

## Factores que determinan la intención emprendedora de los jóvenes universitarios del municipio de Tenosique Tabasco.

Irlanda Yanet Ordoñez Sánchez<sup>1</sup>, Edy de Jesús Pérez vera<sup>2</sup>, Sandra Aguilar Hernández<sup>3</sup>, Gilberto Eduardo Domínguez García<sup>4</sup>, Ana Rosa Yopez García<sup>5</sup>.

Corresponding Author: Irlanda Yanet Ordoñez Sánchez

<sup>1</sup>Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. División Académica Multidisciplinaria de los Ríos.

<sup>2</sup>Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. División Académica Multidisciplinaria de los Ríos.

<sup>3</sup>Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. División Académica Multidisciplinaria de los Ríos.

<sup>4</sup>Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. División Académica Multidisciplinaria de los Ríos.

<sup>5</sup>Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. División Académica Multidisciplinaria de los Ríos.

---

**ABSTRACT:** Esta investigación analizó los factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios en el municipio de Tenosique, Tabasco, entendida como la disposición psicológica y motivacional para iniciar un negocio propio. Se partió del modelo teórico de la Teoría del Comportamiento Planeado (Ajzen, 1991), complementado con los modelos de Krueger y Brazeal (1994) y el Modelo de Evento Emprendedor (Shapero y Sokol, 1982), que consideran tanto factores personales como contextuales. Esta investigación identificó como variables clave la actitud hacia el emprendimiento, la percepción de control (autoeficacia), las normas sociales, así como factores como la formación emprendedora, el entorno familiar, la educación universitaria y las condiciones económicas locales. A través de un enfoque metodológico cuantitativo, se buscó comprender cómo estos elementos influyen en los jóvenes de Tenosique para desarrollar una intención de emprender. El trabajo concluyó que el emprendimiento juvenil puede potenciarse significativamente mediante políticas educativas adecuadas, apoyo institucional, fomento a la cultura emprendedora y el fortalecimiento de competencias personales.

**KEY WORD:** Intención emprendedora, educación emprendedora, autoeficacia, jóvenes universitarios, factores contextuales.

---

Date of Submission: 15-12-2025

Date of acceptance: 31-12-2025

---

### I. INTRODUCCIÓN Y REVISIÓN DE LITERATURA

La intención emprendedora se define como un estado psicológico que posee cada individuo, en el que expresa voluntad y motivación referente a un objetivo particular. La intención emprendedora hace que las personas se encuentren preparadas para adoptar una iniciativa de crear su propio negocio o aportar valor en el interior de las organizaciones existentes (Bird, 1968, Leiva et al., 2021). Krueger, Reilly, & Carsrud, (2000) lo refieren como como la disposición y el deseo de una persona para iniciar un negocio propio en el futuro.

Según Krueger y Brazeal (1994), la intención emprendedora es un factor importante en la creación de nuevas empresas, ya que las acciones emprendedoras no surgen de manera espontánea, sino que están precedidas por un proceso mental de planificación y evaluación. El modelo de intenciones emprendedoras postula que los factores cognitivos y las percepciones personales influyen significativamente en la decisión de emprender.

Por su parte, Ajzen (1991) en su Teoría del Comportamiento Planeado establece que la intención emprendedora depende de tres factores clave: las actitudes hacia el emprendimiento, la percepción de control sobre la actividad emprendedora y las normas subjetivas (influencia social). Estos elementos interactúan para determinar la probabilidad de que una persona tome acciones concretas para iniciar un negocio.

La formación emprendedora es un factor clave para desarrollar la intención emprendedora en los jóvenes. Según Fayolle y Gailly (2015), la educación emprendedora no solo proporciona conocimientos técnicos, sino que también fomenta habilidades como la creatividad, la resolución de problemas y la toma de decisiones.

Es por eso que la etapa universitaria es un periodo para el desarrollo de habilidades emprendedoras, ya que los estudiantes están expuestos a conocimientos, experiencias y redes de contactos que pueden estimular su interés en crear sus propios negocios.

El contexto socioeconómico y el respaldo institucional juegan un papel determinante en la motivación emprendedora. Según Turker y Selcuk (2009), los ecosistemas universitarios que fomentan el emprendimiento

mediante incubadoras de negocios, programas de mentoría y redes de contacto aumentan significativamente la probabilidad de que los estudiantes desarrollen intención emprendedora.

