REVISTA INVECOM "Estudios transdisciplinarios en comunicación y sociedad" / ISSN 2739-0063 / www.revistainvecom.org. Vol. 4, # 2, 2024. Licencia CC BY. Intención emprendedora en los estudiantes de administración. Magda Isabel Castañeda Sánchez, Luisa Ines Zevallos de las Casas, Juan Roberto Chávez Navarro y Jorge Aurelio Engracio Salinas.

Intención emprendedora en los estudiantes de administración

Entrepreneurial intention in management students

Magda Isabel Castañeda Sánchez
https://orcid.org/0000-0001-8572-6078
mcastaneda@unfv.edu.pe
Universidad Nacional Federico Villarreal. Lima, Perú.

Luisa Ines Zevallos de las Casas
https://orcid.org/0000-0002-0867-5366
lzevallosd@unfv.edu.pe
Universidad Nacional Federico Villarreal. Lima, Perú.

Juan Roberto Chávez Navarro
https://orcid.org/0000-0002-0187-6165
jchavezn@unfv.edu.pe
Universidad Nacional Federico Villarreal. Lima, Perú.

Jorge Aurelio Engracio Salinas
https://orcid.org/0000-0002-9667-2375
jengracio@unfv.edu.pe
Universidad Nacional Federico Villarreal. Lima, Perú.

RESUMEN

El propósito del estudio fue identificar los factores asociados a la intención emprendedora de los estudiantes de administración de una universidad. En la metodología, se realizó dentro de un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, con una población de 312 estudiantes y mediante un muestreo no probabilístico intencionado se contempló una muestra de 201 estudiantes de administración de una universidad; con validación de constructo de KMO de 0.792 y p< 0.000 siendo significativo y una confiabilidad de 0.880. Los resultados fueron que los estudiantes de 21 a 25 años presentaron un 18.4% de nivel bajo, el 45.8% de nivel medio y el 13.4% de nivel alto y los estudiantes de administración de sexo femenino presentaron un 31.3% de nivel bajo, el 16.4% de nivel medio y los estudiantes de administración de sexo masculino el 1% de nivel bajo, el 34.3% de nivel medio y el 16.9% de nivel alto. Concluyendo que la intención emprendedora de los estudiantes de administración, se encuentran asociados al sexo, edad y la procedencia de educación básica.

Palabras clave: intención, emprendimiento, actitud, educación

Recibido: 13-12-23 - Aceptado: 02-03-24

ABSTRACT

The purpose of the study was to identify the factors associated with the entrepreneurial intention of management students at a university. In the methodology, it was carried out within a quantitative approach, with a non-experimental design, with a population of 312 students and through intentional non-probabilistic sampling, a sample of 201 administration students from a university was contemplated; with KMO construct validation of 0.792 and p < 0.000 being significant and a reliability of 0.880. The results were that students from 21 to 25 years old presented a 18.4% low

level, 45.8% a medium level and 13.4% a high level and female administration students presented a 31.3% low level, 16.4% % of medium level and male administration students 1% of low level, 34.3% of medium level and 16.9% of high level. Concluding that the entrepreneurial intention of management students is associated with sex, age and origin of basic education.

Keywords: intention, entrepreneurship, attitude, education

INTRODUCCIÓN

Existe una gran necesidad de la formación de los jóvenes en emprendimiento, debido a factores como el crecimiento demográfico de los jóvenes, el incremento de desempleo en múltiples países y aspectos cambiantes del mercado laboral y la economía debido a la evolución tecnológica son solo algunas razones por los cuales es crucial equipar a las futuras generaciones con habilidades y mentalidades emprendedoras que les permitan adaptarse a un mundo en constante cambio. Además, se debe promover la educación de individuos resilientes y dispuestos a aprender de manera continua, lo que les permite hacer frente a los desafíos sociales, económicos y ambientales que enfrenta el mundo (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [Unesco] 2021). En ese sentido es fundamental comprender la intención emprendedora es fundamental ya que se considera un factor clave para que los individuos se conviertan en empresarios (Mensah et al., 2021).

