

ANÁLISIS DE INTENCIÓN A EMPRENDER EN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS





Nombre del autor del proyecto:

*Alex
Castro Torres*

Grado de instrucción:

*Maestría en
Dirección de
Empresas*

SUCRE - BOLIVIA

ANÁLISIS DE INTENCIÓN A EMPRENDER EN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MBA. Alex Castro Torres
Castro.alex@usfx.bo

RESUMEN

El emprendimiento concebido como una opción para los estudiantes egresados y graduados de la carrera de Administración de empresas de la Universidad San Francisco Xavier de Chuquisaca es una meta trazada dentro del núcleo de esta unidad académica, puesto que se caracteriza por sus esfuerzos de generación de ideas de negocios desde hace varios años.

En ese sentido, ha tenido acciones concretas, como la feria Inter Facultativa de Emprendimientos con un cariz más amplio en cuanto a inclusión incluso de otras instituciones educativas. También los cursos cortos y talleres que ofrece anualmente, suelen estar relacionadas con temáticas de habilidades blandas y de emprendimiento.

El documento presentado emplea el modelo de la teoría del comportamiento planificado propuesto por Ajzen en 1991 como eje principal de la investigación, con el objeto de poder determinar la conducta de los estudiantes del cuarto curso de la carrera y además identificar cuáles son las variables que estimulan esta intención emprendedora.

De esta manera, se podrá identificar los principales factores motivacionales ante la opción a emprender, como una manera de generar sus propias unidades de negocio.

PALABRAS CLAVE

Emprendimiento, TBP, Teoría del comportamiento planificado, Intención a emprender

ABSTRACT

Entrepreneurship as an option for students graduating from the Business Administration program at the Universidad San Francisco Xavier de Chuquisaca is a goal set within the core of this academic unit, since it is characterized by its efforts to generate business ideas for several years.

In this sense, it has had concrete actions, such as the Inter-Faculty Entrepreneurship Fair with a broader scope in terms of inclusion, even of other educational institutions. Also, the short courses and workshops it offers annually, are usually related to soft skills and entrepreneurship topics.

The document presented uses the model of the theory of planned behavior proposed by Ajzen in 1991 as the main axis of the research, in order to be able to determine the behavior of the fourth-year students of the program and also identify the variables that stimulate this entrepreneurial intention. In this way, the main motivational factors for the option to start a business, as a way to generate their own business units, can be identified

KEYWORDS

Entrepreneurship, TBP, Theory of planned behavior, Intention to undertake

INTRODUCCIÓN

La orientación hacia el emprendimiento como una forma de generar ingresos y obtener independencia es una inquietud propia de la generación millennial (nacidos entre 1990 y 2004) y centennial (nacidos posterior a 2005).

Uno de los factores influyentes para el estímulo hacia el emprendimiento es la voluntad a iniciar un negocio aprovechando una oportunidad de mercado y los conocimientos técnicos que tienen los jóvenes.

Esta “filosofía de vida” está enfocada en poder tener pleno control acerca de sus acciones, en contra de contar, como generaciones mayores, con un empleo más tradicional y seguro a largo plazo.}

Si se considera que la mayor parte de la población económicamente activa viene de estas dos generaciones, se tiene un volumen importante de jóvenes principalmente que buscan emprender un negocio como principal fuente de ingresos.

Otro de los factores, que incentiva a los jóvenes a iniciar un negocio es la necesidad de generar recursos económicos, como resultado de la pobre oferta laboral en el país.

El desempleo en Bolivia, según datos del Instituto Nacional de Estadística, hasta agosto del 2020, alcanzó un 11.8%. (Agencia EFE, 2021)

Cuando se produce un emprendimiento impulsado no tanto por la motivación a ese proyecto, sino por la urgencia de tener una fuente de ingresos, resultan ser “empresas” informales, no estables y ya que no tienen visión, no son perdurables en el tiempo.

Es así que el índice de mortalidad de emprendimientos en Latino América indica que solo 2 de cada 10 logran llegar a los 5 años de funcionamiento continuo.