Las habilidades personales como la autoeficacia, la tolerancia al riesgo y la motivación interna son determinantes en la intención de emprender (Zhao, Seibert, & Lumpkin, 2010). Los estudiantes con una alta percepción de autoeficacia son más propensos a visualizarse como emprendedores exitosos. Sin embargo, la baja intención emprendedora entre los estudiantes universitarios es un fenómeno que puede explicarse por múltiples causas entre las que se encuentran falta de educación emprendedora eficaz, ya que aunque muchas universidades han implementado programas de educación emprendedora, la calidad y efectividad de estos programas puede variar considerablemente. Como señalan Nabi et al. (2018), los programas de emprendimiento que no incluyen experiencias reales o simuladas tienden a tener menos impacto en la intención emprendedora de los estudiantes.

Asimismo, Farrukh et al. (2018) indica que el miedo al fracaso es uno de los principales factores que disuaden a los estudiantes universitarios de considerar el emprendimiento como una opción viable de carrera, Karimi (2020) señala que las barreras económicas son un obstáculo significativo que afecta las intenciones de los estudiantes a la hora de emprender. Por lo tanto, los estudiantes suelen ver el empleo tradicional como una opción más segura y socialmente aceptable que emprender, lo que disminuye su intención emprendedora (Zhu, R., Zhao, G., Long, Z., Huang, Y., & Huang, Z. (2022). Por último, un estudio realizado por Ruíz y Martínez et al. (2021) revela que la falta de redes y mentores es un factor limitante para los estudiantes que desean emprender.

Las razones descritas, propician en los jóvenes carencias de aspiraciones emprendedoras y tienden a enfrentarse a mayores tasas de desempleo o subempleo, lo que puede retrasar su incorporación plena al mercado laboral, a que se genere un crecimiento económico más lento y una menor competitividad en la economía global (Hsieh y Tsai, 2022).

El emprendimiento es una vía importante para el empoderamiento económico de los individuos y comunidades. Sin una intención emprendedora robusta, es probable que persistan las desigualdades socioeconómicas, especialmente en países en vías de desarrollo, donde el emprendimiento es una clave para la movilidad social (Karimi, 2020).

En las instituciones de educación superior, los estudiantes universitarios están en una etapa de formación, donde adquieren conocimientos, habilidades y redes de contactos que pueden ser determinantes para su decisión de emprender. Además, en un contexto global marcado por el desempleo juvenil y la necesidad de diversificar las economías, el emprendimiento se presenta como una alternativa viable para los jóvenes.

En este sentido, investigaciones como la de Fayolle y Gailly (2015) sugieren que el análisis de la intención emprendedora en estudiantes es clave para entender el potencial emprendedor de una sociedad. La intención emprendedora, según la Teoría del Comportamiento Planeado de Ajzen (1991), es el mejor predictor del comportamiento emprendedor futuro, ya que refleja las actitudes, la percepción de control y la influencia social que moldean la disposición de una persona a iniciar un negocio.

Se ha demostrado que los programas de educación emprendedora tienen un impacto significativo en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. Sánchez (2013) destaca que estos programas mejoran tanto la percepción de los estudiantes sobre la viabilidad de sus ideas como sus habilidades emprendedoras, lo que justifica la necesidad de incluir formación en emprendimiento en los planes de estudio universitarios.

El estudio de la intención emprendedora también ayuda a identificar las barreras que enfrentan los estudiantes para emprender, como la falta de recursos financieros o el temor al fracaso (Liñán et al., 2011). Conocer estas barreras permite diseñar políticas educativas y económicas más efectivas para fomentar la creación de empresas entre los jóvenes.

La realización de una investigación sobre la intención emprendedora en estudiantes universitarios es fundamental, debido a su impacto directo en el desarrollo económico, la innovación y la empleabilidad de las nuevas generaciones. A continuación, se presentan varias razones que subrayan la importancia de este tipo de investigación:

1. Fomento del emprendimiento como motor de desarrollo económico: La intención emprendedora entre los estudiantes universitarios es clave para el surgimiento de nuevos negocios que impulsen el crecimiento económico, especialmente en un contexto globalizado. Según Fayolle y Gailly (2015), la investigación en este campo permite identificar los factores que influyen en la disposición de los jóvenes a emprender, lo cual es esencial para diseñar políticas educativas y económicas que favorezcan el espíritu empresarial.

