

## INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE ESTUDIANTES DEL ÁREA DE NEGOCIOS Y EL CONTEXTO EMPRENDEDOR UNIVERSITARIO

### Anel Flores Novelo

✉ [anel.flores@correo.uady.mx](mailto:anel.flores@correo.uady.mx)  
Universidad Autónoma de Yucatán - México

### Maria Cristina Mata Castro

✉ [maria.castro@correo.uady.mx](mailto:maria.castro@correo.uady.mx)  
Universidad Autónoma de Yucatán - México

### Ana Laura Bojórquez Carrillo

✉ [ana.bojorquez@correo.uady.mx](mailto:ana.bojorquez@correo.uady.mx)  
Universidad Autónoma de Yucatán - México

## RESUMEN

La educación para favorecer el emprendimiento es uno de los retos más importantes de las universidades. Este trabajo aporta a la discusión sobre el impacto del entorno universitario hacia la formación de intenciones emprendedoras tomando como referencia el caso de la Facultad de Contaduría y Administración de Universidad Autónoma de Yucatán, ubicada en el sureste de México.

El objetivo del trabajo fue medir los índices de intención emprendedora y las variables relacionadas al mismo, tomando como referencia el modelo de comportamiento planificado de Azjen (1991) y la percepción de los estudiantes de su entorno universitario en cuanto al emprendimiento.

Se trabajó desde el paradigma constructivista de investigación, bajo un método cuantitativo. El instrumento de recolección de datos fue una encuesta basada en la propuesta de Liñán & Chen. La muestra estuvo conformada por 148 estudiantes de licenciatura en áreas económico administrativas de la Universidad Autónoma de Yucatán con el 95% de nivel de confianza y un 7.8% de margen de error. Los datos se recogieron en abril y mayo de 2020 en el contexto de la pandemia COVID-19.

**Palabras claves:** Intención, Emprendimiento, Universidad, Educación Emprendedora

## ABSTRACT

Education to promote entrepreneurship is one of the most important challenges for universities. This work contributes to the discussion about the impact of the university environment towards the formation of entrepreneurial intentions, taking as a reference the case of the Faculty of Accounting and Administration of the Autonomous University of Yucatan, located in the southeast of Mexico.

The objective of the work was to measure the values of entrepreneurial intention and the variables related to it, taking as a reference the model of planned behavior of Azjen (1991) and the perception of the students of their entrepreneurial university environment.

A constructivist paradigm of research was applied, under a quantitative method. The data collection instrument was a survey based on the Liñán & Chen proposal. The sample was composed of 148 undergraduate students in economic-administrative areas of the Autonomous University of Yucatan with a 95% confidence level and a 7.8% margin of error. The data was collected in April and May 2020 in the context of the COVID-19 pandemic.

**Keywords:** Entrepreneurial Intention, University, Entrepreneurial Education

## 1. INTRODUCCIÓN

### Intención Emprendedora.

Uno de los retos más grandes en las universidades, es lograr, exitosamente la inserción laboral de sus egresados. No obstante, las tendencias en la economía mundial hacen cada día mas difícil cumplir este reto. Por lo anterior, los esfuerzos en la educación superior se están enfocando en el desarrollo de competencias emprendedoras.

Los emprendedores tiene un rol fundamental en la creación de bienestar en la sociedad, impactando de forma positiva en el desarrollo de las economías de los países, por lo que el éxito en el aprendizaje del espíritu empresarial innovador puede traer impactos positivos en las economías de los países (Liñán, Rodríguez-Cohard and Rueda-Cantuche, 2011).

La investigación en este campo destaca que la Intención Emprendedora (IE) se ha posicionado como una de las principales variables para medir el fenómeno del emprendimiento en el ámbito educativo (Fayolle and Gailly, 2015). En primer lugar y desde la mirada individual, con el fin de convertirse en fundadores de empresa, las personas deben convertirse primero en individuos emprendedores. Por lo tanto, el proceso que subyace a la aparición de la intención emprendedora y el comportamiento, es de suma importancia para entender cómo detonar la conducta emprendedora. Y, en segundo lugar, desde lo económico, el informe de investigación Global Entrepreneurship Monitor (GEM) establece una correlación existente entre la tasa de crecimiento económico y el nivel y tipo de actividad emprendedora (GEM, 2012), en este sentido, el nivel de intención emprendedora podría refleja el potencial

entorno económico de una región.

