

InnOvaciOnes de NegOciOs 23(45) enero-junio 2026: 97-120

Universidad Autónoma de Nuevo León

e-ISSN: 3061-743X

<https://revistainnovaciones.uanl.mx/>

DOI: <https://doi.org/10.29105/in23.45-497>

Viabilidad del emprendimiento social en los estudiantes de educación superior

Viability of social entrepreneurship in higher education students

José Gerardo Serafín Vera Muñoz*

María Antonieta Monserrat Vera Muñoz*

Fecha de recepción: 2 de agosto del 2025

Fecha de aceptación: 11 de noviembre del 2025

Fecha de Publicación en línea: 31 de enero del 2026

Resumen. El propósito es predecir la intención social emprendedora en estudiantes de educación superior, a partir del modelo propuesto por Mair y Noboa (2006), así como la incorporación del constructo experiencia previa propuesto por Hockerts (2017). Se aplicó un cuestionario en formato electrónico a 4147 estudiantes de una Universidad pública mexicana. Se recibieron un total de 1042 cuestionarios contestados. Con estos datos se realizó un análisis factorial exploratorio, continuando con un análisis factorial confirmatorio y finalizando con el análisis estructural. Los resultados concuerdan con Mair y Noboa (2006), así como con Hockerts (2017), en el sentido de que los constructos que tienen un efecto estadísticamente significativo sobre la intención social emprendedora son la autoeficacia y el apoyo social. En lo que respecta a la experiencia previa, sí tiene una influencia relevante en la intención social de emprendimiento, mediada por la autoeficacia, el apoyo social, la empatía y la obligación moral. Cabe agregar que la originalidad de este trabajo radica en que es una de las pocas investigaciones en donde se replica el modelo de Mair y Noboa, así como, la propuesta de Hockerts, con estudiantes latinoamericanos de educación superior. Además, los resultados muestran que es una herramienta confiable para predecir la intención social emprendedora en estudiantes mexicanos.

Palabras clave: Emprendimiento, educación, sociedad

Clasificación JEL: L26, I21, M14

*Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, gerardo.vera@correo.buap.mx <https://orcid.org/0000-0002-9934-6276>

*Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, monserrat.vera@correo.buap.mx <https://orcid.org/0000-0003-1940-5326>

Esta obra está bajo una licencia internacional

[Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0.](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



Abstract. The purpose of this study is to predict social entrepreneurial intention in higher education students using the model proposed by Mair and Noboa (2006) and the incorporation of the prior experience construct proposed by Hockerts (2017). An electronic questionnaire was administered to 4,147 students at a Mexican public university. A total of 1,042 completed questionnaires were received. An exploratory factor analysis was performed on these data, followed by a confirmatory factor analysis and a structural analysis. The results are consistent with those of Mair and Noboa (2006) and Hockerts (2017), who found that the constructs with a statistically significant effect on social entrepreneurial intention are self-efficacy and social support. Prior experience has a significant influence on social entrepreneurial intention, mediated by self-efficacy, social support, empathy, and moral obligation. It should be added that the originality of this work lies in the fact that it is one of the few studies that replicates Mair and Noboa's model, as well as Hockerts' proposal, with Latin American higher education students. Furthermore, the results show that it is a reliable tool for predicting social entrepreneurial intentions in Mexican students.

Keywords: Entrepreneurship, education, society

JEL Classification L26, I21, M14

Introducción

El emprendimiento ha ganado mucha importancia en los últimos años, especialmente en el ámbito académico y en las instituciones gubernamentales. En el sector académico, hay opiniones que señalan que en una economía basada en el conocimiento la relación universidad – empresa es crucial, particularmente en lo que respecta a la enseñanza del espíritu empresarial (Kuratko 2014); desarrollo del pensamiento creativo, del perfeccionamiento de la capacidad innovadora y la mejora de la autoestima y la responsabilidad (Heinonen y Poikkijoki, 2006). En el sector público, los gobiernos de algunos países como por ejemplo África han recurrido con frecuencia, aunque sin mucho éxito, a capacitar a los jóvenes en programas de emprendimiento como una alternativa para dotarles de empleo y ayudarlos a salir de la pobreza extrema (Wiger, et al., 2015).

En este escenario agravado por el deterioro ambiental, es donde empieza a germinar la idea del emprendimiento social que, esencialmente pretende ser una especie de herramienta que sirva para proporcionar remedios sostenibles a los desafíos sociales y ambientales como el desempleo, la hambruna, la pobreza extrema, la depredación de los recursos naturales, entre otros (Lukman, et al., 2020).

Las investigaciones sobre el emprendimiento social empezaron a proliferar aproximadamente a partir de los primeros años de este siglo, en diversas regiones del planeta. En Europa cabe mencionar la investigación de Bernardino, et al. (2018), realizada en Portugal, su objetivo fue intentar identificar cómo las diferencias de género en la creación de emprendimientos sociales se explican por diferentes rasgos de personalidad.

En la región Asia - Pacífico, una investigación realizada en Hong Kong y relativamente reciente sobre el emprendimiento social es la de Shang y Chandra (2023), basándose en el marco de la Nueva Gobernanza Pública (NPG) y una visión integradora de la coproducción que abarca la acción individual y colectiva, exploraron cómo se implementa y diseña el proceso de coproducción desde la perspectiva de un proveedor de servicios y presentaron perspectivas cualitativas de ocho emprendimientos sociales que prestan servicios de integración laboral para personas con discapacidad.

En lo que respecta a América, entre las investigaciones más recientes sobre la intención para el emprendimiento social destaca la de Trajano, et al. (2023), en la que se examinó la influencia del comportamiento prosocial en la intención de emprendimiento social, en una muestra de 423 voluntarios brasileños, destacando que, el haber trabajado en actividades de voluntariado no tiene una influencia significativa en la decisión de realizar algún emprendimiento social.

Actualmente, el interés académico se ha volcado en tratar de predecir la intención social emprendedora, tomando como referencia principal la teoría del comportamiento planificado (TCP) de Ajzen (1991) con algunas modificaciones. Una de las primeras investigaciones de esta naturaleza fue la conducida por Mair y Noboa (2006).

Posteriormente, este modelo de Mair y Noboa (2006), sería discutido y replicado en un contexto internacional por Tukamushaba, et al. (2011), así como, por Ernst (2011) quien, aunque no probó directamente el modelo de Mair y Noboa (2006), fue el primero en aplicar empíricamente la TCP a la intención social emprendedora. Un par de años después, Forster y Grichnik (2013) lo aplicaron en el contexto del voluntariado corporativo.

