro de 5 categorías o líneas de investigación: (i) modelos teóricos bases, (ii) educación emprendedora, (iii) proceso emprendedor, (iv) contexto e instituciones y (v) variables personales y cognitivas.

Respecto a la línea de investigación modelos teóricos bases, los trabajos se han centrado en el desarrollo de modelos teóricos que prueban empíricamente la validez, en el ámbito empresarial, de las teorías cognitivas importadas de la psicología social (McEachan et al., 2011). En esta línea, se destaca el trabajo de Van Gelderen, Brand, Van Prag, Bodewes, Poutsma y Van Gils (2008) quienes evidencia la validez de la Teoría de Comportamiento Planificado de Azjen (1988, 1991) para explicar las aspiraciones emprendedoras y justifica la superioridad de ésta sobre el modelo propuesto por Shapero y Sokol (1982).

Los trabajos agrupados en la línea de la educación emprendedora analizan la influencia de los programas, cursos y materias de emprendimiento sobre las aspiraciones emprendedoras. Bae et al (2014) hicieron una revisión de la literatura mediante un meta-análisis. Sin embargo, los resultados hasta la fecha son inconclusos (O'Connor, 2013).

La tercera línea de investigación -proceso emprendedor- es la línea menos investigada (Liñán y Fayolle, 2015) y se enfoca en analizar empíricamente el paso de las aspiraciones a la creación efectiva de empresas (Weis, Anisimova y Shirokova, 2019).

La categoría de contexto e instituciones busca estudiar la influencia de los entornos más cercanos (culturales, regionales o institucionales) a los emprendedores sobre sus aspiraciones emprendedoras (Engle et al., 2010).

La quinta línea de investigación se refiere al estudio de las variables personales sobre las aspiraciones emprendedoras y es donde se encuadra esta Tesis Doctoral. Por ello, es a la que se dedica la revisión más exhaustiva.

2.5.1. Variables personales y aspiraciones emprendedoras

De acuerdo con la literatura, las variables personales son los determinantes más influyentes en las aspiraciones emprendedoras de los estudiantes e incide, por tanto, en la

elección de su carrera (Altinay, Madanoglu, Daniele y Lashley, 2012; Liñán y Fayolle, 2015). Las variables utilizadas son múltiples y diversas.

Nabi y Liñán (2013) demostraron que la propensión al riesgo es considerada como un antecedente a las aspiraciones de crear una empresa. En esta línea, el meta-análisis realizado por Hao Zhao, Seibert y Lumpkin (2010), en la que compararon a los estudiantes con los directivos de empresas ya constituidas, mostraron que la asunción de riesgos tenía una relación positiva entre las aspiraciones emprendedoras de los estudiantes, pero no sobre los gerentes de empresas. Esto puede indicar que las personas que comienzan sus negocios están dispuestas a arriesgar más que cuando estas ya llevan tiempo funcionando (Zhao et al., 2010).

Ese resultado también es apoyado por el meta-análisis realizado por Hao-Zhao, Seibert y Lumpkin (2009), The Relationship of Personality to Entrepreneurial Intentions and Performance: A Meta-Analytic Review. Journal of Management, 36(2), 381–404. doi:10.1177/0149206309335187), quien demuestra que la propensión al riego es una de las variables que inciden en la aspiración a emprender. Sin embargo, otros autores no encuentran relación alguna entre ambas variables (Solesvik, Westhead, Kolvereid y Matlay (2012).

Si se realiza una comparación entre estudiantes brasileños y ucranianos, Loiola, Guedes, Cícero y Moreira (2016) concluyen que éstos no son propensos a asumir riesgos, por tanto, tiene una vinculación negativa con la aspiración a emprender.

Por otra parte, Nabi y Liñán (2013) estudiaron la influencia del riesgo de 619 estudiantes de España y Reino Unido en época de recesión económica y encontraron que la asunción de riesgo no media relación entre actitud y aspiración a emprender.

Otra de las variables estudiadas la del ámbito de control (Estay, Durrieu y Akhter, 2013). En un estudio sobre 100 estudiantes graduados pakistaníes, Saeed, Nayyab y Rashied (2013) no encontraron relación con la intención a emprender. En un estudio internacional, Zellweger, Sieger y Halter (2011) también encontraron que el ámbito de control también hace que los estudiantes tengan mayores deseos de continuar con los negocios familiares. Por su lado, Maalu, Nzuve y Magutu (2010) también demostraron que la percepción de control entre 250 estudiantes africanos es una de las variables principales en la formación de aspiraciones emprendedoras.

Sin embargo, los resultados anteriores son contrarios a los obtenidos por Mueller y Thomas (2000) quienes, con una muestra de 1,800 estudiantes americanos y europeos, sí demostraron una relación positiva. Una posible explicación puede ser que, en las culturas

individualistas, tal como la americana (y a diferencia de la pakistaní) hay un aumento del ámbito de control interno y es el que incide positivamente en las aspiraciones emprendedoras.

La creatividad también ha sido considerada también e investigada como antecedente de las aspiraciones emprendedoras. Por ejemplo, Zampetakis, Bakatsaki, Kafetsios y Moustakis (2016) encontraron que los estudiantes británicos más creativos eran los más propensos a crear sus propios negocios. Igualmente, demostraron que la creatividad estaba vinculada a la formación en emprendimiento. Por otra parte, Moralista y Delariarte (2014) demostraron un efecto indirecto sobre la aspiración a emprender, siendo mediada la relación por la autoeficacia.

La auto-eficacia o confianza en sí mismo es considerable como una variable importante en cualquier modelo que busca comprender los antecedentes de las aspiraciones emprendedoras (Varghese y Hassan, 2012). El ser humano al sentirse más feliz hace más fácil convencer a otros y aumenta la motivación para iniciar nuevos proyectos y para perseverar en su consecución (Stefanovic, Prokic y Rankovick, 2010). En línea, Kickul, Gundry, Barbosa y Whitcanack, (2009) llegan a la conclusión que las aspiraciones emprendedoras están influenciadas, en parte, por las creencias de confianza en sí mismo.

Además de la auto-eficacia, otras variables han sido consideradas conjuntamente en los modelos como determinantes de la aspiración de crear nuevas empresas. En este sentido, el trabajo de Gallut Plá (2010) encuentra que la presión social ejerce más influencia en las aspiraciones emprendedoras de los investigadores de dos universidades. En cambio, Goethner, Obschonka, Silbereise y Cantner (2009), y sobre una muestra de investigadores, no encontraron vinculación entre la norma subjetiva y las expectativas a crear sus propias empresas.

Igualmente, Moriano, Gorgievski, Laguna, Stephan y Zarafshani (2011) encontraron una relación, significativamente positiva, entre la actitud y la auto-eficacia con la aspiración a emprender de 1,074 estudiantes universitarios de Irán, España y Alemania; pero en cambio, la norma subjetiva no era significativa.

Las variables incluidas en la Teoría de Comportamiento Planificado (actitud hacia el emprendimiento, norma subjetiva y control percibido sobre el comportamiento) han sido también estudiadas en la literatura especializada. Por ejemplo, Liñán et al. (2011) comprobaron la existencia de una relación positiva entre las tres variables independientes anteriores y las aspiraciones a emprender de los estudiantes universitarios. En un contexto latinoamericano, Contreras, de Dreu y Espinosa (2017) también dan soporte a la relación positiva entre la actitud hacia el emprendimiento, la norma subjetiva y el control percibido

con las aspiraciones de los estudiantes universitarios de Chile, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela.

En cambio, el trabajo de Fini, Grimaldi, Marzocchi y Sobrero (2012) también demostraron que, si bien la actitud y el control percibido estaban vinculados positivamente a la expectativa de 200 estudiantes de ingeniería en crear sus empresas, la norma subjetiva no ejercía influencia alguna. Este resultado es similar al de Alonso Galicia (2012), quien tampoco encuentra vinculación entre las aspiraciones emprendedoras y el cómo perciben los universitarios que su círculo más cercano valoran el emprendimiento. En cambio, la investigación realizada por Kaya, Erkut y Thierbach (2019) sobre las aspiraciones emprendedoras de jóvenes alemanes descubrieron que estas aumentaban cuando ellos percibían que la opinión de su círculo más cercano sobre el convertirse en emprendedor era positiva.

Sobre una muestra de 559 estudiantes universitarios españoles, Laguía, Moriano y Gorgievski (2019), encontraron que las tres variables de la Teoría de Comportamiento Planificado ejercen una posición mediadora entre la creatividad percibida por los alumnos y sus aspiraciones a emprender. Munir, Jianfeny y Ramzan (2019) también analizan el papel mediador de las tres dimensiones del modelo de Azjen (1991) -actitud, norma y control percibido- entre las intenciones a emprender y el riesgo percibido de los estudiantes

universitarios de China y Pakistán. Los autores encuentran una relación significativa positiva, teniendo más poder predictivo en las economías emergentes.

La revisión realizada pone de manifiesto, por un lado, la variedad de estudios realizados entre las variables personales de los estudiantes universitarios que son determinantes de sus aspiraciones emprendedoras. De otra parte, la inconsistencia de los resultados a los que llegan los diferentes trabajos.

Lo anterior demuestra que la investigación sobre las aspiraciones emprendedores sigue siendo un área de estudio activa y significativa dentro del campo del emprendimiento.

2.6. La Universidad y su impacto en el emprendimiento

En las sociedades modernas, el conocimiento es el factor clave de la competitividad (Audretsch, 2014; Zollo et al., 2017). En este sentido, el conocimiento, en sus diversas formas (propiedad intelectual, experiencia y el saber) es considerado como un activo de producción que puede ser comercializable y exportados con un alto retorno para los países. Además, el conocimiento es la base de la investigación, el desarrollo y las invenciones. Sin

embargo, cualquier inversión en conocimiento no puede ser productiva sin alguna clase de actividad emprendedora (Audretsch y Thurik, 2004).

El emprendimiento es una forma de "derrame de conocimiento"; es decir, es el vínculo entre las inversiones en nuevo conocimiento y crecimiento económico (Audretsch, 2007). Sin embargo, el conocimiento y las invenciones se transforman y comercializan a través de los emprendedores. Esta capacidad emprendedora innovadora es ahora la base de la competitividad internacional (Laguía-González et al. 2018).

Para dar respuesta a estas economías basadas en conocimiento, las instituciones son creadas y modificadas para facilitar las actividades que sirven como fuerzas que conducen al crecimiento económico y prosperidad.

En esta línea, un aumento de la importancia y significatividad de la universidad en términos de su impacto en la economía se observa dentro de la economía emprendedora (Audretsch, 2014). Como las universidades están localizadas en la intersección de la investigación, educación e innovación, son consideradas un acceso clave a la generación de capital emprendedor (Audretsch, 2014; Shane, 2005) y por ello, muchas regiones en el mundo están demandando que sus universidades estimulen directa y significativamente al desarrollo económico de sus comunidades (Audretsch, 2014).

Cabe señalar que las misiones de las universidades han ido evolucionando para hacer frente a las demandas de los tiempos en los que se encuentran (Clark, 1998; Etzkowitz, 2003). En la segunda mitad del siglo XIX, surge la "primera revolución académica" (Etzkowitz, 1990) la cual consiste en el papel explícito asignado a la investigación para dar respuesta a las necesidades sociales y políticas. En esta línea, las universidades no deben solo transmitir conocimiento, sino también generarlo. Esta función es recogida explícitamente en los estatutos de las instituciones de educación superior, y se constituye, en su segunda misión (Etzkowitz, 1990).

La "segunda revolución académica" (Etzkowitz, 1990) comienza en los años 80 en Europa y en el periodo de la posguerra en los Estados Unidos y es la que se mantiene actualmente. En esta etapa, la universidad desempeña un papel activo y crucial en el desarrollo industrial y tecnológico. Hasta entonces, eran consideradas como lugares de formación a profesionales y de producción de conocimiento, pero ante los desafíos de la globalización y de la competitividad de los países con base a la innovación, se les demanda a las universidades una mayor implicación para responder a las necesidades de los países en esta dirección.

Como resultado de estas demandas, surge una nueva misión para las universidades, la tercera, que está enfocada en el desarrollo de actividades emprendedoras (Etzkowitz, 1990). La tercera misión se refiere a la creación, uso, aplicación y explotación de

conocimiento de la universidad hacia su entorno y considerar la cooperación con la sociedad para mejorar su calidad de vida y la eficiencia de los sectores públicos y productivos (Clark, 1995).

Las universidades, como puentes de unión entre la investigación, educación e innovación tienen el acceso clave a la economía basada en el conocimiento y la sociedad, un hecho por el cual las universidades poseerán un nuevo desafío de mayor complejidad. Estos desafíos llevan a que las universidades a promover el desarrollo económico de sus comunidades (Languia-González et al., 2018).

Tradicionalmente, las universidades tienden a ser amplias organizaciones que por su naturaleza no son muy emprendedoras en su enfoque. Sin embargo, la incorporación en su misión del enfoque emprendedor podría cambiar la concepción tradicional de las instituciones de educación superior (Kirby, Guerrero y Urbano, (2011). Generalmente, la docencia y la investigación han sido consideradas como las dos únicas misiones de la universidad. No obstante, y en los tiempos actuales, se han producido transformaciones internas para adaptarse a las condiciones externas y legitimar su papel en la economía, dando lugar a una nueva clase de universidad: la "universidad emprendedora" (Hughes et al., 2012).

El estudio de las características y los procesos de transformación de las universidades no solo para producir a los mejores profesionales, sino también para generar y transferir conocimiento y tecnología a la sociedad, ha despertado el interés de los investigadores en las últimas tres décadas y han sido analizadas universidades, sobre todo, de Europa, Oceanía y Norteamérica (Audretsch, 2014; Clark, 1998; Etzkowitz, 2004; Guerrero y Urbano, 2012). En este sentido, O'Shea, Allen, Morse, O'Gorman, y Roche (2007) observan que algunas universidades están adoptando estructuras organizativas flexibles y formas de gobierno innovadoras que disminuyen los niveles de burocracia que permiten la interacción con el ecosistema innovador de las regiones donde se ubican.

Por otro lado, también están desarrollando instrumentos y mecanismos para apoyar la creación de empresas de su comunidad universitaria y de la sociedad en su conjunto. Entre estos se destacan la creación de centros de empresas, incubadoras, y oficinas de transferencia de resultados de investigación, entre otros (Grandi y Grimaldi, 2005; Guerrero, Urbano, Fayolle, Klofsten y Mian (2016).

Una revisión de la literatura sobre universidades emprendedoras muestra que estas llevan a cabo, principalmente, las actividades siguientes (Guerrero y Urbano, 2012):

1. Transferencia de tecnología a través de la venta o licencia de patentes que son los resultados de actividades de investigación de los grupos de investigación de las

universidades (Etzkowits, 2013). Esta actividad les proporciona a las universidades utilidades económicas, mediante la comercialización de la investigación y desarrollo.

2. Creación de empresas spin-off que surgen de la explotación de los resultados de investigación por parte de los miembros de la comunidad universitaria (Narváez Vásquez (2016).
3. Formación en emprendimiento para desarrollar liderazgo emprendedor en la comunidad universitaria y estimular, por tanto, la creación de empresas (Audrestsch, 2014; Etzkowits, 2013). Esto supone el dotarlos de los conocimientos y capacidades necesarias para desarrollar una mentalidad emprendedora, identificar oportunidades de negocios, encontrar soluciones innovadoras y explotarlas en el mercado mediante la creación de empresas.

Las autoridades universitarias necesitan reconocer el papel clave en la actualidad para construir y reforzar el entorno de la universidad que nutre el potencial emprendedor, mediante la estimulación de las habilidades, competencias y herramientas que crean mentes emprendedoras e innovadoras.

Las universidades fueron llamadas a conocer las necesidades crecientes de la sociedad y producir y transferir conocimiento al tejido empresarial y, de esa forma, contribuir al desarrollo del territorio donde se ubiquen (Foss y Gibson, 2015). Por otro

lado, considerar la creciente competitividad dentro del entorno universitario, en el sentido de que las instituciones de educación superior deben ser competitivas, y en esta línea, ampliar y diversificar sus ofertas académicas.

El desarrollo de emprendedores en las universidades se considera como una de las herramientas más eficientes para satisfacer e incluir la tercera misión en las actividades de las universidades (Benneworth y Fitjar, 2019).

A nivel internacional, el Massachusetts Institute of Tecnology y la Universidad de Standford fueron las primeras instituciones de educación superior que entendieron la importancia de implementar la tercera misión en sus planes estratégicos y toma de decisión diaria. La finalidad de estas es la de ayudar al desarrollo industrial de sus regiones mediante el emprendimiento, ya que este crea empleos, aumenta la riqueza y el desarrollo social (Birch, 1979).

En Europa, los gobiernos muestran un creciente interés en este tema. Las Declaraciones de Bolonia de 1999 y Lisboa en 2000 son dos claros ejemplos de cómo los países intentan aumentar su responsabilidad emprendedora dentro de los límites académicos (Fayolle, Liñán y Moriano (2014), no sólo a través de la transferencia de

conocimiento y tecnología, sino al convertirlas en empresas en sí mismas (Trivedi, 2016). Incluso, países como China, India y el Sur de África dedican muchos recursos y esfuerzos a la diseminación de conocimiento fuera del entorno académico (Abreu, Demirel, Grinevich et al (2016).

Las universidades panameñas no se han quedado atrás y algunos de sus estatutos explícitamente señalan como uno de sus propósitos la creación y generación de conocimientos para el desarrollo del país. En esta línea, también algunas han creado centros de emprendimiento y/o incubación, estimulan las aspiraciones emprendedoras de sus estudiantes y se les dota de los conocimientos y capacidades necesarias, a través de cursos y programas de emprendimiento.

Hay una amplia evidencia que muestra el efecto positivo de la formación o educación en emprendimiento en las universidades Martin, McNally y Kay (2013), al proporcionar a sus estudiantes conocimientos, habilidades, métodos y estrategias que se desarrollan en situaciones reales y que refuerzan sus actitudes y comportamientos para la creación de empresas (Markuerkiaga, Caiazza, Igartua, y Errasti (2016),

Sin embargo, la mayoría de estos estudios se han centrado en países desarrollados y son escasos los estudios en economías en transición. Por tanto, el considerar el papel que desempeñan las universidades y, específicamente, el efecto de la educación emprendedora sobre las aspiraciones a crear empresas por parte de sus estudiantes es una gran oportunidad para hacer contribuciones al estudio del emprendimiento (Galvão, Mascarenhas, Gouveia Rodriguez, Marques y Leal, 2017; Rothaermel, Agung y Jiang (2007).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Bases del marco metodológico

Esta tesis doctoral se basa en la Teoría del Comportamiento Planificado (TCP) para el desarrollo del modelo teórico del que se desprenden las hipótesis a testar. Como se ha comentado en el capítulo anterior, se ha convertido en el marco teórico más utilizado en la reciente investigación sobre la aspiración emprendedora y se han realizado estudios en diferentes países como: Alemania (Jacob y Richter, 2005), España (Jaén, Fernández-Serrano y Liñán (2013); Liñán, Urbano y Guerrero (2011); Estados Unidos, Finlandia y Suecia (Autio, Keeley, Klofsten, Parker y Hay, (2001); India e Irán (Moriano et al., 2011). Sin embargo, este modelo no ha sido testado en el contexto panameño.

En lo relativo a las cuestiones de género, estudios previos sobre aspiración emprendedora identifican diferencias en la aspiración emprendedora de hombres y mujeres y es superior en el caso de los hombres (Fuentes García y Sánchez Cañizares, (2010); Moriano, Palací y Morales (2006); Sánchez, Lanero, Villanueva, D'Almeida y Yurrebaso, (2007).

En la elección de carrera profesional, y en especial en la determinación del comportamiento emprendedor, existe evidencia de que los individuos se sienten atraídos hacia tareas y trabajos con los cuales perciben que tienen características o rasgos similares Markman y Baron (2003), a su vez se ha argumentado que estos rasgos son influenciados

por la cultura de una sociedad, la cual refuerza o penaliza tales rasgos o comportamientos Thomas, (2000); Zahra, Jennings, y Kuratko, (1999).

En este sentido, Heilman (1983) establece que mientras los individuos se identifican y aspiran a llevar a cabo trabajos caracterizados a favor de su género, evitan a su vez aquellos trabajos que son considerados inapropiados para su género. Esto sugiere que la preferencia en la profesión futura se podría dar cuando existe una correspondencia entre el género del individuo y los estereotipos asociados a tal profesión o trabajo (Gupta et al., 2009). El trabajo de Miller y Budd (1999) muestra evidencia empírica sobre el género biológico y las preferencias de ocupación, cuando las personas encuestadas tienen asimilados, inconsciente o conscientemente, los estereotipos de género.

En relación con las habilidades propias de un individuo, se argumenta que la percepción con respecto a estas subyace al modelo normativo de valores de la sociedad donde se encuentran inmersos, tiene una valoración jerárquica que usualmente privilegia los rasgos y características masculinas sobre las femeninas (Marlow y Patton, 2005). Por ejemplo, se he señalado que tales percepciones, en países como Estados Unidos, restringen las iniciativas emprendedoras entre las mujeres (Gupta y Bhawe, 2007).

Incluso dentro del discurso académico en torno al fenómeno emprendedor, los resultados de la investigación indican que los términos utilizados para describir a un emprendedor suele orientarse hacia un estereotipo masculino, mientras que las características orientadas hacia lo femenino son opuestas a los rasgos de un emprendedor (Ahl, 2006), lo cual podría sugerir que la entrada al emprendimiento es impulsada o limitada en la proporción en la que se percibe existe una semejanza con el sentido propio de masculinidad (Gupta et al., 2009).

En este sentido, se ha señalado que este es un fenómeno paradójico, ya que el grado de atracción hacia las iniciativas emprendedoras debería ser mayor para las mujeres, debido en parte a las barreras que estas perciben del mercado laboral, que pueden limitar su desarrollo profesional (Díaz-García y Jiménez-Moreno, 2010). Al considerar la decisión de crear una empresa, diversos estudios han mostrado que la configuración de tal decisión suele ser más compleja en el caso de las mujeres, porque tienden a ser más sensibles a cuestiones no monetarias en comparación a los hombres (Bird y Brush, 2002; Burke, Fitz Roy y Nolan, 2002; Langowitz y Minniti, 2007).

La evidencia proporcionada por el estudio realizado por Gupta et al. (2009) entre jóvenes universitarios, sugiere que, aun cuando hombres y mujeres posean nivel educativo y experiencias similares, los estereotipos de género, adquiridos a través del aprendizaje, pueden afectar la percepción del emprendimiento.

En relación con la incidencia del género en el desarrollo de aspiraciones emprendedoras y factores cognitivos cercanos, diversos estudios han encontrado diferencias entre hombres y mujeres BarNir, Watson, y Hutchins, (2011); Díaz-García y Jiménez-Moreno, (2010); Gupta y Bhawe, (2007); Gupta et al., (2009); Manolova et al., 2012; Shinnar, Giacomin, y Janssen, 2012).

3.2. Formulación de Hipótesis

En los epígrafes que se presentan a continuación, se proporciona el sustento teórico de las relaciones y dimensiones que conforman el modelo teórico de esta tesis. Específicamente, se testa que las actitudes hacia el emprendimiento, las normas subjetivas y el control percibido inciden más en las aspiraciones emprendedoras de los hombres estudiantes universitarios panameños, que en las mujeres universitarias. Igualmente, se testa la educación en emprendimiento que reciben en la universidad como materia obligatoria desempeña un papel moderador en las relaciones anteriores y tiene menos impacto en las mujeres estudiantes universitarias. El modelo teórico para testar se recoge en la Figura 5 que se encuentra al final de este apartado. Adicionalmente, se presenta un resumen de todas las variables estudiadas en este trabajo de investigación en la Matriz de Consistencia de la Investigación (Anexo 1).

3.2.1. Actitud, aspiraciones emprendedoras y género

Uno de los factores que explica la aspiración emprendedora, según la TCP, es la actitud, que se refiere "al grado en que una persona evalúa positivamente el llevar a cabo un determinado comportamiento" (Azjen, 1991, p. 188). En el contexto de creación de empresas, la actitud se refiere a cómo de positivo o negativo percibe una persona el emprender un negocio (Fini et al., 2012). Cuando las personas perciben positivamente el emprendimiento, debido a las recompensas que puede obtener (prestigio, independencia, etc.), entonces será más probable que se quiera emprender (Verheul, Thurik, Grilo y Van der Zwan, 2012). Por tanto, una actitud positiva hacia el emprendimiento contribuye a las aspiraciones emprendedoras de las personas (Krueger y Carsrud, 1993).

Diversos estudios empíricos se han centrado en demostrar la relación anterior. Es decir, analizar si la actitud de una persona hacia el emprendimiento influye en sus aspiraciones para emprender. Por ejemplo, Iakovleva, Kolvereid y Stephan, (2011) demostraron empíricamente, sobre una muestra de 2,225 estudiantes universitarios de 13 países, que las aspiraciones para emprender dependen de las actitudes hacia la creación de empresas.

Con base a lo anterior, se formula la siguiente hipótesis:

H1: La actitud hacia el emprendimiento tiene una incidencia positiva en las aspiraciones emprendedoras de los estudiantes universitarios de Panamá.

No obstante, hay estudios que demuestran que la actitud hacia el emprendimiento es menor en las mujeres que en los hombres. Por tanto, no tendría la misma significatividad sobre la aspiración de crear sus propios negocios (Gupta et al., 2009; Langowitz y Minniti, 2007; Liñán et al., 2011; Verheul, et. al. 2012).

Igualmente, la evidencia empírica demuestra que las mujeres perciben que el entorno es más hostil para ellas a la hora de comenzar una actividad empresarial (Zhao, Hills y Siebert, (2005). En un reciente estudio de Wu, Li y Zhang (2019), identificaron varias barreras que las mujeres perciben pueden tener a la hora de emprender. Algunas de estas son las siguientes: (1) falta de experiencia empresarial en los sectores de crecimiento; (2) expectativas sociales sobre su papel de madre, cuidado de los niños y del hogar; (3) menos tendencia para invertir en la formación y desarrollo de los empleados; (4) problemas relacionados con la atención a sus padres mayores; (5) falta de formación para emprender; (6) problemas para acceder a capital y (7) falta de acceso a redes sociales de emprendedores, entre otras.

Por su parte, Vossenberg (2013) señala que los principales obstáculos a los cuales se enfrentan las mujeres a la hora de emprender son los siguientes: la dificultad de acceso a recursos financieros, fallas en la formación y acceso a la información, dificultad en la conciliación familiar y laboral, falta de protección y seguridad de las mujeres empresarias

(principalmente que operan en la economía informal), falta de apoyo social y barreras legales y procesuales.

La evidencia anterior puede explicar por qué las mujeres consideran que tienen una posición menos favorable para emprender, al percibir que disponen de menos conocimientos y habilidades, así como un ecosistema emprendedor menos favorable que los hombres (Langowitz y Minniti, 2007).

También es una realidad que las empresas creadas por las mujeres son más pequeñas, en sectores de actividad diferente a la de los hombres y con un crecimiento inferior, por lo que estos factores pueden explicar la dificultad experimentada por las mujeres a la hora de obtener apoyo para su negocio (Gupta et al., 2009).

El emprendimiento es percibido como un dominio masculino (Hancock, Pérez-Quintana, Hormiga, (2014); Vivel Búa, M., Fernández, S., Rodeiro, D. (2011). Los estereotipos asociados a las personas emprendedoras afectan influyendo, negativamente, en las intenciones empresariales de las mujeres (Gupta et al., 2009; Langowitz y Minniti, 2007).

Lo anterior puede repercutir en la actitud de emprender de las mujeres, debido a que lo perciban como una actividad exclusiva de los hombres (Ahl, 2004; Ahl y Nelson, 2015). El verse estereotipada como madre, cuidado de los niños, y otros, puede hacer que anticipen que la creación de su propio proyecto empresarial puede ser desventajoso para ellas (Hancock, Pérez-Quintana y Hormiga, 2014).