En la literatura sobre IE, destacan dos contribuciones: la Teoría de Comportamiento Planificado (TCP) (Ajzen, 1991) y la Teoría Social Cognitiva (Bandura, 1977) que se han aplicado en la mayoría de los estudios en esta área (Liñán and Fayolle, 2015a).

La intención emprendedora es un estado mental que las personas poseen en favor de optar por la creación de una nueva empresa o la creación de valor al interior de organizaciones existentes. Es el compromiso para desempeñar el comportamiento necesario para llevar a cabo una iniciativa emprendedora (Sánchez García, Lanero and Yurrebaso, 2005).

Las variables que inciden en la intención emprendedora han sido un tema de debate en múltiples estudios que se han llevado a cabo en los últimos años, se han adaptado modelos que traten de explicar los orígenes de la intención emprendedora. Los modelos de intención emprendedora han sido ampliamente usados en diversas investigaciones empíricas

alrededor del mundo. El mayor referente mencionado anteriormente, ha sido el modelo de Ajzen (Ajzen, 1991) derivado de la Teoría del Comportamiento Planificado (Sánchez García, Lanero and Yurrebaso, 2005; Liñán, Rodríguez-Cohard and Rueda-Cantuche, 2011; Fayolle and Gailly, 2015). En esta investigación se abordará en mayor profundidad el modelo propuesto por Ajzen para explicar la intención emprendedora.

## Teoría del Comportamiento Planificado (TCP)

Ajzen (1991) propone en su TCP que las variables que afectan la intención son la actitud hacia el comportamiento, las normas subjetivas y el control de comportamiento percibido, la intención a su vez se vuelve el antecedente principal que lleva finalmente a algún comportamiento (ver figura 1).

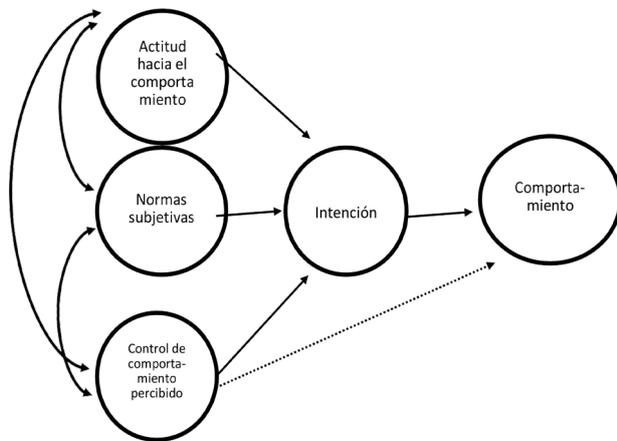


Figura 1 Modelo del Comportamiento Planificado  
Fuente: Ajzen, 1991

El modelo de Ajzen propone tres factores para explicar la intención de los individuos a concretar una conducta. El primero de ellos es la actitud hacia el comportamiento a realizar y se refiere al grado en el cual una persona tiene una percepción favorable o desfavorable

del comportamiento en cuestión (Ajzen, 1991). El segundo factor son las normas subjetivas, que se desprenden de la parte social y refiere la presión social percibida que sufren los individuos para llevar a cabo o no dicho comportamiento. Como puede ser el caso de la influencia de los familiares y los amigos más cercanos (Ajzen, 1991). Finalmente, el tercer factor es el control de comportamiento percibido que se refiere a la facilidad

o dificultad percibida de llevar a cabo el comportamiento deseado. En otras palabras, este último factor se refiere a la capacidad percibida por los mismos individuos para llevar a cabo el comportamiento en cuestión. Ajzen (1991) advierte sobre esta variable, ya que si los individuos ignoran o tienen poca información acerca del comportamiento, el control de comportamiento percibido podría no ser realista.