En Europa se presentan pocas oportunidades laborales, gran cantidad de personas ven el autoemplearse como una oportunidad frente a las dificultades laborales y el desempleo. Por otro lado, diversos informes oficiales, tanto nacionales como internacionales, revelaron altos niveles de abandono de emprendimientos en los primeros años desde su inicio. Por lo tanto, es crucial desarrollar proyectos educativos que promuevan emprendimiento y fortalezcan en habilidades de emprendimiento desde una perspectiva global (Palomares et al., 2019). Se toma en cuenta que los universitarios presentan la intención de emprender, pero desconocen de las estrategias. Esto se debe a que iniciar un negocio demanda una variedad de habilidades y competencias específicas, las cuales varían según el tipo de empresa que se quiera establecer (Bakkar et al., 2021).

En Perú, se encontró que el grado de predominio en la intención emprendedora es de acuerdo a la universidad, se revela que en instituciones privadas hay un mayor predominio del 33.3% con nivel alto, mientras que en universidades públicas se registra una mayor preeminencia del 42.4% de nivel medio. Además, el aspecto personal incide de manera significativa en la disposición para emprender de los estudiantes, y que lo fundamental son las características de destreza, habilidad y capacidad que deben poseer y cultivar eficientemente para llevar a cabo un negocio (Lloja et al., 2021).

Como antecedentes de la investigación, se encuentra la de Justice y Moses (2023) quienes realizaron un estudio en el que descubrieron que la educación empresarial mostraba una relación significativa con las destrezas emprendedoras. Además, hallaron una relación positiva entre el sexo y las habilidades empresariales. Asimismo, se evidenciaron diferencias significativas entre los géneros en cuanto a las habilidades empresariales y la disposición o intención hacia el emprendimiento.

Por su parte, Costa et al. (2022) encontraron una correlación directa y significativa de la intención emprendedora y tres de los factores considerados: norma subjetiva, control conductual percibido y educación emprendedora. Las conclusiones del estudio implican que las diferentes organizaciones asociadas a la promoción y desarrollo del emprendimiento deben adoptar una estrategia conjunta para estimular actitudes y comportamientos, implementando programas educativos que potencien el espíritu emprendedor.

En otro estudio, Aparicio et al., (2021) destacaron la relevancia del conocimiento y habilidades personales necesarios para que los universitarios puedan iniciar un negocio. Además, se subrayó la importancia crucial de la autoconfianza, la cual actúa como un pilar de orientación y apoyo para

fomentar una actitud positiva y una resistencia adecuada para desarrollar la disposición emprendedora en los estudiantes.

En el contexto nacional, Lloja et al. (2021) encontraron que el factor personal juega un papel predominante en la disposición emprendedora de universitarios. Asimismo, las actitudes y las habilidades empresariales, tales como las capacidades para la identificación, planificación, implementación y conversión de problemas en oportunidades, son cruciales para el éxito de los emprendedores.

La teoría de la intención de emprendimiento se sustenta en el comportamiento planificado (Ajzen, 1991). Esta ha sido una de las teorías más utilizadas para explicar el emprendimiento intención (Zaremohzzabieh et al., 2019). Por lo que la intención emprendedora se presenta como un indicador fundamental del compromiso para iniciar una empresa, ya que dicho compromiso puede ser difícil de detectar directamente o puede implicar desfases temporales impredecibles. Asimismo, la actitud emprendedora que exhibe un estudiante (conocida como espíritu empresarial) puede ser reconocida mediante su interés y disposición para participar en acciones y programación de emprendimientos que se desarrollen en una institución universitaria (Mardzuki et al., 2018).

La palabra emprendimiento presenta origen en el término francés *entrepreneur* y está referido a una actividad que involucra diversos factores sociales, personales, culturales, políticos y económicos que, al combinarse, pueden afectar la disposición de las personas para iniciar proyectos (Durán & Arias, 2015). Así mismo, el emprendimiento implica la plena confianza de una persona en su proyecto, respaldada por las herramientas y habilidades necesarias para llevarlo a cabo, las cuales están vinculadas con la elaboración de valor a través del aprovechar las oportunidades, además de ideas de innovación (López et al., 2021).

