

Entrepreneurial Intention: Insights from the Perception of University Students in Lambayeque, Peru

Marco Agustín Arbulú Ballesteros ¹, Mónica Del Pilar Pintado Damián ², Mabel Ysabel Otiniano León ¹, Marilú Trinidad Flores Lezama ¹, Sofia Irene Delgado Wong ¹, Rafael Martel Acosta ¹, Consuelo Violeta Coronel Estela ³

¹Universidad Cesar Vallejo, Perú, marbulub@ucv.edu.pe, motiniano@ucv.edu.pe, mlfloresl@ucv.edu.pe, dwongsi@ucvvirtual.edu.pe, macostara@ucvvirtual.edu.pe

²Universidad Tecnológica del Perú, Perú, mpintado@utp.edu.pe

³Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Perú, violetace20@gmail.com

Abstract – This study focuses on the analysis of entrepreneurial intention among university students, highlighting its importance for economic development and innovation. The adopted methodology is quantitative, utilizing a questionnaire based on three dimensions (personal, resources, and social) and applying a Likert scale. The sample consisted of 280 students from various faculties in Lambayeque, Peru. The statistical software JASP was used for data analysis, including measures of reliability and validity of the instrument. The results show significant differences in entrepreneurial intention based on gender, type of university, and faculty. It was found that men, students from public universities, and those in engineering have a higher entrepreneurial inclination. Moreover, it was observed that personal factors have less influence than resources and social aspects on this intention. The conclusions highlight the complexity of the entrepreneurship phenomenon in the educational sphere and underscore the importance of the university environment in fostering entrepreneurial intention. Recommendations include the development of gender-sensitive entrepreneurship programs, the integration of entrepreneurial education across various disciplines, and the promotion of a university environment that supports entrepreneurship. Additionally, fostering collaboration between universities, businesses, and governments, and conducting ongoing evaluations of entrepreneurship programs are suggested.

Keywords– Entrepreneurial Intention, Higher Education, Gender in Entrepreneurship, University, Entrepreneurship.

Digital Object Identifier: (only for full papers, inserted by LACCEI).

ISSN, ISBN: (to be inserted by LACCEI).

DO NOT REMOVE

Intención emprendedora: Una mirada desde la percepción de los estudiantes universitarios de Lambayeque Perú

Marco Agustín Arbulú Ballesteros ¹, Mónica Del Pilar Pintado Damián ², Mabel Ysabel Otiniano León ¹, Marilú Trinidad Flores Lezama ¹, Sofia Irene Delgado Wong ¹, Rafael Martel Acosta ¹, Consuelo Violeta Coronel Estela ³

¹Universidad Cesar Vallejo, Perú, marbulub@ucv.edu.pe, motiniano@ucv.edu.pe, mlfloresl@ucv.edu.pe, dwongsi@ucvvirtual.edu.pe, macostara@ucvvirtual.edu.pe

²Universidad Tecnológica del Perú, Perú, mpintado@utp.edu.pe

³Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Perú, violetace20@gmail.com

Resumen– El estudio se enfoca en el análisis de la intención emprendedora entre estudiantes universitarios, destacando su importancia para el desarrollo económico y la innovación. La metodología adoptada es cuantitativa, utilizando un cuestionario basado en tres dimensiones (personal, recursos y social) y aplicando una escala Likert. La muestra consistió en 280 estudiantes de diversas facultades en Lambayeque, Perú. Se utilizó el software estadístico JASP para el análisis de datos, incluyendo medidas de confiabilidad y validez del instrumento. Los resultados muestran diferencias significativas en la intención emprendedora basadas en género, tipo de universidad y facultad. Se encontró que los hombres, los estudiantes de universidades públicas y los de ingeniería tienen una mayor inclinación emprendedora. Además, se observó que los factores personales tienen menos influencia que los recursos y aspectos sociales en esta intención. Las conclusiones destacan la complejidad del fenómeno del emprendimiento en el ámbito educativo y subrayan la importancia del entorno universitario en el fomento de la intención emprendedora. Las recomendaciones incluyen el desarrollo de programas de emprendimiento sensibles al género, la integración de educación emprendedora en diversas disciplinas, y la promoción de un ambiente universitario que apoye el emprendimiento. Además, se sugiere fomentar la colaboración entre universidades, empresas y gobiernos, y realizar una evaluación continua de los programas de emprendimiento.