El modelo de Ajzen ha servido como base para diferentes investigadores del área del emprendimiento y la intención emprendedora (Yang, 2013) que tratan de validarlo con muestras compuestas, principalmente, por universitarios; han sido múltiples los referentes que lo han empleado en sus estudios para poder esclarecer la intención emprendedora (véase tabla 1) (Souitaris, Zerbinati and Al-Laham, 2007; Liñán and Chen, 2009; Rauch and Hulsink, 2012; Kautonen, Gelderen and Fink, 2013) incluso también ha sido utilizado para ir más allá de la intención, al pasar también al comportamiento, es decir, a pasar realmente a acciones para poder emprender un negocio (Kautonen, Gelderen and Fink, 2013).

Autor	Título	Muestra de estudio	Lugar del estudio	Principales hallazgos
(Kautonen, Gelderen and Fink, 2013)	Robustez de la Teoría del Comportamiento Planificado para predecir la intención emprendedora y las acciones.	Adultos de 20 a 69 años	Austria y Finlandia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limitado alcance de las muestras usadas en la mayoría de las investigaciones anteriores.</li> <li>• Escasez de las investigaciones que estudien el paso de la intención a la acción.</li> <li>• Valida el modelo de Ajzen como predictor de la intención.</li> </ul>
(Liñán and Chen, 2009)	Desarrollo y aplicación transcultural de un instrumento específico para medir intenciones emprendedoras.	Estudiantes universitarios	España y Taiwán	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El cuestionario desarrollado para medir la intención emprendedora es satisfactorio y ofrece un fuerte soporte al modelo de Ajzen (1991).</li> <li>• La cultura es un factor muy importante para tomar en cuenta ya que modifica la percepción que los individuos tienen del emprendimiento en cada sociedad.</li> </ul>
(Rauch and Hulsink, 2012)	Colocando la educación emprendedora donde la intención para actuar está presente: una investigación sobre el impacto de la educación emprendedora en el comportamiento emprendedor.	Estudiantes de maestría	Países Bajos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los estudiantes participantes de la educación emprendedora muestran un incremento en la actitud y el control de comportamiento percibido.</li> <li>• Los estudiantes tienen una mayor intención emprendedora a la finalización del programa de educación emprendedora.</li> </ul>

(Souitaris, Zerbini and Al-Laham, 2007)	¿Los programas de intención emprendedora aumentan la intención emprendedora de los estudiantes de ciencias e ingenierías?	Estudiantes de licenciatura	Reino Unido y Francia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los programas de educación emprendedora aumentan la actitud y la intención emprendedora.</li> <li>• La inspiración es el principal factor influenciador.</li> <li>• Contribuye a la Teoría del Comportamiento Planificado al confirmar la relación entre actitud e intención, así como el efecto que tiene la educación sobre la intención y el comportamiento.</li> </ul>
---	---	-----------------------------	-----------------------	---

Tabla 1. Estudios empíricos apoyados en el Modelo de Comportamiento Planificado de Ajzen

### El contexto universitario en la formación de la intención emprendedora

En las últimas décadas un creciente número de universidades han incluido en sus planes de estudio de nivel pregrado y posgrado temas, cursos, asignaturas, talleres, etc. para desarrollar habilidades y competencias para la creación de emprendimientos empresariales. No obstante, mucho de este esfuerzo se ve obstaculizado la falta de comprensión de la naturaleza del fenómeno emprendedor que se traduce en una desarticulación de los objetivos educativos con el contenido, metodología necesarios para el emprendimiento (Ahmed et al., 2020).

En una contribución hecha por Liñán & Fayolle (2015), categorizaron estudios de IE para delimitar las principales áreas de investigación siendo el entorno universitario una de estas.