En las mujeres, también se identifican barreras intrínsecas y obstáculos presentes en el sistema universitario, filtros en el sistema educativo (Vivel Búa et al., 2011). Estos factores influyen en la aspiración emprendedora y ponen de relieve las diferencias de género (Brito, Cruz y Hernández, 2014; Ruizalba, Vallespín, Sánchez, Rodríguez M. (2015).

Con base a lo anterior, se formula la siguiente hipótesis:

H1a: La incidencia de la actitud sobre la aspiración para emprender es menor en las mujeres estudiantes panameñas que sus homólogos masculinos.

3.2.2. Norma subjetiva, aspiraciones a emprender y género

La norma subjetiva hace referencia a la presión social percibida para realizar o no un comportamiento y refleja el efecto de los valores sociales (Morales y Holtschlag, 2011).

Es generalmente aceptado en la literatura sobre emprendimiento que los grupos de referencia pueden desempeñar un papel clave en las aspiraciones de las personas para emprender (Liñán y Fayolle, 2015). Esta relación entre grupos de referencia y un determinado comportamiento, como es la creación de empresas, se sustenta en los postulados de la Teoría de Aprendizaje Social (Bandura, 1977), la cual argumenta que el aprendizaje ocurre en un entorno social, a través de la experiencia y de la observación e interactuación con otros. Uno de los grupos fundamentales de referencia es la familia, ya que transmite a sus miembros una estructura de creencias, valores, actitudes y normas de conducta determinada. También se encuentran los amigos y compañeros universitarios, entre otros grupos (Herrero Crespo, 2005). Por tanto, la percepción, positiva o negativa, que tengan los integrantes de sus grupos de referencia al momento de llevar a cabo un comportamiento emprendedor, esta incidirá en sus aspiraciones para emprender.

Un impacto positivo de la norma subjetiva sobre las aspiraciones emprendedoras ha sido analizado en varios estudios empíricos y en contextos diferentes. Por ejemplo, Fernández-Pérez, Alonso-Galicia, Rodríguez-Ariza y Fuentes-Fuentes (2015) se centraron en los emprendedores académicos (investigadores) y en el contexto español.

El impacto positivo de las normas subjetivas sobre las aspiraciones emprendedoras también ha sido demostrado en muestras de estudiantes universitarios. En esta línea, Scherer et al. (1989) demostraron que las familias influyeron en la elección de carrera

emprendedora de los estudiantes americanos y mexicanos. Igualmente, y sobre una muestra de estudiantes españoles de tecnología, Lerchundi, Morales-Alonso y González-Tirados (2015) mostraron que las experiencias profesionales de los padres inciden en las aspiraciones emprendedoras de los hijos. Los estudiantes con padres emprendedores estaban más inclinados a querer emprender al finalizar sus estudios. Díaz-García y Jiménez-Moreno (2010) también encontraron un vínculo significativo sobre una muestra de 148 estudiantes universitarios. La norma subjetiva, medida como la importancia que los amigos le dan a la creación de sus propios negocios, influye igualmente en las aspiraciones para emprender de los estudiantes de la Universidad de Kenia.

A pesar de los resultados anteriores y de la robustez de la TCP, algunos estudios han obtenido resultados que demuestran que la norma subjetiva tiene una influencia limitada sobre las aspiraciones o incluso inexistente, tal como lo reflejan Zapkau, Schwens y Kabst (2017) en una revisión al respecto. Por ejemplo, Gird y Bagraim (2008) no pudieron encontrar una relación significativa entre la norma subjetiva y la aspiración a emprender.

Igualmente, Goethner et al. (2009) no encontraron que la norma subjetiva sea un indicador potente de la aspiración a emprender de los científicos. El estudio de Llano (2010) sobre una muestra de más de 2,600 investigadores de 104 universidades, tampoco

encontró una relación directa y significativa entre la norma subjetiva y la aspiración para emprender.

Esta ambigüedad puede explicarse ya que solo en determinadas circunstancias la norma subjetiva puede proporcionar motivación para seguir determinados comportamientos o elegir carreras, como puede ser la de emprender (Laviolette, Lefevre y Brunel, 2012). Puede que solo las personas que hayan sido exitosas, como, por ejemplo, los padres, son los que realmente influyen en las aspiraciones a emprender (Criaco, Sieger, Wennberg, Chirico y Minnola, 2017).

En base a los estudios previos, se plantea la siguiente hipótesis:

H2: La norma subjetiva tiene una incidencia positiva en las aspiraciones emprendedoras de los estudiantes universitarios de Panamá.

En referencia al género, la investigación sugiere que la percepción de las mujeres hacia el emprendimiento influye de forma significativa en su decisión de emprender. La razón es porque las mujeres consideran que las normas sociales y los roles que se les atribuyen las condicionan a la hora de crear sus propios negocios (Ahl y Nelson, 2015; Díaz-García y Jiménez-Moreno, 2010). Es decir, los condicionantes sociales, así como los roles que se asocian a las mujeres hacen que perciban el emprendimiento como menos atractivo a la hora de elegir su carrera profesional (Karimi, Biemans, Lans y Chizari, 2013).

Los estereotipos de género están presentes a la hora de elegir los estudios que van a cursar y en la carrera que desea seguir (Santos y Amâncio, 2014). La opción de desarrollar una carrera emprendedora es más factible que se lleve a cabo cuando existe una relación entre el género de las personas y los estereotipos asociados al trabajo que se pretende realizar (Ruizalba Robledo et. al., 2015).

El emprendimiento sigue siendo considerado como un dominio masculino (Medina Brito et. al., 2014) y los estereotipos de género todavía continúan siendo una situación agravada por una falta de modelos de referencia para la mujer (Santos, Roomi y Liñán, 2016). Adicionalmente, la familia ejerce influencia en el ámbito profesional y las mujeres perciben desventajas al considerar la opción del autoempleo (maternidad, conflicto familia-trabajo) en comparación con ser trabajadoras por cuenta ajena (Hancock, Pérez-Quintana y Hormiga, 2014).

Por tanto, se plantea la siguiente hipótesis:

H2a: La incidencia de la norma subjetiva sobre la aspiración para emprender es menor en las mujeres estudiantes panameñas que sus homólogos masculinos.

3.2.3. Control del comportamiento percibido, aspiración a emprender y género

El control del comportamiento percibido (en adelante, control) es otra de las variables de la TCP y, además, desempeña un papel significativo en predecir las aspiraciones emprendedoras. Específicamente, esta variable se refiere a la habilidad que advierte una persona que tiene para crear y gestionar una empresa (Jaén, 2010).

El planteamiento de objetivos se sustenta fundamentalmente en las creencias de lo que una persona cree que puede hacer, versus lo que realmente puede ¿lograr?. En este sentido, Baron y Balkin (2005) señalan que la autoeficacia es un elemento central para la mayor parte del funcionamiento humano, por tanto, puede constituir un sólido indicador de la actividad emprendedora.

El control incide de forma significativa en el proceso emprendedor en general, como puede ser la selección de ideas/oportunidades, la validación de estas y en la puesta en marcha (Karimi, Biemans, Lans, Chizari y Mulder, 2014). Esta variable se forma a partir de lo que piensa una persona sobre la presencia o ausencia de los recursos necesarios. En esta línea, el control se basa, en parte, en la experiencia que la persona ha tenido sobre el comportamiento específico; en este caso, sobre si anteriormente ha sido emprendedor con antelación. No obstante, también se desarrolla con base a la experiencia de su círculo más cercano (amigos, familia, etc.) en la actividad emprendedora. Se argumenta, por tanto, que

cuánto más apoyo perciba que tienen de estos, mayor control demostrará tener (Azjen, 1991, Ibrehim y Licky, 2014).

Es frecuente que en la literatura de emprendimiento se utilice como sinónimo de control el término de "autoeficacia" (Badura, 1982; Krueger et al., 2000), y se asume que las personas suelen tener los comportamientos que creen que van a poder controlar y dominar (Bandura, 1982). Comprender el vínculo entre autoeficacia y aspiraciones emprendedoras puede fortalecer nuestro entendimiento de los procesos emprendedores y aumentar las habilidades de nuestros estudiantes, a través de la formación y la educación (Moriano et al., 2012).

Se reconoce que las personas emprendedoras, además de poseer las habilidades requeridas, cuentan con una fuerte creencia personal sobre sus habilidades para ejercer control sobre las circunstancias que deben afrontar y lograr los objetivos que se planean, ya que esas creencias personales inciden en la motivación y los esfuerzos necesarios para iniciar un proyecto empresarial (Almeida, 2013). De esta forma, se explica que ciertas personas tengan aspiraciones para emprender y otras no (Bandura, 1997).

Las personas con un elevado nivel de control son más persistentes, efectivos y con pasión necesaria para alcanzar sus objetivos (Shinnar, Giacomin y Janssen, 2012; Ventura

Fernández y Quero Gervilla, 2013), como sería la creación de empresas o el deseo de ser emprendedor. Han sido varios los investigadores que han demostrado un vínculo significativamente positivo entre el control y las aspiraciones para emprender (Thurik y Dejardin, 2011).

Por su parte, Drvnovsek, Wincent y Cardon (2010) señalan que, al entender la naturaleza de la autoeficacia en el emprendimiento y los mecanismos a través de los cuales afecta las aspiraciones emprendedoras, se puede ampliar la comprensión de la efectividad de los procesos emprendedores, por lo tanto, mejorar las habilidades en los individuos que aspiran a convertirse en emprendedores exitosos.

Además de que investigaciones recientes sugieren que la autoeficacia puede ser elevada mediante el entrenamiento y la educación, por ende, mejorar potencialmente la tasa de actividades emprendedoras (Florin, Karri, Rossiter, N. (2007); Zhao et al., 2005). En un intento por entender el fenómeno emprendedor, y utilizando información de la base de datos del Proyecto GEM para medir el control percibido, Fernández, Liñán y Santos (2009) demuestran una relación significativa y positiva con las aspiraciones emprendedoras. El control percibido sobre el comportamiento es responsable de una varianza en el comportamiento hasta de un 34%, Hagger y Chatzisarantis y Biddle (2002).

Sin embargo, Engle et al. (2010) observó que la relación anterior solo fue significativa para determinados países. Por ello, también resulta interesante estudiar si ese vínculo tiene sentido en el contexto panameño.

Con base a los argumentos anteriores, se propone la siguiente hipótesis:

H3: El control del comportamiento percibido tiene una incidencia positiva en las aspiraciones emprendedoras de los estudiantes universitarios de Panamá.

En lo que se refiere a las diferencias de género, investigaciones realizadas en otros países demuestran que las mujeres perciben que tienen un menor grado de autoeficacia emprendedora, por consiguiente, confían menos en sus habilidades para emprender (Oliveira et al., 2013).

Existe una serie de factores que inciden en el desarrollo del género, como es el caso de los amigos, colegas de trabajo, compañeros de estudios, medios de comunicación, familia, entre otros, y que explican las diferencias en la socialización entre hombres y mujeres (Bussey y Bandura,1999). La teoría del aprendizaje social explica que, como resultado del proceso de socialización, las mujeres pueden pensar que tienen menos capacidades que los hombres para llevar a cabo determinadas actividades "masculinas" como es la creación de empresas. En línea a lo anterior, se afirma que como las mujeres

disponen de menos modelos de emprendedoras para seguir, desarrollan un menor control a la hora de emprender (Gupta et al., 2009).

Por su parte, Lewis (2006) afirma que las emprendedoras han sido "invisibles" en las noticias de prensa oral y escrita, donde en los ejemplos de éxito siempre son adscritos a los hombres como los dominantes en el mundo de los negocios. Esta "invisibilidad" ha motivado que los hombres sean el espejo donde se miran a la hora de querer ser emprendedor. Ahl (2006) realizó un análisis feminista de 81 trabajos publicados sobre emprendimiento. La autora descubrió que el emprendedor era descrito ya por Schumpeter (1934) como un "hombre heroico", y los términos "emprendedor" y "hombre" eran utilizados como sinónimos.

En esta línea, Gupta et al. (2009) también encontraron que las características de las mujeres eran menos valoradas que la de los hombres dentro del contexto de los negocios. Los emprendedores eran caracterizados como "fuerte, hambriento, depredador y hostil" (Greer, 1999, p. 299). Si las mujeres perciben de esta forma el mundo empresarial, pueden verse alejadas de ese estereotipo masculino, por tanto, no verse con esas características necesarias para emprender.

El trabajo de Langowitz y Minnity (2007) con datos del Proyecto GEM de 2001, demuestran que las mujeres emprendedoras perciben que el entorno de los negocios es menos favorable para ellas que para los hombres. Por tanto, las mujeres pueden verse intimidadas a la hora de querer emprender y tener su propia empresa. En esta línea, Bruni et al. (2004) afirma que, dentro de la construcción social del género, las mujeres han sido etiquetadas como de "segundo nivel" respecto a los hombres, devaluando su legitimidad en los negocios.

Aunque las diferencias de género han ido disminuyendo, como se ha podido apreciar en el capítulo I, todavía siguen existiendo brechas y específicamente, en el caso del control sobre el comportamiento percibido que es la variable objeto de estudio en este apartado. Fini et al., (2012) encontraron, sobre una muestra de 200 emprendedores, que el control tenía una incidencia significativamente mayor sobre las aspiraciones emprendedoras de los hombres que de las mujeres. En esta línea, Sweida y Reichard (2013) demostraron que tal disparidad entre hombres y mujeres también se manifiesta en las aspiraciones de hacer crecer sus empresas, siendo, por término medio, las empresas de los hombres más grandes que las de las mujeres.

Kickul, Wilson, Marlino y Barbosa (2008) percibieron incongruencias en el vínculo entre el control y las aspiraciones para emprender de estudiantes de bachillerato de Norteamérica. Específicamente, los jóvenes demostraron mayor autoeficacia que las

mujeres. Esta diferencia fue atribuida a que estos realizaron horas laborales fuera del horario de clases y ello les proporcionó más confianza en sus capacidades para desarrollar actividades emprendedoras.

Algunos autores manifiestan que la autoeficacia depende del apoyo que se perciba de las familias y amigos (Hallak, Assaker y O'Connor, 2014); sin embargo, otros sugieren que las disparidades persisten, aunque no tengan ese apoyo. Es decir, que la autoeficacia es menor en las mujeres, aunque tengan el apoyo de su círculo más cercano para desarrollar una carrera emprendedora (Tsai, Chang y Peng, 2016). Utilizando una muestra de 3,420 estudiantes universitarios de varios países (Austria, Bélgica, Croacia, Francia, Israel, Lituania, Eslovenia, Polonia e India), Dabic, Daim, Bayraktaroglu, Novak, y Basic, M. (2012), encontraron que las mujeres, a pesar de tener el apoyo de sus familias, no se encontraban seguras de sus capacidades para comenzar una actividad emprendedora.

Como se aprecia, existe una convergencia de opinión en gran parte de la investigación especializada de que los hombres demuestran mayores niveles de control sobre el comportamiento percibido en comparación con sus homólogas las mujeres (Austin y Nauta, 2016). Sin embargo, la mayoría de estos estudios se han realizado en Estados Unidos y países europeos, por lo que es necesario más evidencia en el contexto latinoamericano, especialmente, en el entorno panameño.

Con base a los argumentos anteriores, se propone la siguiente hipótesis a testar:

H3a: La incidencia del control del comportamiento percibido sobre la aspiración para emprender es menor en las mujeres estudiantes panameñas que sus homólogos masculinos.

3.2.4. Educación emprendedora, aspiraciones a emprender y género

Los orígenes de la educación en emprendimiento, en las universidades, se les atribuyen a la Harvard Business School, que en los años 40 imparten su primer curso en emprendimiento dentro de su programa de MBA (Bo Carlsson, Braunerhjelm, McKelvey, Olofsson, Persson, Ylinenpa¨a, (2013). Desde entonces, los cursos y materias de emprendimiento han ido incorporándose gradualmente en los planes de estudio de las diferentes carreras (y no solo en Administración de Empresas) y grados (licenciaturas, posgrados, doctorados).

Los comienzos de la educación emprendedora se tradujeron en un debate sobre si el emprendedor nacía o si era susceptible de ser aprendido (Berglund y Holmgren, 2013). En este camino de división de opiniones, se consideró que el emprendimiento es una disciplina (Shane y Venkataraman, 2000), por tanto, puede ser enseñada. Este interés creciente en la educación emprendedora se refleja en que, en la actualidad, casi todas las

instituciones de enseñanza superior de los países, independientemente de su nivel de desarrollado, enseñan a ser una persona emprendedora (Kyrö, 2015).

La educación emprendedora hace referencia a "cualquier programa o proceso pedagógico de educación en actitudes y habilidades emprendedoras" (Fayolle, Gailly y Lassas-Clerc, 2006, p.702). En los tiempos actuales, puede encontrarse en la literatura especializada una división de opiniones sobre qué, cómo y cuándo enseñar para emprender.

Lo anterior se refleja en la amplia variedad de contenido y métodos que se emplean en los programas formativos de emprendimiento y no existe, hasta la fecha, una "receta pedagógica sobre cómo enseñar a emprender" (Fayolle y Gailly, 2008, p. 579). Así, algunos de los métodos de enseñanza empleados se centran en (Pittaway y Cope, 2007): (i) el uso de metodologías tradicionales, (ii) simulaciones de nuevos negocios, (iii) análisis de casos prácticos, (iv) reproducciones ficticias basadas en tecnología, (v) desarrollo de empresas reales, (vi) cursos basados en habilidades, (vii) "role play", (viii) aprendizaje experimental y (ix) mentorías.

Aunque no es el tema central de esta Tesis Doctoral, solo comentar que en la variedad de programas que actualmente se enseñan en las universidades (incluidas las

panameñas) podemos encontrar cursos más centrados en el entendimiento teórico sobre el emprendimiento hasta programas donde se enfatiza la creación de negocios desde un punto de vista práctico, que tratan de proporcionarle a los estudiantes las competencias necesarias para que se puedan enfrentar a los problemas del mundo real y que suelen ser "desestructurados, mal definidos, ambiguos, holístico y multidisciplinares", entre otras características (Plaschka y Welsh, 1990, p. 61). Como se aprecia, es complicado encontrar una metodología unánimemente aceptada, y la que se utilice debe ser con base a una reflexión profunda de los objetivos que se persiguen, el contexto y el país, entre otros factores (Fayolle y Gailly, 2008).

Todo el debate anterior ha motivado el surgimiento de una línea de investigación que busca analizar si la educación en emprendimiento tiene incidencia en determinadas variables dependientes, tal como como pueden ser las aspiraciones para emprender (Zhang, Duysters y Cloodt, 2014; Fayolle, 2013). En esta línea, Trivedi (2016) demuestra, sobre una muestra de 100 estudiantes de 3 países (India, Malasia y Singapur), que existe una relación positiva entre la educación emprendedora y los deseos de emprender. Utilizando la muestra de 4,425 de estudiantes universitarios del Proyecto GUESSS, Rusia del periodo 2013-2014, Lakovleva, Shirokova y Tzukanova (2014) también encuentran que la aspiración para emprender viene determinada por la educación en emprendimiento.

Igualmente, Martín, McNally y Kay (2013) realizaron un meta-análisis de los resultados de la educación emprendedora y confirmaron el impacto positivo sobre las aspiraciones para emprender. En el mismo sentido, el estudio de Bae, Quian, Miao y Fiet (2014) también muestra una correlación significativamente positiva entre el deseo para emprender y el haber sido formado en emprendimiento.

No obstante, hay otras investigaciones que no encuentran una relación positiva. Por ejemplo, Nabi, Walmsley, Liñán, Akhtar y Neame (2016) mostraron que los estudiantes que recibieron educación en emprendimiento no mostraron mayores aspiraciones para emprender. Incluso, Fayolle et al. (2006) y Von Graevenitz et al. (2010) encontraron que las aspiraciones para emprender de los estudiantes decrecían después de haber participado en alguna materia o curso de emprendimiento en su universidad.

Esta diversidad de resultados inconclusos puede deberse a varias razones: por un lado, a la diversidad de los programas formativos en cuanto a contenido, metodología y profundidad de estos, lo cual dificulta su comparabilidad (Solesvik, 2016). Por otra parte, los estudios se han centrado en un país determinado, por tanto, los resultados no sean extrapolables a otros contextos socioeconómicos (Rideout y Gray, 2013). Finalmente, la mayor parte los estudios utilizan a la educación emprendedora como variable independiente, siendo quizás más oportuno incluirla como variable moderadora (Solesvik, 2016).

Debido a la escasez de estudios que incorporan en sus modelos sobre aspiraciones para emprender a la educación emprendedora, como variable moderadora, y ante la inexistencia de estudios en Panamá al respecto y con base a la TCP, se propone las siguientes hipótesis:

H4a: La educación emprendedora modera la relación entre las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios panameños y las aspiraciones para emprender.

H4b: La educación emprendedora modera la relación entre la norma subjetiva y las aspiraciones para emprender de los estudiantes universitarios panameños.

H4c: La educación emprendedora modera la relación entre el control sobre el comportamiento percibido de los estudiantes universitarios panameños y las aspiraciones para emprender.

Recientemente, se ha puesto de relieve que la contrariedad de resultados en cuanto a la relación entre la educación emprendedora y las aspiraciones para emprender puede deberse también a que los estudios consideran a los estudiantes universitarios como una población homogénea, cuando es asumido las diferencias de género existente, en lo que se refiere al emprendimiento (Foss, Henry, Ahl y Mikalsen, 2017; van Ewijk y Belghiti-Mahut, 2019). En esta línea, existen trabajos que demuestran que la educación emprendedora tiene un mayor efecto en los estudiantes hombres que sus homólogas, las mujeres (van Ewijk y Belghiti-Mahut, 2019; Westhead y Solesvik, 2016).

La explicación de lo anterior se sustenta desde la teoría social feminista que, tal como se describió en el capítulo anterior, asume que las diferentes entre hombres y mujeres se deben a los diferentes procesos de socialización (Carteer y Williams, 2003). En este sentido, Westhead y Solesvik (2016) consideran que el conocimiento y habilidades acumulados por las estudiantes mujeres son menores que la de los hombres, ya que se encuentran contrariadas entre el rol que debe desempeñar como madre y esposa, y el estereotipo de "emprendedor heroico".

Esta percepción también la reciben en los programas de educación en emprendimiento donde los ejemplos de casos de éxitos, tipos de negocios, características de los emprendedores, etc. suelen tener, normalmente, un sesgo hacia el hombre (Grichnik, D., Brinckmann, J., Singh, L. y Manigart, S. (2014); van Ewijk y Belghiti-Mahut, 2019). Por tanto, es de suponer que la educación emprendedora tendrá un efecto positivo mayor en los hombres que en las mujeres.

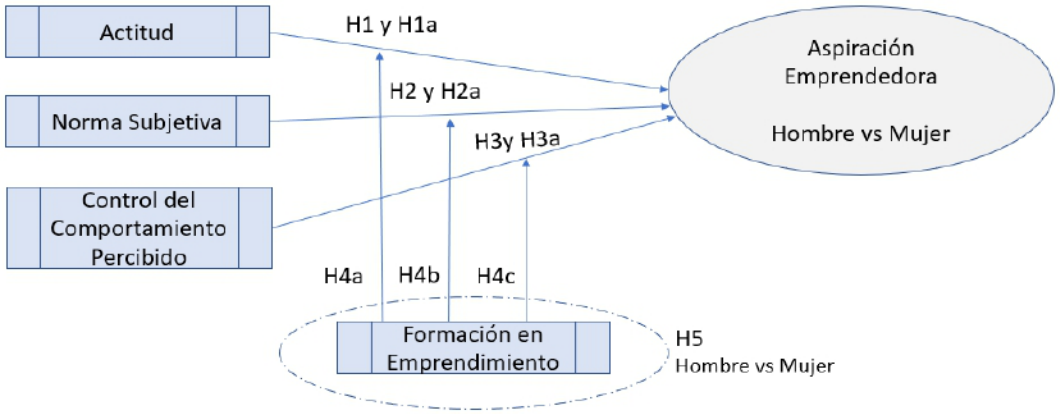
Con base al argumento anterior, se propone la siguiente hipótesis:

H5: Los efectos moderadores de la educación emprendedora sobre la actitud, norma subjetiva y el control conductual, son mayores en los estudiantes universitarios hombres que en las mujeres.

A continuación, se presenta gráficamente el Modelo Teórico de la Investigación:

Figura 5:

Modelo Teórico de la Investigación



Fuente: Elaboración propia.

3.3. Metodología de la Investigación

Este apartado engloba, desde una perspectiva empírica, el estudio de diversos aspectos relacionados con el modelo planteado en esta investigación. En la selección de los instrumentos de medida, se han tenido como criterios de gran importancia la fiabilidad y validez psicométrica.

3.3.1. Población, muestra del estudio y trabajo de campo

La población objeto de estudio son los estudiantes universitarios panameños. El interés en estudiar sus aspiraciones emprendedoras se sustenta en varios argumentos generales (Audretsch, 2014; Lakovleva et al., 2014; Singer, Amorós y Moska, 2015; Santos y Liñán, 2002; Trivedi, 2016; Urbano, 2003; Zollo et al., 2017): primero, porque el emprendimiento de los jóvenes universitarios es considerado como importante para el desarrollo económico, ya que generalmente son basados en el conocimiento y la tecnología. Segundo, el talento creativo inherente a la gente joven es crucial para el desarrollo de emprendimientos de alto impacto. Tercero, las universidades pueden proporcionarles las habilidades y conocimientos necesarios para llegar a ser una persona emprendedora. Cuarto, porque supone una salida profesional que repercute favorablemente en las tasas de desempleo juvenil, cada vez más en aumento en el país. Y, quinto, existe evidencia de que el nivel de formación está íntimamente relacionado con la calidad del tejido empresarial.

En cuanto a su estudio en el contexto panameño, los estudiantes universitarios han sido estudiados de manera escasa, en el ámbito de emprendimiento cuando, cada vez más muestran un interés creciente en desarrollar sus propios negocios, como su carrera profesional.

Muestra de ello se puede observar en el Informe GEM de Panamá del 2019. La Tasa de Emprendimiento Anual (TEA) ha crecido entre la gente de 18-24 años y mucho más con estudios universitarios completos. En la misma línea, se encuentran los datos obtenidos desde el Proyecto GUESSS (ver apartado 3.2.4.). Una de las preguntas realizadas a los estudiantes es que indiquen a qué se quieren dedicar cuando finalicen los estudios y la mayoría señalan que quieren ser emprendedores (Frende-Vega, González, Henríquez y Vergara, 2018).

En línea con lo anterior, los resultados de esta tesis doctoral permitirán analizar el papel que la educación empresarial ha desarrollado en la actualidad, en el fomento de las aspiraciones para emprender. Con base en esta información, se podrían plantear políticas universitarias que fortalezcan las aspiraciones para emprender, así como su paso a la creación efectiva de empresas.

Con el fin de poder extrapolar los resultados de esta investigación a la población de estudiantes universitarios, se invitó a participar en el estudio a las universidades panameñas que tienen un centro de emprendimiento y/o desarrollan actividades de emprendimiento. Las universidades que aceptaron participar fueron las siguientes: Universidad de Panamá (UP), Universidad Tecnológica de Panamá (UTP), Universidad Especializada de las Américas (UDELAS), Universidad Latina de Panamá (ULAT), Universidad del Istmo

(UDI), Quality Leadership University (QLU) y Universidad Santa María La Antigua (USMA), ver Anexo No.2.

Para determinar el tamaño de la población se le solicitó a cada una universidad que proporcionara el número de estudiantes matriculados hasta la fecha del septiembre de 2018 (Tabla 3). Para determinar el tamaño de la muestra, se emplea la siguiente fórmula para datos finitos:

$$n = \frac{Z^2{}_{\alpha/2} PQN}{\varepsilon^2 (N-1) + Z^2 PQ}$$

Donde:

N = Total del universo (Población).