2. Desarrollo de competencias y habilidades: Estudiar la intención emprendedora ayuda a fomentar competencias clave, como la creatividad, la innovación, la resiliencia y la toma de decisiones estratégicas. Según Bhatti y Zakariya (2024), estas competencias no solo son vitales para quienes eligen emprender, sino también para aquellos que se integran al mercado laboral tradicional, ya que las empresas valoran cada vez más habilidades asociadas al emprendimiento, como la resolución de problemas y la adaptabilidad.

3. Respuesta a los desafíos laborales del futuro: En un entorno laboral cada vez más dinámico, caracterizado por la automatización y la globalización, los estudios sobre intención emprendedora permiten comprender cómo los estudiantes pueden contribuir a la creación de nuevos puestos de trabajo y adaptarse a los

cambios en el mercado laboral. Esto es especialmente relevante para reducir las tasas de desempleo juvenil (Farrukh et al., 2017).

4. Diseño de programas educativos efectivos: La investigación en intención emprendedora permite a las universidades y otras instituciones educativas mejorar sus programas de formación empresarial, ajustándolos a las necesidades y expectativas de los estudiantes. Nabi et al. (2018) señalan que la efectividad de la educación emprendedora está relacionada con su capacidad para influir en la intención emprendedora de los estudiantes, haciendo necesario estudiar este fenómeno para mejorar las intervenciones educativas.

5. Impacto social y cultural: Un estudio en este campo también puede arrojar luz sobre las barreras culturales y sociales que limitan la intención emprendedora de los estudiantes, especialmente en contextos donde emprender no es visto como una opción profesional viable. Karimi (2020) destacan que en muchos países, factores como las expectativas familiares o la inseguridad económica pueden frenar las aspiraciones emprendedoras, lo cual hace que las investigaciones sean necesarias para mitigar estos efectos y promover el emprendimiento como una opción profesional válida.

## **1.2 Búsqueda de Objetivos**

El objetivo de la investigación fue determinar los factores que definen la intención emprendedora de los jóvenes universitarios del municipio de Tenosique Tabasco.

## **1.3 Metodología de la Investigación y Análisis de Datos**

Esta investigación trabajó con el paradigma cuantitativo que de acuerdo Creswell & Creswell (2017) se caracteriza por su enfoque en la recolección y análisis de datos numéricos para establecer patrones y probar hipótesis. La investigación sobre factores que determinan la intención emprendedora de los jóvenes universitarios del Municipio de Tenosique Tabasco a través del paradigma cuantitativo va a permitir la medición precisa de variables relacionadas con la intención emprendedora, como actitudes, percepciones y factores demográficos.

Asimismo, con el uso de herramientas estadísticas se analizó relaciones entre variables, permitiendo la identificación de factores determinantes en la intención emprendedora.

La población de estudio estuvo integrada por los jóvenes estudiantes del municipio de Tenosique Tabasco, específicamente los que se encuentren estudiando en la División Académica Multidisciplinaria de los Ríos (DAMR), que de acuerdo a los datos del informe de actividades de esta unidad académica, la matrícula escolar asciende a un total de 746 alumnos inscritos en los 5 programas de licenciatura que se ofertan en la División Académica. Por lo dicho anterior, los sujetos de esta investigación serán los estudiantes que cursan una carrera en la DAMR.

El tipo de muestreo utilizado fue no probabilístico por conveniencia es un tipo de muestreo en el que los individuos de la muestra se seleccionan de acuerdo con su fácil acceso y disponibilidad para el investigador. Este método no utiliza criterios de aleatoriedad, sino que se basa en la accesibilidad de los participantes en un tiempo y lugar determinados.