A la fecha, no obstante que se trata de un modelo cercano a los 20 años de haber sido propuesto, se sigue tomando como referencia en algunas investigaciones, tal es el caso del trabajo de Hockerts (2017), que apoyándose en el modelo de Mair y Noboa (2006), incorpora dos variables: experiencia previa con organizaciones sociales y el número de cursos electivos en emprendimiento social elegidos por los estudiantes.

En este orden de ideas, el objetivo de este trabajo es predecir la intención social emprendedora en estudiantes de educación superior tomando como referencia la TCP de Ajzen (1991) y la propuesta de Mair y Noboa (2006) modificada por Hockerts (2017). Es importante subrayar que no se tomaron en cuenta los cursos sobre emprendimiento social, en virtud de que esta opción no está disponible para los estudiantes que formaron parte de la muestra.

Revisión de la literatura

El emprendimiento social

El tema del emprendimiento social no es nuevo, de acuerdo con Bacq y Jansen (2011) los orígenes del emprendimiento social se remontan a 1983, cuando Young (1986) escribió sobre “los emprendedores innovadores sin fines de lucro”.

Así, con aproximadamente poco más de tres décadas de estar en la palestra académica, a la fecha, el tema del emprendimiento social continúa siendo debatido, lo mismo con seguidores que ven en el emprendimiento social el camino que conducirá al desarrollo económico y a mejorar las condiciones de vida de los colectivos sociales más vulnerables, además de combatir los problemas ambientales, que opositores, quienes señalan que el emprendimiento social soluciona únicamente los síntomas y hace muy poco o nada por atacar las causas de los problemas mencionados.

Al respecto de los seguidores, Azmat, et al. (2015), manifiestan que los emprendedores sociales a partir de sus recursos y circunstancias crean valor compartido, lo que conlleva a un crecimiento inclusivo en los mercados de subsistencia; mercados constituidos por las clases económicamente más frágiles, pero que ofrecen simultáneamente oportunidades de crecimiento económico y un medio para que los pobres salgan de la pobreza.

En cuanto a los opositores al tema del emprendimiento social, podemos mencionar a Allen, et al. (2019), su crítica al emprendimiento social se fundamenta en la propuesta de que el espíritu empresarial en su esencia requiere el cambio de equilibrios, los que pueden dar por resultado equilibrios esencialmente mejorados, pero también equilibrios sustancialmente peores. En otras palabras, los emprendedores a través de sus acciones pueden producir consecuencias intencionadas y no intencionadas, buenas y malas. Así, cabría esperar que el emprendimiento social no siempre conducirá a buenos resultados.

En síntesis, podemos decir, que el emprendimiento social puede ser una herramienta valiosa para abordar varios de los problemas sociales como el desempleo, el hambre, la pobreza extrema y el deterioro ambiental, entre otros, que actualmente han mostrado una tendencia creciente a nivel mundial, pero sería un error apostar únicamente por este camino.

No obstante que existen múltiples definiciones sobre el emprendimiento social, los académicos parecen estar de acuerdo que hay tres características que lo distinguen: el predominio de una misión social, la importancia de la innovación y el papel de los ingresos obtenidos. Además, la diferencia sustancial con el emprendimiento empresarial es que los emprendedores sociales le otorgan la máxima prioridad a la creación de valor social, mientras que “la creación de valor económico se considera una condición necesaria para garantizar la viabilidad financiera” (Mair y Martí, 2006, p. 38).

De acuerdo con lo mencionado, el emprendimiento social en este trabajo se entenderá como un proceso de creación de valor social, a través de la aplicación de recursos de manera innovadora, para satisfacer necesidades sociales, ambientales y/o promover el cambio social.

El modelo de Mair y Noboa

Las investigaciones relativamente más recientes sobre el emprendimiento social se han dirigido a intentar predecir la intención social emprendedora, el modelo más utilizado ha sido el de Mair y Noboa (2006). La razón fundamental del uso profuso que se le ha dado a este modelo radica en los resultados favorables que se han obtenido en diferentes investigaciones para predecir la intención emprendedora (Huang y Chen, 2015; Conner, et al., 2015).

El modelo de Mair y Noboa (2006) tiene como sustento la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991), así como, el modelo sobre la formación de eventos empresariales de Shapero y Sokol (1982). Asimismo, las oportunidades de emprendimiento social adquieren un matiz particular al estar inmersas en un mercado del sector social, el cual, está rodeado por factores sociales e institucionales que pueden favorecer u obstaculizar los emprendimientos sociales. De acuerdo con Yiu (2014), para llevar a cabo emprendimientos sociales es pertinente aplicar estrategias empresariales para enfrentar las barreras sociales e institucionales. A lo anterior hay que agregar que la capacidad de los emprendedores sociales para descubrir una oportunidad depende de su experiencia laboral y personal y de las circunstancias del mercado social en el que pretendan participar (Mair, 2006; Yiu, et al., 2014).

En resumen, el modelo de Mair y Noboa (2006), propone que las intenciones de crear una empresa social se van construyendo a partir de percepciones de deseabilidad, que se ven influenciadas por actitudes emocionales y cognitivas (empatía y juicio moral), y de percepciones de factibilidad, que son provocadas por habilitadores como la autoeficacia y el apoyo social. Específicamente, los cuatro antecedentes de intenciones emprendedoras sociales son:

- la empatía como un indicador de las actitudes hacia el comportamiento,
- juicio moral como representante de las normas sociales,
- la autoeficacia como un proxy para el control interno del comportamiento, y
- presencia percibida de apoyo social como un proxy para el control conductual externo.

El modelo de Mair y Noboa (2006) en un principio, consideraba que el efecto de los cuatro antecedentes sobre las intenciones del emprendimiento social estaba mediado por los constructos de deseabilidad y factibilidad percibidas de Shapero y Sokol (1982). Sin embargo, años después, Hockerts (2017), encontró que tales constructos no son factores separados, rechazando la validez divergente para ambos, eliminándolos del modelo.

La propuesta de Hockerts, (2017), además de eliminar los constructos deseabilidad y factibilidad percibidas en el modelo de Mair y Noboa (2006),

consistió en agregar la experiencia previa con organizaciones sociales, suponiendo que la familiaridad con el tipo de problemas que las empresas sociales pretenden resolver es un detonador para la formación de intenciones.

