

## COMPETENCIAS QUE AFECTAN A LA CREACIÓN DE UNA START-UP INTERNACIONAL

Teresa Torres-Coronas, Arantzazu Vidal-Blasco

*Universitat Rovira i Virgili, Spain*

### **Resumen:**

La globalización brinda oportunidades y opciones profesionales internacionales, como el emprendimiento global. Para el estudiantado universitario la viabilidad de esta opción de carrera depende de sus propias motivaciones, competencias percibidas y objetivos profesionales. Este estudio analiza, a través de un modelo de ecuaciones estructurales, cómo las competencias interculturales, las habilidades cognitivas culturales, la autoeficacia emprendedora y las competencias lingüísticas afectan la motivación de los estudiantes para crear una empresa con vocación internacional. Los resultados muestran que el dominio de una tercera lengua, las habilidades del lenguaje y la autoeficacia emprendedora son los factores más relevantes. La investigación discute las implicaciones de estos resultados para las instituciones de educación superior y el diseño curricular de sus planes de estudios.

**Palabras clave:** carrera internacional, emprendimiento global, competencia intercultural, habilidades cognitivas culturales, autoeficacia empresarial, competencias lingüísticas.

## ÍNDICE

1. **Introducción**
2. **Revisión de la literatura**
  - 2.1. **Autoeficacia emprendedora**
  - 2.2. **Competencias que afectan a la movilidad internacional**
3. **Metodología**
  - 3.1. **Población sujeta a estudio**
  - 3.2. **Instrumentos de medida**
  - 3.3. **Factores contextuales**
4. **Validación del modelo final**

## 1. INTRODUCCIÓN

El emprendimiento está relacionado con el crecimiento económico (Fritsch, 2011) y la mejora de la competitividad empresarial; donde juega un papel destacado el comportamiento emprendedor de la plantilla. Por todo ello, cada vez se presta más atención a los factores que influyen en la intención emprendedora (Ahmetoglu, Leutner & Chamorro, 2011), lo que ha consolidado el estudio del espíritu emprendedor como un área investigación (Fayolle & Liñán, 2014).

Do Paço et al. (2013) sintetizan en dos los enfoques para el análisis de la intención emprendedora: un primer enfoque centrado en las características personales y un segundo en el comportamiento. El primero se focaliza en la personalidad del emprendedor/a (Dinis et al., 2013), la inteligencia emocional (Ahmetoglu et al., 2011; Neghabi, Yousefi & Rezvani, 2011; Rhee & White, 2007) y la autoeficacia emprendedora (Liñán & Chen, 2009; Zampetakis et al., 2009). Estos estudios refuerzan la idea de que las características psicológicas (el enfoque de rasgo) influyen en la intención emprendedora.

El segundo enfoque, centrado en el comportamiento, indaga en el origen de la intención emprendedora a través del Modelo del evento emprendedor (MEE) (Shapero & Sokol, 1982) y la Teoría del comportamiento planeado (TCP) de Ajzen (1991). En el modelo del evento emprendedor, la intención emprendedora depende de la viabilidad percibida y oportunidad percibida para comenzar un negocio, así como de la propensión a actuar. La teoría del comportamiento planeado se centra en las actitudes y el control conductual percibido.

Las interrelaciones entre estos dos enfoques aumentan la complejidad de los modelos que predicen la intención emprendedora. A esto hay que añadir otras evidencias, como el efecto de estados fisiológicos, como la ansiedad y el estrés, en la reducción de la autoeficacia emprendedora percibida (Boyd & Vozikis, 1994) o la correlación de la inteligencia emocional con la autoeficacia percibida (Salvador & Morales, 2009; Laviolette, Lefebvre & Brunel, 2012). A mayor autoeficacia percibida, la actitud hacia la creación de empresas es también más favorable (Morales-Alonso, Pablo-Lerchundi & Núñez-Del-Río, 2016). El aprendizaje de otros idiomas y el desarrollo de competencias transversales hacen que el 85%

de los estudiantes aumente su interés por realizar una carrera profesional internacional (European Commission, 2014). Por lo que en el mundo de la emprendeduría global, la competencia intercultural puede pasar a jugar un papel que debe ser analizado.

