

La familia como variable moderadora del interés emprendedor en jóvenes españoles

Family as a Moderating Variable of Spanish Youth's Entrepreneurial Interest

Isabel Luis Rico¹

Profesor Contratado Doctor
miluis@ubu.es

Tamara De la Torre Cruz

Profesor Contratado Doctor
tdtorre@ubu.es

Camino Escolar Llamazares

Profesor Contratado Doctor
cescolar@ubu.es
Universidad de Burgos

Diego Jiménez Palmero

Profesor Asociado
Universidad de Sevilla

Alfredo Jiménez Palmero

Profesor Contratado
Department of Management; KEDGE Business; Talence, France

¹Autora de correspondencia

Resumen: La literatura científica ha tratado de demostrar cómo la intención predice las conductas emprendedoras, interesándose por estudiar los factores que las fomentan. El presente trabajo trata de identificar y analizar la relación entre el *interés emprendedor* de jóvenes españoles y la familia como variable moderadora. Metodológicamente recurrimos a la técnica *Principal Component Analysis*, método estadístico multivalente. Se ha elaborado un cuestionario validado y desarrollado *ad hoc*. La población objeto de este estudio estuvo conformada por estudiantes de educación secundaria matriculados en centros docentes de España, con edades comprendidas entre los 15 y los 18 años. El tamaño muestral ascendió a 1.764 estudiantes, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 2.3%. Entre los resultados, destacamos que los jóvenes españoles con alto interés emprendedor representan un bajo porcentaje, son mayoritariamente varones y cuentan con tradición familiar de padres emprendedores. El trabajo plantea también la necesidad de detectar precozmente en los jóvenes los intereses emprendedores, reforzándolos como potenciales iniciativas a largo plazo.

Palabras clave: Jóvenes, educación secundaria; emprendimiento; variables psicológicas.

Abstract: The scientific literature has tried to show how intention predicts entrepreneurial behavior, as one of the factors that promote it. The present work identifies and analyzes the relationship between the entrepreneurial interest of Spanish youth and family as a moderating variable. Methodologically, we rely on the Principal Component Analysis technique, a multivalent statistical method. A validated questionnaire has been developed *ad hoc*. The population object of this study was made up of secondary school students enrolled in educational centers in Spain, aged between 15 and 18 years. The sample included 1,764 students, with a confidence level of 95% and a margin of error of 2.3%. Among the results, we highlight that young Spaniards with high entrepreneurial interest represent a low percentage, are mostly male, and have a family tradition of entrepreneurial parents. Our work also raises the need of an early detection of entrepreneurial interests in the youth, and to nurture them as potential long-term initiatives.

Key Words: Youth, secondary education; entrepreneurship; psychological variables.

1. Planteamiento

En los últimos años, se detecta un incremento de la atención investigadora sobre el emprendimiento como programa de investigación interdisciplinar (Luis-Rico, Escolar-Llamazares, De la Torre-Cruz, Jiménez, Herrero, Palmero-Cámara y Jiménez-Eguizábal, 2020; Rodrigues & Soukiazis, 2015; Sánchez, 2011; Serrano, Pérez, Palma, & López, 2016; Toca, 2010; Torres & Artigas, 2015). No se trata de una simple moda, por el contrario afrontamos un fenómeno que

cada año afecta a casi 500 millones de personas relacionados con la creación de una nueva empresa, identificándose el emprendimiento como uno de los componentes clave para el crecimiento y desarrollo social y económico (Agarwal, Audretsch, & Sarkar, 2007; Baumol & Strom, 2007).

Entendemos el emprendimiento en un sentido amplio como la creación de ideas, empresas y patentes así como todo el proceso de gestación, incluso en aquellos casos en los que no se alcanza la puesta en práctica de la empresa (Jimenez-Palmero et al., 2012; Luis et al., 2015). Se trata de una capacidad humana compleja debido a la confluencia de factores que dificultan determinar predictores eficaces de intenciones y conductas emprendedoras (Comisión de las Comunidades Europeas, 2003; Durán-Aponte & Arias-Gómez, 2015; Moriano, Palací, & Morales, 2006; Valencia, & Montoya, 2016).