Formulación de las hipótesis

Las hipótesis que se intentarán probar derivan del modelo de Hockerts (2017), el ensayo se llevará a cabo en el contexto de una universidad pública latinoamericana. En este orden de ideas, la investigación resulta relevante, pues a la fecha, prácticamente no existen investigaciones para predecir la intención social emprendedora en Latinoamérica que hayan aplicado este modelo.

La empatía

Un punto central sobre el tema de la empatía es que en el modelo de Mair y Noboa (2006), se consideró como un sustituto de la actitud en el modelo de la teoría de la conducta planificada de Ajzen (1991). En un primer momento, tal decisión se calificó como muy aventurada, pues conforme a Schlaegel y Koenig (2014), la actitud de la persona hacia un comportamiento refleja la conciencia de un individuo sobre el resultado de un comportamiento y el grado en que un individuo tiene una valoración favorable de realizar el comportamiento, mientras que la empatía, refleja una actitud hacia una persona más que a un comportamiento. Sin embargo, investigadores como London (2010); Dees (2012); Groch, et al. (2012); Miller, et al. (2012); apoyándose en los experimentos sobre el efecto de la empatía de Batson, et al. (1997), que habían demostrado que las personas que leen escenarios con adjetivos cargados de empatía (por ejemplo, desdichado, enternecedor) tienen más probabilidades de desarrollar intenciones de ser voluntarios que los participantes que leen descripciones usando sólo lenguaje fáctico, estuvieron de acuerdo en aceptar la empatía como un predictor intuitivo de las intenciones empresariales sociales.

Por lo tanto, se propone la hipótesis siguiente:

Hipótesis 1: La empatía se relaciona positivamente con las intenciones de emprendimiento social.

Obligación Moral

En el modelo de la teoría de la conducta planificada de Ajzen (1991), una segunda variable que determina la intención emprendedora es la norma

subjetiva, entendida como la probabilidad con que las personas aprueban o desaprueban la realización de una determinada conducta; en el caso del emprendimiento se puede presumir que, es la presión social percibida hacia iniciar o no una empresa.

Para adaptar el modelo de la conducta planificada de Ajzen (1991) al emprendimiento social, Mair y Noboa (2006), propusieron sustituir la norma subjetiva por el juicio moral de Kohlberg (1981). Esta idea de sustituir la norma subjetiva por el juicio moral encontraría apoyo en los trabajos de Kaiser (2006); Ravis, et al. (2009), quienes descubrieron que las creencias morales percibidas actúan como determinantes importantes del comportamiento. Así como, en las investigaciones de Bornstein (1996); Hemingway (2005); Koe Hwee Nga y Shamuganathan (2010); y Yiu, et al. (2014), quienes identificaron los valores morales personales como atributos esenciales de los emprendedores sociales. Por lo tanto, no sorprende que la adhesión a los estándares morales se haya constituido como otra piedra angular de la literatura sobre el emprendimiento social.

Sin embargo, tiempo después Hockerts (2015) haría una severa crítica a la propuesta de Mair y Noboa (2006) argumentando que, si bien es cierto, el juicio moral mide la razón por la cual una persona se siente moralmente obligada, no mide el alcance de esa obligación, además, de que la jerarquía de Kohlberg (1981), propone principios morales autoseleccionados como la forma superior de juicio moral, lo que está en desacuerdo con la visión de la teoría de la conducta planificada, de que las intenciones están formadas por percepciones de normas sociales externas.

En consecuencia, Hockerts (2015), retomó las ideas de Haines, et al. (2008), quienes identifican una creencia de obligación moral como situada entre el acto de juicio moral y la formación de la intención moral. Por ello, esta investigación utilizará la percepción de que las normas sociales implican una obligación moral de ayudar a las personas marginadas como una medida para la segunda variable en lugar de las etapas de juicio moral de Kohlberg (1981).

A partir de esto, se propone la hipótesis siguiente:

Hipótesis 2: La percepción de que las normas sociales implican una obligación moral de ayudar a las personas marginadas se relaciona positivamente con las intenciones empresariales sociales.

Autoeficacia empresarial social

En el modelo de la teoría de la conducta planificada de Ajzen (1991), el control conductual percibido fue sustituido por la autoeficacia de Bandura (2006), si bien es cierto que ambas variables se refieren a la habilidad percibida para realizar una determinada conducta, la autoeficacia está mejor definida y operacionalizada que el control conductual percibido (Armitage y Conner, 2010). Apegándose a esta idea, Mair y Noboa (2006) incluyeron la autoeficacia como una medida del control conductual percibido.

Con estas referencias y apoyados en Bandura (2006) de que las medidas de autoeficacia idealmente deberían estar cerca del dominio en cuestión, Hockerts (2015) propuso una medida de autoeficacia que está dirigida particularmente al contexto del emprendimiento social. En este sentido, dado que en la actualidad los problemas sociales y ambientales parecen desbordar nuestra capacidad para resolverlos, confiar en nuestras destrezas personales y colectivas será un factor decisivo para la intención social emprendedora (Mair y Noboa, 2006; Bandura, 2006; Smith y Woodworth, 2012). En este trabajo, la autoeficacia empresarial social será entendida como la creencia de una persona de que los individuos pueden contribuir a resolver los problemas de la sociedad.

De acuerdo con lo anterior, se postula la hipótesis siguiente:

Hipótesis 3: La autoeficacia emprendedora social se relaciona positivamente con las intenciones emprendedoras sociales.

Apoyo social percibido

Este constructo encuentra su fundamento en la sugerencia de Ajzen de que la percepción sobre la facilidad o dificultad para llevar a cabo un comportamiento es uno de los factores más importantes en la formación de una intención conductual, en combinación con la actitud hacia el comportamiento y la norma subjetiva. Se refiere a las creencias que tiene un individuo sobre qué tan manejable es el ambiente de un comportamiento a la voluntad del individuo. Presumiblemente, según Mair y Noboa (2006), se refiere al apoyo que un individuo espera recibir de su entorno. Es decir, ¿Qué tipos de apoyos puede esperar un emprendedor social de su entorno?

A partir de esto, se puede derivar la siguiente hipótesis.

Hipótesis 4: La disponibilidad percibida de apoyo social se relaciona positivamente con las intenciones de emprendimiento social.