En esta investigación se utilizan los principios del modelo de Azjen (1991) para analizar los factores que afectan a la motivación de crear una empresa. La finalidad última es incorporar los resultados de la investigación en el diseño de los programas de formación en emprendeduría que, unas veces tienen un efecto positivo en la intención emprendedora (Zhang, Duysters & Clodt, 2014) y otras producen el efecto contrario (Oosterbeek, van Praag & Ijsselstein, 2010). Si los programas de emprendimiento están diseñados para potenciar la creación de empresas, se deben explorar nuevos modelos explicativos para mejorar la eficiencia de los programas formativos. De esta manera, los estudiantes universitarios, independientemente de sus antecedentes y características personales, podrán beneficiarse de cursos de capacitación más efectivos.

El primer apartado del trabajo presenta la revisión de la literatura y define el tema a investigar, las hipótesis y el modelo propuesto. A continuación se describe la metodología y, finalmente, se discuten los resultados y las conclusiones del estudio. Los resultados muestran que tanto la competencia intercultural, el dominio de una lengua y la autoeficacia emprendedora impactan de manera positiva en la motivación para crear una empresa con vocación internacional.

## **2. REVISIÓN DE LA LITERATURA**

### ***2.1. Autoeficacia emprendedora***

Bandura (1997) define la autoeficacia emprendedora como "la creencia en la capacidad de uno para alcanzar un cierto nivel de desempeño o un resultado deseado que puede influir en las situaciones y afectar sus vidas" (p.72). La autoeficacia es clave para detectar a una persona emprendedora (Markman, Baron & Balkin, 2005) y para predecir la intención emprendedora (Moriano, Palací y Morales, 2006; Laguna, 2013) ya que si no hay percepción de habilidades, el comportamiento no se producirá. Las creencias motivadoras se refieren "no solo al ejercicio del control sobre la acción sino también a la autorregulación de los procesos de pensamiento, la motivación y los estados afectivos y psicológicos" (Bandura, 1997, p.36). Por tanto, la autoeficacia emprendedora se incluye en los modelos que estudian la motivación para una emprendeduría global.

Estudios como los de Salvador y Morales (2009) y Laviolette et al. (2012) muestran que las emociones afectan la autoeficacia emprendedora; una variable que no es ajena a los roles de género (Mueller & Conway Dato-on, 2013) ni a las barreras culturales (Shinnar, Giacomini & Janssen, 2012).

Sobre la base de lo anterior se puede formular la siguiente hipótesis:

H1: La autoeficacia emprendedora tendrá un efecto positivo en la motivación para una emprendeduría global.

## **2.2. Competencias que afectan a la movilidad internacional**

La toma de decisiones relacionada con la carrera profesional se entiende como un proceso que describe o explica las elecciones que una persona hace en relación a su carrera a lo largo de su vida laboral. En este proceso es relevante identificar qué factores afectan la toma de decisiones así como comprender el nivel de impacto que estos factores tienen en las elecciones individuales. Estudios previos relacionan el conocimiento de una lengua, la competencia intercultural y la inteligencia cultural cognitiva con la movilidad internacional y el interés por iniciar una carrera profesional en el ámbito internacional.

### *Factor 1. El nivel de conocimiento acreditado de una lengua*

El actual mercado laboral, cada vez más globalizado, exigente y competitivo, establece la necesidad de tener una formación adecuada en lenguas, lo que nos lleva a hablar de la competencia lingüística como una de las competencias comunicativas de la lengua. La competencia lingüística se entiende como la “capacidad de conocer y usar la lengua correctamente atendiendo a todos sus componentes” (Rico, 2005: 80). Barbero, Maestro, Pitcaim y Saiz (2008, p.11) la definen como la “habilidad para expresar e interpretar pensamientos, sentimientos y hechos tanto de forma oral como escrita y para interactuar lingüísticamente de forma apropiada en una amplia gama de contextos sociales y culturales”. En similares términos se define en el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (Consejo de Europa, 2001, p.113), al entenderla como el conocimiento y las destrezas necesarias para abordar la dimensión social del uso de la lengua. Sin embargo, no es suficiente desarrollar una buena competencia lingüística si la misma no se enmarca en una competencia comunicativa más amplia, en la que se incluiría la competencia intercultural (Rico, 2005). En opinión de Salaberri (2007), “el desarrollo de la competencia comunicativa resulta insuficiente para responder a las demandas que exigen las nuevas sociedades multiculturales y multilingües. El objetivo de la enseñanza-aprendizaje de lenguas debería ser el desarrollo de hablantes interculturales” (p.61). En definitiva, es necesario tener en cuenta la perspectiva intercultural.