El emprendimiento, además, es un fenómeno de gran interés socioeducativo debido a la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos por los que la mayoría de las sociedades están atravesando (Jimenez-Palmero, Palmero-Cámara, & Jiménez-Eguizábal, 2012; Luis, Palmero, & Escolar, 2015; Pérez, 2013; Ruiz, Fuentes, & Ruiz, 2014). Sin embargo y a pesar de los progresos científicos, se sigue desconociendo en parte el comportamiento y eficacia de los predictores de iniciativas y conductas emprendedoras, persistiendo la dificultad para explicar gran parte de la variación de esta actividad (Dau y Cuervo-Cazurra, 2014; Freytag & Thurik 2007, Uhlener & Thurik, 2007). Además, el empleo excesivo de universitarios como muestras de conveniencia y los escasos estudios con adolescentes ha limitado la generalización de los resultados a la población de emprendedores potenciales no universitarios (Flores, Robitschek, Celebi, Andersen, & Hoang, 2010; Hemmasi & Hoelscher, 2005; Lanero, Vázquez, Gutiérrez, & García, 2011; Schaub & Tokar, 2005).

El estudio de los factores relacionales también ha ido cobrando impulso en paralelo al desarrollo de planteamientos que conciben el emprendimiento, más allá de la identificación del rol del emprendedor, como un proceso de mejora y búsqueda del desarrollo a través de las oportunidades del entorno, creando valor interpersonal e intrapersonal, poniendo de manifiesto la decisiva influencia del ecosistema emprendedor, configurado con factores relacionados con las políticas; cultura; finanzas; capital humano; servicios y mercados, en las que la dinámica de construcción y establecimiento de las redes sociales de apoyo –flujo de necesidades, acuerdos pactos de colaboración que se establecen entre individuos con diferentes

grados de compromiso y confianza- son estratégicas para el desarrollo de la cultura de emprendimiento en las fases de intención, incubación, creación, desarrollo y consolidación. Dentro de este ecosistema emprendedor, la familia se sitúa de forma prominente como la red con mayor cercanía al emprendedor donde se provee del soporte material y emocional que beneficia la intención emprendedora.

2. Objetivos

En el marco genérico de interés y oportunidad de orientar la investigación hacia el estudio de los factores que intervienen en el interés emprendedor, centrando la atención en la población de jóvenes, nuestro estudio se propone como objetivo identificar y analizar la relación existente entre el interés emprendedor de los jóvenes españoles comprendidos entre los 15 y los 18 años y su entorno familiar, como factor que influye en el desarrollo psico-social y educativo de los futuros emprendedores, lo que permita establecer acciones formativas eficientes (Baron, 2002; Bernal, 2014; Duran-Aponte & Arias-Gómez, 2015; Montoya et al., 2016; Moriano et al., 2006).

3. Método

3.1. Diseño

Se trata de un estudio trasversal, descriptivo de una población mediante encuesta con una muestra probabilística que se enmarca dentro del proyecto coordinado y financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad, desarrollado a nivel estatal por las universidades de Barcelona, Burgos, Deusto, La Rioja, Santiago de Compostela y UNED. Además, en la recogida de datos han colaborado la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla y la Universidad de Valencia.

3.2. Participantes y procedimiento

La población objeto de este estudio estuvo conformada por estudiantes de educación secundaria matriculados en centros docentes de España, con edades comprendidas entre los 15 y los 18 años. El tamaño muestral ascendió a 1.764 estudiantes, se calculó, para un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 2.3%. El tipo de muestreo ha sido aleatorio simple, conservando la afijación proporcional en cada una de las Comunidades Autónomas y en cada una

de las enseñanzas de régimen general (67% estudiantes de Bachillerato, 32.7% alumnado de ciclo formativo de grado medio y 10.3% discentes de formación profesional básica). Las unidades muestrales últimas se seleccionaron por conglomerados eligiendo al azar centros educativos de cada Comunidad Autónoma atendiendo a dos consideraciones, seleccionar un centro rural por Comunidad Autónoma y una proporción de un centro de régimen privado-concertado por cada tres de titularidad pública. Previa aplicación de los instrumentos se solicitó permiso tanto a la Dirección General de Educación de cada Comunidad Autónoma, como a los directores de los centros educativos, y se informó de los pormenores de la investigación. Un 50.1% de la muestra fueron mujeres (n=885) y un 49.9% hombres (n=879). La media de edad fue de 17.6 años (SD=1.60) y el 89.6% de nacionalidad española (n=1.581).