Zα= 1.96 al cuadrado (nivel de confianza de la presente investigación 95).

p = proporción esperada (en este caso 50% = 0.5).

q = 1 – p (en este caso 1-0.5 = 0.5).

e = Margen de error (en la presente investigación 5%).

Para una población de 123,154 estudiantes universitario, es necesario una muestra mínima de 385. Igualmente, se procedió a realizar el proceso de estratificación de la muestra, para determinar la representación mínima de cada una de las universidades

participantes, de manera que fuera significativa de acuerdo con el porcentaje de participación en el universo de la población de estudio (ver Tabla 3).

Tabla 3:

Población y Muestra.

	POBLACIÓN		MUESTRA	Muestra
UNIVERSIDAD	N	%	n "mínima"	n "mínima"
UP	65343	53.06%	204	204.273146
UTP	24681	20.04%	77	77.1569336
UDELAS	11275	9.16%	35	35.2475356
UL	11176	9.07%	35	34.938045
USMA	4572	3.71%	14	14.2928366
UDI	5301	4.30%	17	16.5718125
QLU	806	0.65%	3	2.51969079
TOTAL	**123154**	**100.00%**	**385**	**385**

Fuente: Elaboración propia, a partir de información suministrada por las universidades participantes.

3.3.2. Variables de estudio y medición

En este apartado, se muestra la forma en que fueron medidas las diferentes variables empleadas para contrastar las hipótesis planteadas en esta investigación. Específicamente, las variables son: aspiraciones emprendedoras, actitudes hacia el emprendimiento, norma subjetiva, control sobre el comportamiento percibido y educación emprendedora.

3.3.2.1. Variable dependiente

La variable por explicar o predecir en el modelo es la aspiración emprendedora. Como se ha señalado con antelación, uno de los problemas encontrados en la literatura especializada sobre el tema, es que los investigadores han desarrollado sus propios instrumentos, bastante diferentes entre ellos, lo que complica la comparación de resultados (Chandler y Lyon, 2001).

En línea a lo anterior, Krueger et al. (2000) midió la variable a través de un solo ítem y fue el siguiente: "¿cuál es la probabilidad de que comience tu propio negocio en los 5 años próximos?".

Igualmente, Kolvereid y Isaksen (2006) también utilizaron una única pregunta para medir la aspiración emprendedora. Específicamente, le solicitaron a su población objeto de estudio que, sobre una escala Likert-7 (1: muy poco probable; 7: muy probable) respondieran a la cuestión de "cómo era de probable que dentro de un año estuvieran trabajando a tiempo completo en su propio negocio".

En cambio, Erikson (1999) les pidió a los participantes de su estudio que indicaran la "probabilidad de seguir una carrera emprendedora, en vez de trabajar por cuenta ajena.

Por otra parte, algunos investigadores que se han basado en los datos del Proyecto GEM han usado igualmente un único ítem, y este se refiere a si "se han planteado alguna vez crear su propia empresa" (Reynolds, Bygrave, Autio, Cox, y Hay, (2002). Esta es la medida utilizada por Palma (2011) en el contexto panameño.

La utilización de las medidas anteriores ha sido criticada por dos razones, fundamentalmente: por un lado, porque el uso de un solo ítem o pregunta para medir aspectos cognitivos, tal como lo es las aspiraciones emprendedoras, tiene sus limitaciones para poder capturar toda la complejidad de este tipo de conceptos (Chandler y Lyon, 2001). De otra parte, porque parecen medir aspectos diferentes, tales como: deseo, auto-predicción e intención de comportamiento (Armitage y Conner, 2001).

Con el fin de proporcionar una medida homogénea, Liñán y Chen (2009) proponen una medida de las aspiraciones emprendedoras que validaron con una muestra de estudiantes de negocios de España y Taiwan. Específicamente, los autores preguntan a los estudiantes, sobre una escala Likert-7, que señalen lo acuerdo/desacuerdo que están con cada una de las siguientes afirmaciones (1: totalmente en desacuerdo; 7: totalmente de acuerdo):

1. Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor (a).
2. Mi meta profesional es convertirme en emprendedor (a).

3. Haré todo lo posible para crear y dirigir mi propia empresa en el futuro.
4. Estoy decidido (a) a crear una empresa en el futuro.
5. Estoy pensado muy seriamente en iniciar una empresa.
6. Tengo la firme aspiración de crear una empresa algún día.

A partir de la propuesta de Liñán y Chen (2009), esta medida es ampliamente utilizada en la medición de las aspiraciones o intenciones emprendedoras (Holienka, Gál y Kovacicoca, 2017; Kuttin, Kallaste, Venesaar y Kiis, 2014; Laguía González, Jaén, Topa, y Moriano (2018), y Ruizalba, Vallespin, Martín-Sánchez y Rodríguez, 2015; López y Álvarez, 2019; Moreno-Gómez, Gómez-Araujo y Castillo-De Andreis, 2019). Dada la validez de esta, en la literatura científica especializada (Fayolle y Liñán, 2014), es la que se considera en esta tesis doctoral.

Dado que el objetivo de la tesis es analizar las aspiraciones emprendedoras, desde una perspectiva de género, se les solicitó a los estudiantes que indicaran si eran hombres o mujeres. Esta variable es dicotómica, codificándola como "0" si es hombre, y "1" si es mujer.

3.3.2.2. Variables independientes o explicativas

Las variables explicativas del modelo de esta tesis doctoral son las siguientes:

a) Actitud hacia el emprendimiento

Esta variable se refiere a cómo las personas perciben de positivo o negativo el ser emprendedor. Igualmente, no existe una medición unánimemente aceptada y es posible encontrar en la literatura diferentes escalas de medida. Sin embargo, y como señalan Liñán y Chen (2006), la actitud no solo mide cómo es el atractivo de la actividad emprendedora, sino que también contiene un aspecto de evaluación.

Por ello, es necesario una medida que recoja la multi-dimensionalidad del constructo (Azjen, 2002). En esta línea, una de las medidas más utilizada en el entorno académico es la propuesta por Liñán y Chen (2009), y es la que se utiliza en esta investigación por la garantía de sus altos niveles de fiabilidad y validez (Alonso Galicia, 2012; Lakovleva et al., 2011; Liñán et al., 2011).

En particular, y sobre una escala Likert-7, se les pregunta a los estudiantes que señalen lo acuerdo/desacuerdo que están con las siguientes afirmaciones (1: totalmente en desacuerdo; 7: totalmente de acuerdo):

1. Ser emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí.
2. Una carrera como emprendedor (a) es atractivo para mí.

3. Si tuviera la oportunidad y los recursos, me convertiría en un emprendedor (a).
4. Ser emprendedor (a) supondría grandes satisfacciones para mí.
5. Entre varias opciones, preferiría convertirme en emprendedor (a).

b) Norma subjetiva

Esta variable se refiere a si los individuos perciben, o no, que su círculo más cercano valora como algo positivo el ser emprendedor. Algunos estudios pioneros sustentados en la TCP, han medido esta variable de forma agregada y global; es decir, consideran a los grupos cercanos como un todo y sin diferencias entre ellos (Ajzen y Driver, 1992; Ajzen y Fishbein, 1980; Madden, Ellen, Ajzen (1992).

Sin embargo, en el desarrollo de investigación sobre aspiraciones emprendedoras se han ido utilizando otras medidas, las cuales analizan la influencia percibida por distintos grupos de referencia (Ajzen, 1991; Engle et al., 2010; Krueger et al., 2000; Liñán, 2008).

Entre los grupos más cercanos, y cuando la población objetivo son los estudiantes universitarios, es normal considerar a la familia, amigos y compañeros (Liñán y Chen, 2009; Obschonka et al., 2010).

Por tanto, para medir la norma subjetiva se utiliza en este estudio la propuesta por Liñán y Chen (2009) que es validada dentro de la literatura especializada (Armitage y Conner, 2001). Específicamente, y sobre una escala Likert-7, se les pregunta a los estudiantes que cómo creen que reaccionaría su entorno más cercano si eligiese una carrera emprendedora (1: muy negativamente; 7: muy positivamente):

1. Para mi familia es positivo que yo emprenda.
2. Para mis amigos es positivo que yo emprenda.
3. Para mis compañeros de universidad es positivo que Yo emprenda.

c) Control del comportamiento percibido

Esta variable, como se ha visto en el capítulo anterior, está relacionada con el concepto de autoeficacia de Bandura (1997), y refleja la facilidad o dificultad percibida de llevar a cabo actividades emprendedoras como es la creación de su propio negocio. Algunos autores la han definido como una variable dicotómica, a través de la siguiente

pregunta: "¿Tienes el conocimiento, las habilidades y experiencia requerido para comenzar un negocio?" (Aremis y Minniti, 2005).

Otros autores han preferido una escala de cuatro ítems, donde dos de ellos capturaban la facilidad de desarrollar acciones emprendedoras y las otras dos se referían al control que los participantes pensaban que tenían sobre sus propios comportamientos (Azjen, 2002).

No obstante, la más utilizada en la configuración de las aspiraciones emprendedoras es la desarrollada por Chen et al. (1998), y es la que se utiliza en esta tesis doctoral. En esta línea, y sobre una escala Likert-7, se les pregunta a los estudiantes que señalen el nivel de competencia en las siguientes tareas (1: muy baja competencia; 7: muy alta competencia):

1. Identificación de nuevas oportunidades de negocios.
2. Creación de nuevos productos y servicios.
3. Gestión de la innovación dentro de una nueva empresa.
4. Ser un líder y comunicador.
5. La creación de una red de contactos profesionales.
6. La comercialización de una nueva idea o desarrollo.
7. La gestión exitosa de un negocio.

3.3.2.3. Variable moderadora: educación emprendedora

En el modelo propuesto en esta tesis doctoral, se considera que la universidad desempeña un papel moderador en la relación entre las aspiraciones emprendedoras de los estudiantes hombres y mujeres y las variables independientes.

El rol de las universidades se mide, a través de educación en emprendimiento. En las universidades en general, y en las panameñas en particular, se puede observar que hay materias de emprendimiento que son obligatorias dentro de los planes de estudios en algunas carreras; otras son opcionales dentro del currículo de los estudios. Asimismo, algunas universidades ofertan seminarios de emprendimiento para todos los estudiantes, independientemente de los estudios que estén cursando, del año en que estén y del grado (licenciatura, posgrado, etc.).

Por ello, para conocer si los estudiantes han recibido alguna formación en emprendimiento, se les pregunta que señalen cuál de las siguientes afirmaciones aplica para usted (es válido múltiples respuestas):

1. No he asistido a un curso sobre emprendimiento hasta ahora.
2. He asistido a por lo menos un curso de emprendimiento como materia electiva.

3. He asistido a por lo menos un curso de emprendimiento como materia obligatoria.
4. Actualmente, estoy estudiando un curso de emprendimiento.

De esta forma, este constructo es una variable dicotómica, que toma el valor "0", si "no ha asistido a un curso de emprendimiento hasta ahora", y el valor "1", si señala cualquier otra respuesta.

Un resumen de la operacionalización de cada una de las variables analizadas en esta investigación se presenta en el Anexo III.

3.3.3. Instrumento: pre-test y validación

Para poder testar las hipótesis planteadas en el modelo teórico de esta investigación, se requiere una metodología de tipo cuantitativo y a través de fuentes primarias. Este tipo de fuentes implica la recopilación de información para un estudio en concreto y que, por lo general, no están a disposición del público en general, como pudieran ser, por ejemplo, las estadísticas elaboradas por organismos públicos.

El primer paso para la obtención de información primaria es la construcción del instrumento o cuestionario. El uso de cuestionarios presenta tanto ventajas como desventajas (Festinger y Katz, 1992).

En lo que se refiere a las ventajas, y en el caso específico de esta investigación, supone un ahorro de costos y tiempo, un alcance a una mayor muestra y uniformidad en la obtención de los datos, ya que las preguntas son las mismas y no están sujetas a subjetividad del encuestado o el investigador. Entre las desventajas, se suele señalar las siguientes: baja tasa de respuestas, pérdida de información en preguntas cerradas, sobre todo si estas son dicotómicas, y la posible no adecuada interpretación de algunas preguntas.

Para paliar las desventajas anteriores, se llevaron a cabo determinadas acciones. Por un lado, el trabajo de campo que se realiza para esta tesis doctoral forma parte de un proyecto con mayor alcance, como es el proyecto GUESSS y que los detalles de este se aprecian en apartados posteriores. Ello ha permitido llegar a más universidades, por tanto, a más estudiantes. También se motivó la participación de los estudiantes, mediante el sorteo de unas tabletas entre los participantes a nivel nacional.

Finalmente, y a pesar de ser un cuestionario estructurado, se utilizó la escala Likert-7, para captar más información en las respuestas de los estudiantes, debido a qué es la más adecuada cuando lo que se quiere medir son los aspectos cognitivos (Alaminos-Chica y

Castejón-Costa, 2006). La medida Likert-7 es la más utilizada en el campo del emprendimiento (Brice, 2002).

Como se aprecia en el apartado anterior, a la hora de diseñar los constructos para medir las variables que forman parte de esta investigación, se realizó una revisión de la bibliografía para identificar los constructos más aceptados en la literatura especializada de alto impacto. Como señala Davidsson (2004), lo anterior facilita la comparación con los resultados de otros estudios, y garantiza el uso de medidas validadas y fiables desde el punto de vista científico.

Como se aprecia en el anexo IV, el cuestionario se ha diseñado con un orden lógico. Se comienza un texto de presentación y se informa a los estudiantes de la confidencialidad de la información suministrada. Posteriormente, recoge información general sobre el estudiante como el género, año de comienzo de los estudios, universidad a la que pertenece, sede donde se encuentra adscrito y carrera que estudia. A continuación, en el cuestionario se incluyen las preguntas más relacionadas con la investigación.

En definitiva, el instrumento diseñado muestra las recomendaciones señaladas en las investigaciones en ciencias sociales y son las siguientes (Bernal, 2010; Hernández,

Fernández y Baptista, 2012): (i) que lo que se quiera medir esté íntimamente relacionado con los objetivos e hipótesis de la investigación; (ii) Que sea confiable; es decir, los resultados que se obtienen de un mismo individuo encuestado por dos personas distintas son los mismos. En este sentido, se dice que los resultados son consistentes, por tanto, confiables; (iii) Que sea válido. Ello implica que las variables medidas tienen su justificación teórica; (iv) Que sea objetivo; es decir, que no interviene las preferencias del investigador. En este sentido, se dice que el cuestionario no tiene sesgo.

El siguiente paso fue el de realizar un pre-test o prueba piloto, con el fin de detectar su idoneidad al contexto panameño y poder, en caso de identificar alguna anomalía, modificarlo para adaptarlo a la realidad de nuestro país. La realización de la prueba piloto es, por tanto, importante cuando se utilizan constructos que han sido validados en otros contextos territoriales, pero no en el país donde se encuentra la población objeto de estudio. Aunque las medidas utilizadas en el cuestionario de esta tesis doctoral han sido antes usadas en investigaciones descriptivas en Panamá, como es el caso del Proyecto GUESSS en la edición de 2016, por ende, se estimó validarlo de nuevo ya que este se aplicaba dos años después, probablemente, a estudiantes diferentes.

En línea con lo anterior, el cuestionario fue cumplimentado en julio del año 2018 por los estudiantes de la materia Formación de Emprendimiento de la Facultad de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Tecnológica de Panamá. Esta materia, en que la

autora es docente, se encuadra en el primer semestre académico y en el año mencionado contaba con 27 estudiantes. El tiempo medio de cumplimentación fue de 8 minutos y fue entendido por todos los estudiantes.

Para garantizar la fiabilidad de los datos y conocer si el cuestionario permitía la obtención de datos fiables para aportar conclusiones empíricas relevantes, se utilizó el Alfa de Cronbach, siendo este el más utilizado en este tipo de análisis (Bojórquez et al., 2013). Este estadístico genera valores entre 0 y 1, y se consideran como válido los datos que presenten valores superiores o iguales a 0.7.

Como se aprecia en la tabla 4, el Alfa de Cronbach es para cada ítem de 0.95, lo que demuestra una alta covarianza entre los ítems, por tanto, los datos son consistentes. Así, podemos concluir que las preguntas incluidas en el instrumento de esta tesis miden las variables que son objeto de estudio.

Tabla 4:

Análisis de fiabilidad de Alfa de Cronbach.

Item Reliability Statistics

	mean	sd	If item dropped Cronbach's α
IE 1	5.54	1.54	0.95
IE 2	6.02	1.38	0.95
IE 3	5.95	1.39	0.95

Item Reliability Statistics

	mean	sd	If item dropped Cronbach's α
IE 4	5.95	1.47	0.95
IE 5	5.60	1.59	0.95
IE 6	6.00	1.49	0.95
A 1	5.68	1.45	0.95
A 2	5.72	1.42	0.95
A 3	6.22	1.23	0.95
A 4	6.06	1.30	0.95
A 5	5.71	1.46	0.95
N 1	6.12	1.33	0.95
N 2	5.89	1.35	0.95
N 3	5.70	1.42	0.95
C 1	5.35	1.38	0.95
C 2	5.27	1.46	0.95
C 3	5.53	1.40	0.95
C 4	5.78	1.41	0.95
C 5	5.38	1.48	0.95
C 6	5.54	1.43	0.95
C 7	5.70	1.47	0.95

Fuente: Elaboración propia

3.3.4. Obtención de datos: Proyecto GUESSS

Como se ha comentado con antelación, esta tesis doctoral forma parte de un proyecto de mayor alcance como es el Proyecto GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey, o Encuesta Mundial sobre el Espíritu Emprendedor de los Estudiantes Universitarios, en español). Este proyecto es el mayor observatorio, a nivel internacional, cuyo propósito es el de analizar las intenciones de

carreras emprendedoras de los estudiantes universitarios, así como la de los factores que influyen en tales decisiones.

Coordinado a nivel internacional por la Universidad St. Gällen (Suiza) y de la mano del Dr. Philipp Stieger, comienza su iniciativa en el año 2003 con el propósito de hacer un análisis y diagnóstico de la situación de los estudiantes universitarios ante el fenómeno emprendedor y contribuir al conocimiento de sus aspiraciones en la elección de la carrera emprendedora, mediante el desarrollo de una imagen más precisa de las causas y consecuencias de tales decisiones. El estudio se realiza cada dos años con el fin de poder realizar estudios comparativos a lo largo del tiempo.

Específicamente, con el proyecto se pretende (Frende-Vega, Henríquez, González y Vergara, 2016):

- Observar de forma sistemática y a largo plazo las intenciones de elección de carrera emprendedora de los estudiantes universitarios, así como el tipo y características de la actividad empresarial que desarrollan.
- Identificar y valorar los antecedentes y las condiciones del entorno que determinan las intenciones emprendedoras, la creación de nuevas empresas y la carrera empresarial.
- Poder hacer comparaciones de tipo descriptivas, a nivel nacional e internacional de la intención emprendedora (Estudio de Panel).

- Extraer conclusiones que permitan diseñar programas y políticas gubernamentales nacionales que se traduzcan en emprendimientos que impacten el desarrollo económico y social del país.

Desde sus comienzos, el Proyecto GUESSS ha crecido en el número de países y universidades participantes, y las recomendaciones plasmadas a nivel internacional son consideradas en el diseño de políticas públicas de emprendimiento en general, y en las universitarias, en particular. En la edición de 2018, participaron más de 3,000 universidades pertenecientes a 54 países.

El mayor valor añadido del Proyecto GUESSS es que homogeniza un instrumento a nivel internacional para medir, entre otros aspectos, la intención o aspiración de carrera emprendedoras de los estudiantes universitarios de los diferentes países participantes. Hasta entonces, cada investigador utilizaba su propio cuestionario en función de sus intereses de investigación (Liñán, 2006), lo que limitaba la comparación entre los resultados obtenidos en cada trabajo, así como analizar los comportamientos emprendedores en diferentes contextos socioeconómicos.

El Proyecto GUESSS cuenta en cada país participante con un líder nacional, especialista en el tema y vinculado a una universidad o institución académica de enseñanza

superior. Además del líder nacional, se cuenta por cada universidad participante con un coordinador que apoya la recolección de datos en su universidad. Panamá participa por primera vez en la edición de 2016, liderado por Universidad de Panamá y es la responsable de la redacción de informe nacional que se publica en la web del proyecto: www.guesssurvey.org. Junto a la Universidad de Panamá participan también la Universidad Tecnológica de Panamá, Universidad Especializada de las Américas y Universidad Latina de Panamá. En la edición del 2018, se unieron la Universidad del Istmo, Quality Leadership University y Universidad Santa María La Antigua. Para más detalle, puede descargarse el Informe Nacional de Panamá de la web del proyecto.

El diseño del instrumento se basa en la TCP mediante una exhaustiva revisión de la literatura y es el mismo que se aplica en cada uno de los países, pero adaptado al idioma en cuestión. El proceso se lleva a cabo de forma estrictamente armonizada y es supervisado al detalle por los líderes nacionales, además, pueden proponer la inclusión de alguna pregunta exclusiva para su país. Dada la organización territorial de las universidades panameñas, se incorporó la relativa a la sede de pertenencia del estudiante, por provincias.

El instrumento ha ido evolucionando desde sus orígenes y en función del avance en la investigación en emprendimiento. El de la edición de 2018 consta de 98 preguntas agrupadas en los 11 bloques siguientes: los estudios, la universidad, las intenciones de

elección de carreras, el estudiante y el emprendimiento, antecedentes empresarios en la familia, cultura y valores sociales, información personal, planificación de la nueva empresa (emprendedores nacientes) y la propia empresa (emprendedores activos), el trabajo en una *start-up*, y la empresa familiar. No obstante, no todos los estudiantes responden a todas las preguntas, sino que depende de la fase en la que se encuentre su emprendimiento (potencial, naciente o activo) (Frende-Vega et al., 2016) o si actualmente trabaja en alguna empresa.

La rigurosa metodología empleada desde la recolección de los datos hasta la obtención de indicadores, así como la armonización de los datos procedentes de los distintos países garantiza la calidad de la base de datos global y permite la realización de comparaciones y la generación de estudios científicos, a partir de estos datos. En este sentido, cabe destacar el número creciente de trabajos de investigación publicados en revistas indexadas de alto impacto (e.j. *International Journal of Entrepreneurial Venturing, Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies, International Entrepreneurship and Management Journal, Studies in Higher Education, Journal of Business Venturing*) que utilizan la Base de Datos GUESSS internacional o la nacional de sus países, así como las tesis doctorales que están comenzando a surgir, a partir de este proyecto.

Esta práctica de investigaciones en temas de emprendimiento alrededor de proyectos como el GEM y otros es bastante común en los países más avanzados en publicaciones en revistas de alto impacto como las recogidas en la Web of Science o Scopus, tales como los europeos y norteamericanos, así como algunos latinoamericanos como es el caso de Chile, Colombia y México (ej.: Alonso-Galicia, 2012; Da Fonseca-Oliveira, 2015; Gajón, 2016; Justo, 2008; Noguera, 2012; Pérez-Blanco, 2016).

En definitiva, la relevancia científica y el reconocimiento recibido por el proyecto avalan la utilización de sus datos como base para realizar el trabajo empírico de esta tesis doctoral. Por otra parte, y como también se ha señalado, la medida de la intención emprendedora ha sido abordada con métricas dispares y escalas de medida no validadas (Thompson, 2009), consistentes en ocasiones únicamente en un ítem. Por tanto, resulta destacable la disponibilidad de una herramienta desarrollada y validada como la que proporciona el Proyecto GUESSS.

3.3.4.1. Obtención de datos

Para la obtención de la información, la coordinadora nacional del Proyecto GUESSS (UP) envía por correo electrónico el cuestionario digitalizado a cada una de las universidades participantes las cuales, nombran a una persona coordinadora del proyecto

por su universidad. La coordinadora del proyecto para la UTP es la autora de la presente investigación. Una de las tareas fundamentales de esta coordinación es la de difundir la encuesta entre sus estudiantes a nivel nacional y resolver cualquier cuestión o duda que pudiera surgir en el proceso de obtención de datos, además, de crear estrategias para fomentar la mayor cantidad de participantes.

Las universidades participantes compartieron estrategias de difusión y captación de información conjuntas, entre las que se encuentran las siguientes: envío del vínculo de la encuesta por correo electrónico y por la red wasap, directamente a los estudiantes, aplicación desde los laboratorios de informática, estaciones o kioscos tecnológicos ubicados estratégicamente en lugares de alta presencia de estudiantes en los diferentes campus universitarios, envío del link a los decanos y directores de centros regionales. Se facilitó el uso de computadoras de las universidades para que los estudiantes pudieran completar la encuesta sin uso de su propia data.

Igualmente, y como es práctica común en este tipo de estudios, se incentivó la participación de los estudiantes, mediante el sorteo de cinco *laptops* entre los que cumplimentaron la encuesta.

El periodo del trabajo de campo se realizó entre los meses de octubre de 2018 y enero de 2019, igual que en el resto de los países participantes en el Proyecto GUESSS, ver Anexo V, Cronograma de Actividades. La muestra nacional alcanzada fue de 1,879.

En la tabla 5, se destaca las principales características de la investigación cuantitativa.

Tabla 5:

Características de la investigación

Población	Estudiantes universitarios de Panamá
Ámbito geográfico	Ciudad de Panamá y en las ciudades donde hay centros universitarios.
Método de la obtención de la información	Cuestionario estructurado, en línea.
Procedimiento de muestreo	Estratificado por universidades, probabilístico, y no probabilístico por conveniencia.
Tamaño muestral	1,879
Fecha del trabajo de campo	Octubre 2018- Enero 2019

Fuente: Elaboración propia

No obstante, y como se ha mencionado en epígrafes anteriores, en esta tesis doctoral solo se utiliza una pequeña parte de las variables que conforman el cuestionario del proyecto, por otra parte, no todos los estudiantes responden todas las preguntas, ya que ello depende de la fase del proceso emprendedor en que se encuentre. Por ello, la muestra de esta tesis doctoral engloba a 1,879 estudiantes. La descripción de esta se detalla en el Capítulo 4 de esta investigación.

CAPÍTULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis de resultados y contraste de las hipótesis

En este capítulo se aborda, desde una perspectiva empírica, el estudio de las relaciones planteadas en el modelo (ver Figura 5). Específicamente, se pretende contrastar el modelo propuesto por Azjen (1991) y Sieger, Fueglistaller y Zellweger (2011), pero en el contexto de Panamá y de los estudiantes universitarios, añadiéndole un enfoque de género. Posteriormente, se analiza si la educación en emprendimiento desempeña un papel moderador en las relaciones, anteriormente propuestas.

Para ello, se ha dividido el capítulo en tres apartados. Tras esta introducción, se describe la muestra y se valida su representatividad. En el segundo apartado, se presentan con detalle las variables que forman parte de esta investigación y se analiza la existencia de diferencias de género. Por último, en el tercer apartado se contrastan las hipótesis respecto a las relaciones directas y las moderadoras planteadas en el modelo.

Para los análisis estadísticos realizados en este capítulo, se ha utilizado el programa estadístico STATA 16.

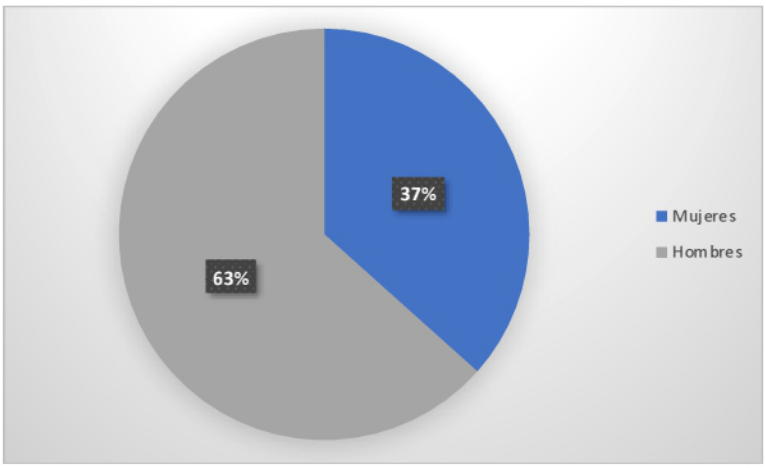
4.1.1. Descripción de la muestra y su representatividad

4.1.1.1. Composición muestral

Como se indicó en el capítulo anterior, la muestra total está compuesta por un total de 1,879 estudiantes, con una mayor participación de los estudiantes hombres (63.4%), como se observa en el gráfico 2.