Existe evidencia sobre la relación que tiene el contexto universitario en la intención emprendedora de los estudiantes (Urbano and Guerrero, 2013; Canever, Barral and Ribeiro, 2017). Canever et al. (2017) concluyen que el contexto universitario no conduce hacia la construcción de intenciones emprendedoras, mientras que Urbano y Guerrero, (2013) infieren que el contexto universitario tiene un pequeño impacto en la IE y una mayor influencia en la educación emprendedora. Por su lado Echeverri-Sánchez et al., (2018)

reportan que la interacción en ambientes emprendedores puede inducir de manera importante al desarrollo de intenciones emprendedoras. La literatura presente aún se encuentra en la exploración de la relación que guarda la universidad con la creación de intención emprendedora.

## 2. MATERIALES Y MÉTODOS

Se llevó a cabo una investigación de tipo transversal, no experimental, con alcance correlacional a través de un diseño metodológico cuantitativo.

### Muestra

La muestra estuvo conformada por estudiantes de cuatro licenciaturas de áreas económico-administrativas de la Universidad Autónoma de Yucatán en México. Participaron un total de 148 alumnos en un cuestionario en línea auto aplicado en el mes de mayo de 2020. Considerando una población de 2,339 se logró una muestra con el 95% de nivel de confianza y un 7.8% de error.

### Instrumento

Los reactivos fueron tomados en su mayoría del instrumento desarrollado por Liñán et al (Liñán, Rodríguez-Cohard, & Rueda-Cantucho, 2011) para medir la intención emprendedora de los individuos. Retomando todas las variables presentadas en el Modelo del Comportamiento Planificado de Ajzen (Ajzen & Azjen, 1991): Actitud Emprendedora, Normas Subjetivas, Control del Comportamiento Percibido (Autoeficacia Emprendedora) e Intención Emprendedora. Los ítems de estas variables fueron puestos en una escala de Likert del 1 al 7. De igual manera, fueron usados ítems de otros autores referentes (Graevenitz, Harhoff, & Weber, 2010;

Kautonen et al., 2013; Rauch & Hulsink, 2012; Souitaris, Zerbinati, & Al-Laham, 2007; Wilson, Kickul, & Marlino, 2007). Se añadió la variable del Entorno Universitario constituido por 17 ítems de laboración en una escala de Likert del 1 al 5.

En este trabajo se presentan los resultados descriptivos de las variables norma social, actitud emprendedora, control del comportamiento e intención emprendedora, de acuerdo al modelo de Azjen.

### 3. RESULTADOS

La muestra bajo estudio estuvo conformada por un 43% de hombres y un 57% de mujeres. Asimismo el rango de edad de los participantes fue de 22 y 20 años. Como se puede observar en la figura 2, en la muestra se logró la representatividad de los cuatro planes de estudio de la Facultad de Contaduría y Administración (FCA), de la Universidad Autónoma de Yucatán (UADY).

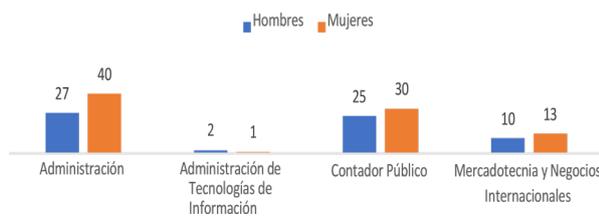


Figura 2 Representación de la muestra por sexo y licenciatura

El 66% de la muestra se compuso por alumnos que cursaron de tercer a quinto semestre de sus respectivas carreras, mientras que el 34% estuvo representado por alumnos de sexto a noveno semestre de licenciatura. El 54% de los alumnos afirmaron estar estudiando y trabajando, por lo que sólo el 34% de los estudiantes se dedican solamente a estudiar.

El 39% de los estudiantes que trabajan tiene un trabajo en modalidad de medio tiempo, mientras que sólo el 13% manifestó estar trabajando en tiempo completo, así mismo el 40% cuenta con un horario flexible y sólo el 9% dijo estar trabajando sólo los fines de semana; es muy notorio que existe una similitud muy significativa con los alumnos que tienen un trabajo de medio tiempo con los que cuentan con un horario flexible, esto se debe a que la mayoría de los estudiantes opta por encontrar un trabajo que les permita ajustarse a todas sus actividades tanto escolares como cotidianas, de tal manera que puedan tener facilidad para que no se vean afectados académicamente (ver figura 3).