En ese sentido, la Universidad San Francisco Xavier de Chuquisaca, a través de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales han tomado la iniciativa de ponerse a la acción de acuerdo a esta realidad.

El esfuerzo más reciente es la creación, dentro de la Carrera de Administración de Empresas de la asignatura “Emprendedurismo”, con el objetivo de sembrar bases sólidas para los nuevos profesionales en la implementación exitosa de ideas de negocio ajustadas al entorno en el que se convive.

Otra iniciativa recurrente durante los últimos años, ha sido la presentación de la feria exposición llamada FIDEM (Feria Inter facultativa de Emprendimientos) con la participación masiva de estudiantes de Administración de Empresas y de Ingeniería Comercial en su gran mayoría.

Adicionalmente, se ha formado en la última gestión una alianza estratégica del ecosistema emprendedor en la ciudad, con las instituciones más importantes, tales como la Universidad San Francisco Xavier, la Cámara de Industria y Comercio, el Gobierno Autónomo Municipal, la Cooperación Suiza (Helvetas) y otros entes.

El presente artículo busca identificar los aspectos fundamentales en la actitud de los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas hacia iniciar un emprendimiento formal, que cumpla no solo con los requisitos legales, sino que tenga una visión hacia el crecimiento sostenido en el tiempo, así de esa manera, esas iniciativas privadas se podrán constituir en un aporte al desarrollo regional.

A través de la caracterización de estos factores basados en el modelo TBP (Teoría del comportamiento planificado) se propone determinar las características más débiles en el perfil emprendedor de los jóvenes universitarios de esta carrera

Actitud hacia la conducta

Una actitud es una predisposición personal, usualmente fundada en creencias personales más que en hechos objetivos, y que se expresa de forma consistente ante una situación, objeto o persona.

Ajzen, en el modelo construido, sostiene que las actitudes ejercen el rol de antecedentes hacia un comportamiento. Así, es una función de las creencias relevantes para el individuo. (Ajzen, The theory of planned behavior, 1991)

Además, se puede deducir, a través del análisis de la actitud, en este caso de la intención a emprender, de la evaluación favorable o desfavorable que tienen los estudiantes universitarios.

Gráfico N° 3 Conducta como función de las creencias.



Fuente: Adaptado de Ajzen, 1991

Norma subjetiva

Este constructo es entendido como el cúmulo de la presión social hacia realizar una acción, por tanto, refleja cual es la influencia que tiene el entorno sobre el sujeto de estudio. (Krueger & Carsrud, 2000)

Es decir, que tan bien valorado está un comportamiento, por las personas de referencia (amigos íntimos, familiares, colegas). (Ajzen, The theory of planned behavior, 1991)

Entonces, existe una relación directa y positiva entre la aprobación de la norma subjetiva y la intención de emprender.

Según un estudio del 2001, este es el componente más débil del modelo de TBP. (Armitage & Conner, 2001)

Control del comportamiento percibido

Representa la evaluación dual de los recursos que el sujeto considera que tiene para afrontar alguna situación en específico, y los obstáculos que pueden surgir en el cumplimiento de la tarea.

Estas creencias acerca de los recursos y capacidades pueden estar siendo originadas por experiencias previas o en información de personas que están íntimamente ligadas con la persona.

Para Krueger, este constructo tiene una similitud grande con el concepto de Bandura “autoeficacia”, ya que los dos expresan la consideración propia del individuo para realizar con éxito una determinada acción o comportamiento. (Krueger N. F., 2009)

Intención de emprender

Es: “la localización de una persona en una dimensión de probabilidad subjetiva que incluye una relación entre la persona misma y alguna acción. La intención, por tanto, representa la probabilidad subjetiva de una persona de realizar una acción. (Fishbein & Ajzen, 1975)

Es importante puntualizar que la intención precede al comportamiento, por tanto, si es que los tres componentes antes señalados influyen positivamente a la intención, hay una mayor probabilidad de que el comportamiento se presente.