El término emprendimiento se ha utilizado en diversas formas, como factores empresariales, funciones, iniciativas y comportamientos empresariales e incluso y se establece como espíritu empresarial. Por otro lado, según el análisis socio histórico conceptual, el emprendimiento se establece como una respuesta que emerge cuando la sociedad enfrenta períodos de problemas críticos. Por lo tanto, es crucial el reconocimiento del emprendimiento en el progreso económico mediante la innovación, ya que, en lo que se espera económicamente en el siglo XXI, la innovación se ha convertido en factor de competencia relevante (Weiers, 2014). En consecuencia, lo que distingue al emprendedor es su capacidad para iniciar cambios y crear oportunidades de negocios, convirtiéndose en un componente fundamental de los procesos socioeconómicos. No obstante, la comprensión y descripción del emprendimiento pueden abordarse desde diferentes enfoques de investigación (Ávila Angulo, 2021).

En el origen de la innovación, como emprendimientos, conocimientos, innovación y desarrollos económicos están interrelacionados en un proceso dinámico y dialógico que responde a las demandas de un mundo en constante cambio y a una economía en rápida evolución. Esto requiere que las organizaciones y personas desarrollen continuamente nuevas competencias, habilidades y destrezas para los productos, servicios y tecnologías innovadoras. Por lo tanto, el proceso de adquisición del conocimiento necesario para emprender novedosos negocios es aprendizaje constante tanto para quienes emprenden en ciernes como los procesos de establecimiento de sus empresas (Aldrich y Yang, 2014).

La intención para emprender una empresa, se origina con la convicción de una persona en iniciar y desarrollar su propia empresa, influenciada por su estado mental que la impulsa hacia esta acción para alcanzar sus metas (Morales y Medina, 2021; Esfandiar et al., 2019). Del mismo modo, la intención emprendedora corresponde a un estado de la mente que guia a los individuos a emprender negocios (Rubio y Lisbona, 2022). En ese sentido, la esencia de emprender reside en la competencia empresarial. Los jóvenes tienen la capacidad de desarrollar y fortalecer ambas a través de la formación en negocios (Zdolsek y Sirec, 2021).

Para el desarrollo de la intención emprendedora, es necesaria la educación emprendedora que, ha despertado un gran interés en los últimos años, convirtiéndose en la tendencia educativa a niveles globales. Esto ha llevado a promover su implementación desde la educación primaria hasta la universitaria en algunos países. La educación para el emprendimiento podría ser vista como un enfoque educativo que busca aumentar la disposición y capacidad emprendedora de los estudiantes, contribuyendo a su desarrollo integral en áreas como la creatividad, la innovación, la autonomía, el liderazgo, la solidaridad y la cooperación, más allá de simplemente fomentar el crecimiento de labores, sociales y económicos (Azqueta & Naval, 2019). El desarrollo de las capacidades de los estudiantes es fundamental para el emprendimiento y su incorporación al modelo de transferencia de conocimiento de la universidad (Blanco et al., 2023).

Los enfoques con factores personales y contextuales permiten generar una visión más completa de las interacciones entre elementos que pueden influir en el comportamiento empresarial (Liñán y Fayolle, 2015). Por ello es necesario realizar estudios que se centran en factores personales y tendieron a estimar la relación entre la influencia de factores como el género en la intención emprendedora (Contreras-Barraza et al., 2021). En concreto, los enfoques con factores personales y contextuales permiten generar una visión más completa de las interacciones entre elementos que pueden influir en el comportamiento empresarial (Blanco et al., 2023).

Las dimensiones de la intención emprendedora son: La educación para el emprendimiento es, por excelencia, un campo para el avance y desarrollo de las sociedades, un detonante del crecimiento económico, la cohesión social, el éxito organizacional y la realización personal (Jardim, 2021). Así mismo, la educación desempeña un papel fundamental en las economías globales al capacitar a las personas para contribuir al desarrollo socioeconómico de las regiones. La dimensión intención, como concepto clave, es fundamental en el deseo de los involucrados de establecer una empresa, siendo reconocida como el predictor más sólido del acto emprendedor. La dimensión el control se considera esencial para la transformación y el progreso óptimo frente a los desafíos económicos actuales. La dimensión actitud se refiere al conjunto de percepciones que influyen en el comportamiento de un individuo durante un período específico. La dimensión las normas subjetivas están relacionadas con la percepción que tienen las personas que se encuentran cerca al individuo sobre su decisión de emprender de manera independiente (Usman y Yennita, 2019).

Tomando en cuenta lo antes señalado, el propósito del estudio fue identificar los factores asociados a la intención emprendedora de los estudiantes de administración de una universidad.