### *Factor 2. Competencia intercultural*

Según Halliday (1975), “la adquisición de la competencia lingüística se produce, principalmente, a través de la interacción comunicativa en el seno de una comunidad, un proceso que al mismo tiempo contribuye a la construcción progresiva de la identidad social de los individuos y del significado social de los usos lingüísticos” (en Gago, 2010, p. 222). Cuando una persona aprende una lengua extranjera, se enfrenta a diferentes interpretaciones de muchos de los valores, normas, comportamientos y creencias que había adquirido y asumido

como naturales y normales. La competencia es, pues, “la habilidad de poderse manejar en este tipo de situaciones, con contradicciones y diferencias” (Gago, 2010, p. 235). Esto implica, conocer y comprender las diferencias culturales, experimentar otras culturas, y, autoconocer la propia cultura. Estos tres elementos ponen de manifiesto la importancia de conocer no solo la cultura propia sino también las culturas ajenas (Deardorff, 2006).

Desde los años 90 un creciente número de académicos/as ha estudiado las competencias que son claves en el mundo de los negocios internacionales señalándose diferentes dimensiones (Bird, Mendhenhall, Stevents & Oddou, 2009). Estas dimensiones implican competencias directamente relacionadas con la interacción intercultural. Las personas con un mayor nivel de competencia intercultural muestran más respeto y empatía hacia otras culturas e interacción de una manera menos sesgada (Lustig & Koester, 2006) y, al mismo tiempo, poseen una mayor habilidad para aprender nuevas lenguas.

### *Factor 3. Inteligencia cultural cognitiva*

La inteligencia cultural puede definirse como “la capacidad de una persona para adaptarse eficazmente a los nuevos contextos culturales” (Earley & Ang, 2003, p.59). Nos referimos a la percepción de un individuo sobre su conocimiento de otras culturas. Comprende las facetas de inteligencia cultural, metacognitiva, cognitiva, motivacional y de comportamiento que influyen positivamente en la eficacia de la interacción de diversos entornos culturales (Ang, Van Dyne & Tan, 2011).

Sobre la base de lo anterior se pueden formular las siguientes hipótesis:

H2: El nivel lingüístico tendrá un efecto positivo en la motivación para una emprendeduría global.

H3: La competencia intercultural tendrá un efecto positivo en la motivación para una emprendeduría global.

H4: La inteligencia cultural cognitiva tendrá un efecto positivo en la motivación para una emprendeduría global.

## **3. Metodología**

### ***3.1 Población sujeta a estudio***

Esta investigación tiene como objetivo explorar los factores que afectan a la intención de crear una empresa con vocación internacional mediante un cuestionario enviado a estudiantes de grado universitarios durante el año académico 2016-2017. El número final de participantes fue de 482, de los cuales el 75,7% eran mujeres. De la muestra final, el 56.3% no declaró no tener experiencia profesional pero, un 43,7% sí había realizado prácticas en empresas durante el grado. El 35% eran estudiantes Ciencias Sociales y Derecho; el 17% de Arquitectura e

Ingeniería; el 12.2% de Ciencias; el 23.5% de Ciencias de la salud; y el 2.4% de Artes y Humanidades.

### **3.2 Instrumentos de medida**

A continuación se describen las escalas y las propiedades psicométricas de los instrumentos de valoración utilizados.

Motivación para inicial una start-up internacional. Esta variable recoge la percepción de los participantes sobre su propia capacidad para crear y gestionar en el extranjero una nueva empresa. Se utilizó un cuestionario de cinco preguntas, con un Alpha de Cronbach de 0,73.

Autoeficacia emprendedora. La escala utilizada para medir esta variable es la escala de autoeficacia emprendedora de De Noble, Jung y Ehrlich (1999), en su versión adaptada y validada en España (Moriano et al., 2006). La versión final de la escala consta de 23 ítems y las respuestas se dan en una escala de Likert de cinco puntos, que va desde completamente incapaz (1) a totalmente capaz (5). La escala utilizada para medir esta variable es un cuestionario de 5 preguntas con un alfa de Cronbach de 0,83.