Experiencia previa

En este trabajo, como ya se ha mencionado, dado que se realizó una suerte de réplica de la investigación de Hockerts (2017) en una muestra de estudiantes mexicanos de una universidad pública, se incluyó en el modelo de Mair y Noboa (2006) la experiencia previa con problemas sociales, presumiendo que estas experiencias de vida influyen en la intención social emprendedora. Sin distinguir el tipo de intención emprendedora, algunas investigaciones han encontrado cómo la exposición a ciertas experiencias de vida, terminan influyendo en la decisión de iniciar o no una empresa. Tal es el caso de individuos con antecedentes en empresas familiares (Carr y Sequeira, 2007) o antecedentes laborales en determinados trabajos (Kautonen, et al., 2010). En cuanto a la intención social emprendedora, el trabajo de Yiu, et al. (2014) encontró una relación positiva entre experiencias vividas por empresarios en cuanto a oportunidades educativas limitadas, desempleo y pobreza rural, y su propensión a una intención social emprendedora.

Otras investigaciones también han encontrado que los conocimientos y las experiencias previas relacionadas con la búsqueda de soluciones a problemas sociales, es probable que puedan predecir un comportamiento prosocial como la participación en actividades de reciclaje (Vining y Ebreo, 2008). De igual manera Ernst (2011), encontró que el conocimiento previo sobre problemas sociales es un buen predictor tanto de las actitudes como del control conductual percibido hacia el emprendimiento social.

Para los fines de esta investigación, la experiencia previa se mide como la experiencia práctica de una persona colaborando con organizaciones del sector social o en la solución de problemas sociales. Se esperaría que tales experiencias produzcan interés con los problemas que las empresas sociales buscan solucionar, lo que a su vez inclinaría la balanza hacia la formación de intenciones para resolver estos problemas. Por ello, se agrega la hipótesis siguiente:

Hipótesis 5: La experiencia previa con organizaciones sociales se relaciona positivamente con la intención emprendedora social.

Además de las cinco hipótesis formuladas, apoyados en el trabajo de Batson, et al. (1997), donde se analizó la relación entre empatía y actitud, las evidencias encontradas permiten presumir que la experiencia previa con una necesidad aumenta la empatía sentida por otra persona que experimenta esa misma necesidad. Además, Tukamushaba et al. (2011), sugieren que, el nivel de empatía empresarial social depende de la distancia física entre el individuo y los beneficiarios. Algo similar ocurre para la relación experiencia previa y la obligación moral, al respecto, se ha encontrado que la exposición a experiencias sociales afecta la obligación moral de una persona, es decir, la participación en actividades prosociales sugiere que las formas de obligación moral “tienden a estar asociadas con el comportamiento social deseable, al tiempo que protege contra la tentación de participar en un comportamiento antisocial” (Comunian y Gielen, 1995, P. 173).

Otras investigaciones sugieren que la familiaridad con la tarea está relacionada positivamente con la autoeficacia; los determinantes de la autoeficacia a medida que aumenta la experiencia con la tarea quedan determinados por el análisis que los individuos realizan de su desempeño pasado y por la motivación (Gist y Mitchell, 1992). Por su parte, Zhao, et al. (2005) encontraron que la experiencia laboral previa y la propensión al riesgo sobre la intención emprendedora estaba mediado por la autoeficacia empresarial. Finalmente, Hockerts (2017), sugiere que las redes sociales (amigos, familiares, instituciones, etcétera), es decir, el apoyo social percibido por el emprendedor juega un papel fundamental en la intención social emprendedora. Además, la familiaridad con los problemas sociales debido a la experiencia previa es probable que favorezca un conocimiento más enfocado sobre las posibles redes de apoyo.

Con estos últimos referentes y como se observa en la figura 1 se proponen las hipótesis siguientes:

Hipótesis 5a: El vínculo entre la experiencia previa y la intención emprendedora social está mediado por la empatía.

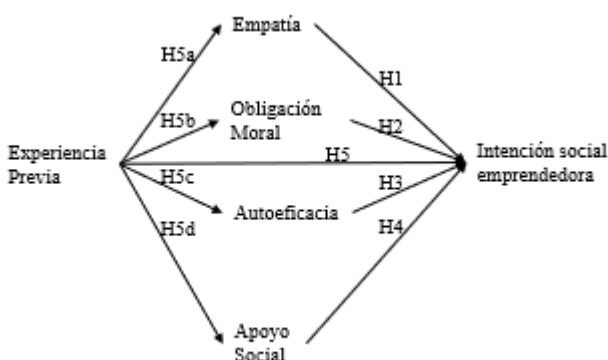
Hipótesis 5b: El vínculo entre la experiencia previa y la intención empresarial social está mediado por la obligación moral percibida.

Hipótesis 5c: El vínculo entre la experiencia previa y la intención empresarial social está mediado por la autoeficacia empresarial social.

Hipótesis 5d: El vínculo entre la experiencia previa y la intención empresarial social está mediado por el apoyo social percibido.

La figura 1 muestra las hipótesis propuestas.

Figura 1. Modelo estructural para predecir la intención social emprendedora (Hockerts, 2017).



Fuente: elaboración propia

Metodología

Para la recopilación de los datos se aplicó un cuestionario a través de la plataforma Google forms durante el inter-período de verano y otoño 2023, a estudiantes de la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. El cuestionario se socializó con 3603 alumnos de la licenciatura en Contaduría Pública, con 399 alumnos de la licenciatura en Dirección y Administración de PyMEs y con 145 alumnos de la licenciatura en Dirección Financiera. En conjunto, las tres licenciaturas dan un total de 4147 estudiantes de la modalidad escolarizada (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla [BUAP], 2022, p. 47). Se obtuvieron un total de 1042 respuestas. Las características demográficas principales de la muestra son: promedio de edad 21 años, el 61% fueron mujeres, el resto hombres; del total de respuestas recibidas, el 87% correspondió a estudiantes de la licenciatura en Contaduría Pública, el 12% de la licenciatura en Dirección y Administración de PyMEs, y 1% de la licenciatura en Dirección Financiera.

Cabe mencionar que la decisión de haber tomado la muestra exclusivamente con estudiantes de las licenciaturas que se ofertan en la Facultad de Contaduría Pública de la BUAP, obedeció a la facilidad para disponer de los correos de todos los estudiantes de esta facultad. Posteriormente, la intención es ampliar la investigación con estudiantes de otras facultades de la misma universidad, así como, de otras instituciones.