METODOLOGÍA

El estudio se realizó dentro de un enfoque cuantitativo, diseño no experimental, población de 312 universitarios y mediante un muestreo no probabilístico intencionado se contempló una muestra de 201 estudiantes de administración de una universidad, pertenecientes al 5to y 6to ciclo de la carrera universitaria.

La técnica fue la encuesta y el instrumento de intención emprendedora presentó 21 ítems con las dimensiones de educación (6 ítems), dimensión intención (4 ítems), dimensión control (4 ítems), la dimensión actitud (4 ítems), dimensión normas (3 ítems), con validación de constructo de KMO de 0.792 y $p< 0.000$ siendo significativo y una confiabilidad de 0.880 (Morales y Medina, 2021).

RESULTADOS

Se realizaron los resultados descriptivos e inferenciales de intención emprendedora y dimensiones.

Tabla 1

Descriptivos de la intención emprendedora en estudiantes de administración

Niveles	Bajo		Medio		Alto		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Intención emprendedora	65	32.3	102	50.7	34	16.9	201	100
Educación	68	33.8	92	45.8	41	20.4	201	100
Intención	73	36.3	117	58.2	11	5.5	201	100
Control	70	34.8	114	56.7	17	8.5	201	100
Actitud	74	36.8	107	53.2	20	10.0	201	100
Normas	62	30.8	104	51.7	35	17.4	201	100

En la tabla 1, se evidenció que la intención emprendedora de los estudiantes de administración, con un 32.3% de nivel bajo, un 50.7% medio y el 16.9% alto. En la dimensión educación de la intención emprendedora, el 33.8% con niveles bajo, el 45.8% medio y el 20.4% alto. En la dimensión intención, el 36.3% de nivel bajo, el 58.2% de nivel medio y el 5.5% de nivel alto. En la dimensión control, el 34.8% de nivel bajo, el 56.7% de nivel medio y el 8.5% de nivel alto. En la dimensión actitud, el 36.8% de nivel bajo, el 53.2% de nivel medio y el 10% alto y en la dimensión normas, el 30.8% de nivel bajo, el 51.7% de nivel medio y l 17.4% de nivel alto.

Tabla 2

Intención emprendedora según edad

		Intención emprendedora			
		Bajo	Medio	Alto	Total
Edad	Menor de 20 años	28	7	1	36
		13,9%	3,5%	0,5%	17,9%
	De 21 a 25	37	92	27	156
		18,4%	45,8%	13,4%	77,6%
	Mayor de 26	0	3	6	9
		0,0%	1,5%	3,0%	4,5%
Total		65	102	34	201
		32,3%	50,7%	16,9%	100,0%

En la tabla 2, los estudiantes de administración menores de 20 años presentaron un 13.9% de nivel bajo, el 3.5% de nivel medio y el 0.5% de nivel alto; los estudiantes de 21 a 25 años presentaron un 18.4% de nivel bajo, el 45.8% de nivel medio y el 13.4% alto; los estudiantes mayores de 26 años, presentaron 1.5% de nivel medio y 3% de nivel alto.

Tabla 3

Intención emprendedora según sexo

		Intención emprendedora			
		Bajo	Medio	Alto	Total
Sexo	F	63	33	0	96
		31,3%	16,4%	0,0%	47,8%
	M	2	69	34	105
		1,0%	34,3%	16,9%	52,2%
Total		65	102	34	201
		32,3%	50,7%	16,9%	100,0%

En la tabla 3, los estudiantes de administración de sexo femenino presentaron un 31.3% de nivel bajo, el 16.4% de nivel medio y los estudiantes de administración de sexo masculino el 1% de nivel bajo, el 34.3% de nivel medio y el 16.9% de nivel alto.

Tabla 4

Intención emprendedora según institución educativa de procedencia

		Intención emprendedora			
		Bajo	Medio	Alto	Total
Institución educativa de procedencia	Pública	58	23	0	81
		28,9%	11,4%	0,0%	40,3%
	Privada	7	79	34	120
		3,5%	39,3%	16,9%	59,7%
Total		65	102	34	201
		32,3%	50,7%	16,9%	100,0%

En la tabla 4, los estudiantes de administración que proceden de instituciones educativas públicas en su educación básica regular presentaron un 28.9% de nivel bajo, el 11.4% e nivel medio y los estudiantes de administración que proceden de instituciones educativas privadas en su educación básica regular, presentaron un 3.5% bajo, el 39.3% de nivel medio y el 16.9% de nivel alto.