*Competencia intercultural.* En este caso el estudio valida y utiliza la escala de sensibilidad intercultural desarrollada por Fritz, Möllenberg y Chen (2002), con un alfa de Cronbach de 0,65.

Inteligencia cultural cognitiva. Aquí se valora el conocimiento de normas y prácticas de otras culturas adquiridas a través de la educación y la experiencia personal (Ng et al., 2012). Incluye el conocimiento de los sistemas económicos, socio-lingüísticos y sistemas de relaciones interpersonales, así como el conocimiento básico de los valores culturales, en línea similar a los descritos por el modelo de diferencias culturales de Hofstede (2001). Los individuos con un alto nivel de inteligencia cultural cognitiva entienden mejor las diferencias y similitudes interculturales (Brislin, Worthley & MacNab, 2006). Se ha utilizado la escala de inteligencia cultural cognitiva desarrollada por Ang et al. (2007).

*Competencia en lengua extranjera (nivel acreditado de conocimiento de la lengua inglesa).* En este apartado los participantes indican su nivel de inglés siguiendo el Consejo de Europa (2001) que lo clasifica en seis niveles: Usuario básico (A1-Acceso y A2 –plataforma), Usuario independiente (B1 – Intermedio y B2 -Intermedio alto), Usuario competente (C1 -Dominio operativo eficaz y C2 -Maestría). De los participantes el 2,5% indicó tener un nivel básico, el 6,4% nivel B1, el 28,2% B2, el 39,4% C1 y el 23,6% nivel de maestría. La mayoría de los participantes tienen, en consecuencia, un nivel superior al intermedio, lo que se traduce en un nivel de dominio de la lengua fluido, capacidad de utilizar expresiones coloquiales y un amplio vocabulario.

### **3.3 Factores contextuales**

*Ámbito de estudios (campo de conocimiento).* Del trabajo de Hassan y Wafa (2012) se desprende que los estudiantes que siguen un programa de ciencias tienen intenciones emprendedoras significativamente más altas que los estudiantes de empresa o de arte, motivo por el cual se ha incluido la variable ámbito de estudios como una variable contextual. Los estudios sobre el impacto de la educación en emprendimiento sobre la autoeficacia emprendedora no son concluyentes (Shinar, Giacomini & Janssen, 2012).

*Experiencia laboral.* El enfoque Jack-of-all-trades de Lazear (2005) muestra que tener experiencia en diferentes perfiles aumenta la probabilidad de convertirse en emprendedor (Miralles, Giones y Riverola, 2015). Una mayor experiencia se relaciona con una mayor competencia emprendedora (Camuffo, Gerli y Gurbita, 2012).

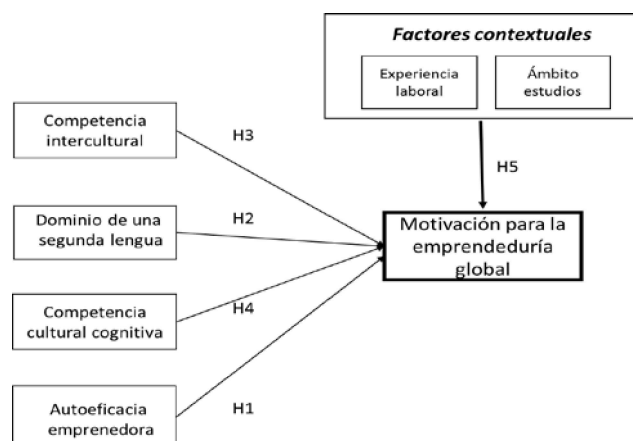
La incorporación de factores contextuales al estudio permite formular la siguiente nueva hipótesis:

H5: Los factores contextuales tendrán un efecto directo y positivo en la motivación para una emprendeduría global.

#### 4 VALIDACIÓN DEL MODELO FINAL

El modelo propuesto considera que la competencia intercultural, las habilidades cognitivas culturales, las habilidades del lenguaje y la percepción de las propias capacidades (escala autoeficacia emprendedora) tienen un impacto directo en la motivación emprendedora internacional. Asimismo, se considera que la experiencia laboral y el ámbito de estudios también afectan a la motivación para comenzar un nuevo negocio en el extranjero. La figura 1 sintetiza el modelo propuesto.