METODOLOGÍA

a) Tipo de investigación

- Investigación exploratoria: Utilizada mediante la revisión bibliográfica.
- Investigación descriptiva: Empleada para describir la situación actual de los estudiantes y sus actitudes hacia el emprendimiento con las encuestas aplicadas

b) Métodos de investigación

- Método analítico - sintético: Se ocupó este método para la descomposición de los elementos que intervienen en la intención de implementar un emprendimiento, para estudiarlos por separado y tener un mejor entendimiento de cada uno de ellos, así como su estudio en su conjunto para ver las relaciones que se generan.
- Método inductivo: Una vez hecho el diagnóstico, se usa este método para generalizar los hallazgos encontrados en la muestra al total del segmento estudiantil.

c) Técnicas de investigación

- Observación: del tipo no participante y estructurada, donde se estudia comentarios y comportamientos en el aula
- Encuestas: Como técnica principal para la recolección de datos para el modelo TBP

d) Instrumentos

- Bitácora de observación
- Cuestionario

e) Población y muestra para el estudio

La población objetivo del estudio está compuesta por estudiantes de 4to curso de la Carrera de Administración de empresas en la gestión 2022, mismos que según informes de la oficina de kárdex, ascienden a 367 personas.

Para el cálculo de la muestra, se empleó el software GPower, instrumento originado en la Universidad de Dusseldorf.

Los datos incorporados para el análisis consideraron un efecto alto en la población (0.35), una probabilidad de error del 5% y potencia en el orden del 95%. Asimismo, el número de predictores que corresponde al total de constructos del modelo elegido asciende a 5.

Por tanto, la muestra comprende 63 sujetos encuestados.

RESULTADOS

A continuación, se desarrolla el análisis cuantitativo de la investigación realizada con los estudiantes de cuarto curso de la carrera de Administración de empresas.

Análisis univariado

Se presenta el perfil demográfico de los estudiantes según los datos obtenidos:

Tabla 1 Perfil demográfico del estudiante de cuarto año de la carrera de Administración de Empresas

Variable	Etiquetas	Frecuencia relativa
Sexo	Masculino	40%
	Femenino	60%
Edad	20-25	81%
	26-31	9%
	32-37	9%
	38-43	1%
¿Su familia tiene una empresa?	Sí	18%
	No	82%
¿Alguna vez ha sido trabajador dependiente (empleado de una empresa)?	Si	68%
	No	31%
¿Cuál es la ocupación de tu papá?	Empleado en el sector privado	23%
	Funcionario público	14%
	Empresario o emprendedor	42%
	Jubilado	8%
	Otro	14%
¿Cuál es la profesión de tu mamá?	Empleado en el sector privado	14%
	Funcionario público	14%
	Empresario o emprendedor	22%
	Jubilado	10%
	Otro	41%

Fuente: Elaboración propia

La información revela aspectos esperados, como por ejemplo la superioridad del género femenino en cuanto a volumen en la carrera (de cada diez alumnos, seis son mujeres) o que la mayoría de estos estén agrupados dentro del rango de 20 a 25 años, considerando que están en el último nivel de formación en pre grado.

Aspectos más ajustados al objeto de estudio, muestran que apenas un 18% tiene como propiedad familiar a una empresa activa, en relación con ese detalle, un 68% ha ejercido funciones como dependiente (trabajador contratado bajo cualquier modalidad o puesto).

Para enlazar la actitud que demuestran los estudiantes, con la actividad de sus progenitores, se les consultó acerca de esta situación, lo que resultó en que la mayoría de papás son empresarios o emprendedores (también entendido como trabajadores por cuenta propia).

El siguiente grupo está representado por un 23%, y corresponde al de los empleados dependientes en empresas privadas.

En cuanto a sus madres, un 41% elige la categoría “otros”, que engloba a las amas de casa, o si fuera el caso, de estudiantes que justifican su respuesta con el desempleo de su progenitora, siendo este el grupo mayoritario.