3.3. Medidas

Debido a los distintos intereses de cada una de las universidades colaboradoras el cuestionario se dividió en varios bloques temáticos: alumnado; vida en el centro escolar; tiempo libre; vida familiar; salud y calidad de vida; estudios y mercado laboral en el futuro; emprendimiento.

Para la validación del cuestionario se realizó una prueba piloto en ocho comunidades autónomas estableciendo como criterio la estratificación de la muestra final y su proporcionalidad. En cuanto al número de cuestionarios a aplicar se contó con el 10% de la muestra posterior. A continuación, se valoró por catorce expertos pertenecientes a siete universidades españolas, que dieron su visto bueno para la aplicación definitiva, así mismo se constató una alta fiabilidad (Luis-Rico et al., 2020; Valdermoros-San-Emeterio et al., 2016, 2017).

Para dar satisfacción al objetivo propuesto en este trabajo se analizan los bloques relacionados con las variables familiares, laborales y emprendedoras (véase Tabla 1):

Tabla 1.*Selección de preguntas del cuestionario*

Nº Pregunta	Bloque	Datos	Medida
P. 1 a P. 10	Alumnado	Sexo; año de nacimiento; personas con las que viven; número de personas que viven en la casa; situación familiar; relación familiar; país de procedencia del padre, madre y del alumno; código postal; dinero disponible semanal; nivel de estudios y situación profesional del padre y la madre	Diferentes formas de designar los datos en función de la pregunta.
P. 40	Emprendimiento	Grado de interés por emprender	Escala Likert de 1 a 5.

3.4. Análisis de los datos

Una vez seleccionadas las preguntas incluidas en el estudio se empleó un código como identificador de cada dato obtenido de cada encuestado, quedando por lo tanto un conjunto con 1.633 datos válidos y 92 características para cada uno de ellos. El análisis de datos obtenido en la aplicación del cuestionario se ha centrado en el Análisis de Componentes Principales (Principal Component Analysis - PCA), que permite describir la variación de un ingente grupo de datos multivariados en términos de un conjunto de variables no correlacionadas cada una de las cuales es una combinación lineal de las variables originales. La descripción inicial obtenida con los modelos neuronales como método de predicción en la toma de decisiones por la alta dimensionalidad de los datos obtenidos, permiten establecer una división más precisa en grupos aplicando la técnica de Agrupamiento Particional (k-means) y jerárquico, con diferentes criterios de distancia y linkado (Herrero, Corchado y Jiménez, 2011)². Esta

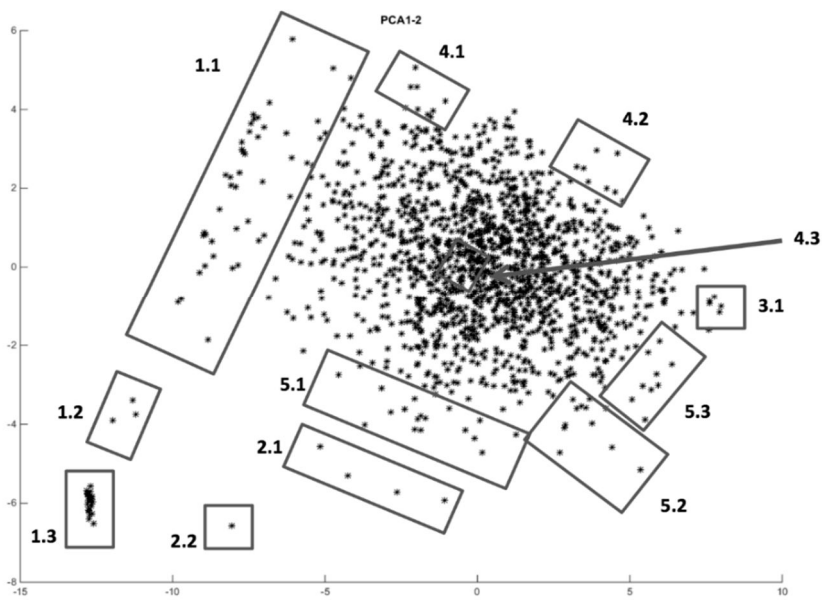
² La técnica PCA se puede describir como un mapeo de vectores X^i en un espacio N -dimensional en vectores Y^i en un espacio M -dimensional, siendo $M \leq N$. Mientras que X puede ser representado como una combinación lineal de un conjunto de N vectores ortonormales W_i :