Figura 1. Modelo propuesto



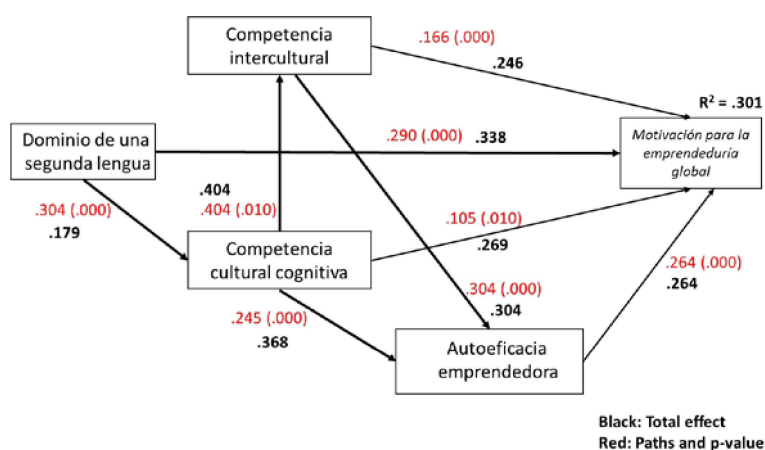
Fuente: Elaboración propia

## 5. VALIDACIÓN DE HIPÓTESIS

Para validar el modelo, se llevó a cabo un análisis bootstrap con 500 muestras con el programa SMARTPLS. A continuación se recogen los resultados del modelo que presentó una mejor fiabilidad.

La Figura 2 muestra el resultado del análisis de Bootstrap, con los coeficientes de camino estandarizados. Para la variable endógena, motivación de crear una start-up internacional el valor del cuadrado R es 0.301. La Figura 2 muestra tanto los efectos directos de las variables exógenas sobre la endógena como las relaciones entre las variables exógenas.

Figura 2. Coeficientes de camino y efectos totales



Fuente: Elaboración propia

La validez de los instrumentos utilizados se verificó utilizando la validez convergente, la validez discriminante y la fiabilidad de constructo. Todos los estadísticos del modelo son significativos, lo que confirma la validez convergente del constructo.

Los resultados recogidos en la Figura 2 con los caminos estadísticamente significativos permiten confirmar las hipótesis 1 a 4, siendo el dominio de una segunda lengua extranjera (en este caso el inglés) la variable que más peso tiene a la hora de crear confianza para la emprendeduría global. Las variables relacionadas con la competencia intercultural y la competencia cultural cognitiva también tienen un peso relevante para explicar el comportamiento de los participantes en el estudio. Esto permite concluir que no sólo las habilidades lingüísticas son relevantes si, desde las instituciones de educación superior, se quiere formar emprendedores globales.

La hipótesis 5, relacionada con los factores contextuales Experiencia laboral y Ámbito de estudios, ha resultado rechazada por el modelo y, por tanto, ya no aparecen en la Figura 2.

Estos resultados tienen una limitación importante, ya que no se ha utilizado la perspectiva de género. Dado el menor número de mujeres emprendedoras (Díaz-García & Jiménez-Moreno, 2010) y las evidencias sobre el diferente nivel competencial entre hombres y mujeres (Alcaraz-Rodríguez, Álvarez, & Villasana, 2014) incorporar la perspectiva de género al modelo es una tarea pendiente.

## 6. CONCLUSIONES

La interpretación de los resultados permite afirmar que la universidad tiene que desarrollar la capacidad del alumnado para actuar de manera adecuada y flexible ante acciones, actitudes y expectativas de personas de otras culturas. La demanda de que el alumnado acabe sus estudios universitarios con un certificado B2 o C1 no es suficiente para garantizar la empleabilidad de los titulados/as en un mundo global. En este sentido, los resultados preliminares mostrarían que requisitos curriculares de estancias en el extranjero pueden jugar un papel relevante en el fomento de la emprendeduría global. Es, por tanto, importante que tanto desde el Gobierno como desde los órganos rectores de la universidad se apoyen iniciativas destinadas al intercambio multicultural. Esto permitirá que los estudiantes desarrollen la competencia intercultural, una competencia que impacta en la productividad del trabajo en equipo y en el espíritu hacia la internacionalización.