Le sigue, como ocupación principal con un 22% de frecuencia relativa, la categoría de empresaria o emprendedora, que en muchos casos y por sondeos informales, han indicado que se dedican al comercio minorista.

Análisis multivariado

Con base al modelo del comportamiento planificado propuesto por Ajzen y expuesto en el gráfico 1, se procedió al tratamiento de la información recolectada con los cuestionarios. El modelo en cuestión tiene la característica de que sus constructos tienen indicadores reflectivos, es decir, la variable toma una posición de causa, y los indicadores son efectos.

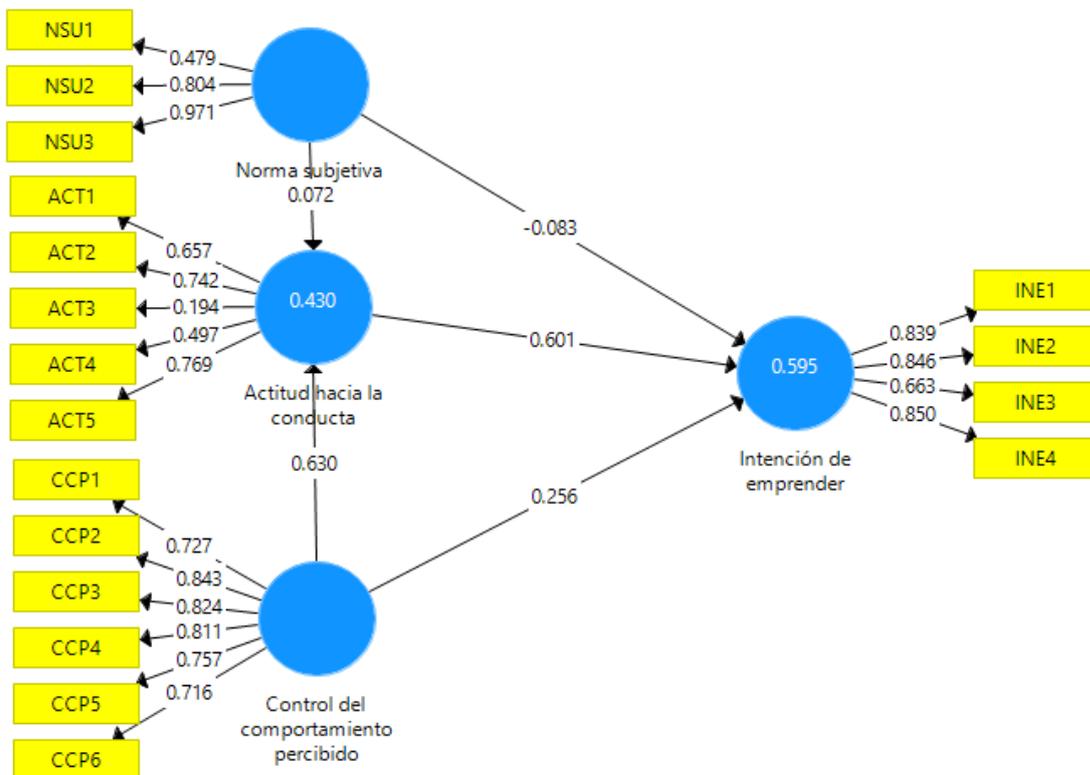
Para realizar el proceso de análisis, se aplicó la técnica de mínimos cuadrados parciales.

Los constructos originales del modelo son:

- Actitud hacia la conducta
- Norma subjetiva
- Comportamiento controlado
- Comportamiento esperado

La representación gráfica del modelo, así como los indicadores contemplados y sus cargas respectivas, se pueden apreciar en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 4 Modelo del comportamiento planificado aplicado



Fuente: Elaboración propia

Validación de la fiabilidad de los indicadores

De acuerdo al anterior gráfico, se puede observar que existen indicadores con una carga menor a 0.707, siendo esta, la regla de exclusión a aplicar, debido a que se desea tener un nivel de varianza compartida entre el constructo y sus indicadores mayor a la varianza del error.