técnica permite un ordenamiento topológico de las distintas neuronas, atendiendo a una regla de vecindad o similitud, permitiendo llevar a cabo una Búsqueda de Proyecciones Exploratorias.

4. Resultados

Tras el análisis de las respuestas obtenidas por la aplicación del cuestionario, se ha utilizado la técnica PCA para la proyección de las varianzas, que se muestran en la Figura 2, siendo cada uno de los puntos la representación de los 1.633 casos con sus 92 características seleccionadas. En el análisis de la imagen hemos procedido a establecer grupos de distribución de los casos en función de su distancia y colocación en el plano establecido, ya que esta técnica determina que a mayor proximidad entre los casos sus resultados son equivalentes.

Figura 1. Resultado del análisis PCA de los datos aportados



$$x = \sum_{i=1}^N y_i W_i$$

Los vectores W_i satisfacen la siguiente relación de ortonormalidad:

$$W_i^t W_j = \delta_{ij}$$

Donde δ_{ij} es la delta de Kronecker.

Si consideramos las puntuaciones medias obtenidas en la pregunta (P. 40) referida al grado de interés por emprender de los jóvenes encuestados se obtienen los siguientes valores para cada uno de los grupos de la proyección (véase Tabla 2), los grupos se han seleccionado por ser las proyecciones más alejadas del grupo central, ya que si seguimos los resultados de las proyecciones por vecindad y similitud, el análisis de los grupos seleccionados permitirán introducir las diferencias establecidas con el grupo central:

Tabla 2.

Puntuaciones medias del interés emprendedor y número de participantes por grupo

Grupos PCA	Interés emprendedor	Número participantes por grupo PCA
1.1	2.13	47
1.2	1.76	3
1.3 ³	1	25
2.1	1.5	4
2.2	1	1
3.1	2.6	5
4.1	3.22	9
4.2	4	8
4.3 ⁴	2.5	30
5.1	3	18
5.2	3.08	12
5.3	3	9
Total participantes		171

En función de los resultados obtenidos, a su vez, podemos establecer dos grandes grupos, uno con un alto interés emprendedor ($M = 3.10$) y otro con bajo interés emprendedor ($M = 1.59$) (véase Tabla 3). Las puntuaciones con bajo interés emprendedor se ubican en un rango entre 0 y 2.5 y las del alto interés emprendedor entre 2.6 y 5.

³ Los datos extraídos de este grupo se excluyen de los resultados de este estudio por presentar los 25 participantes respuestas nulas en la mayoría de las variables estudiadas.

⁴ El grupo 4.3, por su situación en el plano, representaría al resto de participantes (1.462 sujetos) no incluidos en ninguno de los grupos obtenidos con el PCA.

Tabla 3.

Representación de las puntuaciones medias en interés emprendedor según las agrupaciones de la proyección PCA

		Media interés emprendedor por grupo PCA	Nº participantes de los grupos PCA	Media interés emprendedor global grupos PCA	Nº participantes total grupos PCA (146 estudiantes)
Grupos alto interés emprendedor ⁵	4.1	3.22	8		
	4.2	4	9		
	3.1	2.6	12		
	5.3	3	18		
	5.2	3.08	9		
	5.1	3	5	3.10	61 (41.8%)
Grupos bajo interés emprendedor	4.3	2.5	30		
	1.1	2.13	47		
	1.2	1.67	3		
	2.1	1.5	4		
	2.2	1	1	1.59	85 (58.2%)

Considerando que el grupo 4.3 representa al resto de puntos no encuadrados en ningún grupo PCA (1.462 estudiantes), por lo tanto con un interés bajo en emprender, se podría considerar que 61 (3.8%) alumnos de toda la muestra presentan un alto interés emprendedor y 1.547 (96.2%) estudiantes presentan un bajo interés emprendedor.