Medidas

Con excepción de las variables de control como edad, género y licenciatura, el resto de las variables se midieron usando escalas de ítems múltiples, con un formato de respuesta tipo Likert de 5 puntos, que va desde 1 “totalmente en desacuerdo” hasta 5 “totalmente de acuerdo”.

No obstante que cada uno de los ítems correspondientes a las diferentes variables latentes ya había sido validado por Hockerts (2017), en esta investigación se realizó una vez más un análisis factorial exploratorio (AFE) para confirmar el número de factores, las cargas factoriales individuales y los valores de las Alpha de Cronbach. Antes de llevar a cabo el análisis factorial exploratorio, se realizó un análisis de fiabilidad obteniendo un Alpha de Cronbach de 0.874, es decir, el instrumento muestra una buena consistencia interna.

Al realizar el análisis factorial exploratorio se obtuvo una KMO de 0.892, por lo tanto, se observa un buen ajuste entre los datos provenientes del muestreo y cada uno de los constructos que forman parte del modelo y para el modelo completo; la prueba de esfericidad de Barlett resultó significativa al 5%, es decir, se rechazó la hipótesis nula de que la matriz de correlaciones es una matriz identidad, lo que significa que los constructos del instrumento están correlacionados y son adecuados para la detección de estructuras. Asimismo, fue posible confirmar la solución a 6 factores encontrada por Hockerts (2017), aunque de manera un tanto forzada.

Es importante destacar que uno de los criterios principales para conservar o eliminar un ítem es que no presente una carga cruzada, es decir, cuando carga de forma importante en más de un factor; otro criterio son las cargas factoriales, deben ser mayores que 0.40, preferentemente mayores que 0.60; y la cantidad de varianza del ítem que es explicada por el conjunto de factores (comunalidad). Considerando los criterios mencionados, ninguno de ellos

aplicó para que hubiera necesidad de eliminar alguno de los ítems propuesto por Hockerts (2017). Además, como se observa en la tabla 1, la extracción en 6 componentes explica poco más del 70% de la varianza, lo cual es muy bueno.

Tabla 1 *Varianza total explicada Análisis Factorial Exploratorio*

Compo- nente	Autovalores iniciales			Suma de cargas al cuadrado de la extracción		
	Total	% de Va- rianza	% Acumu- lado	Total	% de Va- rianza	%acumu- lado
1	6.405	33.711	33.711	6.405	33.711	33.711
2	2.470	13.001	46.712	2.470	13.001	46.712
3	1.453	7.650	54.361	1.453	7.650	54.361
4	1.178	6.200	60.561	1.178	6.200	60.651
5	0.962	5.062	65.623	0.962	5.062	65.623
6	0.918	4.834	70.457	0.918	4.834	70.457

Fuente: elaboración propia con datos del trabajo de campo

Continuando con el análisis factorial confirmatorio, con la finalidad de evaluar la estructura de las medidas observadas y las 6 variables latentes, nos apoyamos en el software AMOS 25 aplicando el método de estimación de la máxima verosimilitud. Como se observa en la tabla 2, cada uno de los ítems correspondientes a cada una de las 6 variables latentes tienen cargas superiores a 0.60, es decir, los valores obtenidos para las cargas factoriales validan los ítems y comprueban que miden el constructo correspondiente. Además, los resultados obtenidos indican un buen ajuste. El primer indicador utilizado fue χ^2 , con un valor de $p \leq 0.000$, lo que indica un buen ajuste del modelo, sin embargo, la prueba χ^2 de acuerdo con Bentler y Bonett (1980); Kenny y McCoach (2003); es sensible a las variaciones en el tamaño de la muestra, por lo que se incluyó el valor CMIN/DF, que para este estudio dio un valor de 3.736; Wheaton, et al. (1977) sugieren un valor menor que 5.0 como aceptable, por lo tanto, se puede decir que se tiene un muy buen ajuste.

Tabla 2 *Cargas factoriales Análisis Confirmatorio*

Constructo	ítem	Cargas factoriales estandarizadas
Experiencia previa	Ep1	0.67
	Ep2	0.79
	Ep3	0.71
Empatía	Emp1	0.74
	Emp2	0.84

Obligación moral	Emp3	0.76
	Obm1	0.76
	Obm2	0.71
	Obm3	0.76
Apoyo social	Obm4	0.78
	Apoys1	0.86
	Apoys2	0.81
	Apoys3	0.61
Autoeficacia social	Auto1	0.83
	Auto2	0.81
	Auto3	0.75
Experiencia previa	Expp1	0.60
	Expp2	0.79
	Expp3	0.67

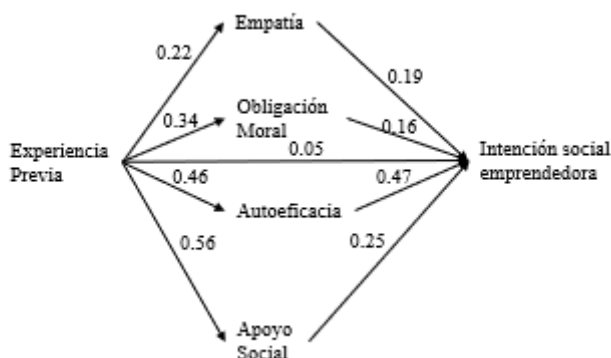
Fuente: elaboración propia con datos del trabajo de campo

También se incluyó la aproximación cuadrática media (RMSEA), la literatura propone un valor inferior a 0.1 como aceptable (Browne y Cudeck, 1993), en este análisis se obtuvo un valor de 0.051. Además, se tomaron en cuenta tres indicadores para los que se sugieren valores cercanos a 1, arriba de 0.9 es lo deseable (Jöreskog y Sörbom, 1986; Bentler y Bonett, 1980); estos fueron el índice de ajuste comparativo (CFI), tuvo un valor de 0.956; el índice de ajuste incremental (IFI), para el que también se obtuvo un valor de 0.956 y el coeficiente de Tucker – Lewis (TLI), que dio un valor de 0.945. En síntesis, se puede afirmar que el modelo tiene un muy buen ajuste, en términos prácticos, se tiene que en cada uno de los ítems se pueden observar cada una las variables latentes.