### Referencias bibliográficas

- Ahmetoglu, G., Leutner, F., & Chamorro, T. (2011). EQ-nomics: Understanding the relationship between individual differences in Trait Emotional Intelligence and entrepreneurship. *Personality and Individual Differences*, 51, 1028-1033.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-T
- Alcaraz-Rodríguez, R., Álvarez, M.M., & Villasana, M. (2014). Developing entrepreneurial competences in students in the life sciences: the Lifetech Ad-Venture program. *On the Horizon*, 22(3), 182-191. doi:10.1108/OTH-11-2013-0053
- Ang, S., Van Dyne, L., & Tan, M.L. (2011). Cultural intelligence. En R. J. Sternberg & S. B. Kaufman (Eds.), *Cambridge Handbook on Intelligence* (pp. 582-602). New York: Cambridge Press.
- Ang, S., van Dyne, L., Koh, C., Ng, K-Y., Templer, K., Tay, C., & Chandrasekar, N. A. (2007). Cultural intelligence: Its measurement and effects on cultural judgment and decision making, cultural adaptation and task performance. *Management and Organization Review*. 3(3), 335-371.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York, NY: Freeman.

- Barbero, J., Maestro, A., Pitcairn, C., & Saiz, A. (2008). Las competencias básicas en el área de lenguas extranjeras. Cuadernos de Educación de Cantabria. Gobierno de Cantabria. Consejería de Educación.
- Bird, A., Mendenhall, M., Stevens, M., & Oddou, G. (2009). Defining the content domain of intercultural competence for global leaders. *Journal of Managerial Psychology*, 25, 810-828.
- Boyd, N., & Vozikis, G. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63-77.
- Brislin, R., Worthley, R., & Macnab, B. (2006). Cultural intelligence. *Group and Organization Management*, 31, 40-55.
- Camuffo, A., Gerli, F., & Gubitta, P. (2012). Competencies matter: modeling effective entrepreneurship in Northeast of Italy small firms. *Cross Cultural Management*, 19(1), 48-66.
- Consejo de Europa (2001) Marco común europeo de referencia para las lenguas: Aprendizaje, Enseñanza, Evaluación, MCERL. Consejo de Europa.
- De Noble, A., Jung, D., & Ehrlich, S. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial actions. Trabajo presentado al Comunicación presentada en el *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Waltham
- Deardorff, D. (2006). Identification and assessment of intercultural competence as a student outcome of internationalization. *Journal of studies in international education*, 10(3), 241 -265.
- Díaz-García, M.C., & Jiménez-Moreno, J. (2010). Entrepreneurial intention: the role of gender. *International Entrepreneurship Management Journal*, 6, 261-283. doi:10.1007/s11365-008-0103-2
- Dinis A., do Paço, A., Ferreira, J., Raposo M., Gouveia Rodrigues R. (2013). Psychological characteristics and entrepreneurial intentions among secondary students. *Education+Training*, 55(8/9), 763-780. doi:10.1108/ET-06-2013-0085
- Do Paço, A., Matos, J., Raposo, M., Gouveia, R., & Dinis, A. (2013). Entrepreneurial intentions: is education enough? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 50, 57-75. doi:10.1007/s11365-013-0280-5
- Earley, P.C., & Ang, S. (2003). *Cultural intelligence: Individual interactions across cultures*. Palo Alto: Stanford University Press.
- European Commission (2014). *The Erasmus Impact Study Effects of mobility on the skills and employability of students and the internationalisation of higher education institutions*. Disponible en: [http://ec.europa.eu/education/library/study/2014/erasmus-impact\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/education/library/study/2014/erasmus-impact_en.pdf).
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67, 663-666.