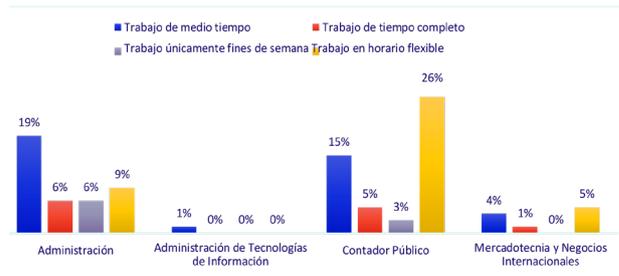


Figura 3 Porcentaje de representación de las modalidades de empleo entre las licenciaturas de la FCA, UADY

Los resultados en cuanto a la actitud hacia el emprendimiento de los estudiantes de la facultad fueron positivos. La figura 4 muestra las calificaciones que adjudicaron los estudiantes a lo que para ellos significa ser emprendedor, siendo que triunfar, arriesgarse y vivir experiencias como empresario lograron los mayores puntajes.



Figura 4. Significado de ser un emprendedor en estudiantes de la FCA, UADY

Asimismo, la mayor parte de los estudiantes manifestó que si tuviera oportunidad y recursos le gustaría emprender un negocio. De igual forma, la mayor parte de los estudiantes estuvo de acuerdo con oraciones como el emprendimiento es parte indispensable en la vida y preferiría ser emprendedor que empresario (ver figura 5).

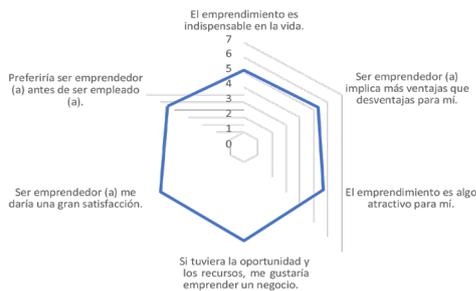


Figura 5 Actitud hacia el emprendimiento de estudiantes de la FCA, UADY

En cuanto a la norma social se observó en los resultados que los compañeros de clase muestran mayor apoyo en las ideas emprendedoras de los estudiantes, seguido de amigos diferentes del contexto escolar y en última instancia la familia, que aunque tuvo resultados positivos, no destaca como el mayor apoyo a los emprendedores (ver figura 6)

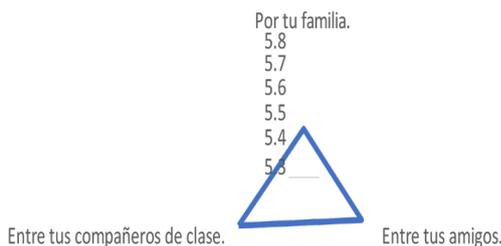


Figura 6. Aceptación por grupos sociales (Norma social) de las ideas emprendedoras de estudiantes de la FCA, UADY

En cuanto al control de la conducta, se observó que administrar el dinero es una de las actividades en las que los estudiantes

se sienten más capaces, en contraste ser creativo es la que más retos les implica (ver figura 7)

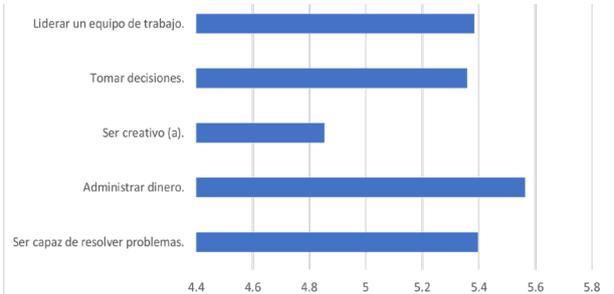


Figura 7. Control Conductual para emprender un negocio de estudiantes de la FCA, UADY

En cuanto a la intención emprendedora, los resultados muestran que en una escala de 1 al 7 los estudiantes obtuvieron en promedio un total de 4.91. Destaca que aunque la mayoría tiene la firme intención de poner un negocio una minoría lo piensa hacer en los próximos 12 meses (ver figura 8).