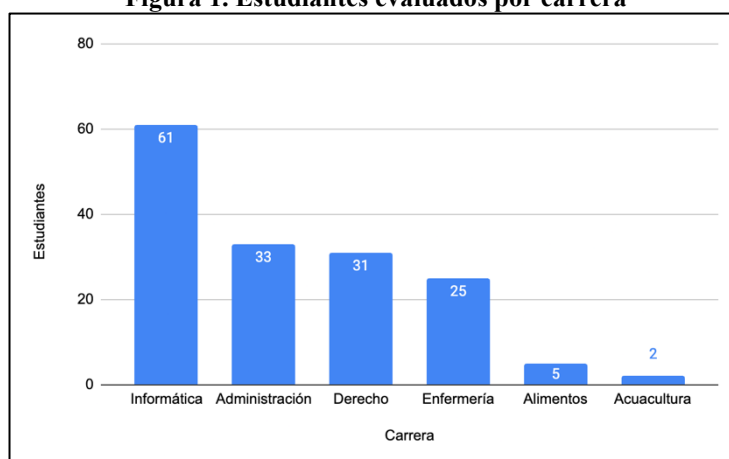
### **1.3.1 Instrumento**

Se seleccionó el cuestionario de Intención Emprendedora (CIE), desarrollado por Rueda, Moriano y Liñán en 2015, basado en la Teoría de la Acción Planificada (TAP) de Ajzen (1991). Este instrumento mide la intención emprendedora a través de tres componentes principales: 1. Actitud hacia la conducta emprendedora: Evalúa la percepción personal sobre iniciar un negocio. 2. Norma subjetiva: Mide la influencia percibida de las opiniones de personas cercanas respecto al emprendimiento. 3. Control conductual percibido (autoeficacia emprendedora): Valora la confianza en las propias habilidades para emprender. El instrumento fue aplicado a un total de 157 alumnos de la División Académica. En una validación realizada, se reportaron los siguientes valores de alfa de Cronbach para las escalas del Cuestionario de Intención Emprendedora: En este caso, todas las dimensiones muestran una alta consistencia interna: Actitud tuvo un alfa de 0.802, norma Subjetiva" de 0.834, control Conductual" de 0.847, intención Emprendedora" de 0.879. El instrumento completo alcanzó un alfa de 0.928, lo que indica que el cuestionario es muy confiable para medir la intención emprendedora y sus dimensiones.

### **1.3.2 Análisis descriptivo**

La distribución de los datos recogidos por la muestra define que la mayoría de estudiantes encuestados corresponden a la carrera de informática administrativa, seguido de administración, derecho, enfermería, alimentos y acuicultura.

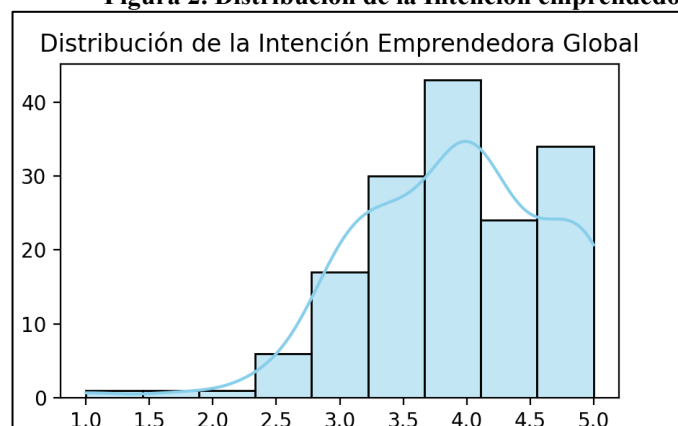
**Figura 1. Estudiantes evaluados por carrera**



*Fuente: Elaboración propia en base a los resultados.*

La intención emprendedora tiene una media de aproximadamente 3.91 (en una escala de 1 a 5), con una mediana de 4.0 y una desviación estándar de 0.75, lo que indica una tendencia alta y una dispersión moderada.

**Figura 2. Distribución de la Intención emprendedora**



*Fuente: Elaboración propia en base a los resultados.*

La tabla 1 muestra que la dimensión Actitud tiene el avance más alto, seguida de Norma Subjetiva, Intención Emprendedora y finalmente Control Conductual.

La gráfica de barras ilustra visualmente estos promedios, facilitando la comparación entre dimensiones. Esto permite identificar en qué aspectos los participantes muestran mayor o menor acuerdo respecto a la intención emprendedora y sus determinantes.

**Tabla 1. Promedio de las variables de intención emprendedora**

Dimensión	Promedio
Actitud	4.1730
Norma Subjetiva	4.0382
Control Conductual	3.6216
Intención Emprendedora	3.9108

*Fuente: Elaboración propia en base a los resultados.*

En la tabla 2, los datos muestran que la edad está agrupada en rangos ("De 17 a 19", "De 20 a 22", "De 23 a 25", "Mayor de 25"), el género tiene dos categorías ("Masculino" y "Femenino"), y las carreras incluyen varias opciones como "Informática", "Administración", "Enfermería", "Alimentos", "Derecho" y "Acuacultura". En la tabla 2, se observa que la intención emprendedora promedio aumenta con la edad, siendo más alta en el grupo "Mayor de 25".