Keywords- Intención Emprendedora, Educación Superior, Género en Emprendimiento, Universidad, Emprendimiento.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el espíritu emprendedor se reconoce cada vez más como un motor clave para el desarrollo económico y la innovación [1]. Este estudio se enfoca en la percepción de los estudiantes universitarios, cuyas actitudes y creencias pueden influir significativamente en el panorama empresarial, a su vez se pretende la identificación de los factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes de tal manera se pueda diseñar programas educativos que fomenten una actitud más proactiva hacia el emprendimiento entre los jóvenes.

Además, es importante integrar la educación con el emprendimiento, así los estudiantes tendrán las herramientas y

conocimientos necesarios para iniciar y gestionar empresas exitosas [2].

Finalmente se pretende proporcionar una perspectiva valiosa y oportuna sobre el estado del espíritu emprendedor en una región clave de América Latina. Estos hallazgos no solo benefician a académicos, sino que también son esenciales para comprender y apoyar el desarrollo del potencial emprendedor entre los jóvenes de la región Lambayeque.

La problemática se centra en un contexto donde el emprendimiento surge como un pilar fundamental para el desarrollo económico y la innovación [3]. A nivel mundial, se observa una creciente necesidad de fomentar y comprender la intención emprendedora, especialmente entre los jóvenes, quienes representan una fuente significativa de nuevas ideas y modelos de negocio [4]. Sin embargo, esta necesidad también viene acompañada de desafíos inherentes a diversos contextos socioeconómicos, culturales y educativos [5].

Los países enfrentan desafíos únicos en la promoción y apoyo del espíritu emprendedor. Estos desafíos no se limitan a, la disponibilidad y accesibilidad de recursos financieros, el nivel de apoyo institucional y gubernamental, la presencia de una cultura que fomente la toma de riesgos y la innovación, y la existencia de una infraestructura tecnológica adecuada.

A nivel mundial, se observa una diferencia significativa en la intensidad y naturaleza del emprendimiento [6]. En algunos países desarrollados, el emprendimiento se ve impulsado por la innovación y el acceso a capital de riesgo, mientras que, en muchas economías en desarrollo, el emprendimiento suele ser una respuesta a la falta de empleo y oportunidades económicas [7]. Esta diversidad presenta un desafío para comprender y abordar la intención emprendedora desde una perspectiva global, ya que las estrategias y políticas deben ser adaptadas a las realidades específicas de cada región [8].

En Estados Unidos, el emprendimiento se percibe una gran importancia en la economía, con un entorno que favorece la innovación y la toma de riesgos [9]. Las universidades juegan un papel crucial en este ecosistema, ofreciendo programas dedicados y recursos para aspirantes a emprendedores [10]. Sin embargo, enfrenta desafíos como la alta competitividad y la concentración de recursos en ciertos sectores y regiones, lo cual

Digital Object Identifier: (only for full papers, inserted by LACCEI).
ISSN, ISBN: (to be inserted by LACCEI).
DO NOT REMOVE

puede limitar la diversidad en el emprendimiento [11]. Alemania, destaca por su enfoque en la innovación tecnológica y la calidad en el emprendimiento [12]. La educación en emprendimiento en universidades está en crecimiento, aunque todavía hay espacio para una mayor integración y apoyo [13].

China, ha experimentado un crecimiento explosivo en el emprendimiento, impulsado por políticas gubernamentales y una cultura que valora la innovación y el comercio [14]. El acceso a capital y tecnología es abundante, aunque las regulaciones gubernamentales y el control sobre ciertos sectores pueden representar barreras. Las universidades están aumentando su enfoque en el emprendimiento, aunque este cambio es reciente [15]. En India, el emprendimiento ha sido una fuerza creciente, especialmente en el sector tecnológico [16]. Sin embargo, los desafíos incluyen la desigualdad en el acceso a financiamiento y educación, y una sociedad complicada [17]. Las universidades están comenzando a enfocarse más en el emprendimiento, pero aún hay un largo camino por recorrer para integrarlo plenamente en el sistema educativo [18]. Kenia ha mostrado un crecimiento significativo en el emprendimiento, particularmente en tecnologías móviles y soluciones centradas en la comunidad [19]. Los retos incluyen limitaciones en el acceso a financiamiento y formación, y una infraestructura a veces inadecuada. A pesar de esto, hay jóvenes emprendedores, impulsados en parte por la educación universitaria y programas de apoyo gubernamentales y no gubernamentales [20]. La comparación de estos países muestra que no existe una solución única para el fomento del emprendimiento. Cada país debe desarrollar estrategias adaptadas a sus circunstancias específicas, teniendo en cuenta las particularidades culturales, económicas y educativas.