Figura 8. Intención emprendedora de estudiantes de la FCA, UADY.

Finalmente se hizo una evaluación del entorno emprendedor universitario a los que están expuesta la población bajo estudio y se encontró que en escala del 1 al 7 se obtuvo un promedio de 3.9, lo que significa que no aporta en gran medida al desarrollo de las intenciones emprendedoras en los estudiantes.

Lo anterior implica que se tienen muchos retos para fortalecer este entorno, sobre

todo en lo relacionado en la motivación de los estudiantes para que se interesen en cursar asignaturas relacionadas al emprendimiento (ver tabla 2).

Mi institución oferta asignaturas relacionadas al emprendimiento.	4.30
Se realizan ferias relacionadas con el emprendimiento.	4.17
La licenciatura que estudio está orientada al desarrollo en los estudiantes de habilidades como emprendedores.	4.13
Se realizan pláticas relacionadas con el emprendimiento.	4.09
Se realizan proyectos colectivos relacionados con el emprendimiento.	3.89
Se realizan concursos relacionados con el emprendimiento.	3.86
La universidad me ha invitado a eventos de emprendimiento.	3.83
Se fomenta individualmente en los estudiantes el desarrollo de proyectos emprendedores.	3.80
Se realizan talleres relacionados con el emprendimiento.	3.80
La escuela me motiva a emprender.	3.78
Mis profesores hablan del emprendimiento durante las clases de forma complementaria.	3.73
Mis profesores relatan anécdotas de emprendimiento.	3.72
Existe propaganda visible relacionada al emprendimiento.	3.71
Mis profesores me motivan a emprender.	3.68
Identifico a profesores de diversas áreas como emprendedores.	3.61
Confío en acercarme a los responsables del área de emprendimiento si tengo alguna inquietud sobre el tema.	3.34
He cursado asignaturas relacionadas al emprendimiento por interés propio.	3.05
Promedio:	3.79

Tabla 2. Entorno Emprendedor Universitario de la FCA, UADY

#### 4. DISCUSIÓN

Los estudios presentados en la introducción de este trabajo muestran evidencia estadística de que el contexto emprendedor mantiene una relación con la

intención emprendedora.

El impulso de un contexto universitario emprendedor es importante ya que permite fortalecer la Educación Emprendedora en las instituciones, el cual según múltiples estudios permite aumentar los niveles de Actitud Emprendedora, Control de la Conducta Emprendedora e Intención Emprendedora.

Los resultados en la FCA UADY se muestran positivos en cuanto a las actitudes al emprendimiento y el control conductual. De igual manera los resultados en cuanto a la variable intención emprendedora también fueron positivos. No obstante, los resultados en el entorno emprendedor universitarios fueron neutrales, es decir, no se obtuvieron resultados positivos, pero tampoco negativos, lo que hace difícil de evaluar el efecto de los esfuerzos hechos en este aspecto para el desarrollo de intenciones emprendedoras en los estudiantes.

De hecho es importante reconocer que el estudio fue elaborado en el contexto de la pandemia del COVID-19 y que es posible que el contexto emprendedor de la universidad fuera evaluado con mayor carga negativa y que aun con ese efecto los niveles de intención emprendedora resultaron positivos.

#### 5. CONCLUSIÓN

Las microempresas de lácteos en la Es claro que el contexto universitario emprendedor esta relacionado con la intención emprendedora. No obstante, los resultados de este estudio muestran que aunque la percepción del entorno emprendedor universitario no es muy

positiva los estudiantes sí lograron desarrollar niveles favorables de intención emprendedora.