En cuanto al análisis inferencial de factores asociados a la intención para emprender de los estudiantes de administración se obtuvo el siguiente resultado:

Tabla 5

Factores asociados a la intención emprendedora

Variables	Chi-cuadrado de Pearson	Significación asintótica (bilateral)
Edad	56,488[a]	,000
Sexo	103,757[a]	,000
Institución educativa de procedencia	100,996[a]	,000

En la tabla 5, la intención emprendedora de los estudiantes de administración, se encuentran asociados al sexo, edad y la procedencia de educación básica regular, demostrando con la prueba de Chi-cuadrado x^2 = 56,488[a], 103,757[a] y 100,996[a] de forma respectiva; así mismo se evidenció significancia de $p< 0.05$; comparando se logró aceptar la hipótesis alterna y se rechazó la hipótesis nula, encontrando que el sexo, la edad y la institución educativa de procedencia están asociados a la intención emprendedora en los estudiantes de administración de una universidad.

DISCUSIÓN

Luego del procesamiento de resultados, se encontró que, la intención emprendedora de los estudiantes de administración se encuentra asociadas a los factores de sexo, la edad y la institución educativa de procedencia.

En cuanto al factor personal edad, se encontró que los estudiantes de 21 a 25 años presentaron mayores niveles de intención emprendedora con un 18.4% de nivel bajo, el 45.8% de nivel medio y el 13.4% de nivel alto, siendo similar al estudio de Lloja et al. (2021) encontraron que el aspecto personal incide de manera significativa en la disposición emprendedora de los estudiantes universitarios, y que lo fundamental son las destrezas, habilidades y capacidades que poseen y cultivan eficientemente para llevar a cabo un negocio. Del mismo modo, Lloja et al. (2021)

encontraron que el factor personal juega un papel predominante en la disposición emprendedora de los estudiantes universitarios. Asimismo, las actitudes y las habilidades empresariales, tales como las capacidades para la identificación, planificación, implementación y conversión de problemas en oportunidades, son cruciales para el éxito de los emprendedores.

En el factor personal sexo, los estudiantes de administración de sexo masculino presentaron mayores niveles de intención emprendedora, con 1% de nivel bajo, el 34.3% de nivel medio y el 16.9% de nivel alto. Es similar al estudio de Justice y Moses (2023) llevaron a cabo un estudio en el que descubrieron que la educación empresarial mostraba una relación significativa con las destrezas emprendedoras. Además, hallaron una relación positiva entre el sexo y las habilidades empresariales. Asimismo, se evidenciaron diferencias significativas entre los géneros en cuanto a las habilidades empresariales y la disposición o intención hacia el emprendimiento.

El factor institución educativa de procedencia, los estudiantes de administración que proceden de instituciones educativas privadas en su educación básica, presentaron mejores niveles de intención emprendedora un 3.5% de nivel bajo, el 39.3% de nivel medio y el 16.9% de nivel alto. Siendo coincidente con Lloja et al. (2021) encontraron que en las instituciones privadas hay una mayor predominancia del 33.3 % en el nivel alto, mientras que en las universidades públicas se registra una mayor preeminencia del 42.4 % en el nivel medio.

Se deben tomar en cuenta otros factores para el desarrollo de la intención emprendedora, tal como Aparicio et al., (2021) manifestaron, destacaron la relevancia del conocimiento y habilidad que son personales, necesarios para que los universitarios puedan dar inicio a un negocio. Además, se subrayó la importancia crucial de la autoconfianza, la cual actúa como un pilar de orientación y apoyo para fomentar las actitudes positivas y una resistencia adecuada hacia el desarrollo de la disposición emprendedora en los universitarios. Siendo importante destacar que la intención emprendedora se presenta como un indicador fundamental del compromiso para iniciar una empresa. Asimismo, la actitud emprendedora que exhibe un estudiante (conocida como espíritu empresarial) puede ser reconocida mediante su interés y disposición para participar en acciones y programas para emprender y que se desarrollen en la institución universitaria (Mardzuki et al., 2018).