Finalmente, en Perú, la intención emprendedora, especialmente entre los estudiantes universitarios, se ve marcada por un contexto distinto, influenciado por factores socioeconómicos, culturales y educativos propios de la región. Perú muestra un panorama donde el emprendimiento frecuentemente se presenta como una respuesta a la falta de oportunidades laborales formales [21]. Esto es especialmente evidente en regiones fuera de los centros urbanos principales. La necesidad de autoempleo impulsa a muchos jóvenes, incluyendo estudiantes universitarios, a considerar el emprendimiento no solo como una opción de carrera, sino como un medio vital para la subsistencia y el progreso económico.

Aunque las universidades peruanas están comenzando a integrar más contenidos y programas relacionados con el emprendimiento, aún existe un desafío de proporcionar una educación práctica y aplicada que realmente prepare a los estudiantes para los retos del emprendimiento [22]. Muchas veces, la educación se centra en aspectos teóricos, dejando un vacío en cuanto a habilidades prácticas y experiencias de campo reales, esto requiere un enfoque multifacético que aborde los desafíos económicos, culturales y educativos de manera integral.

La justificación abarca tres aspectos fundamentales: teóricos, sociales y económicos. En el aspecto teórico, este

estudio contribuye al conocimiento y entendimiento del emprendimiento. Al centrarse en la percepción de los estudiantes universitarios, el estudio aporta a la comprensión de cómo las generaciones ven el emprendimiento y que desafíos perciben. Esto permite enriquecer las teorías actuales sobre emprendimiento. Desde un punto de vista social, el emprendimiento es clave para el desarrollo social y la innovación. Comprender la percepción y la intención emprendedora no solo proporciona información sobre el futuro del emprendimiento, sino que también ofrece conocimientos sobre cómo se podría fomentar y apoyar mejor el emprendimiento entre los jóvenes. Así también la justificación económica se centra en la importancia del emprendimiento para el crecimiento y la diversificación económica. En muchas regiones del Perú, incluida Lambayeque, el emprendimiento ofrece una ruta para el desarrollo económico, la creación de empleo y la innovación. Al promover mejor la intención emprendedora de los estudiantes universitarios, se pueden diseñar políticas y programas que no solo incentiven la creación de nuevas empresas, sino que también aseguren su sostenibilidad y su contribución a la economía local y nacional.

Un estudio tuvo como objetivo investigar la relación entre la educación en emprendimiento específicamente el currículo de emprendimiento, la competencia de los docentes en emprendimiento y el apoyo al emprendimiento universitario y la intención de emprender entre los estudiantes de la Universiti Teknologi Malaysia, considerando la autoeficacia emprendedora como mediador [23]. La metodología adoptada fue cuantitativa, centrada en una muestra de 212 estudiantes de pregrado seleccionados mediante muestreo aleatorio simple. Para el análisis de los datos recogidos, se utilizó la herramienta estadística SPSS, aplicando pruebas descriptivas, de regresión y de mediación. Los resultados del estudio revelaron que tanto el currículo de emprendimiento como el apoyo al emprendimiento universitario influyeron significativamente en la autoeficacia emprendedora y en la intención de emprender. Sin embargo, se encontró que la competencia de los docentes en emprendimiento tenía una relación insignificante con la autoeficacia emprendedora y la intención de emprender. La influencia de la autoeficacia emprendedora en la intención de emprender también fue significativa. Además, el efecto mediador de la autoeficacia emprendedora entre los componentes de la educación en emprendimiento y la intención de emprender resultó ser significativo. Así, este estudio proporcionó percepciones importantes para varios interesados, principalmente académicos, instituciones de educación superior y formuladores de políticas, para comprender el escenario actual de la efectividad de la educación en emprendimiento en Malasia.

Una investigación tuvo como objetivo explorar el papel del conocimiento y la innovación tecnológica de los estudiantes en la motivación para formar intenciones de emprendimiento electrónico, en el contexto de la era de la Industria 4.0, donde el emprendimiento en línea se percibe cada vez más como una

herramienta esencial [24]. La investigación se centró en el fracaso rápido de los negocios incipientes debido a la falta de capital humano. Se recolectó información de 405 estudiantes de universidades en Vietnam a través de cuestionarios en línea, y los datos fueron analizados utilizando SmartPLS 4 para probar las relaciones entre siete factores propuestos en el modelo de investigación. Los resultados mostraron que la educación emprendedora y las experiencias previas son fundamentales para mejorar la percepción de factibilidad y utilidad de los estudiantes, formando su motivación emprendedora. Se descubrió que la motivación emprendedora se convierte en una premisa importante para promover de manera más efectiva las intenciones emprendedoras de los estudiantes. Además, el estudio encontró que la innovación tecnológica de los estudiantes moderaba la relación entre su motivación emprendedora y la intención de establecer un negocio digital.