Gráfico 2:

Participación porcentual (%) de la muestra, por género.



Fuente: Elaboración propia

El 26.88% de los estudiantes habían comenzado sus estudios en la universidad el mismo año en que se realizó la encuesta, y un 55%, aproximadamente, ya llevaban estudiando desde el año 2015 (ver tabla 6).

Tabla 6

Año de inicio de estudios universitarios

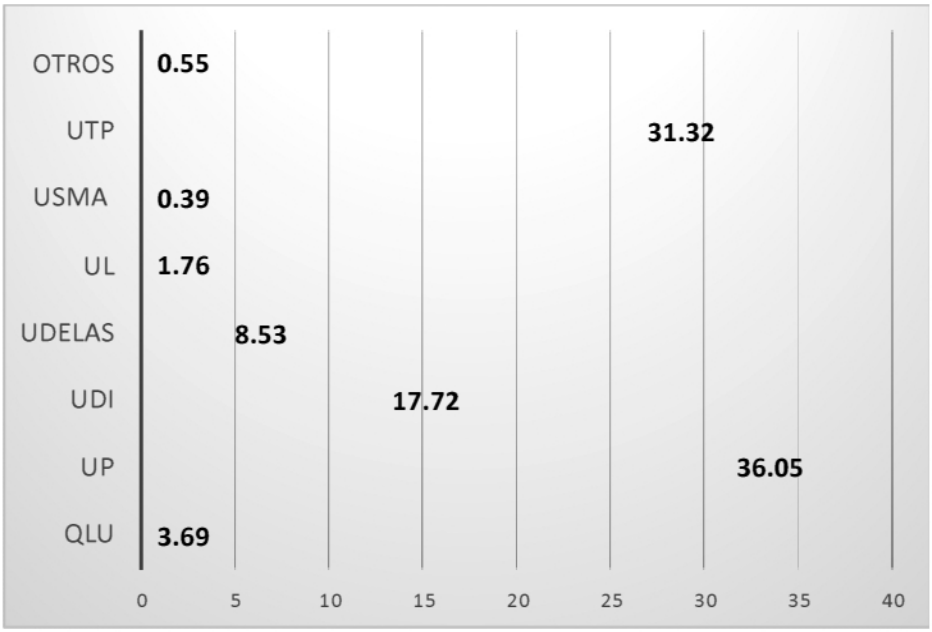
Año Comienzo	%
< 2008	2.08
2008	0.36
2009	0.76
2010	0.73
2011	0.90
2012	1.71
2013	4.07
2014	6.79
2015	16.13
2016	19.61
2017	19.50
2018	26.88

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la universidad donde estudia y como se observa en la Gráfico 3, un 36.05% de los estudiantes pertenecían a la Universidad de Panamá (UP), a la Universidad Tecnológica de Panamá (UTP), un 31.32%. Respecto a las universidades privadas, la que mayor presencia tuvo fue la Universidad del Istmo (17.72%).

Gráfico 3:

Universidades donde estudian (%).

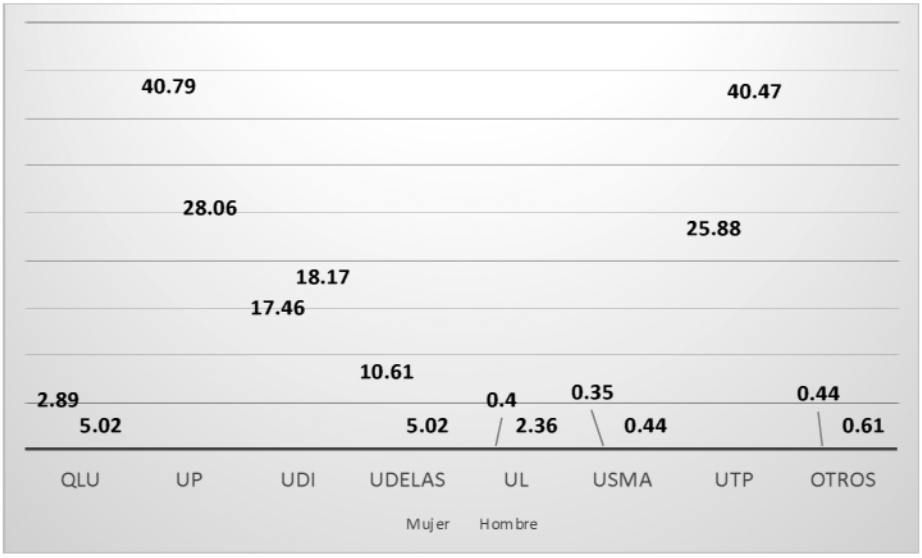


Fuente: Elaboración propia

En lo que se refiere a la distribución del género por universidades, la Gráfico 4 muestra que las mujeres estudiantes que participaron en la encuesta tienen mayor presencia en la Universidad de Panamá (UP) y en la Universidad Especializada de las Américas (UDELAS).

Gráfico 4:

Universidades y participación por género

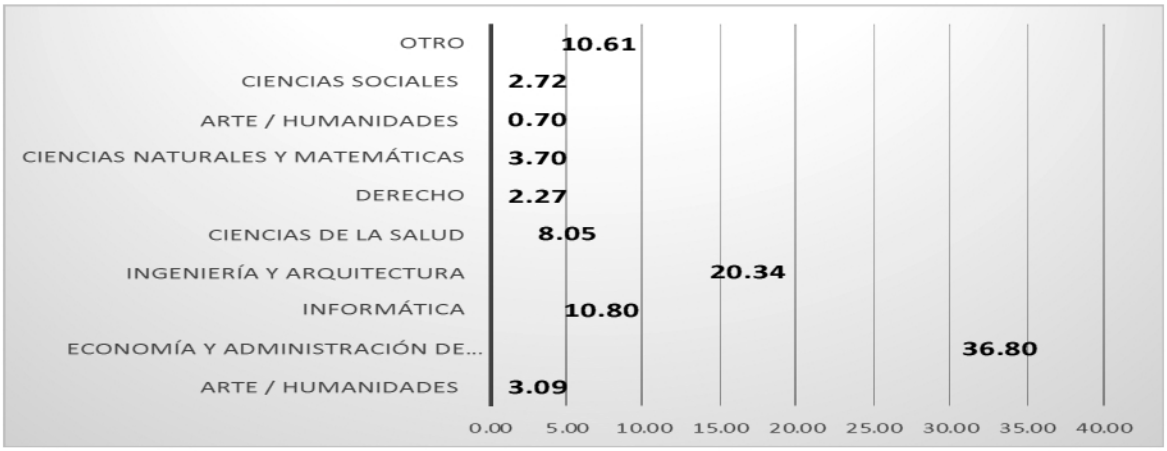


Fuente: Elaboración propia

El gráfico 5 recoge la participación de los estudiantes por carreras o campo de estudio. La mayoría estudiaba carreras de Economía y Administración de Empresas, así como de Ingeniería y Arquitectura.

Gráfico 5:

Participación de estudiantes por carrera

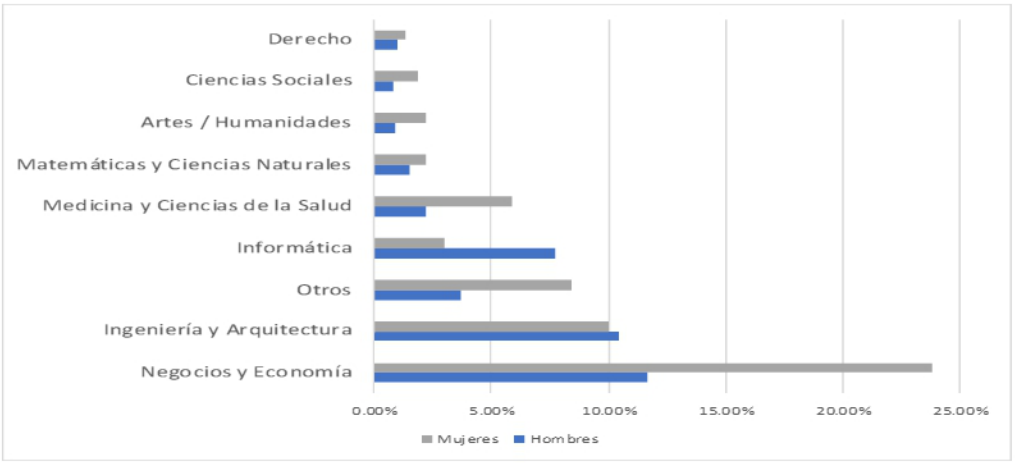


Fuente: Elaboración propia

Por género, las mujeres están más representadas en las carreas de Economía y Negocios, así como la de Ciencias de la Salud. En cambio, en los estudios de Arquitectura e Ingeniería todavía están en menor presencia (ver Gráfico 6).

Gráfico 6:

Carrera por género

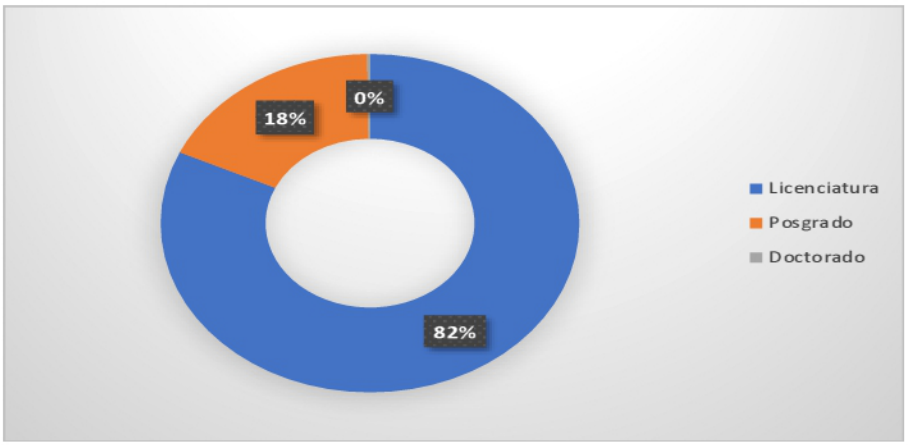


Fuente: Elaboración propia

En la Gráfico 7, se observa que el 82% de los estudiantes se encuentran cursando carreras de nivel de licenciatura, y en menor proporción en posgrado y maestrías de grado (18%).

Gráfico 7:

Nivel de estudios



Fuente: Elaboración propia

4.1.1.2. Representatividad

4.1.1.2.1. Sesgo de las respuestas

Los sesgos de las respuestas pueden surgir de cualquier variable del modelo: aspiración emprendedora, actitud, norma, control, educación y género. Como se parte del supuesto de que la aspiración emprendedora tiene niveles diferentes en función del género, se decidió examinar la representatividad de esa variable.

Para saber qué tipo de prueba aplicar (paramétrica versus no paramétricas), se analizó si los datos siguen una distribución normal, ya que este es uno de los requisitos que se debe cumplir para aplicar las pruebas paramétricas. Para ello, y debido a la naturaleza de las variables y del tamaño de la muestra, se aplica la prueba Skewness-Kurtosis.

Tabla 7:

Test de Normalidad Skewness/Kurtosis.

Variable	Obs	Pr(Skewness)	Pr(Kurtosis)	adj_chi2(2)	Prob>chi2
Residuos	1,879	0.000	0.000	.	0.000

Fuente: Elaboración propia

Como se aprecia en la tabla 7, el p-valor es menor a 0.05, por tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) de la normalidad de los datos. Lo anterior supone que los datos no siguen una distribución normal y que debe aplicarse pruebas no paramétricas. Sin embargo, al ser la muestra lo suficientemente amplia, puede aplicarse otros exámenes (test) para determinar la idoneidad de utilizar técnicas de regresión múltiple (Grisson y Kim, 2012).

Para ello, se calcula la prueba de U de Mann-Whitney y la prueba de suma de rangos de Wilcoxon, que permite contrastar la hipótesis de diferencia entre dos muestras independientes, precisamente entre la de las mujeres y los hombres estudiantes

universitarios. Dado que la variable puede ser simétrica o asimétrica, la hipótesis nula se formula como igualdad de medidas de centralización:

H_0: M_M (Mediana Mujer) = M_H (Mediana Hombres)

H_1= M_M = $M_{H,}$

donde M_M es la mediana de la submuestra de las mujeres universitarias y M_H es la mediana de la submuestra de los hombres universitarios.

La tabla 8 muestra que debe rechazarse la hipótesis de igualdad de medianas (p-valor < 0.05) y se acepta que no hay diferencia representativa entre los estudiantes universitarios que respondieron o no a la encuesta en función del género. Por tanto, queda probada la representatividad de la muestra.

Tabla 8:

Test Mann-Whitney.

Género	obs	rank	sum	expected
0	688		609666	646720
1	1191		1156594	1119540
combined	1879		1766260	1766260
adjustment for ties -1697443				
adjusted variance 1.267e+08				
Ho:				

AE(Genero==0)=AE(Genero ==1)			
z = -3.292			
Prob >	z	=	0.0010

Fuente: Elaboración propia

4.1.1.2.2. Potencia estadística

Aunque gran parte de los trabajos científicos omiten el cálculo de la potencia estadística, la *American Psychological Association* (APA, 2011) viene recomendándolo desde hace tiempo. La no información de la potencia estadística puede suponer la falta de credibilidad de los resultados que se encuentren en los estudios (Cohen, 1988). Por tanto, conocer la potencia estadística es, cada vez más, una cuestión ética y técnica (Grissom y Kim, 2012).

La potencia estadística, es decir, la probabilidad de detectar efectos significativos depende de (Hair, Anderson, Tatham y Black, 1995):

- El nivel de alfa (α) elegido para testar las hipótesis; es decir, el nivel estadístico al cual la hipótesis nula será rechazada.
- El tamaño del efecto, que se refiere al resultado de un tratamiento experimental, e indica en cuánto las variables independientes son capaces de explicar o predecir de la variable dependiente.
- El tamaño de la muestra.

Así, una pequeña muestra de estudiantes universitarios podría limitar la interpretación de los resultados al incrementarse la probabilidad de no detectar una relación entre las variables (Hair et al., 1995).

Cohen (1992) proporciona valores de la potencia estadística para detectar efectos de tamaño pequeños, medianos y grandes. El tamaño efecto mide lo fuerte que será la relación entre las variables de estudio. Igualmente, Cohen (1988) sugiere usar un nivel de potencia de 0.80, el cual corresponde a un efecto "grande". El tamaño muestral está relacionado con una medida del efecto según la fórmula siguiente:

$$N = \frac{\lambda\,(1-R2)}{R2}$$

Siendo N el tamaño muestral, R el coeficiente de correlación y λ la medida del tamaño del efecto, que depende del nivel de significación, de la potencia y del número de variables independientes.

El tamaño sugerido por Cohen (1992) suele ser el "grande", pues es habitual elegir un nivel de potencia de 0.80. Para este nivel de potencia, eligiendo un nivel de significación de $\alpha = 0.05$, y con tres variables independientes, las tablas de Cohen (1988) muestran un valor de $\lambda = 7.8$. Lo anterior conduce a un tamaño muestra de 260 estudiantes, bastante menor que la muestra de esta tesis doctoral que es de 1,879. Incluso si decidiéramos hacer

un examen (test) más restrictivo para $\alpha = 0.01$, se obtendría un tamaño muestral de 390 estudiantes, superado también con holgura la muestra de esta investigación.

Por otra parte, Cohen (1988) propone relajar el nivel de significación a $\alpha = 0.10$, para poder detectar efectos pequeños no detectados al nivel 0.05. A este nivel de 0.05, se detectarían efectos grandes y medianos, pero si estuviesen presentes efectos pequeños se incurriría en un error tipo II, no encontrándose, por tanto, relación donde realmente existe.

Como la mayoría de nuestros análisis se encuentran en los niveles de significación señalados, podemos concluir que no existe ni error tipo I ni tipo II.

4.2. Análisis descriptivo de las variables del modelo

A continuación, se presenta un análisis descriptivo general de los estadísticos descriptivos de la muestra general, así como para los grupos de mujeres y hombres estudiantes universitarios. Estos análisis, y los que se realizarán en epígrafes posteriores, son llevados a cabo mediante el paquete estadístico STATA 16, que es la última versión disponible en el mercado hasta la fecha.

4.2.1. Aspiración emprendedora

Esta variable, tal como se mencionó en el capítulo anterior, fue medida siguiendo la propuesta de Liñán y Chen (2009) y es ampliamente utilizada en la investigación especializada en emprendimiento.

Como se observa en la tabla 9, los estudiantes universitarios de Panamá tienen una alta disposición a emprender y de convertirse en una persona emprendedora en el futuro.

Tabla 9:

Análisis descriptivo de la aspiración emprendedora de los estudiantes universitarios de Panamá.

	Ítems	Media	D.T.	Min	Max
AE1	Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor (a).	5.59	1.53	1	7
AE2	Mi meta profesional es llegar a ser un emprendedor (a).	6.93	1.64	1	7
AE3	Haré todo lo posible para crear y dirigir una empresa en el futuro.	6.85	1.65	1	7
AE4	Estoy decidido a crear una empresa en el futuro.	6.85	1.66	1	7
AE5	He pensado muy en serio en iniciar una empresa.	6.47	1.86	1	7
AE6	Tengo la firme aspiración de crear una empresa algún día.	6.94	1.63	1	7

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la diferencia de medias, se aprecia en la tabla 10 que para algunos ítems la media es levemente mayor para los estudiantes hombres y, en otros ocurre lo contrario, como por ejemplo “Tengo la firme intención de iniciar un negocio algún día”.

Tabla 10:

Comparación de medias respecto a la aspiración emprendedora.

Ítems		Mujer	Hombre
		Media	Media
AE1	Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor (a).	5.67	5.44
AE2	Mi meta profesional es convertirme en emprendedor (a).	6.90	6.80
AE3	Haré todo lo posible para crear y dirigir una empresa en el futuro.	6.88	6.79
AE4	Estoy decidido a crear una empresa en el futuro.	6.73	6.92
AE5	He pensado muy en serio en iniciar una empresa.	6.40	6.45
AE6	Tengo la firme aspiración de crear una empresa algún día.	6.90	6.62

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a las posibles diferencias de género, la tabla 11 muestra la relación entre la aspiración emprendedora y el género, y se observa que los hombres tienen una AE alta (92.95%) superior a la de las mujeres (89.98%).

Tabla 11:

Aspiración emprendedora y género

GÉNERO	AE		
	Baja	Alta	Total
M	69	619	688
	10.03	89.97	100.00
H	84	1107	1191
	7.05	92.95	100.00
Total	153	1726	1879
	8.14	91.86	100.00

La primera fila se refiere a las frecuencias y la segunda a los porcentajes

Fuente: Elaboración propia

4.2.2. Actitud hacia el emprendimiento

En cuanto a esta variable, se identifica una valoración muy favorable; es decir, la mayoría de los estudiantes ven muy positivo el hecho de ser emprendedor (ver tabla 12). Quizás, el ítem menos valorado es de "Si tuviese la oportunidad y los recursos, me convertiría en empresario".

Tabla 12:

Análisis descriptivo de la actitud hacia el emprendimiento

	Item	Media	D.T.	Min	Max
ACT1	Ser emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí.	6.62	1.59	1	7

ACT2	Una carrera como emprendedor (a) es atractiva para mí.	6.63	1.62	1	7
ACT3	Si tuviera la oportunidad y los recursos, me convertiría en un emprendedor (a).	6.11	1.48	1	7
ACT4	Ser emprendedor (a) supondría grandes satisfacciones para mí.	6.95	1.54	1	7
ACT5	Entre varias opciones, prefiero convertirme en emprendedor (a).	6.63	1.64	1	7

Fuente: Elaboración propia

Al comparar las medias, se observa una media levemente superior para todos los ítems de los estudiantes universitarios hombres, respecto a sus compañeras estudiantes.

Tabla 13:

Comparación de medias respecto a la actitud hacia el emprendimiento

	Ítems	Mujer	Hombre
		Media	Media
ACT1	Ser emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí.	6.59	6.63
ACT2	Una carrera como emprendedor (a) es atractiva para mí.	6.60	6.64
ACT3	Si tuviera la oportunidad y los recursos, me convertiría en un emprendedor (a).	6.05	6.14
ACT4	Ser emprendedor (a) supondría grandes satisfacciones para mí.	6.89	6.97
ACT5	Entre varias opciones, prefiero convertirme en emprendedor (a).	6.63	6.64

Fuente: Elaboración propia

4.2.3. Norma Subjetiva

Los estadísticos descriptivos de la tabla 14 recoge que los estudiantes universitarios de Panamá perciben que, para los tres grupos más cercanos, -familia, amigos y compañeros- el que ellos emprendan es algo positivo, siendo un rango mayor, para los amigos.

Tabla 14:

Análisis descriptivo de la norma subjetiva

	Item	Media	D.T.	Min.	Max
N1	Para mi **familia** es positivo que Yo emprenda.	6.08	1.44	1	7
N2	Para mis **amigos** es positivo que Yo emprenda.	6.69	1.70	1	7
N3	Para mis **compañeros de universidad** es positivo que Yo emprenda.	6.57	1.66	1	7

Fuente: Elaboración propia

No obstante, la tabla siguiente muestra que la percepción que tienen las mujeres sobre si su familia o compañeros verían como algo positivo que ellos emprendieran, es algo menor, en el caso de las mujeres (ver tabla 15).

Tabla 15:

Comparación de medias respecto a la norma subjetiva

	Ítem	Mujer	Hombre
		Media	Media
N1	Para mi **familia** es positivo que Yo emprenda.	5.88	6.07
N2	Para mis **amigos** es positivo que Yo emprenda.	6.77	6.77
N3	Para mis **compañeros de universidad** es positivo que Yo emprenda.	*6.16*	*6.61*

Fuente: Elaboración propia

4.2.4. Control Percibido

Esta variable hace referencia a cómo los estudiantes perciben que tienen los conocimientos, habilidades y actitudes para poner en marcha sus propios negocios. En este sentido, los estudiantes muestran, en general, una alta auto-eficacia, aunque los ítems menos valorados son el de "Creación de nuevos productos y servicios" y "La gestión exitosa de un negocio" (ver tabla 16).

Tabla 16:

Análisis descriptivo del control percibido

	Ítems	Media	D.T.	Min.	Max
C1	Identificación de nuevas oportunidades de negocios.	6.28	1.53	1	7
C2	Creación de nuevos productos y servicios.	6.17	1.65	1	7
C3	Gestión de la innovación dentro de una nueva empresa.	6.43	1.59	1	7
C4	Ser un líder y comunicador.	6.67	1.63	1	7
C5	La creación de una red de contactos profesionales.	6.31	1.65	1	7
C6	La comercialización de una nueva idea o desarrollo.	6.45	1.62	1	7
C7	Gestión exitosa de un negocio	6.22	1.54	1	7

Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, en la tabla 17 se aprecia que las valoraciones de las medidas de las variables son menores, en el caso de las mujeres.

Tabla 17:

Comparación de medias respecto al control percibido

	Ítems	Mujer	Hombre
		Media	Media
CI	Identificación de nuevas oportunidades de negocios.	6.24	6.30
C2	Creación de nuevos productos y servicios.	6.16	6.40
C3	Gestión de la innovación dentro de una empresa.	5.23	5.44
C4	Ser un líder y comunicador.	6.61	6.70
C5	La creación de una red de contactos profesionales.	5.26	5.33
C6	La comercialización de una nueva idea o desarrollo.	5.57	5.64
C7	Gestión exitosa de un negocio	6.02	6.22

Fuente: Elaboración propia

Los análisis descriptivos anteriores proporcionan una composición global de las variables, tal vez útiles para tener una apreciación de las diferencias de género que pueden existir entre los estudiantes universitarios panameños en lo que respecta a su aspiración emprendedora y a las variables que las anteceden.

4.2.5. Educación en emprendimiento

En lo que se refiere a la educación en emprendimiento, la tabla 18 recoge por género, los estudiantes que han participado, o no, en algún curso sobre el tema. Dentro de estos cursos de incluyen tanto los obligatorios como los optativos. Es notorio que la mayoría de los estudiantes no hayan participado en algún curso de formación en emprendimiento y los estudiantes hombres son quienes más han asistido (21.95%).

Tabla 18:

Educación y Género

GÉNERO	EDUCACIÓN		
	0	1	Total
M	537	151	688
	78.05	21.75	100.00
H	932	259	1191
	78.25	21.95	100.00
Total	1469	410	1879
	78.18	21.82	100.00

La primera fila se refiere a las frecuecias y la segunda a los porcentajes

Fuente: Elaboración propia

La tabla 19 muestra la media, desviaciones estándares, así como los valores mínimos y máximos de las variables, objetivo del estudio. Igualmente, muestra las correlaciones.

Tabla 19:

Matriz de correlaciones

Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
AE	1879	.919	.274	0	1
ACTITUD	1879	5.907	1.169	1	7
NORMA	1879	5.934	1.143	1	7
CONTROL	1879	5.537	1.229	1	7
EDUCACIÓN	1879	.218	.413	0	1
GÉNERO	1879	.634	.482	0	1

Variables	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
(1) AE	1.000					
(2) ACTITUD	0.597*	1.000				
	(0.000)					
(3) NORMA	0.241*	0.417*	1.000			
	(0.000)	(0.000)				
(4) CONTROL	0.447*	0.622*	0.383*	1.000		
	(0.000)	(0.000)	(0.000)			
(5) EDUCACIÓN	-0.041	-0.088*		-0.046*	1.000	
	(0.079)	(0.000)	(0.121)	(0.048)		
(6) GÉNERO	0.052*	0.058*		0.062*		1.000
	(0.023)	(0.012)	(0.170)	(0.007)	(0.919)	

**** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1*

Fuente: Elaboración propia

Las correlaciones entre las diferentes variables independientes y la AE se muestran en la tabla 19. Se observa que son menores de 0.5, en la mayoría de los casos. Las únicas correlaciones relevantes son la existente entre la Actitud y la Aspiración Emprendedora

(0.597) a un nivel de significación de $p>0.05$. Por tanto, se puede afirmar que en el modelo no se aprecian síntomas de multicolinealidad.

4.3. Contrastación de hipótesis

4.3.1. Análisis de medias

Antes de profundizar en las relaciones planteadas en el modelo, se realizó el contraste de medias entre mujeres y hombres, con respecto a la variable dependiente y las variables independientes. Cuando se compara grupos de mujeres y hombres, una de las pruebas más utilizadas es el test de Mann-Whitney-Wilcoxon (MWW). No obstante, se debe analizar antes si cumplen los requisitos (Johnson y Wichern, 2007):

(i) Muestra aleatoria, que como se describió en el capítulo anterior, los estudiantes que participaron fueron elegidos aleatoriamente.

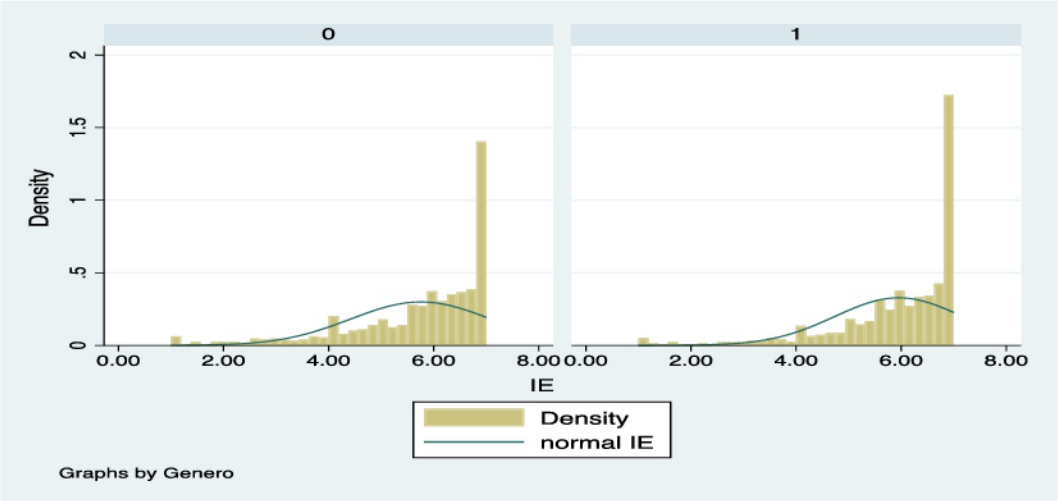
(ii) Observaciones independientes. Igualmente, se cumple con este supuesto ya que los estudiantes entre sí no muestran dependencia alguna manifiesta (ej. parentesco, etc.).