Una carga mínima de 0.707 asegura que la correlación del indicador tiene más del 50% de la varianza de la variable observada compartida por el constructo.

En ese sentido, los indicadores que fueron eliminados secuencialmente del modelo son los siguientes:

Tabla 2 Indicadores depurados del modelo

CÓDIGO DEL INDICADOR	CONSTRUCTO	CARGA
NSU1	Norma subjetiva	0,479
ACT3	Actitud hacia la conducta	0,194
ACT4	Actitud hacia la conducta	0,497

Fuente: Elaboración propia

Evaluación del modelo

a) Consistencia interna

Tabla 3 Fiabilidad y validez de constructo

CONSTRUCTO	F I A B I L I D A D COMPUESTA	VARIANZA EXTRAÍBLE MEDIA (AVE)
Actitud hacia la conducta	0,794	0,564
Control del comportamiento percibido	0,903	0,61
Intención de emprender	0,878	0,646
Norma subjetiva	0,879	0,786

Fuente: Elaboración propia

Es necesario, una vez que se ha analizado las cargas individuales de los indicadores, evaluar la fiabilidad de los constructos. Para este fin, se los somete a una prueba de análisis factorial, empleando la fiabilidad compuesta como el coeficiente examinador.

Los valores mínimos exigidos según la literatura clásica estadística, es de 0.7.

En el caso del modelo utilizado, todos los constructos cumplen con estas condiciones, por tanto, son fiables y demuestran una consistencia interna satisfactoria.

b) Validez convergente

La validez convergente analiza si es que un indicador está explicando o midiendo más de un constructo. El escenario ideal es que no ocurra eso, ya que, para tener mayor precisión sobre los constructos y su efecto en el modelo, es necesario que cada indicador este enfocado solamente en uno.

El coeficiente empleado en este caso, también está expuesto en la tabla 6, y se trata de la varianza extraíble media. El valor mínimo aceptado es 0.5, interpretándose que al menos un 50% de la varianza de un constructo está influida por sus indicadores.

Todos los constructos empleados y sus indicadores depurados en la investigación cumplen con esta condicionante.

a) **Validez discriminante**

Es necesario verificar que tan distante o diferente es un constructo de otro, con el objeto al igual que la validez convergente, de evitar que existan elementos que se solapen, ahora en el caso de la validez discriminante se evalúan los constructos.

Tabla 4 Criterio de Fornell-Larcker

	<i>ACTITUD HACIA A LA CONDUCTA</i>	<i>CONTROL DEL COMPORTAMIENTO PERCIBIDO</i>	<i>INTENCIÓN DE EMPRENDER</i>	<i>NORMA SUBJETIVA</i>
Actitud hacia la conducta	0,751			
Control del comportamiento percibido	0,612	0,781		
Intención de emprender	0,751	0,625	0,804	
Norma subjetiva	0,209	0,306	0,153	0,887

Fuente: Elaboración propia

Según el criterio de Fornell-Larcker, la diagonal trazada en la tabla 7, debe mostrar valores mayores a los de la misma línea y columna.

Estos valores son la raíz cuadrada de la varianza extraíble media de cada constructo, y deberían demostrar una captura mayor a la de las correlaciones entre otros. De esa forma es que se puede afirmar o rechazar que exista la validez discriminante.

Tabla 5 Cargas cruzadas

	Actitud hacia la conducta	Control del comportamiento percibido	Intención de emprender	Norma subjetiva
ACT1	0,666	0,435	0,450	0,171
ACT2	0,776	0,558	0,532	0,205
ACT5	0,804	0,389	0,694	0,099
CCP1	0,528	0,730	0,526	0,336
CCP2	0,59	0,842	0,608	0,186

CCP3	0,363	0,820	0,427	0,315
CCP4	0,481	0,810	0,469	0,106
CCP5	0,319	0,755	0,351	0,284
CCP6	0,489	0,721	0,466	0,038
INE1	0,662	0,507	0,841	0,115
INE2	0,637	0,466	0,844	0,147
INE3	0,465	0,559	0,665	0,042
INE4	0,634	0,489	0,849	0,178
NSU2	0,083	0,150	0,045	0,783
NSU3	0,230	0,328	0,174	0,980