Un estudio en Indonesia investigó cómo la educación en emprendimiento influye en las intenciones emprendedoras de los estudiantes, considerando la experiencia percibida de los estudiantes y la orientación emprendedora familiar como moderadores [25]. Se recogieron datos de 584 estudiantes mediante un cuestionario, analizándolos con herramientas estadísticas. Los resultados mostraron una relación positiva entre la educación en emprendimiento y las intenciones emprendedoras de los estudiantes. También se descubrió que la experiencia y la orientación familiar emprendedora influyen en estas intenciones, aunque algunos efectos no fueron estadísticamente significativos. El estudio sugiere la importancia de integrar la experiencia y la orientación familiar en los programas de educación emprendedora, destacando que estas variables pueden fortalecer las intenciones emprendedoras. Sin embargo, la investigación se limita a una universidad de Indonesia y sugiere la necesidad de estudios más amplios y multidimensionales para confirmar estos hallazgos.

Otra investigación tuvo como objetivo explorar los factores influyentes en el emprendimiento de los estudiantes universitarios, combinando el modelo de regresión geográficamente ponderada GWR y el árbol de decisión de impulso de gradiente GBDT, para analizar estos factores [26]. Los resultados mostraron que la ubicación geográfica tiene un impacto significativo en el emprendimiento de los estudiantes universitarios, y que tanto la tasa de éxito como la intensidad de la voluntad de emprender están significativamente afectadas por las regiones geográficas. Se encontró que las habilidades de comunicación interpersonal, resolución de problemas y gestión empresarial de los emprendedores tienen un gran impacto en los logros del emprendimiento, seguidos por la capacidad de aprendizaje, la gestión de recursos humanos y la política de emprendimiento. Actualmente, la calidad de la educación en emprendimiento en colegios y universidades no es alta, por lo que tiene un impacto relativamente pequeño en el emprendimiento de los estudiantes universitarios. Esto proporciona un punto de referencia importante para la investigación sobre la relación entre la ubicación del

emprendimiento de los estudiantes universitarios y la tasa de éxito del emprendimiento.

Otro estudio tuvo como objetivo investigar el papel mediador del control conductual percibido en la relación entre la educación en emprendimiento y las intenciones emprendedoras en universidades etíopes, en el contexto del desempleo de graduados de instituciones de educación superior [27]. Se utilizó un diseño de investigación explicativo y se recopilaron datos mediante un cuestionario autoadministrado de una muestra de 335 estudiantes de pregrado que habían cursado emprendimiento en cuatro universidades etíopes. Para el análisis, se empleó el enfoque de Modelado de Ecuaciones Estructurales (SEM) utilizando el software AMOS, confirmando la adecuación tanto del modelo de medición como del modelo estructural. Los hallazgos revelaron que la educación en emprendimiento tiene un efecto positivo y significativo tanto en las intenciones emprendedoras como en el control conductual percibido. Además, se encontró que el control conductual percibido predice positivamente las intenciones emprendedoras. Los resultados también mostraron que el control conductual percibido tiene un efecto mediador parcial en la relación entre la educación en emprendimiento y las intenciones emprendedoras. Por lo tanto, se concluye que las universidades en Etiopía deben trabajar en diferentes iniciativas que mejoren el conocimiento, la actitud y las habilidades de los estudiantes en emprendimiento, lo cual podría ayudarles a desarrollar un control conductual percibido y, así, potenciar sus intenciones de convertirse en emprendedores nacies tras su graduación.

II. MARCO TEÓRICO

Emprendimiento: Abarca la creación y el desarrollo de nuevas empresas o negocios [28]. En su esencia, implica la identificación y la explotación de oportunidades de negocios, la toma de riesgos calculados y la innovación. La literatura académica en este campo lo define como un proceso dinámico de crear valor mediante la combinación de recursos de manera única para aprovechar las oportunidades del mercado, las características de los emprendedores incluyen la proactividad, la capacidad de innovar, y la tolerancia al riesgo [29]. Estos individuos suelen ser vistos como agentes de cambio en la economía, impulsando la innovación, la competitividad y el crecimiento económico [30].