**Tabla 2. Edad y Promedio de la Intención Emprendedora**

Rango de edad	Promedio de Intención emprendedora
De 17 a 19	3.6545
De 20 a 22	4.0382
De 23 a 25	4.0454
Mayor de 25	4.2083

*Fuente: Elaboración propia en base a los resultados.*

En cuanto al género, la diferencia es mínima: las mujeres presentan un promedio ligeramente superior de intención emprendedora respecto a los hombres.

**Tabla 2. Género en la intención emprendedora.**

Género	Promedio de Intención emprendedora
Femenino	3.9208
Masculino	3.9006

*Fuente: Elaboración propia en base a los resultados.*

La tabla 3 muestra en las carreras de Alimentos, Acuicultura y Administración los promedios más altos de intención emprendedora, mientras que Derecho, Enfermería e Informática presentan valores más bajos. En resumen, la intención emprendedora tiende a incrementarse con la edad y varía según la carrera, mientras que la diferencia por género es muy pequeña.

**Tabla 3. Carreras y su Intención Emprendedora**

Carrera	Promedio de Intención emprendedora
Acuicultura	4.37
Administración	4.18
Alimentos	4.45
Derecho	3.75
Enfermería	3.76
Informática	3.84

*Fuente: Elaboración propia en base a los resultados.*

La mayoría de los participantes tienen algún familiar emprendedor, aunque una proporción significativa no lo tiene, tal como se muestra en la tabla 4.

**Tabla 4. Familiar emprendedor e Intención Emprendedora**

Cuenta con algún familiar emprendedor	Promedio de Intención emprendedora
No	3.8565
Si	3.9453

*Fuente: Elaboración propia en base a los resultados.*

### 1.3.3 Pruebas de significancia

A continuación, se muestran los resultados de las pruebas de diferencia significativa para las variables género, edad, carrera y experiencia familiar en emprendimiento, todas relacionadas a la variable de intención emprendedora.

Para género, la prueba t muestra un p-valor de 0.86, lo que indica que no hay una diferencia significativa en la intención emprendedora entre hombres y mujeres.

**Tabla 5. Diferencia significativa entre género**

Prueba t para género	
Estadístico:	p-valor:
0.16762817442505074	0,8670943134680296

*Fuente: Elaboración propia en base a los resultados.*

Para los rangos de edad, la prueba ANOVA arroja un p-valor de 0.016, lo que indica que sí existe diferencias significativas en la intención emprendedora entre los diferentes grupos de edad.

**Tabla 6. Diferencia significativa con edad.**

Anova para edad	
Estadístico:	p-valor:
3.5150930862246446	0.016702762034005284

*Fuente: Elaboración propia en base a los resultados.*

En el caso de las carreras, p-valor es 0.061, que está cerca del umbral típico de 0.05, pero no alcanza significancia estadística estricta. Este sugiere que podría haber diferencias, pero no son concluyentes con este tamaño de muestra.

**Tabla 7. Diferencia significativa en carrera.**

Anova para carrera	
Estadístico:	p-valor:
2.157003232959225	0.06177833072662908

*Fuente: Elaboración propia en base a los resultados.*

Finalmente, para la variable de experiencia familiar en emprendimiento, el p-valor es 0.47, lo que indica que no hay una diferencia significativa en la intención entre quienes tienen o no un familiar empresario.

**Tabla 8. Diferencia significativa de familiar en emprendimiento.**

Anova familiar emprendedor	
Estadístico:	p-valor:
0.7175331978453925	0.4741251478939873

*Fuente: Elaboración propia en base a los resultados.*

En conclusión, se ha conocido que la edad es la única variable con diferencias estadísticamente significativas en la intención emprendedora, el género y experiencia familiar no muestran diferencias significativas y carrera está cerca de la significancia, pero no la alcanza.