- Fritsch, M. (2011). New business formation and regional development: A survey and assessment of the evidence. *Foundations and Trends (R) in Entrepreneurship*, 9(3), 249-364.
- Fritz, W., Mollenberg, A., & Chen, G. M. (2002). Measuring intercultural sensitivity in different cultural context. *Intercultural Communication Studies*, 11(2), 165-176.
- Gago, E. (2010). El desarrollo de la competencia intercultural en el aula de ELE. *AnMal Electrónica*, 29, 221-239.
- Halliday, M. (1975). *Learning how to mean: Explorations in the development of language*. London: Edward Arnold.
- Hassan, R. A., & Wafa, S. A. (2012). Predictors towards entrepreneurial intention: a Malaysian case study. *Asian Journal of Business and Management Sciences*, 1(11), 1-10.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviours, institutions, and organizations across nations*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Laguna, M. (2013). Self-efficacy, self-esteem, and entrepreneurship among the unemployed. *Journal of Applied Social Psychology*, 43(2), 253-262. doi:10.1111/j.1559-1816.2012.00994.x
- Lavolette, E. M., Lefebvre, M. R., & Brunel, O. (2012). The impact of story bound entrepreneurial role models on self-efficacy and entrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 18(6), 720-742. doi:10.1108/13552551211268148
- Lazear, E.P. (2005). Entrepreneurship. *Journal of Labor Economics*, 23(4), 649-680.
- Liñán, F., & Chen, Y.W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- Lustig, M., & Koester, J. (2006). *Intercultural competence interpersonal communication across cultures*. Boston, MA Pearson and AB.
- Markman, G. D., Baron, R.A., & Balkin, D. B. (2005). Are perseverance and self-efficacy costless? Assessing entrepreneurs' regretful thinking. *Journal of Organizational Behavior*, 26, 1-19.
- Miralles, F., Giones, F., & Riverola, C. (2015). Evaluating the impact of prior experience in entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12, 791-813. doi:10.1007/s11365-015-0365-4
- Morales-Alonso, G., Pablo-Lerchundi, I., & Núñez-Del-Río, M.C. (2016). Entrepreneurial intention of engineering students and associated influence of contextual factors. *Revista de Psicología Social*, 31(1), 75-108. doi:10.1080/02134748.2015.1101314
- Moriano, J.A., Palací, F. J., & Morales, J.F. (2006). Adaptación y validación en España de la escala de Autoeficacia Emprendedora. *Revista de Psicología Social*, 21(1), 51-64.
- Mueller, S. L., & Conway Dato-on, M. C. (2013). A cross cultural study of gender-role orientation and entrepreneurial self-efficacy. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(1), 1-20.

- Neghabi, S., Yousefi, M., & Rezvani, M. (2011). Emotional intelligence and entrepreneurial behavior: development of personal aspects of intentions model. *International Conference on Information and Finance*, 21, (pp. 27-31). Singapore: IACSIT Press.
- Ng, K-Y., van Dyne, L., & Ang, S. (2012). Cultural intelligence: A review, reflections, and recommendations for future research. In A.M. Ryan, F.T.L. Leong, & F.L. Oswald (Eds.), *Conducting multinational research: Applying organizational psychology in the workplace* (pp. 29–58). Washington, DC: American Psychological Association.
- Oosterbeek, H. & van Praag, M. & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, 54(3), 442-454.
- Rhee, K. S., & White, R. J. (2007). The emotional intelligence of entrepreneurs. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 20(4), 409-426.
- Rico, A. M. (2005). De la competencia intercultural en la adquisición de una segunda lengua o lengua extranjera: conceptos, metodología y revisión de métodos. *Porta Linguarum*, 3, 79-94.
- Salaberri, M. S. (2007). Competencia comunicativa intercultural. *Opiniones*. 61-76.
- Salvador, C.M., & Morales, J. (2009). Fundamentos psicológicos de la autoeficacia emprendedora en jóvenes mexicanos. *Alternativas en Psicología*, 14(20), 35-47.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). Social dimensions of entrepreneurship. In C. Kent, D. Sexton, and K.H. Vesper (Eds.), *The Encyclopaedia of Entrepreneurship* (pp. 77-90). Englewood Cliffs: Prectice-Hall.
- Shinnar, R. S., Giacomini, O., & Janssen, F. (2012). Entrepreneurial perceptions and intentions: The role of gender and culture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 465-493. doi:10.1111/j.1540-6520.2012.00509.x
- Zampetakis, L. A., Kafetsios, K., Bouranta, N., Dewett, T., & Moustakis, V.S. (2009). On the relationship between emotional intelligence and entrepreneurial attitudes and intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 15(6), 595-618. doi:10.1108/13552550910995452
- Zhang, Y., Duysters, G. M., & Cloudt, M. M. A. H. (2014). The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(3), 623-641. doi: 10.1007/s11365-012-0246-z