Una vez configurados los grupos en función de las proyecciones PCA y las puntuaciones alcanzadas en la variable interés emprendedor, se realizó la caracterización de cada uno de los grupos en función de las respuestas obtenidas en las preguntas introducidas para conformar la unidad de análisis (Tabla 1). En el primer bloque de preguntas, referidas a los datos del perfil (P.1-P.10) de los alumnos encuestados, se han obtenido los resultados que se muestran en la Tabla 4.

⁵ Si se observa la Figura 1 la disposición de los grupos PCA con alto interés emprendedor forma una U abierta por la izquierda, es decir rodea la nube de puntos principal.

Tabla 4.

Porcentajes de respuesta del bloque de preguntas sobre datos demográficos del alumnado encuestado.

		Grupo Alto Interés Emprendedor	Grupo Bajo interés Emprendedor
Sexo	Mujer	38%	41%
	Hombre	62%	59%
Nivel de estudios padre	Ninguno	12%	2%
	Primarios	0%	8%
	Secundarios	72%	87%
	Superiores	16%	3%
Nivel de estudios madre	Ninguno	6%	3%
	Primarios	19%	3%
	Secundarios	69%	89%
	Superiores	6%	5%
Situación profesional padre	Empleado cuenta ajena	12%	45%
	Empleado cuenta propia	37%	22%
	Atención del hogar	0%	0%
	Paro	25%	11%
	Jubilado	13%	11%
	Pensionista	13%	11%
Situación profesional madre	Empleado cuenta ajena	23%	50%
	Empleado cuenta propia	14%	37%
	Atención del hogar	27%	0%
	Paro	27%	0%
	Jubilado	4%	0%
	Pensionista	5%	13%

Se observa que el grupo con alto interés emprendedor está compuesto principalmente por hombres (62%), mientras que el grupo con bajo interés emprendedor aunque están más compensados hombres y mujeres, son también mayoría varones (59%). La formación principal de los progenitores de ambos grupos son estudios secundarios. Los padres del grupo con alto interés emprendedor son, principalmente, empleados por cuenta propia (37%), mientras que en el grupo con bajo interés emprendedor son, principalmente, empleados por cuenta ajena (50%). Las madres del grupo con alto interés emprendedor están en desempleo o se dedican a la atención del hogar en igual porcentaje. Mientras que las madres del grupo con bajo interés emprendedor trabajan principalmente por cuenta ajena.

Resulta relevante constatar que la relación establecida entre interés familiar y emprendimiento obedece también a rasgos diferenciales, es decir, existen condiciones en las que las diferencias familiares cobran un relieve especial en la medida que determinan y condicionan la utilidad de diferentes estrategias para incentivar el emprendimiento. Así, en el grupo con alto interés emprendedor (IE) e interés familiar emprendedor (IFE) las actuaciones pueden dirigirse a la factibilidad del hecho emprendedor con el propósito de minimizar las dificultades percibidas para el emprendimiento. Cuando presentan un alto IFE y bajo IE la fortaleza reside en el apoyo familiar por lo que puede orientarse las actuaciones en los factores psicológicos y socioeducativos que inciden en la IE. En el grupo con un alto IE y bajo IFE se pueden fortalecer el apoyo de las redes formales a través del manifiesto interés del joven por emprender. Cuando presentan un bajo IE e IFE, se muestra como el más vulnerable y en riesgo de no desarrollar acciones emprendedoras, por lo que las actuaciones deben centrarse en un enfoque holístico en los tres ámbitos de influencia en la IE: cognitivo, socioeducativo y relacional.

5. Discusión

El objetivo de esta investigación ha sido examinar la relación que se establece entre el interés de emprendedor en los jóvenes españoles y las características de su entorno familiar como punto de partida para establecer acciones formativas que consideren el entorno familiar como parte fundamental del ecosistema emprendedor.

En el estudio de las *características socioeducativas* se encuentra un mayor interés emprendedor de los varones frente a las mujeres,

en consonancia con las investigaciones nacionales e internacionales, que muestran una aspiración emprendedora superior en los estudiantes varones (Fernández-Laviada, 2016; Martínez de Luco & Campos, 2014; Reynolds, Hay, Bygrave, Camp, & Autio, 2000).