#### **1.4 Hallazgos e interpretaciones**

La muestra está equilibrada en cuanto a género, con una distribución casi igual entre hombres y mujeres. La mayoría de los participantes se encuentran en el rango de edad de 20 a 22 años, y las carreras más representadas son Informática, Administración y Derecho. Más de la mitad de los interesados cuentan con algún familiar empresario, lo que puede influir en su percepción y actitud hacia el emprendimiento.

La intención emprendedora global de los participantes es alta, con una media de aproximadamente 3.91 en una escala de 1 a 5. La mediana es de 4.0, lo que indica que la mayoría de los estudiantes tienen una predisposición positiva hacia la posibilidad de emprender.

Esto se refiere a las diferentes dimensiones que pueden influir en la intención de una persona de emprender un negocio. En este contexto, se está analizando tres dimensiones específicas: control conductual, norma subjetiva y actitud.

Análisis de correlaciones: Este análisis se utilizó para determinar la fuerza y la dirección de la relación entre dos variables. En este caso, se está evaluando cómo cada una de las dimensiones menores se relaciona con la intención empresarial. De lo cual en el el valor control conductual ( $r = 0.67$ ): Esto indica que hay una correlación positiva fuerte entre el control conductual y la intención empresarial. Un valor de 0.67 sugiere que a medida que aumenta la percepción de control sobre el comportamiento empresarial, también aumenta la intención de emprender.

La Norma subjetiva alcanzó un calor de  $r = 0.64$ : Este valor también indica una correlación positiva fuerte, aunque ligeramente menor que la del control conductual. Esto sugiere que la percepción de las normas sociales y la presidencia de los demás influyen significativamente en la intención de emprender.



Y la Actitud alcanzó ( $r = 0.59$ ): Aunque sigue manteniendo una correlación positiva, es la más baja de las tres dimensiones. Esto indica que la actitud hacia el emprendimiento también está relacionada con la intención de emprender, pero no tan fuerte como las otras dos dimensiones.

## REFERENCIAS

- [1]. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- [2]. Bhatti, M. A., Zakariya, A. (2024). Graduates' Creativity Impact on Employability Skills: Moderated by Entrepreneurial Attitudes and Mediated by Work Ability. *Foro de Educación*, 22(2), 23-43. doi: <https://doi.org/10.14201/fde.22202>
- [3]. Bird, B. (1968). Implementing Entrepreneurial Ideas; The Case for Intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453.10.2307/258091
- [4]. Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5.<sup>a</sup> ed.). SAGE Publications.
- [5]. Farrukh, M., Alzubi, Y., Shahzad, I.A., Waheed, A. & Kanwal, N., 2018, 'Entrepreneurial intentions: The role of personality traits in perspective of theory of planned behaviour', *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship* 12(3), 399–414. <https://doi.org/10.1108/APJIE-01-2018-0004>
- [6]. Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75-93. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12065>
- [7]. Karimi, S. (2020). The role of entrepreneurial passion in the formation of students' entrepreneurial intentions. *Applied Economics*, 52(3), 331-344. <https://doi.org/10.1080/00036846.2019.1645287>
- [8]. Krueger, N. F., & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91-104. <https://doi.org/10.1177/104225879401800307>
- [9]. Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432.
- [10]. Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: Citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907-933.
- [11]. Liñán, F., Urbano, D., & Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(3-4), 187-215. <https://doi.org/10.1080/08985620903233929>
- [12]. Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2018). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 17(2), 277-299. <https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026>
- [13]. Ruiz-Palomino, P., & Martínez-Cañas, R. (2021). *From opportunity recognition to the start-up phase: The moderating role of family and friends-based entrepreneurial social networks*. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17(3), 1159–1182. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00734-2>
- [14]. Turker, D., & Selcuk, S. S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students? *Journal of European Industrial Training*, 33(2), 142-159
- [15]. Sánchez, J. C. (2013). The impact of an entrepreneurship education program on entrepreneurial competencies and intention. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 447-465. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12025>
- [16]. Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C. A. Kent, D. L. Sexton, & K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72-90). Prentice- Hall.
- [17]. Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2010). *The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review*. *Journal of Management*, 36(2), 381–404. <https://doi.org/10.1177/0149206309335187>
- [18]. Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265-1272. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265>
- [19]. Zhu, R., Zhao, G., Long, Z., Huang, Y., & Huang, Z. (2022). *Entrepreneurship or Employment? A Survey of College Students' Sustainable Entrepreneurial Intentions*. *Sustainability*, 14(9), 5466. <https://doi.org/10.3390/su14095466>