(iii) Variable continua. Las variables independientes del modelo son numéricas, por tanto, se cumple este supuesto.

(iv) Funciones de distribución similares. El gráfico 8, muestra que tanto el grupo de mujeres como el de los hombres, siguen una distribución bastante igual.

Gráfico 8:

Función de distribución por género



0: Mujer; 1: Hombre

Fuente: Elaboración propia

Dado que cumple con los supuestos necesarios, se procede a aplicar el test de MWW para la variable dependiente y cada una de las variables independientes. La hipótesis que se contrastaría para las variables, con respecto al género es la siguiente:

H_0: $M_M = M_H$

H_1= $M_M = M_{H,}$

donde M_M, representa la mediana de la mujer, M_H la mediana de los hombres.

Tal como se muestra en la tabla 20, *el p-value* (0.012) es menor que 0.05, por tanto, se rechaza la hipótesis H_0, y se acepta, por ende, que existen diferencias significativas en la aspiración para emprender, entre las estudiantes universitarias mujeres y sus homólogos masculinos.

Tabla 20:

Test Aspiración Emprendedora y Género

	Género		
Mayor que la mediana	M	H	Total
No	408	635	1,043
Si	280	556	836
Total	688	1,191	1,879

Pearson chi2(1) = 6.3267 Pr = 0.012
p<0.05

Fuente: Elaboración propia

La tabla 21 muestra que no existen diferencias significativas entre actitud hacia el emprendimiento entre las mujeres y hombres que forman parte de la población objeto de estudio (*p-value* > 0.05).

Tabla 21:

Test Actitud y género

	Género		
Mayor que la mediana	M	H	Total
No	381	621	1,002
Si	307	570	877
Total	688	1,191	1,879

Pearson chi2(1) = 1.8357 Pr = 0.175
p<0.05

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la norma subjetiva, tampoco se observan diferencias significativas entre los dos grupos de estudiantes universitarios de Panamá (mujeres versus hombres) (ver tabla 22).

Tabla 22:

Test Norma Subjetiva - Género

	Género		
Mayor que la mediana	M	H	Total
No	353	595	948
Si	335	596	931
Total	**688**	**1,191**	**1,879**

Pearson chi2(1) = 1.8357 Pr = 0.175
p<0.05

Fuente: Elaboración propia

Respecto a la variable control percibido, en la tabla 23 se muestra que existen diferencias significativas entre los estudiantes universitarios hombres y las mujeres (*p-value*<0.021).

Tabla 23:

Test Control Percibido - Género

	Género		
Mayor que la mediana	M	H	Total
No	372	577	949
Si	316	614	930
Total	688	1,191	1,879

Pearson chi2(1) = 1.8357 Pr = 0.175
p<0.05

Fuente: Elaboración propia

Como se ha apreciado anteriormente, existen diferencias significativas entre estudiantes universitarios panameños mujeres y hombres en cuanto a las variables de Aspiración Emprendedora y Control Percibido, pero no hay diferencias con respecto a la Actitud hacia el Emprendimiento y la Norma Subjetiva. Estos resultados indican que es necesario profundizar más en las relaciones de esas variables respecto a su impacto en el género de los estudiantes. Por otra parte, el contraste de medianas de MWW no nos permite valorar si esas semejanzas o diferencias tienen mayor o menor incidencia en la Aspiración para Emprender de ambos grupos de estudiantes. Por ello, y a continuación, se procede a realizar un análisis más profundo a través de análisis de regresión múltiple.

4.3.2. Análisis de regresión múltiple

La mayoría de las investigaciones en emprendimiento han utilizado análisis de regresión múltiple para testar las hipótesis propuestas en sus modelos de investigación (Manley, Hair, Williams y McDowell, 2020). Estos autores, llevaron a cabo un estudio sobre los estudios incluidos en la base de datos ABI/Inform que en sus títulos incluían el término "emprendedor" o "emprendimiento". De 10,228 trabajos identificados, el 75% de ellos usaron regresión múltiple (Manley, Hair, Williams y McDowell, 2020).

Para testar las hipótesis planteadas en esta tesis doctoral, se realizó un análisis de regresión por pasos (da Fonseca, Moriano, Laguía y Salazar, 2015): primero, con la muestra total, y después de forma separada para mujeres y hombres estudiantes universitarios de Panamá. Específicamente, el modelo 1 (M1) representa el análisis de regresión con la totalidad de la muestra. Primero con las variables de relación directa (Actitud, Norma Subjetiva y Control Percibido) y después con la variable moderadora (Educación). Igualmente, se realiza con la submuestra de mujeres universitarias (M2) y con sus homólogos masculinos (M3).

En la tabla 24, se muestra un resumen de los resultados obtenidos.

Tabla 24.

Resumen resultados regresiones múltiples

	M1. AE		M1. AE y Educación		M2. AE Femenino		M2. AEI y Educación		M3. AE Masculino		M3. AE M y Educación	
VARIABLES	Coef.	p-value	Coef.	p-value	Coef.	p-value	Coef.	p-value	Coef.	p-value	Coef.	p-value
Constante	0.523	0			0.379	0.019			0.647	0		
ACTITUD	0.688	0			0.679	0			0.698	0		
NORMA	0.009	0.612			-0.007	0.8			0.016	0.473		
CONTROL	0.224	0			0.208	0			0.249	0		
ACTITUD*EDUC			-0.015	0.748			-0.018	0.797			-0.016	0.798
NORMA*EDUC			0.042	0.309			0.101	0.11			-0.004	0.937
CONTROL*EDUC			0.036	0.427			0.011	0.885			0.051	0.383

Fuente: Elaboración propia

No obstante, a continuación, se detalla el testeo de las hipótesis planteadas. Primero, comenzamos con las relaciones directas, y posteriormente, con la moderación de la variable educación en emprendimiento.

4.3.2.1. Relaciones directas y Género

Con el fin de testar las hipótesis H1, H2 y H3, se realizaron tres análisis de regresiones múltiples. En la tabla 25, se muestra el análisis efectuado con la muestra total, donde la Aspiración Emprendedora (AE) es la variable dependiente; y las independientes, las correspondientes a la Actitud hacia el emprendimiento (Actitud), Norma Subjetiva (Norma) y Control Percibido (Control). El modelo que se pretende testar se representa de la siguiente forma:

$$AE = \beta_{0+}\beta_1 * Actitud + \beta_2 * Norma + \beta_3 * Control$$

Como se puede apreciar en la tabla 25, la bondad del ajuste del modelo es bueno, ya que el coeficiente de correlación (R^2) es de 0.629. Este valor es aceptable cuando las unidades de análisis son las personas, puesto que la predicción de su comportamiento es más complicada que cuando se trata de predecir a otro tipo de unidades (Hair et al., 1995).

Las variables que tienen un efecto significativamente positivo es la Actitud y el Control (p-value = 0), al 99% de Confianza. Por tanto, se puede aceptar las hipótesis H1 y H3. En esta línea, se entiende que un aumento en una unidad en la Actitud de los estudiantes aumenta su aspiración a emprender en un 0.688. En cuanto al Control Percibido, la incidencia sobre la AE sería de un 0.224. Estos resultados, significación positiva de la Actitud y el Control, se encuentran en la línea de otros estudios, tales como el de Maresh et al. (2015) y Morerira et al. (2017).

Sin embargo, y como se aprecia en los resultados obtenidos, no es posible afirmar que la Norma Subjetiva tiene una incidencia positivamente significativa sobre la AE de los estudiantes de Panamá. Es decir, no se puede aceptar la hipótesis H2. Estos resultados se encuentran en la línea de los trabajos de Nowinski y Haddoud (2019), entre otros.

Tabla 25

Análisis de regresión para la muestra completa

AE	Coef.	St.Err.	t-value	p-value	[95% Conf	Interval]	Sig
ACTITUD	.688	.02	34.33	0	.649	.728	***
NORMA	.009	.017	0.51	.612	-.025	.043	
CONTROL	.224	.019	11.91	0	.187	.26	***
Constant	.523	.112	4.68	0	.304	.742	***

Mean dependent var	5.880	SD dependent var	1.265
R-squared	0.629	Number of obs	1879.000
F-test	1059.878	Prob > F	0.000
Akaike crit. (AIC)	4360.399	Bayesian crit. (BIC)	4382.553

*** p<.01, ** p<.05, * p<.1

Fuente: Elaboración propia

Para testar la incidencia de esas variables en las mujeres y hombres estudiantes universitarios y analizar si existen diferencias de género, se realizó un análisis de regresión para cada una de las submuestras. La tabla 26 recoge la referente a las mujeres y la tabla 27 la que corresponde a los hombres.

Los resultados muestran que las variables significativas con la Actitud y el Control son levemente superiores en el caso de los hombres, tal como muestran los coeficientes de dichas variables. Por tanto, se puede aceptar, a un nivel de confianza de un 99%, las hipótesis H1a y H1c. En cambio, la hipótesis H1b debe ser rechazada.

Por tanto, los modelos para cada una de las submuestras quedarían de la siguiente forma:

$$AE_{MUJERES} = 0.379 + 0.679 * Actitud + 0.208 * Control$$

$$AE_{HOMBRES} = 0.647 + 0.698 * Actitud + 0.249 * Control$$

Los modelos anteriores indican que hay un aumento en una unidad en la Actitud y el Control, las Aspiraciones emprendedoras de los estudiantes hombres son superiores a la de las mujeres. Lo anterior indica que existen diferencias de género en el deseo de emprender en los estudiantes universitarios de Panamá.

Tabla 26

Análisis de regresión para las submuestras de mujeres universitarias

AE	Coef.	St.Err.	t-value	p-value	[95% Conf	Interval]	Sig
ACTITUD	.679	.03	22.90	0	.638	.758	***
NORMA	-.007	.027	-0.25	.8	-.059	.046	
CONTROL	.208	.03	8.34	0	.191	.308	***
Constant	.379	.161	2.35	.019	.062	.695	**
Mean dependent var		5.754	SD dependent var			1.335	
R-squared		0.692	Number of obs			688.000	
F-test		512.933	Prob > F			0.000	
Akaike crit. (AIC)		1545.790	Bayesian crit. (BIC)			1563.925	

*** $p<.01$, ** $p<.05$, * $p<.1$

Fuente: Elaboración propia

Tabla 27.

Análisis de regresión para las submuestras de hombres universitarios

AE	Coef.	St.Err.	t-value	p-value	[95% Conf	Interval]	Sig
ACTITUD	.698	.027	25.61	0	.627	.731	***
NORMA	.016	.023	0.72	.473	-.028	.061	
CONTROL	.249	.024	8.62	0	.16	.255	***
Constant	.647	.153	4.22	0	.346	.948	***
Mean dependent var		5.953	SD dependent var			1.218	
R-squared		0.584	Number of obs			1191.000	
F-test		554.584	Prob > F			0.000	
Akaike crit. (AIC)		2813.465	Bayesian crit. (BIC)			2833.795	

*** p<.01, ** p<.05, * p<.1

Fuente: Elaboración propia

4.3.2.2. Relaciones moderadoras y género

Para testar las hipótesis H4a, H4b y H4c, así como la H5, que hacen referencia al efecto moderador de la Educación en emprendimiento sobre las relaciones directas analizadas en el apartado anterior, se realizó un análisis con la muestra completa, y posteriormente, con cada una de las submuestras.

Las tablas 28, 29 y 30 muestran los análisis de regresión que incluyen el efecto moderador de la educación en emprendimiento; es decir, si el haber participado en algún

curso de emprendimiento fortalece la relación entre la actitud, norma y control sobre la AE de los estudiantes universitarios de Panamá, diferenciado por género.

Como se observa, no existen efectos moderadores significativos de la Educación en emprendimiento en ninguno de los modelos (muestra completa y submuestras de mujeres y hombres), por tanto, no podemos aceptar las hipótesis H4a, H4b y H4c, así como la H5. Estos resultados se encuentran en la línea de otros trabajos que no han encontrado una relación entre la educación en emprendimiento de los estudiantes universitarios y su deseo para emprender. En esta línea, se encuentran los trabajos de Bae et al. (2014), Jones e Iredale (2014) y O`Connor (2013).

Tabla 28:

Efecto moderador de la Educación en la AE de los estudiantes

AE	Coef.	St.Err.	t-value	p-value	[95% Conf	Interval]	Sig
ACTITUD	.692	.023	29.77	0	.646	.737	***
NORMA	-.001	.02	-0.07	.947	-.04	.038	
CONTROL	.216	.021	10.16	0	.174	.257	***
ACTITUD*EDU	-.015	.046	-0.32	.748	-.106	.076	
NORMA*EDU	.042	.041	1.02	.309	-.039	.123	
CONTROL*EDU	.036	.046	0.79	.427	-.053	.126	
Constant	.609	.129	4.73	0	.357	.861	***
Mean dependent var		5.880	SD dependent var			1.265	
R-squared		0.630	Number of obs			1879.000	
F-test		530.248	Prob > F			0.000	
Akaike crit. (AIC)		4363.816	Bayesian crit. (BIC)			4402.586	

*** p<.01, ** p<.05, * p<.1

Fuente: Elaboración propia

Tabla 29:

Efecto moderador de la Educación en la AE de Mujeres

AE	Coef.	St.Err.	t-value	p-value	[95% Conf	Interval]	Sig
ACTITUD	.702	.035	19.80	0	.632	.772	***
NORMA	-.033	.031	-1.06	.288	-.093	.028	
CONTROL	.246	.034	7.32	0	.18	.312	***
ACTITUD*EDU	-.018	.07	-0.26	.797	-.154	.119	
NORMA*EDU	.101	.063	1.60	.11	-.023	.224	
CONTROL*EDU	.011	.074	0.14	.885	-.135	.156	
Constant	.529	.188	2.81	.005	.16	.899	***

Mean dependent var	5.754	SD dependent var	1.335
R-squared	0.694	Number of obs	688.000
F-test	257.220	Prob > F	0.000
Akaike crit. (AIC)	1548.296	Bayesian crit. (BIC)	1580.032

*** $p<.01$, ** $p<.05$, * $p<.1$

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30:

Efecto moderador de la Educación en la AE de Hombres

AE	Coef.	St.Err.	t-value	p-value	[95% Conf	Interval]	Sig
ACTITUD	.683	.031	22.28	0	.622	.743	***
NORMA	.017	.026	0.68	.498	-.033	.068	
CONTROL	.197	.027	7.19	0	.143	.25	***
ACTITUD*EDU	-.016	.062	-0.26	.798	-.137	.105	
NORMA*EDU	-.004	.055	-0.08	.937	-.113	.104	
CONTROL*EDU	.051	.058	0.87	.383	-.063	.164	
Constant	.682	.175	3.91	0	.34	1.025	***

Mean dependent var	5.953	SD dependent var	1.218
R-squared	0.584	Number of obs	1191.000
F-test	276.935	Prob > F	0.000
Akaike crit. (AIC)	2818.602	Bayesian crit. (BIC)	2854.180

*** $p<.01$, ** $p<.05$, * $p<.1$

Fuente: Elaboración propia

La tabla 31 muestra un resumen de las hipótesis testadas en esta tesis doctoral:

Tabla 31:

Resumen de las hipótesis testadas en la tesis doctoral

Hipótesis	Descripción	Aceptación
H1	La actitud hacia el emprendimiento tiene una incidencia positiva en las aspiraciones emprendedoras de los estudiantes universitarios de Panamá.	SI
H1a	La incidencia de la actitud sobre la aspiración para emprender es menor en las mujeres estudiantes panameñas que sus homólogos masculinos.	SI
H2	La norma subjetiva tiene una incidencia positiva en las aspiraciones emprendedoras de los estudiantes universitarios de Panamá.	NO
H2a	La incidencia de la norma subjetiva sobre la aspiración para emprender es menor en las mujeres estudiantes panameñas que sus homólogos masculinos.	NO Significativa
H3	El control del comportamiento percibido tiene una incidencia positiva en las aspiraciones emprendedoras de los estudiantes universitarios de Panamá.	SI
H3a	La incidencia del control del comportamiento percibido sobre la aspiración para emprender es menor en las mujeres estudiantes panameñas que sus homólogos masculinos.	SI
H4a	La educación emprendedora modera la relación entre las actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios panameños y las aspiraciones para emprender	NO
H4b	La educación emprendedora modera la relación entre la norma subjetiva y las aspiraciones para emprender de los estudiantes universitarios panameños.	NO Significativa
H4c	La educación emprendedora modera la relación entre el control sobre el comportamiento percibido de los estudiantes universitarios panameños y las aspiraciones para emprender.	NO Significativa
H5	Los efectos moderadores de la educación emprendedora sobre la actitud, norma y control son mayores en los estudiantes universitarios hombres que en las mujeres.	NO Significativa

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

En estas, se exponen las principales conclusiones e implicaciones más significativas de esta tesis doctoral para el ámbito teórico e investigador, y para la práctica, en el sentido de diseño de programas de emprendimiento para el fomento de la actividad emprendedora en el país. Igualmente, se argumentan las aportaciones y limitaciones de la presente investigación, y se finaliza el capítulo con algunas propuestas de líneas futuras de investigación.

5.1. Implicaciones teóricas y prácticas de la investigación

La investigación sobre la aspiración emprendedora, así como los antecedentes a dicho comportamiento, ha sido un tópico de interés en la investigación sobre el fenómeno emprendedor desde las dos últimas décadas (Schlaegel y Koening, 2014), y todavía es un tema de actualidad (Vamvaka, Stoforos, Palaskas y Botsaris, 2020). El argumento básico del que parten los modelos teóricos de aspiración es que es el emprendimiento es fruto de un comportamiento planificado y controlado, y que es intencional en vez de ser instintivo (Krueger y Carsrud, 1993). Lo anterior implica que el acto de comenzar un negocio es deseado, por tanto, un fuerte predictor de la creación de empresas (Fayolle y Gailly, 2015).

Con el fin de estudiar las aspiraciones emprendedoras de los estudiantes universitarios de Panamá, esta investigación se ha basado en la Teoría del Comportamiento Planificado propuesta por Azjen (1991), y que es la base de la mayoría de las investigaciones que se han realizado sobre aspiración emprendedora (Krueger, 2009; Shapero y Sokol, 1982). Además, y tras un profundo análisis de la literatura, se ha añadido al modelo una nueva variable, como ha sido la del papel moderador de la formación en emprendimiento ofertada en la universidad.

Específicamente, se ha testado la incidencia de las tres variables del modelo de Azhen (1991) – actitud hacia el emprendimiento, norma subjetiva y control conductual percibido-, y la formación en emprendimiento recibida en la universidad. La propuesta del modelo de esta tesis doctoral ha permitido estimar y testar si las variables independientes y moderadora tienen un efecto diferente en el caso del género de los estudiantes. En términos generales, una de las ramas de investigación en la literatura sobre emprendimiento ha sido la de entender las diferencias de género (Zampekatis, Bakatsaki, Kafetsios, y Moustakis, 2016). Sin embargo, en Panamá, el estudio sobre el papel del género en la formación de intenciones o aspiraciones no ha sido considerado en la investigación científica.

Los resultados de esta Tesis confirman la hipótesis planteada de que las actitudes hacia el emprendimiento tienen una incidencia significativa y positiva sobre las aspiraciones para emprender de los estudiantes universitarios de Panamá. Esta evidencia es coincidente con la de otros autores (Verheul et al., 2006). Igualmente, se comprobó que las mujeres universitarias tienen una actitud levemente inferior a la de sus homólogos masculinos, la cual ha sido demostrado por otros investigadores (Huang, Liy, y Li, 2019). Por tanto, en el ámbito académico se debería promover la actitud hacia el emprendimiento, ya que tiene una incidencia positiva en las aspiraciones emprendedoras. No obstante, se deberían considerar esas diferencias de género a la hora de diseñar políticas y programas de emprendimiento.

Igualmente, la Tesis sustenta la hipótesis, ampliamente aceptada en la literatura, que el control del comportamiento percibido desempeña un papel importante a la hora de predecir las aspiraciones emprendedoras de los estudiantes universitarios (Karimi et al., 2014). De hecho, es un predictor importante a la hora de analizar las aspiraciones emprendedoras (Hagger et al., 2002). Sin embargo, e igual que en la variable anterior, existe una diferencia significativa cuando se trata del género de los estudiantes, siendo el efecto mayor en los estudiantes hombres. Este resultado también es compatible con otros estudios, tal como el de Fini et al. (2010).

La norma subjetiva no se encontró incidencia sobre la aspiración emprendedora y esto, coincide con los resultados de otros trabajos que tampoco encontraron relación con las aspiraciones para emprender. Las explicaciones pueden encontrarse en algunos trabajos como el de Ozgen y Baron (2007), quienes encuentran que la incidencia de la norma subjetiva sobre las aspiraciones para emprender es indirecta, a través del control percibido. Es decir, que refuerza la percepción de los estudiantes sobre la posesión de habilidades para emprender, motivándolos a identificar oportunidades de negocios y ponerlas en práctica (Liñán y Chen, 2009). Para otros autores, la norma subjetiva está más relacionada con la acción más que con la intención (Manning, 2009).

En definitiva, se expone que existen diferencias en los constructos examinados respecto a la Teoría de Comportamiento Planificado, la cual favorece más a los hombres. Específicamente, se indica que los estudiantes universitarios que son hombres muestran una mayor actitud hacia el emprendimiento y más control percibido que las mujeres, por tanto, sus aspiraciones emprendedoras son algo mayores. Estos resultados son consistentes con otros estudios previos que muestran que las mujeres estudiantes universitarias tienen menos preferencias por crear sus propios negocios como una carrera profesional (Nowinski y Haddoud, 2019; Zampetakis et al., 2017).

Esta evidencia puede apoyar los argumentos que afirman que las mujeres tienden a percibir su entorno como menos favorable para convertirse en emprendedora, ya que han sido socializadas de forma distinta a los hombres (Langowitz y Minniti, 2007). En este sentido, los estereotipos emprendedores masculinizados pueden estar influyendo en esa menor aspiración para emprender de las mujeres universitarias (Langowitz y Minniti, 2007). En esta línea, Foss (2010) señala que no es que las mujeres se vean menos capaces de crear sus propias empresas, pero sí que pueden percibir la gran cantidad de tiempo que ello le puede suponer, lo que no sería compatible con su papel de esposa y madre en el futuro. Lo anterior puede explicar, en parte, el menor número de empresas que son creadas en Panamá por mujeres respecto a los hombres, tal como se mostró en el capítulo I.

En lo referente al efecto mediador de la universidad en las aspiraciones, los resultados de esta investigación muestran que no hay efecto mediador; es decir, que la formación en emprendimiento que se ofrece desde la universidad no interviene en la relación entre las variables independientes de modelo y la aspiración para emprender. Estos resultados son consistentes con los de otros autores (Moreira-Ferreira et al., 2017). Los motivos de esta heterogeneidad pueden deberse a varios motivos: por un lado, es que el emprendimiento depende del entorno socio-económico del país, por lo que no sería adecuado hacer generalizaciones. Por otra parte, que depende del contenido, metodologías, así como de la especialización en el tema del docente que imparte los cursos obligatorios u optativos (Martin et al., 2013). Finalmente, hay otras variables vinculadas a la

universidad que no han sido incluidas en esta Tesis, tal como la cultura o clima de emprendimiento en la universidad, la reputación, entre otras (Souitaris et al., 2007).

No obstante, y como señalan Nabi et al. (2017), son más los trabajos que encuentran que la universidad, a través de la formación y otras variables, tienen un efecto positivo en el proceso emprendedor de sus estudiantes. La formación en emprendimiento es un paso esencial hacia la visión de "universidad emprendedora", en las que los "estudiantes son motivados a creer en sí mismos y en sus capacidades para identificar y explotar oportunidades de negocios" (Jones, 2011, p.28).

Es ampliamente reconocido el papel significativamente importante que desempeñan las universidades en los ecosistemas de emprendimiento e innovación de los países (Isenberg, 2010), como agentes que favorecen y apoyan la actividad emprendedora de los estudiantes y de las personas que se encuentran en los territorios donde estas se ubican.

De hecho, la implementación de programas de formación en emprendimiento ha experimentado un crecimiento exponencial en la gran mayoría de las universidades del

mundo (Morris, Kuratko y Cornwall, 2013). La educación en emprendimiento abarca desde seminarios, cursos, módulos, materias en los grados y licenciaturas hasta carreras específicas y máster y doctorados (Morris, et al., 2013). Sin embargo, todavía es un desafío para las universidades construir programas que empoderen a los estudiantes en la creación de sus propios negocios como salida profesional y que tengan un impacto en el país.

En Panamá, y en términos generales, las universidades tienen implementadas de forma curricular, y en algunas carreras, una materia de emprendimiento en el currículum, que suele impartirse entre el tercer y el cuarto año de sus estudios. Es una materia que solo la estudian una vez en su paso por la universidad de forma obligatoria, sigue metodologías de referencias, pero sin ser adaptadas al contexto ni a las carreras, en particular. Es decir, que el mismo contenido y metodología se aplica tanto a los estudiantes de administración, de ingeniería o de artes, cuando la literatura ha demostrado que la actitud hacia el emprendimiento difiere entre los estudiantes de diferentes disciplinas (Morris et al., 2013).

Morris, Kuratko y Cornwall (2013), y otros autores, sugieren una serie de recomendaciones que deben considerarse si las universidades pretenden ser un actor clave en el ecosistema emprendedor del país. Entre ellas se destacan las siguientes:

- Elevar la enseñanza en emprendimiento a nivel de unidad académica. En esta línea, la tendencia en Europa y Estados Unidos es la crear departamentos en emprendimiento (e innovación, como opción), con autonomía en la gestión de programas, etc. Además, en este departamento recae la obligación de investigar sobre el fenómeno emprendedor.

- Las materias en emprendimiento deben recaer en los departamentos en emprendimiento, tanto las obligatorias como las optativas que complementan las anteriores.

- El aprendizaje en emprendimiento debe contener un flujo de materias que abarquen todo el proceso emprendedor y en función del tipo de emprendimiento que se desea atender (tecnológico, emprendedor familiar, corporativo, entre otros).

- Las actividades desarrolladas por las incubadoras y otras unidades (departamentos, facultades, etc.) deben ser coordinadas con el departamento de emprendimiento.

- Referente a los contenidos que se deben abarcar en las licenciaturas, estos deben incluir el desarrollo de determinadas competencias, tales como (Comisión Europea Eurydice, 2016):

    - Habilidades para la solución de problemas.
    - Capacidad para tomar decisiones.

- Desarrollar capacidades de autoeficacia.
- Poner en práctica iniciativas propias y que sean creativas e innovadoras.
- Poder pensar de forma crítica.

- Por otro lado, el país carece de oferta de programas de maestría en emprendimiento y, como consecuencia, también en estudios de doctorado. Algunos autores demuestran la efectividad de estos programas, por tanto, deben ser considerados como un objetivo primordial en los programas universitarios (Hansan et al, 2017). Mientras que, en el grado o licenciatura, los estudiantes deben obtener unos conocimientos generales sobre el contexto donde el emprendimiento se desenvuelve, con el fin de identificar y valorar oportunidades de negocios. Por su parte, la maestría debe comprender todos los conocimientos y habilidades para su exploración: es decir, para la creación efectiva de la empresa (Morris et al., 2013).