También se observa que los estudiantes con alto interés cuentan con padres principalmente trabajadores por cuenta propia. Estos resultados son acordes con la literatura científica que ha relacionado pertenecer a una familia en la que uno de los progenitores es emprendedor y, por tanto, con una percepción más atractiva del emprendimiento como salida profesional (Delgado, Gómez, Romero, & Vázquez, 2008; Drennan, Kennedy, y Renfrow, 2005; Duran-Aponte & Arias-Gómez, 2015; Fayolle, Gailly, & Lassas-Clerc, 2006; Soria-Barreto et al., 2016).

El estudio muestra la relevancia del interés emprendedor de la familia –incluso en mayor medida que el propio interés de los estudiantes– como factor que puede incrementar las posibilidades de aumentar la acción emprendedora futura de sus hijos, lo que comporta curricularmente la necesidad de considerar la efectividad de la red familiar en la promoción de la cultura emprendedora entre sus miembros y en la configuración del ecosistema emprendedor. Resultados compatibles y en línea con los hallados por Isenberg (2010), Pinho y Samapio de Sá (2013), Sieger y Minola (2017).

6. Conclusiones

En la necesidad de avanzar hacia un mejor conocimiento de los procesos individuales y contextuales implicados en el desarrollo del interés emprendedor en jóvenes y de cara a lograr una mayor eficiencia en la disposición de recursos de apoyo a través de la educación, se ha aplicado análisis PCA al estudio del interés emprendedor y su relación con la familia como factor de influencia en jóvenes españoles, observando cómo el interés emprendedor determina la distribución de las proyecciones de la varianza.

En este sentido se concluye que los jóvenes que manifiestan un alto interés por emprender como elección vocacional representan un porcentaje bajo respecto a la población de estudio total. Además, son en su mayoría varones pertenecientes a familias donde son emprendedores al menos uno de sus progenitores.

En consecuencia, estos resultados plantean la conveniencia de prestar una mayor atención a la detección precoz de los intereses emprendedores tempranos en los estudiantes de secundaria para

que puedan ser reforzados como potenciales iniciativas empresariales a largo plazo, resolviendo el problema familiar del futuro laboral de los hijos.

Las posibilidades de incentivar el espíritu emprendedor en el ámbito educativo se incrementarán si la investigación dirige su atención hacia la familia, revisando su impacto positivo en el ecosistema emprendedor, especialmente en las fases previas al desarrollo de la actividad emprendedora que, además, son las de mayor atribución y responsabilidad del sistema educativo. La recuperación del valor de la familia, a la que hasta no hace muchos años se le ha prestado escasa atención en el estudio del emprendimiento por estar subestimada frente a otras variables psicológicas y socioeducativas, remite como aplicaciones prácticas a la conveniencia de prestar una mayor atención a la detección temprana de los intereses emprendedores y atribuir la debida importancia al interés de la familia en el diseño de acciones para fomentar la cultura emprendedora de sus hijos e hijas jóvenes.

Como aportación final de este trabajo se ha de resaltar la utilidad de la herramienta metodológica utilizada de análisis de componentes principales y su aplicación en las investigaciones de carácter social pues proporciona patrones de estudio y facilita la toma de decisiones.

Las limitaciones de este trabajo están relacionadas con la naturaleza transversal del diseño de investigación empleado, que no permite dar cuenta de la relación causal entre las variables estudiadas y el interés emprendedor.

Referencias

- Agarwal, R., Audretsch, D. B. & Sarkar M. B. (2007). The process of creative construction: Knowledge spillovers, entrepreneurship, and economic growth. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(3-4), 263-28.
- Baron, R. A. (2002). OB and Entrepreneurship: The reciprocal benefits of closer conceptual links. En B. M. Staw y R. M. Kramer (Eds.), *Research in Organizational Behavior - An annual series of analytical essays and critical reviews* (Vol. 24, pp. 225-270). Elsevier Science.
- Baumol, W. J. & Strom, R. J. (2007). Entrepreneurship and economic growth. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(3-4), 233-237.