Pasando al análisis del modelo estructural se evaluaron dos modelos; el primero incluyó todos los constructos propuestos por Mair y Noboa (2006), así como, el constructo experiencia previa planteado por Hockerts (2017). Para este primer modelo los valores que se obtuvieron para los indicadores principales de ajuste incremental fueron los siguientes: CFI = 0.839, IFI = 0.839 y TLI = 0.807. Asimismo, se incluyeron dos índices de ajuste de parsimonia, chi cuadrado normalizado por los grados de libertad para el que se obtuvo un valor CMIN/DF = 10.575; lo deseable es que sea menor que 5.0 (Wheaton, et al., 1977); y el error de la raíz cuadrada de aproximación, para el que se obtuvo un valor de RMSEA = 0.096; lo deseable es un valor inferior a 0.1 (Browne y Cudeck, 1993). Apoyados en los valores para los indicadores mencionados se puede decir que el modelo tuvo un ajuste aceptable.

En este primer modelo, como puede observarse en la figura 2, la influencia de la experiencia previa sobre la intención de emprendimiento social queda mediada totalmente por los otros constructos, debido a que el valor de su coeficiente (0.05) como su significancia estadística ($p = 0.343$) disminuyen drásticamente. De los constructos restantes, todos resultan estadísticamente significativos ($p \leq 0.01$), destacando la influencia de la autoeficacia (0.47), seguida por el apoyo social (0.25), la empatía (0.19) y la obligación moral (0.16).

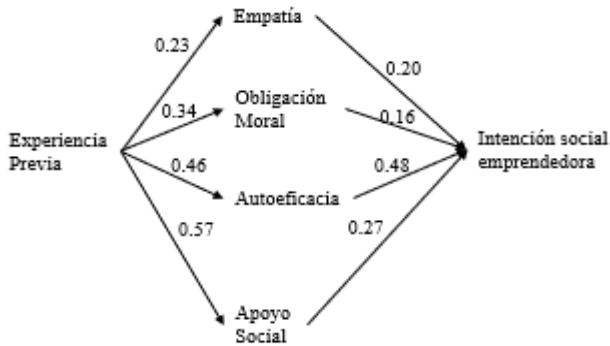
Figura 2 Resultados del primer modelo estructural



Fuente: Elaborada por los autores.

Atendiendo a los resultados del modelo anterior, se corrió un segundo modelo, como se observa en la figura 3, se eliminó relación entre la experiencia previa y la intención social emprendedora. El cambio más importante fue que todas las relaciones entre los constructos resultaron estadísticamente significativas ($p \leq 0.01$), sin embargo, tanto en los valores de los indicadores de ajuste del modelo como en los coeficientes de las relaciones, las variaciones fueron mínimas.

Figura 3 Resultados del segundo modelo estructural



Fuente: elaborada por los autores.

Atendiendo a lo que se indica en la figura 3, se observa que la autoeficacia social con un valor de 0.48 se mantiene como el constructo que tiene una mayor influencia en la intención social emprendedora, seguida por el apoyo social con un valor de 0.27 y la empatía con un valor de 0.20; la obligación moral tiene una influencia menor con un valor de 0.16. Valores semejantes se tienen en el primer modelo. Según Chin (1998), las relaciones entre constructos con coeficientes estructurales superiores a 0,2 deben considerarse robustas. Esto indica que la intención social empresarial tiene un efecto predictivo, sobre todo, para la autoeficacia y el apoyo sociales, así como, para la empatía. A su vez, la influencia que la experiencia previa tiene sobre la intención social empresarial está mediada principalmente, por la autoeficacia social, enseguida por el apoyo social, la empatía y en última instancia por la obligación moral.

Discusión

Para la muestra de estudiantes mexicanos de la Facultad de Contaduría Pública de la BUAP, los resultados de los dos modelos estructurales muestran que la experiencia previa con problemas sociales como el desempleo, pobreza rural, oportunidades educativas limitadas (Yiu, et al., 2014; Ernst, 2011), tiene una influencia significativa en las intenciones de emprendimiento social, por lo tanto, se acepta la hipótesis H5. Este resultado coincide con los resultados

obtenidos por Hockerts (2017), quien encontró que la experiencia previa sí tenía un impacto significativo en la intención empresarial social. Asimismo, en coincidencia con Hockerts (2017), los resultados de esta investigación con una muestra de estudiantes mexicanos de la Facultad de Contaduría Pública de la BUAP indican que el efecto de la experiencia previa sobre la intención de emprendimiento social está totalmente mediado por las variables del modelo de Mair y Noboa (2006): la autoeficacia, el apoyo social, la empatía y en menor medida por la obligación moral. Estos constructos son receptivos a la experiencia previa, en consecuencia, se aceptan las hipótesis: H5a, H5b, H5c y H5d, H1, H2, H3 y H4.

Vale destacar que estos resultados están en línea con los hallazgos de investigaciones anteriores, particularmente, respecto a la autoeficacia y el apoyo social percibido. Forster y Grichnik (2013), encontraron que las intenciones de voluntariado corporativo es posible predecirlas por la autoeficacia y la eficacia colectiva percibida. Por su parte, Ernst (2011) encontró que el control conductual percibido (PBC), que para el modelo de Mair y Noboa (2006) su proxy es el apoyo social, tenía un efecto positivo en las intenciones de emprendimiento social de los estudiantes universitarios alemanes.

En cuanto a las normas sociales los resultados de las investigaciones siguen siendo contradictorias. En su momento, Forster y Grichnik (2013) hallaron que las normas sociales tienen un efecto significativo en las intenciones del voluntariado corporativo. Sin embargo, un par de años antes Ernst (2011), había encontrado que las normas sociales no tienen un efecto significativo en la intención social emprendedora, lo que en cierta medida coincide con los resultados encontrados en esta investigación sobre la obligación moral, para la que se obtuvo el coeficiente con menor valor. Resultados similares se encontraron sobre la empatía, esto obliga a realizar más investigaciones, incluyendo a estudiantes de otras disciplinas y de distintos lugares geográficos que permitan llegar a resultados más concluyentes sobre estos dos constructos y su efecto sobre la intención social emprendedora.

Conclusiones

Los resultados obtenidos en este trabajo, realizado con una muestra de 1042 estudiantes mexicanos de la Facultad de Contaduría Pública de la BUAP confirman para este conglomerado la propuesta de Mair y Noboa (2006), así como,

la propuesta de Hockerts (2017). La influencia de la experiencia previa sobre la intención de emprendimiento social es significativa mediada por la autoeficacia, el apoyo social, la empatía y la obligación moral.