- La enseñanza en emprendimiento es más creíble, respetada y tiene más efecto en las actitudes de los estudiantes cuando esta es impartida por especialistas en el tema (Kaplan, George y Rimler, 2000). Por tanto, los docentes que impartan la materia deben estar altamente capacitados en emprendimiento.

- Tener una visión de género. Tanto la formación en emprendimiento como el desarrollo de otras actividades deben ser interiorizadas en las propias universidades

e incluir en sus programas contenidos que les permita a las mujeres los siguientes aspectos, entre otros (Jones, 2011, Westhead y Solesvick, 2016):

(i) la superación de los roles tradicionales asignados,

(ii) creerse capaces de liderar un negocio personal y con perspectiva de crecimiento,

(iii) que perciban el emprendimiento como una salida profesional que les permitirá la conciliación entre la vida personal, familiar y laboral, entre otros aspectos positivos,

(iv) acceder a los recursos (financieros, humanos y técnicos) necesarios para emprender.

(v) En definitiva, la que les permita empoderarse y conectar su realidad y logro personal con sus proyectos empresariales.

5.2. Aportaciones y limitaciones de la tesis doctoral

El estudio del fenómeno emprendedor ha estado centrado en el hombre, como modelo de referencia en los negocios (Baker et al., 1997), pero la investigación ha demostrado que las mujeres desempeñan un papel muy importante en el crecimiento económico y desarrollo social de los países (Jennings y Brush, 2013). Así, existe un interés creciente en el estudio del emprendimiento femenino, pero la mayoría de los estudios se han enfocado en los países de Europa y Estados Unidos (Henry et al., 2016). Por tanto, esta tesis doctoral cubre esa limitación de estudios de emprendimiento en el contexto

latinoamericano en general, y en Panamá, en particular, donde la investigación al respecto es casi inexistente.

En línea a lo anterior, se ha contribuido a la investigación sobre el emprendimiento femenino, y en concreto, al entendimiento de las aspiraciones para emprender de los estudiantes universitarios y de las variables que influyen en dicho comportamiento. Se ha testado la importancia de las actitudes emprendedoras y del control percibido sobre la generación de emprendimientos en el país con impacto en la creación de riqueza.

Por otra parte, se ha introducido en el modelo como variable moderadora la formación en emprendimiento que se imparte desde las universidades panameñas, cuando esta no suele incluirse en los enfoques que se generan, a partir de la Teoría del Comportamiento Planificado de Azjen (1991).

Los resultados de esta investigación pueden ser extrapolables al resto de la población objeto de estudio, ya que se ha trabajado con una muestra de estudiantes universitarios lo suficientemente amplia, y que cumple los requisitos de validez para generalizar las conclusiones de esta tesis doctoral. Lo anterior, se ha fortalecido con la utilización de medidas de las variables testadas, ampliamente, en la literatura especializada, y que se recogen también en los estudios internacionales como el proyecto *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey*.

No obstante, y como toda investigación, tiene sus limitaciones. La principal, es que los datos utilizados son de corte transversal. Dado que no todas las aspiraciones se traducen en una creación efectiva de empresas, sería oportuno el uso de datos longitudinales que permitan analizar el paso de la intención a la acción (Kautonen, van Gelderen y Matthias, 2015).

5.3. Futuras líneas de investigación

Esta tesis doctoral se ha centrado en la etapa de aspiración o intención. Habría que estudiar si esa diferencia entre hombres y mujeres se mantienen a lo largo del proceso emprendedor y si es así, el grado de diferencias y sus causas. En este sentido, Haus, Stainmetz, Isidor y Kabst (2013) argumentan que las diferencias de género se acrecientan a medida que se avanza en las fases del proceso. Es decir, que las diferencias son mayores en la fase de creación de empresas.

Igualmente, hay pocos estudios que se centran en el emprendimiento femenino *per se*, analizando su comportamiento individual y sin hacer comparaciones con sus homólogos masculinos (Ahl, 2006). En esta línea, sería interesante extender la investigación e incluir variables relacionadas con el entorno en donde se desarrollan los emprendimientos femeninos. Se podría profundizar en los negocios creados por mujeres, por ejemplo, en el

ámbito rural y urbano, en los sectores de actividad en donde se ubican, y cómo los factores externos, tales como la política económica, estructuras del mercado de trabajo, normas sociales, entre otros, inciden en su carrera emprendedora, en el éxito de sus negocios y en la orientación estratégica (Yadav y Unni, 2016).

Por otro lado, podría utilizarse métodos de investigación cualitativa que permita entender el emprendimiento desde una perspectiva de género. Metodologías como entrevistas en profundidad, etnografías o casos de estudio, entre otras, serían de utilidad para complementar los resultados de los análisis cuantitativos (de Bruin et al., 2007).

Generalmente, las universidades no miden los impactos de sus programas en emprendimiento, y es un aspecto importante para considerar en los programas de creación de empresas (Fayolle y Gailly, 2008). El tema de la educación en emprendimiento es una línea de investigación muy activa, pero que todavía se encuentra en una etapa embrionaria.

BIBLIOGRAFÍA

Abreu, M., Demirel, P., Grinevich, V. et al (2016). Entrepreneurial practices in research-intensive and teaching-led universities. *Small Business Economic* 47, 695–717 (2016). https://doi.org/10.1007/s11187-016-9754-5.

Acs, Z. y Szerb L. (2007). Entrepreneurship, Economic Growth and Public Policy. *Small Business Economics* 28(2):109-122. https://DOI: 10.1007/s11187-006-9012-3

Acs, Z.J., Desai, S. y Hessels, J. (2008). Entrepreneurship, Economic Development and Institutions. *Small Business Economic* 31, 219–234. https://doi.org/10.1007/s11187-008-9135-9.

Acs, Z.J. y Szerb, L. (2009). The Global Entrepreneurship Index (GEINDEX). Jena Economic Research Papers, 2009-028.Acs, Z.J., Desai, S. and Klapper, L.F. (2008) What does 'entrepreneurship' data really show? *Small Business Economics* 31(3): p.265–281.

Acs, Z., Bardasi, E., Estrin, S. y Svejnar, J. (2011). Introduction to special issue of small business economics on female entrepreneurship in developed and developing economies. *Small Business Economics,* 37 (4), 393-396.

Ahl, H. (2006). Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), p.595–621. https://doi:10.1111/j.1540-6520.2006.00138.x.

Ahl, H. and Nelson, T. (2010), "Moving forward: institutional perspectives on gender and entrepreneurship", *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 2 No. 1, pp. 5-9. https://doi.org/10.1108/17566261011044259.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50 (2): 179–211.

Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theoryof planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32 (4): 665–683.

Ajzen, I. (2005). Attitudes, Personality and Behavior. Open University Press. McGraw-Hill Education (UK).

Ajzen, I. (2017). Theory of planned behavior. Acceso en: http://people.umass.edu/aizen/tpb.html. Ultimo acceso: 13 de agosto de 2017.

Aldrich, H.E. y Martínez, N.A. (2001). Many are called, but few are chosen: An Evolutionary Perspective of the Study of Entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice 25, No.4: p.41-56.

Ali, R., 2018. " La teoría feminista y su influencia en las intenciones de crecimiento de la emprendedora ", Revista Internacional de Innovación y Desarrollo Económico , Inovatus Services Ltd., vol. 4 (3), p. 20-31, agosto.

Alonso Galicia, P. (2012). La configuración de la intención emprendedora entre académicos responsables de proyectos de investigación en España. Un enfoque de género. UCrea, Repositorio abierto de la Universidad de Cantabria, España.

Alsos, G.A., Isaksen, E.J., Softing, E. (2006). "Youth enterprise experience and business start-up intentions", Paper presented at the 14th Nordic Conference on Small Business Research, Stockholm, May 11-13.

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:10.1016/j.ijhm.2011.07.007.

Álvarez, C., Urbano, D., y Amorós, J. E. (2014). GEM Research: Achievements and challenges. *Small Business Economic*, 42, p.445–465.

Amorós, J. E. (2011). El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Revista Latinoamericana de Administración*, 46, p.1-15.

Amorós, J. E., Bosma, N., y Levie, J. (2013). Ten years of Global Entrepreneurship Monitor: Accomplishments and prospects. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 5(2), 120–152.

Amorós, J.E; Fernandez, C. y Tapia, J. (2012). Quantifying the relationship between entrepreneurship and competitiveness development stages in Latin America. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8: p.249-270.

Andrea, R., Ripoll, P., Carvalho, C. y Bernal, C. (2014). Efectos de la inteligencia emocional sobre la intención y la autoeficacia emprendedora. Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones [online]. Vol.30, n.3, p.97-104. ISSN 2174-0534.

Armitage, C.J., Christian, J. (2003). From attitudes to behaviour: Basic and applied research on the theory of planned behaviour. Psychol 22, p.187–195. https://doi.org/10.1007/s12144-003-1015-5.

Arrasti, Z., Pasvishe, F.A. y Motavaseli, M. (2012). Normative institutional factors affecting entreprenurial intentions in iranian information technology sector. *Journal of Management and Strategy*, 3(2): p.16-24.

Audretsch, D. y Thurik, R. (2004). A Model of Entrepreneurial Economy. Econstore, http://hdl.handle.net/10419/19957.

Audretsch, D.B. y Keilbach, M. (2004): Entrepreneurship and regional growth: An evolutionar y interpretation. *Journal of Evolutionary Economics,* 14 (5), p.605-616.

Audretsch, D.B. (2007): The Entrepreneurial Society. Oxford University Press.

Audretsch, D. (2014). From the entrepreneurial university to the university for the entrepreneurial society. *Journal of Technology Transfer*, 39, 3, p.313–321.

Autio, E., y Acs, Z. (2007). Individual and Country-Level Determinants of Growth Aspiration in New Ventures. Paper to be presented at the *Babson Conference on Enterpreneurship Research, Madrid, España.*

Autio, E., y Acs, Z. (2010). Intellectual property protection and the formation of entrepreneurial growth aspirations. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 4(3): p.234-251.

Autio, E. y Fu, K. (2015). Economic and political institutions and entry into formal and informal entrepreneurship. *Asia Pacific Journal of Management*, 32: p.67-94.

Autio, E., Keeley, R., Klofsten, M., Parker, G. y Hay, M. (2001). Entrepreneurial Intent Among Students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2:2, p.145-160, https://DOI: 10.1080/14632440110094632.

Bae, T.J., Qian, S., Miao C. y Fiet, J.O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: a meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38 (2): p. 217–254.

Baker, T., E. Aldrich, H., y Nina, L. (1997). Invisible entrepreneurs: the neglect of women business owners by mass media and scholarly journals in the USA. Entrepreneurship & Regional Development, 9(3), p. 221–238. https://doi:10.1080/08985629700000013.

Bandura, A. (1986). The Social Foundations of Thought and Action. *New Jersey: Prentice-Hall.*

BarNir, A., Watson, W. E., & Hutchins, H. M. (2011). Mediation and Moderated Mediation in the Relationship Among Role Models, Self-Efficacy, Entrepreneurial Career Intention, and Gender. *Journal of Applied Social Psychology*, 41(2), p. 270–297. https://doi:10.1111/j.1559-1816.2010.00713.x.

Baron, R.A. y Henry, R.A. (2010). How entreprenurs acquiere the capacity to Excel: Insights from research on expert performance. *Strategy Entrepreneurship Journal*, 4:49-65.

Benneworth, P., & Fitjar, R. D. (2019). Contextualizing the role of universities to regional development: introduction to the special issue. *Regional Studies, Regional Science*, 6(1), p. 331–338. https://doi:10.1080/21681376.2019.1601593.

Bernal, César A. (2010). Metodología de la Investigación. Tercera edición. Pearson Educación: Colombia.

Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), p.442-453.

Birch, D. (1981). Who creates jobs? *The Public Interest*, 65: p.3-14.

Birch D 1979, The Job Generating Process, Cambridge, MA: MIT Press.

Bird, B., & Brush, C. (2002). A Gendered Perspective on Organizational Creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), p. 41–65. https://doi:10.1177/104225870202600303.

Bjornskov, C. y Foss, N.J. (2013). How Strategic Entrepreneurship and The Institutional Context Drive Economic Growth. *Strategic Entrepreneurship Journal, 7:* p.50-69.

Bo Carlsson, B., Braunerhjelm, P., McKelvey, M., Olofsson, C., Persson, L., Ylinenpa¨a, H., (2013). The evolving domain of entrepreneurship research. Small Business Economic 41: p.913–930 DOI 10.1007/s11187-013-9503-y.

Bogatyreva, K., Edelman, LF, Manolova, TS, Osiyevskyy, O. y Shirokova, G. (2019). When do entrepreneurial intentions lead to actions? The role of national culture. *Journal of Business Research*, 96 (noviembre de 2018), p. 309-321. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.034.

Bowen, D. D., & Hisrich, R. D. (1986). The Female Entrepreneur: A Career Development Perspective. *Academy of Management Review*, 11(2), 393–407. doi:10.5465/amr.1986.4283366.

Brito, M. (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria), Bolívar, P. (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria), y Hernández L. (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria), A. I. (2014). Un paso más en la investigación de la intención emprendedora del estudiante universitario: guesss. Revista De Estudios Empresariales. Segunda Época, (2). Recuperado a partir de https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/REE/article/view/1758.

Bruni, A., Gherardi, S., & Poggio, B. (2004). Entrepreneur-mentality, gender and the study of women entrepreneurs. *Journal of Organizational Change Management*, 17(3), p. 256–268. https://doi:10.1108/09534810410538315.

Brush, C. G. (1992). Research on Women Business Owners: Past Trends, a New Perspective and Future Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(4), 5–30. https://doi:10.1177/104225879201600401.

Brush, C.G., de Bruin, A. and Welter, F. (2009), "A gender-aware framework for women's entrepreneurship", *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 1 No. 1, pp. 8-24. https://doi.org/10.1108/17566260910942318.

Burke, A.E., FitzRoy, F.R. & Nolan, M.A. (2002). Self-employment Wealth and Job Creation: The Roles of Gender, Non-pecuniary Motivation and Entrepreneurial Ability. *Small Business Economics* 19, 255–270. https://doi.org/10.1023/A:1019698607772.

Busenitz, L. W., West, G. P., Shepherd, D., Nelson, T., Chandler, G. N., y Zacharakis, A. (2003). Entrepreneurship Research in Emergence: Past Trends and Future Directions. *Journal of Management*, 29(3), 285–308.

Cantillon, R. (1755). *Esai la Nature du Commerce en General*, translate in Higgs H. (1931) (editor) London, Macmillan and Co. Ltd.

Carree, M.A., Van Stel, A., Thurik R. y Wennekers, S. (2002). Economic Development and Business Ownership: An Analysis Using Data of 23 OECD Countries in the Period 1976-1996. *Small Business Economics*, 19 (3): p. 271-290.

Carsrud, A., Brännback, M., (2009). Understanding the Entrepreneurial Mind. International Studies in Entrepreneurship 24, DOI 10.1007/978-1-4419-0443—0_1. Springer Science + Business Media, LLC.

Center for Women's Business Research. (2010). *Key Facts about Women Owned Businesses*. Silver Spring, MD: Center for Women's Business Research.

Cepal (2010). *Mujeres emprendedoras en América Latina y el Caribe: realidades, obstáculos y desafíos*. Ed. CEPAL.

Chávez, N. M. y Ríos, H. (2014). Discriminación salarial por género "efecto techo de cristal". Caso: siete áreas metropolitanas de Colombia. *Revista Dimensión Empresarial*, 12, (2): p. 29-45.

Clark, B.R. Leadership and innovation in universities from theory to practice. Tert Educ Manag 1, p. 7–11 (1995). https://doi.org/10.1007/BF02354089.

Clark, B. (1998). The entrepreneurial university: Demand and response. Tert Education Management, p. 4, 5–16. https://doi.org/10.1007/BF02679392.

Clark, B. (2001). The Entrepreneurial University: New Foundations for Collegiality, Autonomy and Achievement. *Higher Education Management*, 13, 2, p. 9-24.

Clifford, V. (1996). "A Case Study of a Feminist Small Business: Theory into Practice," *International Review of Women and Leadership* 2(2), p. 98–111.

Cohen, J. (1988). Statistical power analysis for the behavioral science. 2ª Edition, New York: Academic Press.

Comisión Europea Eurydice (2016). Entrepreneurship Education at School in Europe. https://eacea.ec.europa.eu/nationalpolicies/eurydice/sites/default/files/2016_publications_list_february_2017.pdf.

Conner, M., y Armitage, C. J. (1998). Extending the theory of planned behavior: A review and avenues for further research. *Journal of Applied Social Psychology*, 28, p. 1429–1464.

Contreras, F. de Dreu, I. y Espinosa, J. (2017). Examining the Relationship between Psychological Capital and Entrepreneurial Intention: An Exploratory Study. Asian Social Science, 13(3). http://dx.doi.org/10.5539/ass.v13n3p80.

Criaco, G., Sieger, P., Wennberg, K., Chirico, F. y Minnola, T. (2017). Desempeño de los padres en el espíritu empresarial como un "arma de doble filo" para la intergeneracional transmisión del espíritu empresarial. Small Business Economics, 49 (4), p. 841–864. https: //doi.org/10.1007/s11187-017-9854-x .

Dabic, M., Daim, T., Bayraktaroglu, E., Novak, I. and Basic, M. (2012), "Exploring gender differences in attitudes of university students towards entrepreneurship: An international survey", *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 4 No. 3, p. 316-336. https://doi.org/10.1108/17566261211264172.

Da Fonseca B., Moriano, J., Laguía, A. y Salazar, V. (2015). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de género. *The UB Journal of Psychology*, volumen 45, número 3.

Davidsson, P. (2015). Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A re-conceptualization. *Journal of Business Venturing*, 30(5). https://DOI: 10.1016/j.jbusvent.2015.01.002.

Davidsson P. (1995) Determinants of Entrepreneurial Intentions. *In RENT XI Workshop*, 1995-11-23 - 1995-11-24.

De Bruin, A., Brush, C. G., y Welter, F. (2006). Introduction to the Special Issue: Towards Building Cumulative Knowledge on Women's Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), p.585–593. https://doi:10.1111/j.1540-6520.2006.00137.x.

De Bruin, A., Brush, C. G., y Welter, F. (2007). Advancing a Framework for Coherent Research on Women's Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), p. 323–339. doi:10.1111/j.1540-6520.2007.00176.x.

Delmar, F., y Davidsson, P. (2000). Where do they come from? Prevalence and characteristics of nascent entrepreneurs. Entrepreneurship & Regional Development, 12(1), 1–23. doi:10.1080/089856200283063.

Díaz, J., Hernández, R., Sánchez M., Postigo M. (2010). Actividad Emprendedora y Género: Un Estudio Comparativo. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, ISSN 1019-6838, Vol. 19, Nº 2.

Douglas, E. J., y Shepherd, D. A. (2000). Entrepreneurship as a utility maximizing response. *Journal of Business Venturing*, 15(3), p. 231–251. doi:10.1016/s0883-9026(98)00008-1.

Elfving J., Brännback M., Carsrud A. (2009) Toward A Contextual Model of Entrepreneurial Intentions. In: Carsrud A., Brännback M. (eds) Understanding the Entrepreneurial Mind. *International Studies in Entrepreneurship*, vol 24. *Springer, New York, NY*. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-0443-0_2.

Engle, R.L., Dimitriadi, N., Gavidia, J.V., Schlaegel, C., Delanoe, S., Alvarado, I., He, X., Buame, S. and Wolff, B. (2010), "Entrepreneurial intent: A twelve-country evaluation of Ajzen's model of planned behavior", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 16 No. 1, p. 35-57. https://doi.org/10.1108/13552551011020063.

Entrialgo, M., Iglesias, V. (2016). The moderating role of entrepreneurship education on the antecedents of entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship Managment Journal* 12, p. 1209–1232. https://doi.org/10.1007/s11365-016-0389-4.

Estay, C., Durrieu, F. y Akhter, M. Entrepreneurship: From motivation to start-up. *Journal International Entrepreneurship* 11, 243–267 (2013). https://doi.org/10.1007/s10843-013-0109-x.

Etzkowitz H. (1990) The Second Academic Revolution: The Role of the Research University in Economic Development. In: Cozzens S.E., Healey P., Rip A., Ziman J. (eds) The Research System in Transition. NATO ASI Series (Series D: Behavioural and Social Sciences), vol 57. *Springer, Dordrecht*. https://doi.org/10.1007/978-94-009-2091-0_9.

Etzkowitz, H. (2003). Research groups as "quasi-firms": the invention of the entrepreneurial university. *Research Policy*, 32(1), p. 109–121. https://doi:10.1016/s0048-7333(02)00009-4.

Fayolle, A., Liñán, F. & Moriano, J.A. (2014). Beyond entrepreneurial intentions: values and motivations in entrepreneurship. *International Entrepreneurship Managment* J 10, p. 679–689. https://doi.org/10.1007/s11365-014-0306-7.

Fayolle, A., y Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), p.75–93. 2015, https://DOI: 10.1111/jsbm.12065.

Fernández-Pérez, V., Alonso-Galicia, P., Rodríguez-Ariza, L. y Fuentes-Fuentes, M. (2014). Professional and personal social networks: A bridge to entrepreneurship for academics? European Management Journal. 33. 10.1016/j.emj.2014.07.003.

Fini, R., Grimaldi, R., Marzocchi, G. L., & Sobrero, M. (2010). The Determinants of Corporate Entrepreneurial Intention Within Small and Newly Established Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(2), 387–414. https://doi:10.1111/j.1540-6520.2010.00411.x.

Fischer, E. (1992). Sex Differences and Small-Business Performance Among Canadian Retailers and Service Providers. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 9(4), 2–13. https://doi:10.1080/08276331.1992.10600408.

Fischer, E. M., Reuber, A. R., & Dyke, L. S. (1993). A theoretical overview and extension of research on sex, gender, and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 8(2), 151–168. doi:10.1016/0883-9026(93)90017-y.

Florin, J., Karri, R., & Rossiter, N. (2007). Fostering Entrepreneurial Drive in Business Education: An Attitudinal Approach. *Journal of Management Education*, 31(1), p.17–42. https://doi:10.1177/1052562905282023.

Frende-Vega, M., García, M. Henríquez, T. (2018). Mujer universitaria e intenciones emprendedoras en Panamá. GUESSS, 2018. ISBN 978-9962-13-233-2.

Foss, L. y Gibson, G. (ed) (2015). *The entrepreneurial university. Context and institutional change*. Ed. Routledge: London.

Furman, J., Porter, M. y Stern, S. (2002). *The determinants of national innovative capacity,* Research Policy, Volume 31, Issue 6, p. 899-933, ISSN 0048-7333, https://doi.org/10.1016/S0048-7333(01)00152-4.

Gajón-Gómez, E. (2016). *Antecedents and consequences of entrepreneurial universities: an eclectic model for emerging economies*. Tesis Doctoral no publicada. Universidad Autónoma de Barcelona (España).

Gajón-Gómez, E., Urbano, David, dir., Guerrero, Maribel, dir. (2016). Antecedents and consequences of entrepreneurial universities: an eclectic model for emerging economies ; Universitat Autónoma de Barcelona. Departament d'Economia de l'Empresa.

Galvão, A., Mascarenhas, C., Gouveia Rodrigues, R., Marques, C.S. and Leal, C.T. (2017), A quadruple helix model of entrepreneurship, innovation and stages of economic development. *Review of International Business and Strategy*, Vol. 27 No. 2, p. 261-282. https://doi.org/10.1108/RIBS-01-2017-0003.

Gartner, W. B. (1985). A framework for describing the phenomenon of new venture creation. Academy of Management Review, JO, 696-706.

Godwin, L.N., Stevens, C.E. and Brenner, N.L. (2006), "Forced to play by the rules? Theorizing how mixed-sex founding teams benefit women entrepreneurs in male-dominated contexts", *Entrepreneurship, Theory and Practice*, Vol. 30 No. 5, p. 623-42.

Goethner, M., Obschnonka, M., Silbereisen, R. y Cantner, U. (2009). *Approaching the agora: Determinants of scientists' intentions to purse academic entrepreneurship. Jena Economic Research*, Papers No. 2009,079.

Goyal, P. y Yadav, V. (2014). To be or not to be a woman entrepreneur in a developing country. *Psychosociological Issues in Human Resource Management* 2(2), p.68-78.

Greer, M., y P. G. Greene. (2003). Feminist Theory and the Study of Entrepreneurship. En New Perspectives on Women Entrepreneurs, J. E. Butler (ed), 1-24. *Research in Entrepreneurship and Management Serie*s. Greenwich, CT: Information Age Publishing.

Grichnik, D., Brinckmann, J., Singh, L. y Manigart, S. (2014). Beyond environmental scarcity: Human and social capital as driving forces of bootstrapping activities. Journal of Venturing Business, Volume 29, Issue 2, p.: 310-326.

Grissom, R. y Kim, J. (2012). Effect Sizes for Research and Multivariate Applications. Ed. Routdledge: New York. 2da. Edición.

Guerrero, M. y Urbano D. (2012). The development of entrepreneurial university. *Journal of Technology Transfer*, 37 (1): p.43-74.

Guerrero, M, Urbano, D. Fayolle, A., Klofsten, M. y Mian, S. (2016). Entrepreneurial Universities: Emerging Models in the New Social and Economic Landscape. *Small Business Economics*. http://dx.doi.org/10.1007/s11187-016-9755-4.

Gundry, L., Ben-Yoseph M. y Posig, M. (2002). The Status of Women 's Entrepreneurship: Pathways to Future Entrepreneurship Development and Education. New England of Entrepreneurship, Volumen 5, número 1.

Gupta, V. K., Goktan, A. B., y Gunay, G. (2014). Gender differences in evaluation of new business opportunity: A stereotype threat perspective. Journal of Business Venturing, 29(2), 273–288. https://doi:10.1016/j.jbusvent.2013.02.002.

Hagger, M.S.; Chatzisarantis, N.L.D. and Biddle, S.J.H. (2002). A Meta-Analytic Review of the Theories of Reasoned Action and Planned Behavior in Physical Activity: Predictive Validity and the Contribution of Additional Variables. *Journal of Sport and Exercise Psycholog*y, 24: 3-32.

Hair, J., Anderson, T., Tatham, R. y Black, W. (1995). Multivariate data analysis. 4ª edición, Englewood Cliffs, NJ:Prentice Hall.

Hancock, C., Pérez-Quintana, A., y Hormiga, E. (2014). Stereotypical Notions of the Entrepreneur: An Analysis from a Perspective of Gender. Journal of Promotion Management, 20(1), p.82–94. https://doi:10.1080/10496491.2014.869100.

Hao Zhao, Seibert, S. E., y Lumpkin, G. T. (2009). The Relationship of Personality to Entrepreneurial Intentions and Performance: A Meta-Analytic Review. *Journal of Management*, 36(2), 381–404. https://doi:10.1177/0149206309335187.

Haus, I.; Steinmetz, H.; Isidor, R. y Kabst, R. (2013). Gender Effects on Entrepreneurial Intention: A Meta-Analytical Structural Equation Model. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 5(2): p.130-156.

Hayek, M. (2012). Control Beliefs and Positive Psychological Capital: Can Nascent Entrepreneurs Discriminate Between What Can and Cannot be Controlled? Journal of Management Research; New Delhi, Tomo 12, No.1, p.3-13.

Hayter, C.S. (2013). Conceptualizing knowledge-based entrepreneurship networks: perspectives from the literature. *Small Business Economic* 41, 899–911. https://doi.org/10.1007/s11187-013-9512-x.

Henry, C., Foss, L. y Ahl, H. (2015). Gender and entrepreneurship approaches: A methodological review. *International Small Business Journal*. https://DOI 10.1177/0266242614549779.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P.(2012).Metodología de la Investigación.Mac Graw Hill Education. Edición Sexta. ISBN: 978-1-4562-2396-0

Hughes, K. D., Jennings, J. E., Brush, C., Carter, S., & Welter, F. (2012). Extending Women's Entrepreneurship Research in New Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 429–442. https://doi:10.1111/j.1540-6520.2012.00504.x.