- Bernal, A. (2014). Competencia emprendedora e identidad personal. Una investigación exploratoria con estudiantes de Educación Secundaria Obligatoria. *Revista de Educación*, 363, 384-411.
- Betancor, M. V. (2011). Empoderamiento: ¿Una alternativa emancipatoria? Reflexiones para una aproximación crítica a la noción de empoderamiento. *Margen: trabajo social y ciencias sociales*, 61, 1-14.
- Comisión de las Comunidades Europeas (2003). *Informe de síntesis. El debate público suscitado por el Libro Verde sobre el espíritu empresarial en Europa*. Comisión Europea.
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998) Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13, 295-316.
- Dau, L. A. & Cuervo-Cazurra, A. (2014). To formalize or not to formalize: Entrepreneurship and pro-market institutions, *Journal of Business Venturing*, 29, 668-686.
- Delgado, M. I., Gómez, L., Romero, A. M., & Vázquez, E. (2008). Determinantes sociales y cognitivos en el espíritu emprendedor: un estudio exploratorio entre estudiantes argentinos. *Cuaderno de Gestión*, 8(1), 11-24.
- Drennan, J., Kennedy, J., & Renfrow, P. (2005). Impact of childhood experiences on the development of entrepreneurial intentions. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 6(4), 231-238.
- Durán-Aponte, E. & Arias-Gómez, D. (2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y socio-personales. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 6(2), 320-340.
- Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701-720.
- Flores, L. Y., Robitschek, C., Celebi, E., Andersen, C., & Hoang, U. (2010). Social cognitive influences on Mexican Americans' career choices across Holland's themes. *Journal of Vocational Behavior*, 76, 198-210.
- Freytag, A. & Thurik, A. R. (2007) Entrepreneurship and its determinants in a cross country setting. *Journal of Evolutionary Economics*, 17(2), 117-131.

- Fuentes, F., & Sánchez, S. M. (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de Economía Aplicada*, 28(3), 1-28.
- García, C., Martínez, A., & Fernández, R. (2010). Características del emprendedor influyentes en el Proceso de creación empresarial y en el éxito esperado, 19, 31-47.
- Gutiérrez, A. & Ariza, J. A. (2013). Valores en la juventud y emprendimiento individual y colectivo. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 112, 11-35.
- Hemmasi, M. & Hoelscher, M. (2005). Entrepreneurship research: Using students as proxies for actual entrepreneurs. *Journal of Entrepreneurship Education*, 8, 49-59.
- Herrero, Á.; Corchado, E. y Jiménez, A. (2011). Unsupervised Neural Models for Country and Political Risk Analysis. *Expert Systems with Applications*, 38(11), 13641-13661.
- Isenberg, D. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review*, 88(6), 1-12.
- Jimenez-Palmero, A., Palmero-Cámara, C., & Jiménez-Eguizábal, A. (2012). El impacto de la educación secundaria y superior en la creación de empresas en la Unión Europea. *Revista Española de Pedagogía*, 252, 201-219.
- Lanero, A., Vazquez, J.L., & Munoz-Adanez, A. (2015). A social cognitive model of entrepreneurial intentions in university students. *Anales de Psicología*, 31(1), 243-259. doi:10.6018/analesps.31.1.161461.
- Lanero, A., Vázquez, J. L., Gutiérrez, P., & García, M. P. (2011). Evaluación de la conducta emprendedora en estudiantes universitarios. Implicaciones para el diseño de programas académicos. *Pecunia*, 12, 219-243. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1288085776?accountid=12268>.
- Lent, R. W., Brown, S. D. & Hackett, G. (2000). Contextual supports and barriers to career choice: A social cognitive analysis. *Journal of Counseling Psychology*, 47, 36-49.
- Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (1994). Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice, and performance. *Journal of Vocational Behavior*, 45, 79-122.
- Luis, M. I., Palmero, C., & Escolar, M. C. (2015). Impacto de la educación en el emprendimiento. Making-of y análisis de tres grupos de discusión. *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*, 25, 221-250. doi:10.7179/PSRI_2015.25.10.