El papel del emprendimiento es fundamental para el avance de cualquier país, como se evidencia en las ventajas que los emprendedores aportan a la sociedad. Estas ventajas no solo se limitan a atender las necesidades del consumidor y satisfacer las demandas del mercado, sino también comprenden su contribución en la creación de empleo, la formulación de políticas públicas para estimular el emprendimiento, la promoción de una sociedad inclusiva con una participación equitativa en todos los sectores, la innovación tanto en procesos como en productos, y el crecimiento económico nacional (Ávila Angulo, 2021).

CONCLUSIONES

El artículo examinó la intención emprendedora en los estudiantes de administración y destacó la importancia de fomentar esta habilidad en el ámbito educativo. A través del análisis de diversos estudios e investigaciones, se evidenció que la intención emprendedora está fuertemente influenciada por factores individuales, educativos y contextuales.

De acuerdo al objetivo se encontró que, la intención emprendedora de los estudiantes de administración se encuentra asociadas a los factores de sexo, la edad y la institución educativa de procedencia. Destacando que los estudiantes de 21 a 25 años presentaron mayores niveles de intención emprendedora con un 18.4% de nivel bajo, el 45.8% de nivel medio y el 13.4% de nivel alto. Los estudiantes de administración de sexo masculino presentaron mayores niveles de intención emprendedora, con 1% de nivel bajo, el 34.3% de nivel medio y el 16.9% de nivel alto y los estudiantes de administración que proceden de instituciones educativas privadas en su educación básica, presentaron mejores niveles de intención emprendedora un 3.5% de nivel bajo, el 39.3% de nivel medio y el 16.9% de nivel alto.

Es fundamental que las instituciones educativas y los programas de administración promuevan activamente la intención emprendedora entre los estudiantes. Esto se puede lograr mediante la implementación de cursos y actividades que fomenten el espíritu empresarial, la creatividad y la resolución de problemas. Asimismo, es esencial establecer alianzas con el sector empresarial para ofrecer oportunidades de prácticas y mentorías que permitan a los estudiantes adquirir experiencia y desarrollar su red de contactos.

Finalmente, fomentar la intención emprendedora en los estudiantes de administración no solo contribuye al desarrollo personal y profesional de los individuos, sino que también impulsa la innovación, el crecimiento económico y la generación de empleo en la sociedad. Los emprendedores juegan un papel crucial en el panorama empresarial, y es responsabilidad de las instituciones educativas cultivar y nutrir este espíritu emprendedor desde la educación superior.

REFERENCIAS

Ajzen, I. (1991). Theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human. *Decision Processes*, *50*(2), 179-211. https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Aldrich, H., & Yang, T. (2014). How do entrepreneurs know what to do? Learning and organizing in new ventures. Journal of Evolutionary Economics, 24(1), 59-82. http://dx.doi.org/10.1007/s00191-013-0320-x

Aparicio, S., Urbano, D., & Stenholm, P. (2021). Attracting the entrepreneurial potential: A multilevel institutional approach. *Technological Forecasting and Social Change*, *168*. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_nlinks&pid=S2219-71682021000400269000004&lng=en

Ávila Angulo, E. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Revista Investigación y Negocios*, *14*(23), 32-48. https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.126

Azqueta, A. & Naval, C. (2019). Entrepreneurship Education: A Proposal for Human Development. *Revista Española de Pedagogía*, *77*(274), 517-533. https://doi.org/10.22550/REP77-3-2019-03

Bakkar, Y., Durst, S., & Gerstlberger, W. (2021). The impact of institutional dimensions on entrepreneurial intentions of students-International Evidence. *Journal of Risk and Financial Management*, *14*(4), 174. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_nlinks&pid=S2219-71682021000400269000010&lng=en

Blanco, F., Niño, D. y Gutiérrez, J. (2023). Entrepreneurial intention among Colombian university students: A theory of planned behavior analysis in Colombia. *Cuadernos de Gestión*, *1*(12). https://doi.org/10.5295/cdg.221858fb

Contreras-Barraza, N., Espinosa-Cristia, J. F., Salazar-Sepulveda, G., & Vega-Muñoz, A. (2021). Entrepreneurial intention: A gender study in business and economics students from Chile. *Sustainability*, *13*(9), 1-14. https://doi.org/10.3390/su13094693