En el contexto educativo, especialmente en las universidades, el emprendimiento asume un papel crucial en moldear las habilidades y actitudes de los futuros profesionales [31]. Instituciones educativas, como las universidades, desempeñan un rol significativo en fomentar el espíritu emprendedor entre los estudiantes. Esto se logra a través de currículos que integran materias relacionadas con el emprendimiento, así como actividades extracurriculares como talleres, seminarios y ferias empresariales [32]. Los profesores, con su experiencia en actividades de emprendimiento, son fundamentales para motivar y guiar a los estudiantes en el desarrollo de habilidades emprendedoras. La interacción con

profesores que tienen experiencia práctica en el emprendimiento puede inspirar a los estudiantes y proporcionarles un modelo a seguir [33].

La infraestructura y los recursos que proporciona la universidad también son cruciales. Espacios dedicados a talleres y actividades, junto con convenios con organizaciones del ecosistema emprendedor, amplían las oportunidades de aprendizaje y exposición para los estudiantes [34]. Además, la participación en eventos de emprendimiento y el acceso a redes de contactos pueden enriquecer significativamente la experiencia educativa [35].

El desarrollo de habilidades emprendedoras en los estudiantes universitarios es variado. Incluye no solo conocimientos técnicos y empresariales, sino también habilidades blandas como la comunicación efectiva, el liderazgo, y la capacidad de adaptación [36]. Estas habilidades son esenciales para identificar y desarrollar oportunidades de negocios, así como para manejar los desafíos inherentes al emprendimiento [37].

La inclusión de materias que fomentan el espíritu emprendedor en el currículo universitario es fundamental. Estas materias deben diseñarse para proporcionar a los estudiantes el conocimiento y las herramientas necesarias para iniciar y gestionar negocios exitosos [38]. Esto incluye la enseñanza de habilidades administrativas como planificar, organizar, dirigir y controlar, así como habilidades más específicas relacionadas con la creación y gestión de empresas [39].

El entorno universitario y la comunidad estudiantil juegan un papel importante en el desarrollo de la intención emprendedora. La interacción con compañeros que tienen intereses y habilidades similares puede fomentar un ambiente de colaboración y apoyo mutuo [40]. Asimismo, la percepción de que la universidad apoya las actividades emprendedoras puede incrementar la motivación de los estudiantes para participar en ellas [41].

Los programas de gobierno y el apoyo de entidades externas también son relevantes en el ecosistema emprendedor. La suficiencia y eficacia de estos programas en promover el emprendimiento son un aspecto importante para considerar, incluso en un contexto de género [42]. El apoyo gubernamental y de otras organizaciones puede proporcionar recursos esenciales, como financiamiento, mentoría y acceso a redes, que son cruciales para el desarrollo y éxito de iniciativas emprendedoras.

Intención emprendedora: Se refiere al deseo o plan de una persona para iniciar un nuevo negocio o empresa. Según la teoría del comportamiento planificado, la intención es un indicador clave de la probabilidad de que una persona emprenda una acción específica [43]. En el contexto del emprendimiento, la intención es un precursor crucial de la actividad empresarial.

Los factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios son variados y complejos. Estos incluyen, pero no se limitan a, la educación y el aprendizaje, la influencia del entorno y las experiencias personales [44].

Educación y aprendizaje: La exposición a materias relacionadas con el emprendimiento y la participación en actividades como talleres, seminarios y charlas puede incrementar el interés y la intención emprendedora de los estudiantes [45]. La calidad y la relevancia de la educación en emprendimiento son fundamentales para fomentar la intención emprendedora.

Influencia de profesores y mentores: Los profesores que tienen experiencia en emprendimiento y que motivan a los estudiantes a desarrollar su espíritu emprendedor juegan un papel crucial en la formación de intenciones emprendedoras [46]. Los mentores pueden inspirar y guiar a los estudiantes en su camino hacia el emprendimiento.

Entorno y apoyo institucional: La percepción de que la universidad y los programas de gobierno apoyan el emprendimiento puede influir positivamente en la intención emprendedora [47]. La existencia de infraestructura y recursos dedicados al emprendimiento dentro de la universidad también es un factor importante [48].

Habilidades y autoeficacia: La confianza en las propias habilidades para identificar y desarrollar oportunidades de negocio es un predictor significativo de la intención emprendedora [49]. Esto incluye habilidades administrativas, liderazgo, y la capacidad para transformar problemas en oportunidades.