- Luis-Rico, I, Escolar-Llamazares, M.C., De la Torre-Cruz, T., Jiménez, A., Herrero, A., Palmero-Cámara, C. y Jiménez-Eguizábal, A. (2020). Entrepreneurial Interest and Entrepreneurial Competence Among Spanish Youth: An Analysis, with Artificial Neural Networks, *Sustainability* 12(4), 1351, 1-17.
- Martínez de Luco, G. A., & Campos, J. A. (2014). La intención emprendedora en estudiantes universitarios: El caso de la Universidad de Deusto. *Boletín de Estudios Económicos*, 69(211), 151-172.
- Montoya, I., Valencia, A., & Montoya, A. (2016). Mapeo del campo de conocimiento en intenciones emprendedoras mediante el análisis de redes sociales de conocimiento. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 24(2), 337-350.
- Moriano, J. A., Palací, F. J., & Morales, J. F. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 22(1), 75-99.
- Pinho, J. C. y Sampaio de Sá, E. (2013). Entrepreneurial performance stakeholders' relationships: a social network analysis perspective. *International journal of Entrepreneurship*, 17, 1-20.
- Reynolds, P. D., Hay, M., Bygrave, W. D., Camp, S. M., & Autio, E. (2000). *Global Entrepreneurship Monitor. 2000 executive report*. Retrieved from <http://www.gemconsortium.org/>
- Rodrigues G. & Soukiazis, E. (2015). The determining factors of entrepreneurship in Portugal. *Revista de Gestão dos Países de Língua Portuguesa*, 14(3), 13-25.
- Ruiz, M., Fuentes, M. M., & Ruiz, J. (2014). Análisis del emprendedor potencial: Integración de cognitivos y relacionales. *Revista de La Agrupación Joven Iberoamericana de Contabilidad Y Administración de Empresas (AJOICA)*, (12), 37-51.
- Sánchez, J. C. (2010). Evaluación de la personalidad emprendedora: Validez factorial del cuestionario de orientación emprendedora (COE). *Revista Latinoamericana de Psicología*, 42(1), 41-52.
- Sánchez, J. C. (2011). Entrepreneurship as a legitimate field of knowledge. *Psicothema*, 23(3), 427-432.
- Schaub, M. & Tokar, D. M. (2005). The role of personality and learning experiences in Social Cognitive Career Theory. *Journal of Vocational Behavior*, 66, 304-325.
- Serrano, A. M., Pérez, M. I., Palma, M. & López, M. C. (2016). Emprendimiento: visión actual como disciplina de investigación. Un análisis de los números especiales publicados durante 2011-2013. *Estudios Gerenciales*, 32(138), 82-95.

- Sieger, P. y Minola, T. (2017). The Family's Financial Support as a "Poisoned Gift": A Family Embeddedness Perspective on Entrepreneurial Intentions. *Journal of Small Business Management*, 55, 179-204.
- Soria-Barreto, K., Zuniga-Jara, S., & Ruiz-Campo, S. (2016). Educación e intención emprendedora en estudiantes universitarios: un caso de estudio. *Formación universitaria*, 9(1), 25-34.
- Toca, C. (2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades. *Estudios Gerenciales*, 26(117), 41-60.
- Torres, F., & Artigas, W. (2015). Emprendimiento económico: Elementos teóricos desde las perspectivas de sistemas y redes. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 21(3), 429-441.
- Valdemoros-San-Emeterio, M.Á., Sanz-Arazuri, E., & Ponce-de-León-Elizondo, A. (2017). Digital leisure and perceived family functioning in youth of upper Secondary Education. *Comunicar*, 25, 99-108.
- Valdemoros-San-Emeterio, M.Á., Ponce de León, A., & Gradaille, R. (2016). Actividad Física de Ocio Juvenil y Desarrollo Humano. *Revista Psicología del Deporte*, 25, 39-44.

FINANCIACIÓN:

El texto que se presenta se vincula al Proyecto de Investigación "De los tiempos educativos a los tiempos sociales: El impacto de la educación en la red de emprendimiento de los jóvenes. Competencias e innovaciones curriculares" (EDU2012-39080-C07-06). Ministerio de Economía y Competitividad) y al Proyecto de Investigación "Formación del Potencial Emprendedor. Generación de un Modelo Educativo de Identidad Emprendedora". Referencia: PID2019-104408GB-I00/AEI/10.13039/501100011033. Plan Estatal 2017-2020. Generación del Conocimiento. Proyectos I+D+i (2020-2023) Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.