Huang, Q.; Liu, X. y Li, J. (2019). Contextualization of Chinese entrepreneurship research: an overview and some future research directions. Entrepreneurship & Regional Development, 32(5-6). https://doi.org/10.1080/08985626.2019.1640437.

Iakovleva, T., Kolvereid, L. and Stephan, U. (2011), "Entrepreneurial intentions in developing and developed countries", Education + Training, Vol. 53 No. 5, p. 353-370. https://doi.org/10.1108/00400911111147686.

Informe Global Entrepreneurship Monitor, GEM Panamá, Fundación Ciudad del Saber, IESA, (2019).

Instituto Nacional de Estadística y Censo, Contraloría General de la República de Panamá (2018). https://www.inec.gob.pa/.

Jaén, I., Fernández-Serrano, J. y Liñán, F. (2013). Valores culturales, nivel de ingresos y actividad emprendedora. *Revista de Economía Mundial*, núm. 35, 2013, p. 35-51 Sociedad de Economía Mundial Huelva, España.

Jennings, J.E. y Brush, C.G. (2013). Research on women entrepreneurs: Challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature? *The Academy of Management Annals* 7(1): p. 663–715.

Johnson, R. y Wichern, D. (2007). Applied Multivariate Statistical Analysis. Pearson. 6th Edición.

Jones, B. & Iredale, N. (2014). Enterprise and entrepreneurship education: Towards a comparative analysis. *Journal of Enterprising Communities*, 8 (1). 34 - 50. ISSN 1750-6204 DOI: https://doi.org/10.1108/JEC-08-2012-0042.

Jones, C.D. (2011). Teaching Entreprenerushio to Undergraduates. Ed. Edward Elgar Publishing Ltd: Reino Unido.

Kantis, H. Federico, J. & Ibarra García, S. (2019). Project: Index of Dyamic Entrepreneurship as a vehicle to enhance digitalization. ISBN: 978-987-3608-52-0.

Kantis, H., Federico, J., y Ibarra García, S. (2017). *Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico: América Latina, avances y retrocesos en perspectiva.* Argentina: Universidad General de Sarmiento, Instituto de Industria, Programa de Desarrollo Emprendedor.

Kantis, H., Postigo, S., Federico, J., y Tamborini, F. (2002). El surgimiento de emprendedores de base universitaria: ¿en qué se diferencian? Evidencias empíricas para el caso de Argentina. Presentado en: RENT XVI Conferencia, Barcelona, España.

Karimi, S., Biemans, H., Lans, T., Chizari, M., and Mulder, M. (2016). The Impact of Entrepreneurship Education: A Study ofIranian Students' Entrepreneurial Intentions and Opportunity Identification. Journal of Small Business Management, 54(1): p. 187-209.

Karlsson, Ch., Friis, Ch., Paulsson, T. (2004). Relating entrepreneurship to economic growth. *The Royal Institute of technology Centre of Excellence for studies in Science and Innovation.* http://www.infra.kth.se/cesis/research/publications/working papers, Paper No.13.

Katz, J., y Gartner, W. B. (1988). Properties of Emerging Organizations. *Academy of Management Review*, 13(3), p. 429–441. https://doi:10.5465/amr.1988.4306967.

Katz, J. (2003). The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education: 1876-1999. *Journal of Business Venturing*. Volume 18, Issue 2, p.283-300.

Kautonen, T., van Gelderen, M., & Fink, M. (2013). Robustness of the Theory of Planned Behavior in Predicting Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship Theory and Practice,* 39(3), p. 655–674. https://doi:10.1111/etap.12056.

Kaya, T., Erkut, B., & Thierbach, N. (2019). Entrepreneurial Intentions of Business and Economics Students in Germany and Cyprus: A Cross-Cultural Comparison. *Sustainability MDPI*, 11(5), 1437. https://doi:10.3390/su11051437.

Kickul, J., Gundry, L. K., Barbosa, S. D., & Whitcanack, L. (2009). Intuition Versus Analysis? Testing Differential Models of Cognitive Style on Entrepreneurial Self-Efficacy and the New Venture Creation Process. Entrepreneurship Theory and Practice, 33(2), p. 439–453. https://doi:10.1111/j.1540-6520.2009.00298.x.

Kirby, D. A., Guerrero, M., & Urbano, D. (2011). Making Universities More Entrepreneurial: Development of a Model. *Canadian Journal of Administrative Sciences / Revue Canadienne Des Sciences de l'Administration,* 28(3), p. 302–316. https://doi:10.1002/cjas.220

Kirzner, I.M. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.

Kizner, I. (1985) Discovery and the Capitalist Process. University of Chicago Press.

Knight, F. H. (1921). *Risk, Uncertainty and Profit*. Hart Schaffner and Marx, New York, NJ.

Kolvereid, L. (1996). Organizational employment versus self-employment: Reasons for career choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20, 3, p. 23–31.

Kolvereid, L. y Isaksen, E. (2006). New business start-up and subsequent entry into self-employment.

Korunka, C., Lueger, F., M., y Mugler, J. (2003). The Entrepreneurial Personality in the Context of Resources, Environment, and the Startup Process-A Configurational Approach. Entrepreneurship Theory and Practice, 28(1), p. 23–42. https://doi:10.1111/1540-8520.00030.

Krueger, N. (2009). Entrepreneurial Intentions are Dead: Long Live Entrepreneurial Intentions. Extraído de: https://www.researchgate.net/profile/Norris-Krueger/publication/226358764_Entrepreneurial_Intentions_are_Dead_Long_Live_Entrepreneurial_Intentions/links/55cfad1808ae6a881385dcf2/Entrepreneurial-Intentions-are-Dead-Long-Live-Entrepreneurial-Intentions.pdf.

Krueger, N., and Brazeal, D. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19, 3, p. 91–104.

Krueger, N. F., y Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behavior. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5(4), p. 315–330.

Krueger, N., Reilly, M., y Carsrud, A. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, p. 411-432.

La Hora de la Igualdad, Brechas por Cerrar, Caminos por Abrir. Cepal, Naciones Unidas (2010).

Laguía González, A., Jaén, I., Topa, G., y Moriano, J. (2018). University environment and entrepreneurial intention: the mediating role of the components of the theory of planned behaviour. *Revista de Psicología Social*, pp. 1–31. https://doi:10.1080/02134748.2018.1542789.

Laguía, A., Moriano, J. A., & Gorgievski, M. (2019). A Psychosocial Study of Self-Perceived Creativity and Entrepreneurial Intentions in a sample of University Students. *Thinking Skills and Creativity*, 3 (marzo): p. 44-57 https://doi:10.1016/j.tsc.2018.11.004.

Lakovleva, T., Shirokova, G. yA la Tzukanova, T. (2014), "Exploring the relationship between universitycontext and entrepreneurial intentions: institutional perspective", paper presented at RENT2014 Conference, Luxembourg, p. 19-24 November.

Landström, H., Harirchi, G. y Åström, F. (2012). Entrepreneurship: Exploring theknowledge base. *Research Policy*, 41(7), p. 1154–1181.

Larroulet, C., y Couyoumdjian, J. (2009). Entrepreneurship and Growth: A Latin American Paradox? *The Independent Review*, 14(1), p. 81-100. Retrieved April 3, 2021, from http://www.jstor.org/stable/24562213.

Lin, X., Casrud, A., Jadoga, K. y Shen, W. (2013). Determinants of entrepreneurial intentions: applying western model to the Sri Lanka context. *Journal of Enterprising Culture* 21(02):153-174. https://DOI: 10.1142/S0218495813500076.

Liñán, F. (2004). Educación empresarial y modelo de intenciones. Formación para un empresariado de calidad. Análisis empírico para la provincia de Sevilla. Tesis doctoral, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Departamento de Economía Aplicada I, Universidad de Sevilla, España.

Liñán, F., Urbano, D. y Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: start-up intentions of university students in Spain. Entrepreneurship and Regional Development, 23(3&4), p. 187-215.

Liñán, F., y Chen, Y. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33, 3, p. 593–617.

Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J.C. & Rueda-Cantuche, J.M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. *International Entrepreneurship Management* J 7, p. 195–218. https://doi.org/10.1007/s11365-010-0154-z.

Liñán, F., Nabi, G., Krueger, N. (2013). British and Spanish Entrepreneurial Intentions: A Comparative Study. *Revista de Economía Mundial*, número 33, p. 73-103.

Liñán, F., Fernández-Serrano J. y Romero, I. (2013). Emprendimiento por necesidad y por oportunidad: el efecto mediador de la cultura. *Revista de Economía Mundial*, Volumen no. 33, 2013, p. 21+.

Liñán, F. y Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship Management Journal*. https://DOI 10.1007/s11365-015-0356-5.

Liñán, F. y Fernandez-Serrano, J. (2014). National culture, entrepreneurship, and economic development: different patterns across the European Union. *Small Business Economics*, 42: p. 685-702.

Loiola, E., Guedes, S., Cícero R. y Moreira A. (2016). Acción planificada e intención emprendedora en estudiantes universitarios: análisis de predictores y mediadores. *Revista Psicología, Organizaciones y Trabajo*, volumen 16, No.1 *Versión On-line* ISSN 1984-6657.

Lortie, J., Castrogiovanni, G. (2015). The theory of planned behavior in entrepreneurship research: what we know and future directions. *International Entrepreneurship and Management Journal,* volume 11, p. 935–957(2015). https://doi.org/10.1007/s11365-015-0358-3.

Low, M. B. (2001). The Adolescence of Entrepreneurship Research: Specification of Purpose. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(4), p. 17–26. https://doi:10.1177/104225870102500402.

Lüthje, C., y Franke, N. (2003). The 'making' of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *Ry D Management*, 33(2), 135-147.Marshall, 1881.

Luor, T., Lu, H., Yu H. y Chang, K. (2014). Trends in and contributions to entrepreneurship research: a broad review of literature from 1996 to June 2012. *Scientometrics* 99. p. 353-369.

Maalu, J., Nzuve, S. y Magutu P. (2010). A Survey of Personal Goals and Perceptions of Entrepreneurial Ability Among Students at The School of Business, University of Nairobi. AIBUMA Publishing African Journal of Business & Management http://www.aibuma.org/journal/index.htm Vol. 1.

Maalu J, Nzuve S, Muindi FK. (2012). A survey of personal goals and perceptions of entrepreneurial ability among students of the School of Business, University of Nairobi. *Africa Journal of Business and Management*;1(1): p. 12-24.

Madden, T. J., Ellen, P. S., & Ajzen, I. (1992). A Comparison of the Theory of Planned Behavior and the Theory of Reasoned Action. Personality and Social Psychology Bulletin, 18(1), p. 3–9. https://doi:10.1177/0146167292181001

Manley, S., Hair, J., Williams, R. y McDowell (2020). Essential new PLS_SEM analysis methods for your entrepreneurship analytical toolbox. International Entrepreneurship and Management Journal.

Markuerkiaga, L., Caiazza, R., Igartua, J.I. and Errasti, N. (2016), "Factors fostering students' spin-off firm formation: An empirical comparative study of universities from North and South Europe", *Journal of Management Development*, Vol. 35 No. 6, pp. 814-846. https://doi.org/10.1108/JMD-03-2016-0034.

Marlow, S., & Patton, D. (2005). All Credit to Men? Entrepreneurship, Finance, and Gender. Entrepreneurship Theory and Practice, 29(6), 717–735. https://doi:10.1111/j.1540-6520.2005.00105.x.

Marshall, A. (1964). *Principles of Economic*s. London: Macmillan and Company Limited.

Martin, B.C., McNally, J.J., y Kay, M.J. (2013). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *Journal of Business Venturing*, 28, p. 211–224, http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.03.002.

Maula, M., Autio, E. y Arenius, P. (2005). ¿What Drives Micro-Angel Investments? *Small Business Economics* 25(5): p. 459-475. https://DOI: 10.1007/s11187-004-2278-4.

McClelland D. C. (1961). *The Achieving Sociefy*. Free Press, New York.

McEachan, R. R. C., Conner, M., Taylor, N. J., & Lawton, R. J. (2011). Prospective prediction of health-related behaviours with the Theory of Planned Behaviour: a meta-analysis. *Health Psychology Review*, 5(2), p. 97–144. https://doi:10.1080/17437199.2010.521684.

Meyer, D. (2010). The reinvention of Academic Entrepreneurship. Journal of Small Business Management. https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00311.x.

Michel, l. (2011). *Overcoming the gender gap: Women entrepreneurs as economic drivers.* Kauffman Foundation. Disponible en: SSRN http://ssrn.com/abstract=1934906.

Minniti, M., y Naudé, W. (2010). What do we know about the patterns and determinants of female entrepreneurship across countries. *European Journal of Development Research*, 22(3), p. 277–293.

Minniti, M., Arenius, P., y Langowitz, N. (2005). *GEM 2004 on women and entrepreneurship*. Babson Park, MA, USA: Babson College and London Business School.

Mirchandani, K. (1999). Feminist Insight on Gendered Work: New Directions in Research on Women and Entrepreneurship. Gender, Work and Organization, 6(4), p. 224–235. https://doi:10.1111/1468-0432.00085.

Mitchell, R. K., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P. P., Morse, E. A., & Smith, J. B. (2002). Toward a Theory of Entrepreneurial Cognition: Rethinking the People Side of Entrepreneurship Research. Entrepreneurship Theory and Practice, 27(2), p. 93–104. https://doi:10.1111/1540-8520.00001.

Morales, C. y Holtschlag, C. (2008). Postmaterialist values and Entrepreneurship. International Journal of Entrepreneurial Behaviour Camp Research. 19. 266-282.

Moralista, R. B., y Delariarte, G. C. (2014). Entrepreneurship as a Career Choice: An Analysis of Entrepreneurial Self-Efficacy and Intention of National High School Senior Students at the Municipality of Calinog, Iloilo. Asia Pacific Journal of Education, Arts and Sciences, 1(2): p.12–15.

Mortan, Roxana Andreea y Ripoll, Pilar y Carvalho, Carla y Bernal, M. Consuelo (2014). Efectos de la inteligencia emocional sobre la intención emprendedora y la autoeficacia. Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones, 30 (3), 97-104. [Fecha de Consulta 19 de Julio de 2021]. ISSN: 1576-5962. Disponible en: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=231332688002.

Moore, D.P. An examination of present research on the female entrepreneur — Suggested research strategies for the 1990's. Journal of Business Ethics 9, p. 275–281 (1990). https://doi.org/10.1007/BF00380327.

Moore, G. (1990). Structural Determinants of Men's and Women's Personal Networks. *American Sociological Review*, 55(5), 726. https://doi:10.2307/2095868.

Moreira-Ferreira, A.; Loiola, E. y Guedes, S. (2017). Individual and contextual predictors of entrepreneurial intention among undergraduates: a literature review. Cad. EBAPE.BR, 15(2): 292-308.

Moriano, J., Palací, F. y Morales, F. (2006). El Perfil Psicosocial del Emprendedor Universitario. Journal of Work and Organizational Psichology, Volumen 22, Número 1, pp. 75-99.

Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., & Zarafshani, K. (2011). A Cross-Cultural Approach to Understanding Entrepreneurial Intention. *Journal of Career Development*, 39(2), pp.162–185. https://doi:10.1177/0894845310384481.

Morris, M.H., Kuratko, D. y Cornwall, J. (2013). Entrepreneurship and the modern university. https://DOI:10.4337/9781782544630.

Morris, M. H., Miyasaki, N. N., Watters, C. E., & Coombes, S. M. (2006). The Dilemma of Growth: Understanding Venture Size Choices of Women Entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 44(2), p. 221–244. https://doi:10.1111/j.1540-627x.2006.00165.x.

Mueller, P. (2007). Exploiting entrepreneurial opportunities: The impact of entrepreneurship on growth. *Small Business Economics,* 28: p.355-362.

Munir, H., Jianfeng, C. and Ramzan, S. (2019), Personality traits and theory of planned behavior comparison of entrepreneurial intentions between an emerging economy and a developing country. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, Vol. 25 No. 3, p. 554-580. https://doi.org/10.1108/IJEBR-05-2018-0336.

Nabi, G.; Liñán, F.; Fayolle, A.; Krieger, N. y Walmsley. (2017). The Impact of Entrepreneurship Education in Higher Education: A Systematic Review and Research Agenda. Academy of Management Learning & Education, 16(29): p.277-299.

Nabi, G., y Liñán, F. (2013). Considering business start-up in recession time: the role of risk perception and economic context in shaping the entrepreneurial intent. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 19(6), p.633–655.

Nabi, G. y Liñán, F. (2011). Graduate Entrepreneurship in the Developing World: Intentions, Education and Development. *Education and Training* 53, p. 325-334. https://doi: 10.1108/00400911111147668.

Nagy, A.; Györfy, L.; Petru, T. y Benyovazki, A. (2010). Entrepreneurial Perceptions and Activity Differences and Similarities in Four Eastern European Countries. *Theorical and Applied Economics*, 8(549): p. 17-28.

Narváez Vásquez, G. (2016). Las Spin-off universitarias: revisión de la literatura sobre la ambigüedad del contructo. *Revista Global de Negocios*, 4(7): p. 95-108.

Naudé, W. (2010). Entrepreneurship, developing countries, and development economics: new approaches and insights. *Small Business Economics*, 34: p.1-12.

Nowunski, W. y Haddoud, M.Y. (2019). The role of inspiring role models in enhancing entrepreneurial intention. Journal of Business Research, 96: p. 183-193.

Obschonka, M., Silbereisen, R., Schmitt-Rodermund E., Stuetzer, M. (2011). Nascent entrepreneurship and the developing individual: Early entrepreneurial competence in adolescence and venture creation success during the career.

O'Connor, A. (2013). A conceptual framework for entrepreneurship education policy: Meeting government and economic purposes. Journal of Business Venturing, 28(4): 546-563.

Oosterbeek, H., Van Praag, M., y IJsselstein, A. (2008). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship competencies and intentions: An evaluation of the Junior Achievement Student Mini-Company Program. Disponible en: SSRN 1118251.

O'Shea, R. P., Allen, T. J., Morse, K. P., O'Gorman, C., y Roche, F. (2007). Delineating the anatomy of an entrepreneurial university: the Massachusetts Institute of Technology experience. R&D Management, 37(1). https://doi:10.1111/j.1467-9310.2007.00454.x.

Palma, Y. (2011). *Factores que inciden en la intencionalidad de emprender de los estudiantes universitarios en Panamá*. Tesis Doctoral no publicada. Universidad Politécnica de Cataluña.

Porter, M.E.; Sachs, J.D. y McArthur, J.W. (2002). *The Global Competitiveness Report 2001- 2002*. New York: Oxford University Press.

Reynolds, P.D., Bygrave, W.D., Autio, E., Cox, L.W. y Hay, M. (2002). *Global entrepreneurship Monitor: 2002 executive report.* Kansas City: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.

Rideout, E. C., y Gray, D. O. (2013). Does entrepreneurship education really work? A review and methodological critique of the empirical literature on the effects of university-based entrepreneurship education. *Journal of Small Business Management*, 51(3), p. 329–351.

Rothaermel, F. T., Agung, S. D., y Jiang, L. (2007). University entrepreneurship: a taxonomy of the literature. *Industrial and Corporate Change*, 16(4), p. 691–791. https://doi:10.1093/icc/dtm023.

Ruizalba, J., Vallespín, M., Sanchez, V., Rodríguez M. (2015). The moderating role of gender on entrepreneurial intentions: A TPB perspective. *Intangible Capital*, volume 11, número1. http://dx.doi.org/10.3926/ic.557.

Saeed, R., Nayyab, H. H., Rashied, H., Lodhi, R. N., Musawar, S., & Iqbal, A. (2013). Who is the most potential entrepreneur? A case of Pakistan. Middle East Journal of Scientific Research, 17(9), p. 1307–1315.

Sánchez-Escobedo, M.C., Fernández-Portillo, A., Díaz-Casero, J.C. y Hernández-Mogollón, R. (2016). Research in entrepreneurship using GEM data. Approach to the state of affairs in gender studies. *European Journal of Management and Business Economics* 25, 150–160.

Sandhu, M., Sidique, S. y Riaz, S. (2010). Entrepreneurship Barriers and Entrepreneurial Inclination Among Malaysian Postgraduate Students. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* 17(4):428-449, https://doi: 10.1108/13552551111139656.

Santos, M. y Amâncio, L. (2014). Desigualdades de género en profesiones altamente calificadas: un análisis psicológico social. Revista de Psicología Social y Política, Vol. 4, p. 427-443, https://doi.org/10.5964/jspp.v4il.487.

Sarfaraz L., Faghih, N. y Majd, A. (2014). The relationship between women entrepreneurship and gender equality. *Journal of Global Entrepreneurship Research* 2(1), 6. http://doi.org/10.1186/2251-7316-2-6.

Say, J. B. (1803). Traité D'économie Politique, ou Simple Exposition de la Manière Dont se Forment, se Distribuent, et se Composent les Richesses. Paris: A.A. Renouard.

Sautet, F. (2013). Local and Systemic Entrepreneurship: Solving the Puzzle of Entrepreneurship and Economic Development. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37: p.387-402.

Schlaegel, C. y Koenig, M. (2014). Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta–Analytic Test and Integration of Competing Models. *Entrepreneurship Theory and Practice*. https://doi.org/10.1111%2Fetap.12087.

Schmutzler, J., Andonova, V. y Diaz-Serrano, L. (2019). How context shapes entrepreneurial self-efficacy as a driver of entrepreneurial intentions: A multilevel approach. *Entrepreneurship Theory and Practice,* 43 (5), p. 880-920.

Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Harvard University Press.

Schumpeter, J.A. (1949). Economic Theory and Entrepreneurship History – Change and the Entrepreneur, Postulates and Patterns for Entrepreneurial. Harvard University Press: Cambridge MA.

Schumpeter, J.A. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. Harper, New York, NY.

Schwartz, E. (1976). Entrepreneurship: A New Female Frontier. *Journal of Contemporary Business*, Vol. 5 (1), p. 47-76.

Serrano-Bedía, A., Pérez-Pérez, M., Palma-Ruíz, M. y López-Fernández, M. (2016). Emprendimiento: visión actual como disciplina de investigación. Un análisis de los números especiales publicados durante 2011-2013. *Estudios Gerenciales*, Volumen 32, Issue 138, p.82-95.

Sesen, H. (2013). Personality or environment? A comprehensive study on the entrepreneurial intentions of university students. Education + Training, 55(7), 624–640. https://doi:10.1108/et-05-2012-0059.

Shane, S. Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy. *Small Business Economic* 33, 141–149 (2009). https://doi.org/10.1007/s11187-009-9215-5.

Shane, S., y Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), p. 217-226.

Shapero, A. (1975). The Displaced, Uncomfortable Entrepreneur. University of Illinois at Urbana Champaign´s Academy for Entrepreneurial Leeadership Historical Research Reference in Entrepreneurship, Available at SSRN: http://ssrn.com/abstract=1506368.

Shapero, A. (1984). The entrepreneurial event. In C. A. Kent (Ed.), The environment for entrepreneurship. Lexington: Lexington Books.

Shapero, A., y Sokol, L. (1982). *Social dimensions of entrepreneurship*. In C. A. Kent, D. L. Sexton, y K. H. Vesper (Eds.), Encyclopedia of entrepreneurship (pp. 72–90). Englewood Cliffs: Prentice Hall.

Shinnar, R. S., Giacomin, O., & Janssen, F. (2012). Entrepreneurial Perceptions and Intentions: The Role of Gender and Culture. Entrepreneurship Theory and Practice, 36(3), p. 465–493. https://doi:10.1111/j.1540-6520.2012.00509.x.

Sieger, P., Fueglistaller, U. y Zellweger, T. (2011). Entrepreneurial Intentions and Activities of Students across the World. International Report of the GUESSS Project 2011. St.Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St.Gallen (KMU-HSG).

Sources of Economic Hope: Women's Entrepreneurship". Ewing Marion Kauffman Foundation (2014).

Stefanovic, I., Prokic, S. i Rankovic, Lj. (2010). Motivational and success factors of entrepreneurs: the evidence from a developing country. Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Rijeci, 28 (2), p. 251-269. Preuzeto s https://hrcak.srce.hr/62359.

Zampetakis, L.A., Bakatsaki, M., Kafetsios, K. y Moustakis, V. (2016). Sex differences in entrepreneurs' business growth intentions: an identity approach. Journal of Innovation Entrepreneurship, 5 (29). https://doi.org/10.1186/s13731-016-0057-5.

Solesvik, M., Westhead, P., Kolvereid, L. y Matlay, H. (2012). Student intentions to become self- employed: the Ukrainian context. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19 (3): p. 441-460.

Sullivan, D.M. and Meek, W.R. (2012), Gender and entrepreneurship: a review and process model, *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 27 No. 5, p. 428-458. https://doi.org/10.1108/02683941211235373.

Tkachev, A., & Kolvereid, L. (1999). Self-employment intentions among Russian students. *Entrepreneurship and Regional Development*, 11(3), p. 269–280. https://doi:10.1080/089856299283209.

Thomas, A., Mueller, S. (2000). A Case for Comparative Entrepreneurship: Assessing the Relevance of Culture. *Journal International Business Studies* 31, p. 287–301. https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490906.

Thompson, E. R. (2009). Individual Entrepreneurial Intent: Construct Clarification and Development of an Internationally Reliable Metric. Entrepreneurship Theory and Practice, 33(3), p. 669–694. https://doi:10.1111/j.1540-6520.2009.00321.x.

Timmons, J. A., Smolla, L. and Dingee, A. (1985). The Entrepreneurial Mind. In New Venture Creation. Irwin, Second Edition, 139-179.

Toledano, N. (2006). Las perspectivas empresariales de los estudiantes universitarios. *Revista de Educación*, 34: p. 803-828.

Toma, S.G.; Grigore, A.M. y Marinescua, P. (2014). Economic development and entrepreneurship. *Procedia Economics and Finance*, 8: p. 436-444.

Tominc, P., y Rebernik, M. (2007). Growth aspirations and cultural support for entrepreneurship: a comparison of post-socialist countries. *Small Business Economics*, 28(2), p. 239-255.

Trivedi, R. (2016), "Does university play significant role in shaping entrepreneurial intention? A cross-country comparative analysis", *Journal of Small Business and Enterprise Development,* Vol. 23 No. 3, pp. 790-811. https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2015-0149.

Turker, D. y Selcuk, S. (2009). ¿Which Factors Affect Entrepreneurial Intention of University Students? *Journal of European Industrial Training* 33(2) https://DOI: 10.1108/03090590910939049.

Van Gelderen, M., Brand, M., Van Praag, M., Bodewes, W., Poutsma, E. and van Gils, A. (2008), Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour, *Career Development International*, Vol. 13 No. 6, p. 538-559. https://doi.org/10.1108/13620430810901688.

Van Stel, A.J. y Storey, D.J. (2004): The Link between Firm Births and Job Creation: Is there a Upas Tree Effect? *Regional Studies*, vol. 38, no 8, p. 893-917.

Van Praag, M. y Van Stel, A. (2013). The more business owners, the merrier? The role of tertiary education. *Small Business Economics*, 41:335-357.

Valencia, M. (2009). *Factores que influyen en los resultados de las nuevas empresas creadas por mujeres*. Universitat Ramon Llull. tesis: http://hdl.handle.net/10803/9206.

Varghese, T. y Hassan A. Youth's Entrepreneurial Attitudes in Oman. *World Journal of Social Sciences* Vol. 2. No. 7. November 2012 Issue. p. 302 – 325.

Vamvaka, V.; Stoforos, C.; Palaskas, T., Botsaris, C. (2020). Attitude toward entrepreneurship, perceived behavioral control, and entrepreneurial intention: dimensionality, structural relationships, and gender differences. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9, (1): p. 1-26.

Veciana, J.M. (1999). Creación de Empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8: p.11-36.