Desde el punto de vista práctico, estos hallazgos permiten presumir que, a través del modelo de Mair y Noboa (2006) y la propuesta de Hockerts (2017), la experiencia previa es un apoyo importante para predecir la intención social emprendedora entre los estudiantes de educación superior mexicanos, específicamente entre los estudiantes de la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México. Además, subraya la necesidad de promover entre los estudiantes la importancia de la autoeficacia, es decir, destacar y convencer de que es posible abordar y resolver problemas sociales tales como, el hambre, el desempleo, la falta de agua, el deterioro ambiental, la inequidad de género, etcétera, confiando en sus destrezas personales y colectivas. Y por el lado institucional la necesidad de crear un entorno con las condiciones suficientes y necesarias que favorezcan el surgimiento de iniciativas de emprendimientos sociales, es decir, proporcionar apoyo social.

También, es importante enfatizar que, como todo, el emprendimiento social tal y como se discutió en párrafos anteriores, tiene su lado negativo, aquel que se presenta cuando se quieren abordar aquellos macroproblemas que corresponden a los gobiernos; intentar resolverlos con iniciativas de emprendimiento social lo único que generan es agudizarlos (Chalmers, 2021). Asimismo, entender que el emprendimiento en general produce desequilibrios, algunos de los cuales pueden dar resultados indeseables (Allen, et al., 2019).

Finalmente, estos resultados abren las puertas para más investigaciones que además de los constructos que propusieron Mair y Noboa (2006), incluyan otros como sentido de comunidad, compromiso cívico o responsabilidad ambiental, y la muestra incluya estudiantes de diferentes facultades, de instituciones tanto públicas como privadas e incluso de diferentes países. En términos pragmáticos sugiere la necesidad de que se diseñen políticas públicas que contribuyan a promover el emprendimiento en general y en particular el emprendimiento social, a través entre otras acciones, de apoyos financieros más amplios y una vinculación más cercana entre instituciones de educación superior, gobiernos y empresarios.

Referencias

- 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)
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665–683. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>
- Allen, C., Bell, J., & Dragomir, G. (2019). Searching for a theory of dark social entrepreneurship. *Social Enterprise Journal*, 15(1), 131–155. <https://doi.org/10.1108/SEJ-06-2018-0046>
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40(4), 471–499. <https://doi.org/10.1348/014466601164939>
- Azmat, F., Ferdous, A. S., & Couchman, P. (2015). Understanding the dynamics between social entrepreneurship and inclusive growth in subsistence market-places. *Journal of Public Policy & Marketing*, 34(2), 252–271. <https://doi.org/10.1509/jppm.14.150>
- Bacq, S., & Janssen, F. (2011). The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(5–6), 373–403. <https://doi.org/10.1080/08985626.2011.577242>
- Bandura, A. (2006). Toward a psychology of human agency. *Perspectives on Psychological Science*, 1(2), 164–180. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6916.2006.00011.x>
- Batson, C. D., Early, S., & Salvarani, G. (1997). Perspective taking: Imagining how another feels versus imagining how you would feel. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23(7), 751–758. <https://doi.org/10.1177/0146167297237008>
- Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. (2022). *Anuario estadístico 2021–2022*. https://repositorio.buap.mx/rplaneacion/public/inf_public/2022/0/Anuario_2021_2022.pdf
- Bentler, P. M., & Bonett, D. G. (1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, 88(3), 588–606. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.88.3.588>

- Bernardino, S., Santos, F., & Ribeiro, C. (2018). Social entrepreneur and gender: What's personality got to do with it? *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 10(1), 61–82. <https://doi.org/10.1108/IJGE-07-2017-0040>
- Bornstein, D. (1996). *The price of a dream: The story of the Grameen Bank and the idea that is helping the poor to change their lives*. Simon & Schuster.
- Browne, M. W., & Cudeck, R. (1993). Alternative ways of assessing model fit. In K. A. Bollen & J. S. Long (Eds.), *Testing structural equation models* (pp. 136–162). Sage.
- Carr, J. C., & Sequeira, J. M. (2007). Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A theory of planned behavior approach. *Journal of Business Research*, 60(10), 1090–1098. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.12.016>
- Chalmers, D. (2021). Social entrepreneurship's solutionism problem. *Journal of Management Studies*, 58(5), 1363–1370. <https://doi.org/10.1111/joms.12676>
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach for structural equation modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern methods for business research* (pp. 295–336). Lawrence Erlbaum Associates.
- Comunian, A. L., & Gielen, U. P. (2000). Sociomoral reflection and prosocial and antisocial behavior: Two Italian studies. *Psychological Reports*, 87(1), 161–175. <https://doi.org/10.2466/pr0.2000.87.1.161> [confirma la página final]
- Conner, M., McEachan, R., Taylor, N., O'Hara, J., & Lawton, R. (2015). Role of affective attitudes and anticipated affective reactions in predicting health behaviors. *Health Psychology*, 34(6), 642–652. <https://doi.org/10.1037/hea0000143>
- Dees, J. G. (2012). A tale of two cultures: Charity, problem solving, and the future of social entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 111(3), 321–334. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1412-5>
- Ernst, K. (2011). *Heart over mind: An empirical analysis of social entrepreneurial intention formation on the basis of the theory of planned behaviour* [Tesis doctoral, University of Wuppertal].
- Forster, F., & Grichnik, D. (2013). Social entrepreneurial intention formation of corporate volunteers. *Journal of Social Entrepreneurship*, 4(2), 153–181. <https://doi.org/10.1080/19420676.2013.777358>
- Gist, M. E., & Mitchell, T. R. (1992). Self-efficacy: A theoretical analysis of its determinants and malleability. *Academy of Management Review*, 17(2), 183–211. <https://doi.org/10.2307/258770>
- Groch, K., Gerdes, K. E., Segal, E. A., & Groch, M. (2012). The grassroots Londolozhi model of African development: Social empathy in action. *Journal of Community Practice*, 20(1–2), 154–177. <https://doi.org/10.1080/10705422.2012.644207>