Fuente: Elaboración propia

La prueba de las cargas factoriales cruzadas examina que un indicador obtenga un valor más alto al ser relacionada con el constructo al que pertenece que con los demás, por tanto, los valores de cada indicador ubicado dentro de los cuadros resaltados en la tabla superior, deben ser los mayores de toda la fila para obtener la calidad de discriminantemente válido.

Tabla 6 Criterio de Heterotrait-Monotrait Radio (HTMT)

	<i>Actitud hacia la conducta</i>	<i>Control del comportamiento percibido</i>	<i>Intención de emprender</i>	<i>Norma subjetiva</i>
Actitud hacia la conducta				
Control del comportamiento percibido	0,811			
Intención de emprender	1,052	0,728		
Norma subjetiva	0,262	0,329	0,164	

Fuente: Elaboración propia

El coeficiente HTMT examina que el promedio de las correlaciones entre los indicadores que miden el mismo constructo en relación a las correlaciones entre los indicadores que miden diferentes sean menores a un valor de 0.90.

En la tabla 9, se observa que todos los constructos cumplen con la regla, a excepción de la intención de emprender en relación a la actitud hacia la conducta, que no tiene validez excluyente.

Modelo estructural

Valoración de colinealidad potencial entre indicadores

Para evaluar este punto, se aplicó el factor de inflación de la varianza, que dicta que, para evitar una alta multicolinealidad, los valores obtenidos deben ser menores a 3,3.

Tabla 7 Colinealidad de los indicadores

Indicador	VIF
ACT1	1,150
ACT2	1,254
ACT5	1,306
CCP1	1,692
CCP2	2,289
CCP3	2,595
CCP4	2,486
CCP5	2,393
CCP6	1,563
INE1	2,223
INE2	2,217
INE3	1,368
INE4	2,019
NSU2	1,701
NSU3	1,701

Fuente: Elaboración propia

Todos los indicadores que han superado la depuración por las cargas obtenidas, presentan valores VIF que cumplen con ser menores al mínimo aceptable.

Coefficiente de determinación (R²)

El coeficiente de determinación permite establecer la cantidad de varianza de un constructo endógeno que está siendo explicada por sus predictores, en ese sentido, mientras más se acerca a 1, es mayor la capacidad de predecir los efectos del modelo para ese constructo.

Tabla 8 Coeficiente de determinación

Constructo	R ²
<i>Actitud hacia la conducta</i>	0,375
<i>Intención de emprender</i>	0,611

Fuente: Elaboración propia

En el modelo de la teoría del comportamiento planificado, existen dos constructos que son influidos por otros predecesores, en primer lugar, la actitud hacia la conducta, que está relacionada a la norma subjetiva y el control del comportamiento controlado esta explicada en un 37.5% por ambas variables.

Mientras que la intención de emprender, que está influida por todos los constructos anteriores, está explicada hasta un 61.1% por los mismos.

Evaluación del signo algebraico, magnitud y significación estadística de los coeficientes path

Tabla 9 Resultado del modelo estructural

	Coefficiente path	Estadísticos t	P valor	Comprobación de hipótesis
Actitud hacia la conducta -> Intención de emprender	0,559	4,145	0,00	Soportada
Control del comportamiento percibido -> Actitud hacia la conducta	0,62	10,348	0,00	Soportada
Control del comportamiento percibido -> Intención de emprender	0,299	2,532	0,012	Soportada
Norma subjetiva -> Actitud hacia la conducta	0,011	0,218	0,827	No soportada
Norma subjetiva -> Intención de emprender	-0,065	0,768	0,443	No soportada

Fuente: Elaboración propia

Como se aprecia en la tabla anterior, las hipótesis 1, 2 y 3 presentan valores mayores a 1,96 en los estadísticos t (el valor mínimo aceptable) y sus P valores también cumplen con la condición de ser iguales o menores a 0,05.