Venkataraman, S. (1997). The distinctive domain of entrepreneurship research". En: Katz, j. (Ed.) *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, vol., 3, JAI Press. Greenwich, CT, p. 119-138.

Verheul, I., Van Stel, A. y Thurik, R. (2006). Explaining female and male entrepreneurship at the country level. *Entrepreneurship y Regional Development* 18 (2): p. 151-183.

Vivel Búa, M., Fernández, S., Rodeiro, D. (2011). El sistema universitario: ¿motor o freno del emprendimiento académico femenino? Recuperado en: https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/13153/CC_120_art_7.pdf.

Vossenberg, S. (2013). Promoción del espíritu empresarial de las mujeres en los países en desarrollo: ¿Qué explica la brecha de género en el espíritu empresarial y cómo cerrarla? ", Documentos de trabajo 2013/08, Escuela de Administración de Maastricht.

Walter, S. G., Parboteeah, K. P., y Walter, A. (2011). University Departments and Self-Employment Intentions of Business Students: A Cross-Level Analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice,* 37(2), 175–200. https://doi:10.1111/j.1540-6520.2011.00460.x.

Weiss, J., Anisimova, T., y Shirokova, G. (2019). The translation of entrepreneurial intention into start-up behaviour: The moderating role of regional social capital. *International Small Business Journal*: Researching Entrepreneurship, 026624261983117. https://doi:10.1177/0266242619831170.

Wiklund, J., Davidsson P., Audretsch D. y Karlsson CH. (2011). The Future of Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship Theory and Practice* 35(1), p. 1-9.

Wu, J., Li, Y. y Zhang, D. (2019). Identificación de las barreras empresariales de las mujeres y empoderamiento del espíritu empresarial femenino en todo el mundo: un enfoque de QCA difuso. *Revista Internacional de Emprendimiento y Gestión*, 15, 905-928. https://doi.org/10.1007/s11365-019-00570-z.

Yadav, V. y Unni, J. (2016). Women entrepreneurship: research review and future directions. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6:12. https://DOI 10.1186/s40497-016-0055-x.

Zahra, S. A., Jennings, D. F., y Kuratko, D. F. (1999). The Antecedents and Consequences of Firm-Level Entrepreneurship: The State of the Field. Entrepreneurship Theory and Practice, 24(2), p. 45–65. https://doi:10.1177/104225879902400205.

Zahra, S. (2007). Contextualizing theory building in entrepreneurship research. Journal of Business Venturing. Volume 22, Issue 3, p. 443-452.

Zellweger, T., Sieger, P., y Halter, F. (2011). Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background. *Journal of Business Venturing,* 26(5), 521–536. https://doi:10.1016/j.jbusvent.2010.04.001.

Zhao, H., Hills, G.E. y Siebert, S.E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), p. 1265-1272.

Zollo, M.C., Laudano, C., Vincenzo, C. y Zampi, L. (2017). Factors affecting universities' ability to foster students' entrepreneurial behaviour: an empirical investigation. *Journal of Management Development*, 36 (2). https://doi.org/10.1108/JMD-06-2016-0093.

ANEXOS

Anexo I. Matriz de Consistencia

UNIVERSIDAD DE PANAMA

VICERRECTORIA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y CONTABILIDAD

PROGRAMA DE DOCTORADO EN CIENCIAS EMPRESARIALES CON ENFASIS EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TEMA: INFLUENCIA DE LAS UNIVERSIDADES PANAMEÑAS EN LAS ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS DE SUS ESTUDIANTES: UN ENFOQUE DE GENERO.

DIRECTOR: DRA. MARIA DE LOS ANGELES FRENDE; TUTOR: DR. MAXIMO ESTRADA

AUTOR: MARIELA YISETH SALGADO CANTO

PROBLEMA PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES DEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO /MEDIDAS/ ESCALAS	TIPO DE INV.
• ¿Existen diferencias entre estudiantes hombres y mujeres universitarios de Panamá, respecto a los factores que inciden en su Aspiración Emprendedora (AE)?	El objetivo general es el de determinar si existen diferencias en las aspiraciones emprendedoras de los estudiantes hombres y mujeres universitarios en Panamá.	• Existen diferencias entre estudiantes hombres y mujeres universitarios de Panamá, respecto a los factores que inciden en su aspiración emprendedora.	La aspiración emprendedora es definida en este trabajo como la variable dependiente de cada una de las variables independientes. **Fuente: Liñan y Chen (2009).**	Aspiración emprendedora	(1) Estoy dispuesto a hacer cualquier cosa para ser un empresario; (2) Mi objetivo profesional es convertirme en empresario; (3) Voy a hacer todo lo posible para crear y dirigir mi propio negocio; (4) Estoy decidido a crear un negocio en el fututo; (5) He pensado muy en serio en iniciar mi negocio; (6) Tengo la firme intención de iniciar un negocio algún dia.	**MEDIDA:** Se calcula una media ponderada de los valore anteriores. Cuanto más cerca esté de 7, más aspiraciones emprendedoras. **ESCALA**: Sobre una escala Likert-7, se les pregunta a los estudiantes que señalen lo de acuerdo/desacuerdo que están con cada una de las siguientes afirmaciones (1: totalmente en desacuerdo; 7: totalmente de acuerdo).	**Descriptiva, Explicativa; Predictivo**
PROBLEMA ESPECIFICO	**OBJETIVOS ESPECÍFICOS**	**HIPOTESIS ESPECIFICAS**	**VARIABLES INDEPENDIENTE**	**DIMENSIONES**	**INDICADORES**	**INSTRUMENTO /MEDIDAS/ ESCALAS**	**TIPO DE INV.**
1. ¿La actitud hacia el emprendimiento es diferente entre estudiantes hombres y mujeres estudiantes universitarios y por tanto la AE de las mujeres es menor?	· Examinar si existe diferencia de género en la incidencia de la actitud sobre la aspiración emprendedora de los estudiantes universitarios de Panamá.	· La actitud hacia el emprendimiento es diferente entre estudiantes hombres y mujeres universitarios y por tanto la Aspiración Emprendedora de las mujeres es menor.	La actitud guarda relación con el grado en que una persona tiene una valoración favorable o desfavorable sobre la aspiración emprendedora. **Fuente: Liñan y Chen (2009)**	Actitud	(1) Ser emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí; (2) Una carrera como empresario es atractivo para mí; (3). Si tuviera la oportunidad y los recursos, me convertiría en un empresario; (4) Ser empresario implicaría grandes satisfacciones para mí; (5) Entre las diversas opciones, preferiría convertirme en empresario.	**MEDIDA:** Se calcula una media ponderada de los valores anteriores. Cuanto más cerca esté de 7, tendría una mejor actitud hacia emprender. **ESCALA:** Sobre una escala Likert-7, se les pregunta a los estudiantes que señalen lo acuerdo/desacuerdo que están con las siguientes afirmaciones (1: totalmente en desacuerdo; 7: totalmente de acuerdo):	**Descriptiva, Explicativa; Predictivo**
· ¿La norma subjetiva hacia el emprendimiento es diferente entre estudiantes hombres y mujeres universitarios y por tanto la AE de las mujeres es menor?	· Analizar si existe diferencia de género en la incidencia de la norma subjetiva sobre la aspiración emprendedora de los estudiantes universitarios de Panamá.	· La norma subjetiva hacia el emprendimiento es diferente entre estudiantes hombres y mujeres universitarios y por tanto la Aspiración Emprendedora de las mujeres es menor.	El factor social, tambien denominado como la norma subjetiva, refiriéndose a una percepción favorable o desfavorable de la presión social frente a la aspiración emprendedora de un individuo. **Fuente: House et el. (2004); Liñan y Chen (2009)**	Factor Social	(1) Para mi familia es positivo que yo emprenda.La familia; (2) Para mis amigos es positivo que yo emprenda; (3) Para mis compañeros de universidad es positivo que Yo emprenda.	**MEDIDA:** Cuánto más cerca cada item esté de 7, más influencia positiva sobre las aspiraciones emprendedoras. **ESCALA:** Sobre una escala Likert-7, se les pregunta a los estudiantes que cómo creen que reaccionaría su entorno más cercano si eligiese una carrera emprendedora (1: muy negativamente; 7: muy positivamente):	**Descriptiva, Explicativa; Predictivo**
· ¿El control conductual percibido hacia el emprendimiento es diferente entre estudiantes hombres y mujeres universitarios y por tanto la AE de las mujeres es menor?	· Estudiar si existe diferencia de género en la incidencia del control conductual percibido sobre la aspiración emprendedora de los estudiantes universitarios de Panamá.	· El control conductual percibido hacia el emprendimiento es diferente entre estudiantes hombres y mujeres universitarios y por tanto la Aspiración Emprendedora de las mujeres es menor.	El control conductual percibido, está relacionado con la facilidad o dificultad percibida por una persona para la realización de una actividad emprendedora. **Fuente: Zhao et al. 2005; Chen 1998; George & Zhou 2001; Denoble 1999**	Control Conductual	(1) Identificación de nuevas oportunidades de negocios; (2) Creación de nuevos productos y servicios; (3) Gestión de la innovación dentro de una empresa; (4) Ser un líder y comunicador; (5) La creación de una red de contactos profesionales; (6) La comercialización de una nueva idea o desarrollo; (7) La gestión exitosa de un negocio.	**MEDIDA:** Se calcula una media ponderada de los valore anteriores. Cuanto más cerca esté de 7, más aspiraciones emprendedoras. **ESCALA:** Sobre una escala Likert-7, se les pregunta a los estudiantes que señalen el nivel de competencia en las siguientes tareas (1: muy baja competencia; 7: muy alta competencia):	**Descriptiva, Explicativa; Predictivo**

PROBLEMA ESPECIFICO	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICAS	VARIABLES INDEPENDIENTE	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO /MEDIDAS/ ESCALAS	TIPO DE INV.
· ¿La universidad modera la relación entre las variables independientes y la aspiración emprendedora de los universitarios? ¿Es ese efecto moderador diferente entre los hombres y mujeres universitarios?	· Examinar si la universidad desempeña un papel moderador en la relación entre la actitud, la norma subjetiva y control percibido y la aspiración emprendedora. · Conocer si la existencia o no del rol moderador de la universidad en el modelo propuesto difiere según sea el género de los estudiantes.	· La universidad modera la relación entre cada una de las variables independientes (actitud, norma subjetiva y control percibido) y la aspiración emprendedora de los estudiantes siendo, por tanto, la relación mayor en los estudiantes hombres que en las mujeres universitarias.	La universidad se ha definido en la investigación como una variable que modera la relación entre las variables independientes y la aspiración emprendedora de los estudiantes universitarios, siendo la relación más fuerte en los universitarios hombres que en las mujeres. **Fuente: Franke & Lüthje 2004; Geissler, 2013; Souitaris et al. 2007.**	Universidad	(1) No he asistido a un curso sobre emprendimiento hasta ahora; (2) He asistido a por lo menos un curso de emprendimiento como materia electiva; (3) He asistido a por lo menos un curso de emprendimiento como materia obligatoria; (4) Actualmente, estoy estudiando un curso de emprendimiento	**MEDIDA:** Señale cuál de las siguientes afirmaciones aplica para usted (es válido múltiples respuestas); **ESCALA:** Sólo utilizaremos la respuesta "3"; de forma, que, si la respuesta es "sí", la incidencia sobre las aspiraciones emprendedoras será mayor.	**Descriptiva, Explicativa; Predictivo**

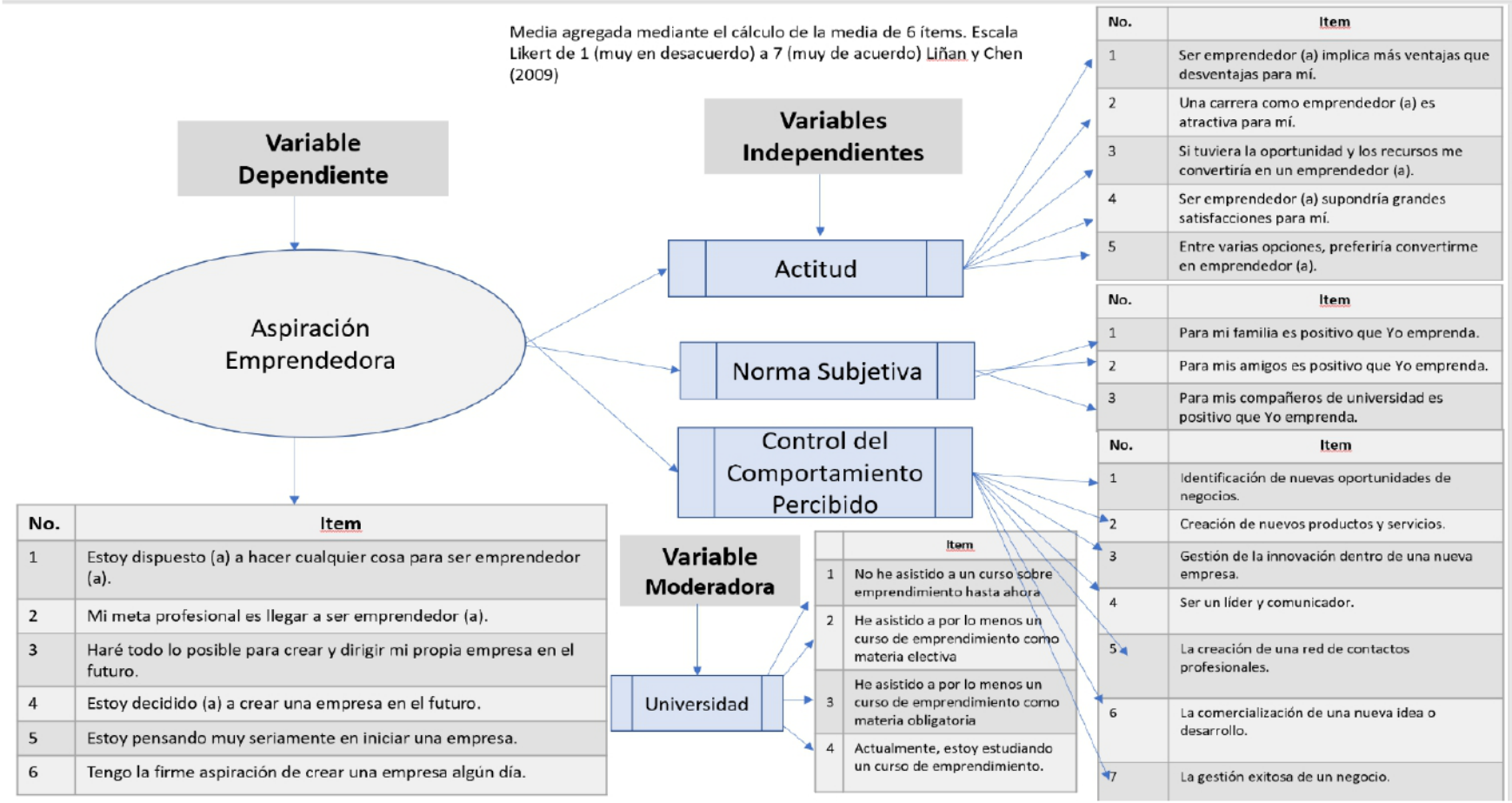
Fuente: Elaboración propia.

Anexo II: Universidades de Panamá participantes en la investigación.

No.	Nombre de la Universidad	Área o Especialidad de Formación	Ubicación (Sede Principal)	Enlace del Proyecto GUESSS
1	Universidad de Panamá	Tecnología, Ciencias Naturales Exactas y Ciencias Administrativas, Ciencias Sociales, Humanísticas y Ciencias de la Salud.	Vía Simón Bolivar, Urbanización el Cangrejo, con la Intersección Manuel Espinoza Batista y José De Fábrega, Provincia de Panamá.	Lic. Omaris Vergara
2	Universidad Tecnológica de Panamá	Ciencia, Tecnología e Ingeniería: Ingeniería Civil, Ingeniería Eléctrica, Ingeniería en Sistemas Computacionales, Ingeniería Mecánica, Ingeniería Industrial y Ciencia y Tecnología.	Avenida Universidad Tecnológica de Panamá, Vía Puente Centenario, Provincia de Panamá.	Mgtr. Mariela Salgado
3	Universidad Especializada de las Américas	Educación Especial y Pedagogía, Educación Social y Desarrollo Humano, Ciencias Médicas y Clínicas, Biociencias y Salud Pública.	Albrook, Paseo Diógenes De	Lic. Joanna Bernal de González
4	Universidad Latina de Panamá	Ciencias de la Comunicación, Educación y Desarrollo Humano, Ciencias de la Salud, Derecho y Ciencias Políticas, Ingeniería y Negocios.	Vía Ricardo J. Alfaro, Provincia de Panamá	Mgtr. Gisela Guevara
5	Universidad del Istmo	Derecho y Ciencias Políticas, Ingeniería y Tecnología de la Información, Educación y Ciencias Sociales, Ciencias Administrativas y Financieras.	Avenida Justo Arosemena, Calle 40 y 41, Provincia de Panamá.	Mgtr. Soledad Maquirriain
6	Quality Leadership University	Administración de Empresas y Negocios Internacionales, Construcción, Recursos Humanos, Comunicación y Proyectos.	Calle 45, Bella Vista, entre Avenida Justo Arosemena y Vía España, Provincia de Panamá.	Mgtr. Andrea Miranda
7	Universidad Santa María la Antigua	Humanidades y Teología, Negocios, Logísticas y Ciencias Marítimas, Ingeniería y Tecnología, Ciencias Sociales, Derecho y Ciencias Políticas, Arquitectura y Diseño.	Vía Ricardo J. Alfaro, Provincia de Panamá.	Mgtr. Samuel Vásquez

Fuente: Elaboración propia.

Anexo III: Operacionalización de las Variables



No.	Item
1	Estoy dispuesto (a) a hacer cualquier cosa para ser emprendedor (a).
2	Mi meta profesional es llegar a ser emprendedor (a).
3	Haré todo lo posible para crear y dirigir mi propia empresa en el futuro.
4	Estoy decidido (a) a crear una empresa en el futuro.
5	Estoy pensando muy seriamente en iniciar una empresa.
6	Tengo la firme aspiración de crear una empresa algún día.

No.	Item
1	Ser emprendedor (a) implica más ventajas que desventajas para mí.
2	Una carrera como emprendedor (a) es atractiva para mí.
3	Si tuviera la oportunidad y los recursos me convertiría en un emprendedor (a).
4	Ser emprendedor (a) supondría grandes satisfacciones para mí.
5	Entre varias opciones, preferiría convertirme en emprendedor (a).

No.	Item
1	Para mi familia es positivo que Yo emprenda.
2	Para mis amigos es positivo que Yo emprenda.
3	Para mis compañeros de universidad es positivo que Yo emprenda.

No.	Item
1	Identificación de nuevas oportunidades de negocios.
2	Creación de nuevos productos y servicios.
3	Gestión de la innovación dentro de una nueva empresa.
4	Ser un líder y comunicador.
5	La creación de una red de contactos profesionales.
6	La comercialización de una nueva idea o desarrollo.
7	La gestión exitosa de un negocio.

	Item
1	No he asistido a un curso sobre emprendimiento hasta ahora
2	He asistido a por lo menos un curso de emprendimiento como materia electiva
3	He asistido a por lo menos un curso de emprendimiento como materia obligatoria
4	Actualmente, estoy estudiando un curso de emprendimiento.

Fuente: Elaboración propia

Anexo IV: Instrumento de Medición de la Investigación

Universidad de Panamá
Vicerrectoría de Investigación y Postgrado
Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad
Doctorado en Ciencias Empresariales, con Énfasis en Administración de Empresas

Encuesta para desarrollar el Proyecto de Investigación Doctoral titulado: "Influencia de las universidades panameñas en las aspiraciones emprendedoras de sus estudiantes: un enfoque de género".

Como parte del proyecto de investigación doctoral antes mencionado, se está realizando una encuesta para identificar distintas variables que influyen en las aspiraciones emprendedoras de los estudiantes universitarios de Panamá. Sus opiniones son muy importantes para la investigación en curso, la cual aportará mayor conocimiento sobre la temática y dará como resultado una propuesta que permita fortalecer la cultura emprendedora desde la academia. Toda respuesta es válida y valiosa. La información suministrada será tratada con absoluta confidencialidad y solamente será usada para este proyecto de investigación.

Información personal

¿En qué año nació?
- 2002 – 1998
- 1997 – 1992
- 1991 – 1987
- 1986 – 1981
- 1980 – 1975
- 1974 o antes

¿Cuál es su sexo?
- Masculino
- Femenino

¿En cuál Universidad Usted estudia?

- Universidad de Panamá – UDP
- Universidad Tecnológica de Panamá - UTP
- Universidad Especializada de las Américas – UDELAS
- Universidad Latina de Panamá – ULP
- Universidad Santa María la Antigua – USMA
- Universidad del Istmo – UDI
- Quality Leadership University – QLU

¿En qué sede universitaria estudia? Ubicación geográfica.
_____

¿Cuál es el nivel de estudio que se encuentra cursando actualmente?

- Pregrado / Estudios Superiores (Licenciatura
- Postgrado / Masters
- Otros (Doctorado, Estudios Ejecutivos, MBA)

¿En qué año inició sus estudios?
_____

¿Qué carrera estudia?
_____

Tus aspiraciones emprendedoras

Por favor indique su grado de desacuerdo o acuerdo con respecto a las siguientes afirmaciones.

	Estoy totalmente en desacuerdo 1	Estoy parcialmente en desacuerdo 2	Estoy algo en desacuerdo 3	Ni en desacuerdo, ni en de acuerdo 4	Estoy algo en acuerdo 5	Estoy parcialmente de acuerdo 6	Estoy totalmente de acuerdo 7
1. Estoy dispuesto (a) a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor (a).	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡

2. Mi meta profesionales llegar a ser un emprendedor (a).	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡
3. Haré todo lo posible para crear y dirigir una empresa en el futuro.	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡
4. Estoy decidido (a) a crear una empresa en el futuro.	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡
5.Estoy pensando muy seriamente en iniciar una empresa.	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡
6. Tengo la firme aspiración de crear una empresa algún día.	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡

Tú y el Emprendimiento

Por favor indique su grado de desacuerdo o acuerdo con respecto a las siguientes afirmaciones.

	Estoy totalmente en desacuerdo 1	Estoy parcialmente en desacuerdo 2	Estoy algo en desacuerdo 3	Ni en desacuerdo, ni en deacuerdo 4	Estoy algo en desacuerdo 5	Estoy parcialmente de acuerdo 6	Estoy totalmente de acuerdo 7
1.Ser emprendedor (a) implica más ventajas que desventajas para mí.	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡
2. Una carrera como emprendedor (a) es atractiva para mí.	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡
3. Si tuviera la oportunidad y los recursos me convertiría en un emprendedor (a).	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡
4. Ser emprendedor (a) supondría grandes satisfacciones para mí.	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡
5. Entre varias opciones	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡

prefiero convertirme en emprendedor (a)							

Tú y el Emprendimiento

Por favor, indique cuan competente es en la realización de las siguientes tareas:

	Estoy totalmente en desacuerdo 1	Estoy parcialmente en desacuerdo 2	Estoy algo en desacuerdo 3	Ni en desacuerdo, ni en deacuerdo 4	Estoy algo en desacuerdo 5	Estoy parcialmente de acuerdo 6	Estoy totalmente de acuerdo 7
1. Identificación de nuevas oportunidades de negocios.	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡
2. Creación de nuevos productos y servicios.	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡
3. Gestión de la innovación dentro de una nueva empresa.	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡
4. Ser un líder y comunicador.	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡

5. La creación de una red de contactos profesionales.	○	○	○	○	○	○	○
6. La comercialización de una nueva idea o desarrollo.	○	○	○	○	○	○	○
7. La gestión exitosa de un negocio.	○	○	○	○	○	○	○

Tu Entorno

Por favor indique, si para los siguientes grupos de personas, relacionados con Usted, es positivo que Usted emprenda un negocio.

	Estoy totalmente en desacuerdo 1	Estoy parcialmente en desacuerdo 2	Estoy algo en desacuerdo 3	Ni en desacuerdo, ni en deacuerdo 4	Estoy algo en desacuerdo 5	Estoy parcialmente de acuerdo 6	Estoy totalmente de acuerdo 7
1. Para mi **familia** es positivo que Yo emprenda.	○	○	○	○	○	○	○
2. Para mis **amigos** es positivo que Yo emprenda.	○	○	○	○	○	○	○
3. Para mis **compañeros de**	○	○	○	○	○	○	○

universidad es positivo que Yo emprenda.							

Tu Universidad

Por favor, indique cuál de las siguientes afirmaciones aplica para Usted (son posibles varias respuestas).

		SI	NO
1.	No he asistido a un curso de emprendimiento hasta ahora.	⬡	⬡
2.	He asistido a por lo menos un curso de emprendimiento como materia electiva.	⬡	⬡
3.	He asistido a por lo menos un curso de emprendimiento como materia obligatoria.	⬡	⬡
4.	Actualmente estoy estudiando un curso de emprendimiento.	⬡	⬡

Fuente: Elaboración propia, a partir del Proyecto GUESSS.

Anexo V. Cronograma de la investigación

Universidad de Panamá
Vicerrectoría de Investigación y Postgrado
Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad
Doctorado en Ciencias Empresariales, con Énfasis en Administración de Empresas
Cronograma de la Investigación

N.	DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES	TIEMPO																																							
		AÑO 2018												AÑO 2019												AÑO 2020												AÑO 2021					
		Semestre 1						Semestre 2						Semestre 3						Semestre 4						Semestre 5						Semestre 6						Semestre 6					
		m1	m2	m3	m4	m5	m6	m7	m8	m9	m10	m11	m12	m13	m14	m15	m16	m17	m18	m19	m20	m21	m22	m23	m24	m25	m26	m27	m28	m29	m30	m31	m32	m33	m34	m35	m36	m37	m38	m39	m40	m41	m42
1	Selección del àrea de investigación																																									
2	Selección del tema																																									
3	Planteamiento del tema																																									
4	Revisión de la literatura																																									
5	Planteamiento del problema																																									
6	Anteproyecto de Investigación																																									
7	Sustentación y aprobación del tema																																									
8	Definición de instrumento																																									
9	Aplicación de prueba piloto																																									
10	Adecuación del instrumento																																									
11	Aplicación de instrumento - Proyecto GUESSS																																									
12	Replantamiento de la Investigación																																									
13	Descripción del marco teórico																																									
14	Metodología																																									
15	Definición de la propuesta de estructura capitular																																									
16	Recursos																																									
17	Redacción de los capítulos																																									
18	Revisión y análisis de los datos																																									
19	Elaboración de cuadros estadísticos y gráficos																																									
20	Interpretación y análisis de datos																																									
21	Publicación de avances de la investigación: Publicación científica en revista internacional indexada (requisito del programa).																																									
22	Presentación y redacción de los resultados finales																																									
23	Redacción de conclusiones, limitaciones y líneas futuras de la investigación																																									
24	Entrega y revisión de la producción de la investigación.																																									
25	Revisión final																																									
26	Defensa de Tesis																																									

Fuente: Elaboración propia.

Anexo VI. Certificación de ortografía y redacción exigidos por el idioma español

Dra. Nimia Herrera G.

Panamá, 13 de mayo de 2021

Señores
UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
E. S. D.

Estimados Señores:

La suscrita, doctora Nimia Herrera G., con CI: 4-102-1716, certifica haber revisado, por solicitud de **Mariela Yiseth Salcedo Canto**, la Tesis Doctoral: **"INFLUENCIA DE LAS UNIVERSIDADES PANAMEÑAS EN LAS ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS DE SUS ESTUDIANTES: UN ENFOQUE DE GÉNERO", para optar por el título de Doctor en Ciencias Empresariales con énfasis en Administración de Empresas, de la Facultad de Administración de Empresas y Contabilidad**, y a su vez doy fe de que el documento cumple satisfactoriamente con todos los requisitos formales de ortografía y redacción exigidos por el idioma español.

Atentamente,

Nimia Herrera G.

Celular: 69983395 Correo:n.hguillen@hotmail.com