Los anterior abre la discusión para incluir otras variables diferentes al contexto emprendedor universitario para evaluar su influencia en los niveles de Intención Emprendedora de los estudiantes. Esto es que otras variables pueden ejercer cierta presión

en el cómo se desarrolla el emprendimiento de una ciudad, región o país tales como el contexto político, empresarial, tecnológico, económico, cultural y social.

El impulso de un contexto universitario emprendedor es importante ya que permite fortalecer la Educación Emprendedora en las instituciones, el cual según múltiples estudios permite aumentar los niveles de Actitud Emprendedora, Autoeficacia Emprendedora e Intención Emprendedora, pero también es importante estudiarlos bajo su contexto.

Este trabajo aporta a la discusión sobre los aspectos que se pueden trabajar desde el ámbito de la universidad para el desarrollo de una intención emprendedora

## 6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Ahmed, T. et al. (2020) 'Entrepreneurship education programmes: How learning, inspiration and resources affect intentions for new venture creation in a developing economy', *International Journal of Management Education*. Elsevier, 18(1), p. 100327. doi: 10.1016/j.ijme.2019.100327.
2. Ajzen, I. (1991) 'Theory of planned behavior', *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), pp. 179–211.
3. Bandura, a (1977) 'Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change.',
4. *Psychological review*, pp. 191–215. doi: 10.1037/0033-295X.84.2.191.
5. Canever, M. D., Barral, M. R. M. and Ribeiro, F. G. (2017) 'How does the public and private university environment affect students' entrepreneurial intention?', *Education + Training*, 59(6), pp. 550–564. doi: 10.1108/ET-12-2016-0187.
6. Echeverri-Sánchez, L. et al. (2018) 'Factores que inciden en la intención emprendedora del estudiantado universitario: Un análisis cualitativo', *Revista Electronica Educare*, 22(2), pp. 1–19. doi: 10.15359/ree.22-2.10.
7. Fayolle, A. and Gailly, B. (2015) 'The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence', *Journal of Small Business Management*, 53(1), pp. 75–93. doi: 10.1111/jsbm.12065.
8. GEM (2012) *Reporte de la Actividad Emprendedora*. México. México.
9. Kautonen, T., Gelderen, M. van and Fink, M. (2013) 'Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions', *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 39(3), pp. 1–20. doi: 10.1111/etap.12056.
10. Liñán, F. and Chen, Y.-W. (2009) 'Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions', *Entrepreneurship Theory and*

- Practice, pp. 593–617.
11. Liñán, F. and Fayolle, A. (2015a) 'A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda', *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), pp. 907–933. doi: 10.1007/s11365-015-0356-5.
  12. Liñán, F. and Fayolle, A. (2015b) 'A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda', *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), pp. 907–933. doi: 10.1007/s11365-015-0356-5.
  13. Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. and Rueda-Cantucho, J. (2011) 'Factors affecting entrepreneurial intention levels: A role for education', *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), pp. 195–218. doi: 10.1007/s11365-010-0154-z.
  14. Rauch, A. and Hulsink, W. (2012) 'Putting Entrepreneurship Education where the Intention to Act Lies: An Investigation into the Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Behavior', *Academy of Management Learning & Education*, pp. 1–49.
  15. Sánchez García, J. C., Lanero, A. and Yurrebaso, A. (2005) 'Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario.', *Revista de Psicología Social Aplicada*, 15(1–2), pp. 37–60. Available at: <http://search.proquest.com/docview/621774285?accountid=44542>.
  16. Souitaris, V., Zerbinati, S. and Al-Laham, A. (2007) 'Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources', *Journal of Business Venturing*, 22(4), pp. 566–591. doi: 10.1016/j.jbusvent.2006.05.002.
  17. Urbano, D. and Guerrero, M. (2013) 'Entrepreneurial Universities', *Economic Development Quarterly*, 27(1), pp. 40–55. doi: 10.1177/0891242412471973.
  18. Yang, J. (2013) 'The Theory of Planned Behavior and Prediction of Entrepreneurial Intention Among Chinese Undergraduates', *Social Behavior and Personality*, 41(3), pp. 367–376. doi: 10.2224/sbp.2013.41.3.367.