Costa, N., Silva, J. Oliveira, C., Martins, E. (2022). Student´s Entrepreneurial Intention in Higher Education at ISLA – Instituto Politécnico de Gestão e Tecnologia. *Procedia Computer Science*, *204*, 825-835. https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.08.100

Durán, E., & Arias, D. (2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y socio-personales. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, *6*(2), 320-340. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_nlinks&pid=S2219-71682021000400269000014&lng=en

Esfandiar, K., Sharifi-Tehrani, M., Pratt, S. y Altinay, L. (2019). Understanding entrepreneurial intentions: A developed integrated structural model approach. *Journal of Business Research*, (94), 172-182. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.10.045

Jardim, J. (2021). *Empreende: Manual Global de Educação para o Empreendedorismo.* Legis Editora

Justice, M. & Moses, M. (2023). Relationship Between Entrepreneurial Competencies and Entrepreneurial Intention Among South African University Students: A Gender Perspective. *European Conference on Innovation and Entrepreneurship, 18*(1). https://doi.org/10.34190/ecie.18.1.1739

Liñán, F. y Fayolle, A. (2015). Una revisión sistemática de la literatura sobre intenciones empresariales: citas, análisis temáticos y agenda de investigación. Revista internacional de emprendimiento y gestión , 11 , 907-933.

Lloja, H., Chugnas, E., Tello, Z. y Cruz, J. (2021). Intención emprendedora: percepción desde los estudiantes universitarios. *Comuni@cción, 12*(4). http://dx.doi.org/10.33595/2226-1478.12.4.563

López, M. I., Rubio, S., Díaz, E., & Martín, G. (2021). Perfil emprendedor de estudiantes universitarios: un modelo predictivo. *Revista de Educación, 392*, 11-33. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_nlinks&pid=S2219-71682021000400269000031&lng=en

Mardzuki, K., Ariffin, Z., Abdullah, A.N., & Norshaheeda. (2018). A Theoretical Review on Intention and Perception of University Students towards Entrepreneurship Program. *International Journal of Business and Management, 2*(1), 43-49. https://www.ijbmjournal.com/uploads/2/6/8/1/26810285/006-vol_2_issue_1_2018-ijbm_-_43-48.pdf

Mensah, I. K., Zeng, G., Luo, C., Xiao, Z., & Lu, M. (2021). Exploring the Predictors of Chinese College Students' Entrepreneurial Intention. SAGE Open, 11(3), 1 - 14. https://ideas.repec.org/a/sae/sagope/v11y2021i3p21582440211029941.html

Morales, F. y Medina, J. (2021). Educación empresarial en intenciones de emprender: validación de un instrumento en estudiantes de negocios en Tamaulipas, México. *NovaRua, 26*. http://dx.doi.org/10.20983/novarua.2021.23.3

Palomares, D., Chisvert, M. J., & Suárez, M. (2019). Formación y orientación para el emprendimiento. Lo que dice la bibliometría y los emprendedores noveles. Revista española de orientación y psicopedagogía, 30(1), 131-149. https://doi.org/10.5944/reop.vol.30.num.1.2019.25198

Rubio, F. y Lisbona, A. (2022). Intención emprendedora en estudiantes universitarios. Revisión sistemática de alcance de la producción científica. *Universitas Psychologica, 21*.1-22. https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy21.ieeu

Unesco (2021). *Formación al emprendimiento para entidades de EFTP*. https://unevoc.unesco.org/pub/entrepreneurial_learning_guide_es.pdf

Usman, B. y Yennita. (2019). Understanding the entrepreneurial intention among international students in Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research, 9*(1), 1-21. https://doi.org/10.1186/s40497-018-0136-0

Weiers, G. (2014). Innovation through cooperation: The emergence of an idea economy. *Springer, 127*. https://ideas.repec.org/b/spr/mgmtpr/978-3-319-00095-4.html

Zaremohzzabieh, Z., Ahrari, S., Krauss, S. E., Samah, A. A., Meng, L. K., Ariffin, Z. (2019). Predicting social entrepreneurial intention: meta-analytic path analysis based on the theory of planned behavior. *Journal of Business Research, 96*, 264 - 276. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.030

Zdolsek, T. & Sirec, K. (2021). The Study of Entrepreneurial Intentions and Entrepreneurial Competencies of Business vs. Non-Business Students. *Journal of Competitiveness, 13*(2), 171–188. https://doi.org/10.7441/joc.2021.02.10