No corren la misma suerte las hipótesis 4 y 5 que no superan estas pruebas, por tanto, son rechazadas según el siguiente detalle:

- Hipótesis 4: La norma subjetiva tiene una influencia positiva sobre la actitud hacia la conducta

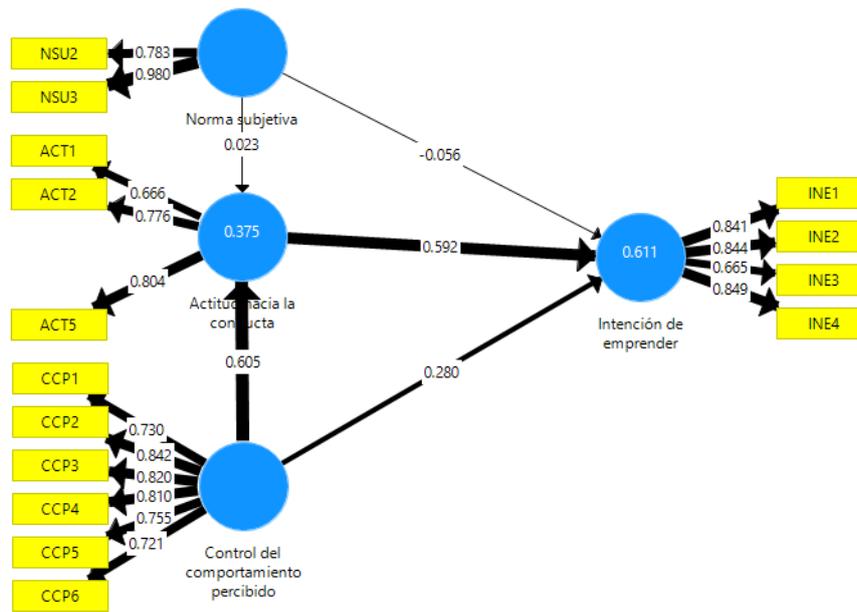
En el caso de la prueba de P valor para esta hipótesis, consigue un valor muy por encima de lo esperado (0.827), y en la prueba de los estadísticos t, puntúa 0.218, que es menor a 1,96 como valor mínimo aceptable. razón por la que se la rechaza.

- Hipótesis 5: La norma subjetiva tiene una influencia positiva sobre la intención de emprender

Esta hipótesis, relaciona nuevamente el constructo “norma subjetiva” y al igual que en el caso anterior, obtiene un P valor mayor a 0.05 (se tiene 0.443) y 0.827 en los estadísticos t. En ambos coeficientes se comprueba que la relación hipotética de dependencia no se cumple.

Por tanto, el modelo final es:

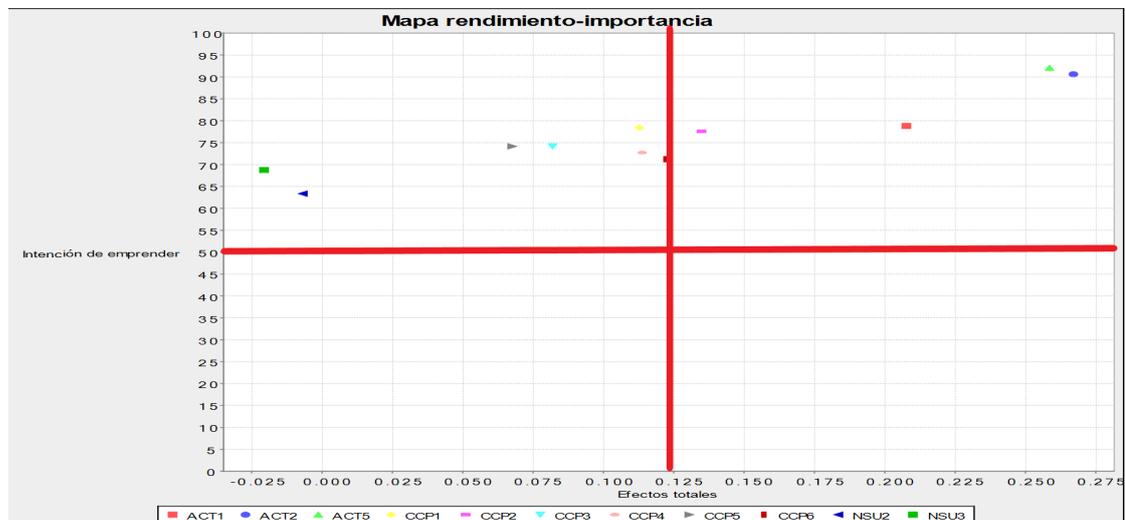
Gráfico N° 5 Modelo final aplicable



Fuente: Elaboración propia

Matriz de Importancia- Rendimiento

Gráfico N° 6 Matriz IPMA



Fuente: Captura de software SmartPLS

La matriz de importancia – rendimiento permite evaluar gráficamente los indicadores y sus efectos, de manera que se priorice aquellos elementos que así lo merezcan.

Esta matriz se realizó para el constructo final resultante, es decir, para la intención de emprender. Todos los indicadores están ubicados en el tercer y cuarto cuadrante (superior izquierda y derecha respectivamente).

Los indicadores del constructo actitud hacia la conducta aplicables al modelo están ubicados en su integridad en el cuarto cuadrante, lo que revela que aparte de ser importantes para el modelo, tienen un gran rendimiento dentro del público objetivo del estudio, adicionalmente

también está incluido en este grupo el indicador CCP2, que representa a la auto capacidad percibida para mantener el control en el proceso de creación de una empresa y CCP6, que está relacionada con la autopercepción de capacidad de poner en funcionamiento una empresa.

Mientras que el resto de indicadores de la norma subjetiva y del control de comportamiento percibido están en el tercer cuadrante, es decir tienen rendimiento alto, pero menor importancia.

CONCLUSIONES

Se ha empleado la teoría del comportamiento planificado, propuesta por Ajzen en 1991, con el fin de identificar las principales variables que influyen en los estudiantes del último nivel de la carrera en la intención de emprender, que, a fin de cuentas, es una de las máximas de la carrera.

A partir del modelo original, la recolección de información a través de un cuestionario y de las pruebas hechas con software estadístico como SPSS y SmartPLS para la construcción de modelos de ecuaciones estructurales, se ha rechazado todas las hipótesis que vinculaban a la norma subjetiva como un factor que influye positivamente tanto a la actitud sobre la conducta, como a la intención de emprender.

Este constructo, estaba compuesto de elementos como la opinión y consejo de familiares más cercanos, amigos íntimos y compañeros o colegas.

Así que se ha determinado que las personas del entorno de un estudiante, no tienen una influencia determinante en su intención, y esta se explica mejor por su propia actitud y su auto percepción acerca de la capacidad de implementar un negocio.

A través de la matriz importancia – rendimiento, se ha definido que los indicadores del constructo “actitud hacia la conducta” son los que tienen una mayor relevancia y rendimiento, entonces esta variable resulta ser la que produce un mayor efecto sobre el resultado deseado, que es que los estudiantes consideren en verdad constituir un emprendimiento.

También se percibe que es importante para ellos, reforzar algunas habilidades, como la creatividad, innovación y trabajo en equipo. Así se fortalece la probabilidad de tener el comportamiento deseado.

REFERENCIAS

- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology and Health*, 26(9), 1113-1127. doi: 10.1080/08870446.2011.613995.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned. *British Journal of Social Psychology*, 40(4), 471-499. doi: 10.1348/014466601164939.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Krueger, N. F. (2009). Entrepreneurial intentions are dead: Long live entrepreneurial intentions. *Understanding the entrepreneurial mind: Opening the black box*, 51-72.
- Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432. doi: 10.1016/S0883-9026(98)00033-0.