- Haines, R., Street, M. D., & Haines, D. (2008). The influence of perceived importance of an ethical issue on moral judgment, moral obligation, and moral intent. *Journal of Business Ethics*, 81(2), 387–399. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9502-5>
- Heinonen, J., & Poikkijoki, S.-A. (2006). An entrepreneurial-directed approach to entrepreneurship education: Mission impossible? *Journal of Management Development*, 25(1), 80–94. <https://doi.org/10.1108/02621710610637981>
- Hemingway, C. A. (2005). Personal values as a catalyst for corporate social entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, 60(3), 233–249. <https://www.jstor.org/stable/25123577>
- Hockerts, K. (2015). Antecedents of social entrepreneurial intentions: A validation study. *Social Enterprise Journal*, 11(3), 260–280. <https://doi.org/10.1108/SEJ-05-2014-0026>
- Hockerts, K. (2017). Determinants of social entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 105–130. <https://doi.org/10.1111/etap.12171>
- Huang, C.-C., & Chen, T.-H. (2015). Moral norm and the two-component theory of planned behavior model in predicting knowledge sharing intention: A role of mediator desire. *Psychology*, 6(13), 1685–1699. <https://doi.org/10.4236/psych.2015.613165>
- Jöreskog, K. G., & Sörbom, D. (1986). *PRELIS: A program for multivariate data screening and data summarization*. Scientific Software.
- Kaiser, F. G. (2006). A moral extension of the theory of planned behavior: Norms and anticipated feelings of regret in conservatism. *Personality and Individual Differences*, 41(1), 71–81. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2005.11.028>
- Kautonen, T., Luoto, S., & Tomikoski, E. T. (2010). Influence of work history on entrepreneurial intentions in 'prime age' and 'third age': A preliminary study. *International Small Business Journal*, 28(6), 583–601. <https://doi.org/10.1177/0266242610368592>
- Kenny, D. A., & McCoach, D. B. (2003). Effect of the number of variables on measures of fit in structural equation modeling. *Structural Equation Modeling*, 10(3), 333–351. https://doi.org/10.1207/S15328007SEM1003_1
- Kohlberg, L. (1981). *The philosophy of moral development: Moral stages and the idea of justice*. Harper & Row.
- Koe Hwee Nga, J., & Shamuganathan, G. (2010). The influence of personality traits and demographic factors on social entrepreneurship start up intentions. *Journal of Business Ethics*, 95(2), 259–282. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0358-8>
- Kuratko, D. F. (2014). *Entrepreneurship: Theory, process, practice*. Cengage Learning.

- London, M. (2010). Understanding social advocacy: An integrative model of motivation, strategy, and persistence in support of corporate social responsibility and social entrepreneurship. *Journal of Management Development*, 29(3), 224–245. <https://doi.org/10.1108/02621711011025768>
- Lukman, S., Bao, P. X., Kweku, B., Ekow, V., Latif, A., Gadabu, A., Charmaine, P., Basiru, I., & Abubakar, M. (2020). Diasporan students' social entrepreneurship intention: The moderating role of institutional support. *Journal of Public Affairs*, 21(2), Article e2108. <https://doi.org/10.1002/pa.2108>
- Mair, J. (2006). Introduction to Part II — Exploring the intentions and opportunities behind social entrepreneurship. In J. Mair, J. Robinson, & K. Hockerts (Eds.), *Social entrepreneurship* (pp. 89–94). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9780230625655_6
- Mair, J., & Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36–44. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002>
- Mair, J., & Noboa, E. (2006). Social entrepreneurship: How intentions to create a social venture are formed. In J. Mair, J. Robinson, & K. Hockerts (Eds.), *Social entrepreneurship* (pp. 121–134). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9780230625655_8
- Miller, T. L., Grimes, M. G., McMullen, J. S., & Vogus, T. J. (2012). Venturing for others with heart and head: How compassion encourages social entrepreneurship. *Academy of Management Review*, 37(4), 616–640. <https://doi.org/10.5465/amr.2010.0456>
- Rivis, A., Sheeran, P., & Armitage, C. J. (2009). Expanding the affective and normative components of the theory of planned behavior: A meta-analysis of anticipated affect and moral norms. *Journal of Applied Social Psychology*, 39(12), 2985–3019. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2009.00558.x>
- Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291–332. <https://doi.org/10.1111/etap.12087>
- Shang, L., & Chandra, Y. (2023). Exploring social entrepreneurship co-production processes in the disability sector: Individual and collective action views. *Journal of Social Policy*. Publicación anticipada en línea. <https://doi.org/10.1017/S0047279423000077>
- 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.

- Smith, I. H., & Woodworth, W. P. (2012). Developing social entrepreneurs and social innovators: A social identity and self-efficacy approach. *Academy of Management Learning & Education*, 11(3), 390–407. <https://doi.org/10.5465/amle.2011.0016>
- Trajano, S. da S., Sousa-Filho, J. M. de, Matos, S., & Lessa, B. de S. (2022). Do volunteers intend to become social entrepreneurs? The influence of pro-social behavior on social entrepreneurial intentions. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 52(2), 443–473. <https://doi.org/10.1177/08997640221103299>
- Tukamushaba, E. K., Orobia, L., & George, B. P. (2011). Development of a conceptual model to understand international social entrepreneurship and its application in the Ugandan context. *Journal of International Entrepreneurship*, 9(4), 282–298. <https://doi.org/10.1007/s10843-011-0079-9>
- Vining, J., & Ebreo, A. (1989). An evaluation of the public response to a community recycling education program. *Society & Natural Resources*, 2(1), 23–36. <https://doi.org/10.1080/08941928909380673>
- Wheaton, B., Muthén, B., Alwin, D. F., & Summers, G. F. (1977). Assessing reliability and stability in panel models. *Sociological Methodology*, 8, 84–136. <https://doi.org/10.2307/270754>
- Wiger, N. P., Chapman, D. W., Baxter, A., & DeJaeghere, J. (2015). Context matters: A model of the factors associated with the effectiveness of youth entrepreneurship training. *Prospects*, 45(4), 533–547.
- Yiu, D. W., Wan, W. P., Ng, F. W., Chen, X., & Su, J. (2014). Sentimental drivers of social entrepreneurship: A study of China's Guangcai (Glorious) Program. *Management and Organization Review*, 10(1), 55–80. <https://doi.org/10.1111/more.12043>
- Young, D. R. (1986). *Entrepreneurship and the behavior of nonprofit organizations: Elements of a theory*. Oxford University Press.
- 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>