Experiencias personales y observación del entorno: Las experiencias personales, como la participación en actividades emprendedoras y la observación del entorno para identificar oportunidades, pueden reforzar la intención de emprender [50].

La comunicación efectiva y las habilidades sociales también juegan un papel crucial en el desarrollo de la intención emprendedora. La capacidad de defender puntos de vista y adaptarse a nuevas situaciones son habilidades valiosas para los emprendedores potenciales [51]. Además, ser visto como un modelo a seguir por los compañeros puede reforzar la autoeficacia y la intención emprendedora.

Finalmente se propone como propósito de este estudio, identificar y analizar los factores más influyentes en la tendencia emprendedora de los estudiantes universitarios, así como examinar cómo estas intenciones emprendedoras varían según características sociodemográficas.

III. METODOLOGÍA

Este estudio adoptó una metodología cuantitativa, utilizando cuestionarios para recoger datos numéricos. Sobre esta base, se efectuó un análisis estadístico para sacar conclusiones relevantes [52]. Se caracteriza por ser descriptivo, ya que se enfocó en registrar, examinar e interpretar los resultados tal como se presentaron de manera natural [53] y hacer comparaciones entre los diversos grupos que existen en los factores sociodemográficos.. Además, el diseño fue no experimental, lo que implicó el análisis de los datos en su forma original sin alterar ninguna variable, reflejando así su estado real [54]. La selección de la muestra para este estudio se realizó a través de un método de muestreo no probabilístico, debido a

la imposibilidad de garantizar la participación de todos los estudiantes en la encuesta [55]. Se optó por un enfoque de muestreo por conveniencia. La muestra final consistió en 280 individuos del departamento de Lambayeque (Perú), abarcando tanto las universidades privadas existentes en la región y la única universidad nacional de Lambayeque. Los participantes eran estudiantes de distintos niveles académicos y pertenecían a varias facultades, incluyendo Salud, Humanidades, Ingenierías y Ciencias Empresariales.

Para esta investigación, se empleó un instrumento basado en el cuestionario desarrollado en el 2020 [56], el cual fue fundamental para la recopilación de datos. Este instrumento se compone de tres dimensiones: (a) personal, con 10 ítems; (b) recursos, con 8 ítems; y (c) social, con 4 ítems. Se estructuró utilizando una escala Likert de 1 a 5, donde 1 representa un total desacuerdo y 5 una total conformidad, sumando un total de 22 ítems. La confiabilidad del instrumento se evaluó mediante el coeficiente Alpha de Cronbach, obteniendo un valor global de $\alpha = 0.85$, lo que indica una fiabilidad aceptable del cuestionario. Específicamente, el Alpha de Cronbach para cada dimensión fue: (a) factor personal $\alpha = 0.81$; (b) factor recursos $\alpha = 0.72$; y (c) factor social $\alpha = 0.82$. Además, el instrumento fue sometido a un proceso de validación de contenido a través de la evaluación de 3 expertos con experiencia significativa en investigación. Posteriormente, se realizó un análisis utilizando el coeficiente de la V de Aiken para los 22 ítems, resultando en un coeficiente de 0.85. Este resultado sugiere la validez del instrumento y respalda su aplicación en la investigación.

La recolección de datos para este estudio se llevó a cabo a lo largo de un periodo de tres semanas. El proceso comenzó con la formulación del cuestionario, cuyo enlace se distribuyó mediante mensajes directos a través de diversas plataformas de redes sociales como Facebook/Messenger, Instagram y WhatsApp. La difusión inicial se realizó entre estudiantes conocidos de la misma universidad, incluyendo compañeros y amigos, quienes posteriormente compartieron el enlace con otros estudiantes universitarios. Para la recolección de las respuestas, se utilizó Google Forms, una herramienta que facilitó la administración de la encuesta y la obtención rápida de las respuestas. Después de recibir un total de 280 respuestas completas, los datos fueron analizados utilizando el software estadístico JASP. Los 280 conjuntos de datos restantes fueron procesados para su tabulación correspondiente. Finalmente, se calculó la medida de Kaiser Meyer Olkin (KMO), para evaluar la adecuación del muestreo, que arrojó un resultado de 0.756, indicando una adecuación aceptable.

IV. RESULTADOS

En la tabla I, se observa una distribución de factores en tres niveles: bajo, medio y alto, en relación con varias categorías. En cuanto al género, se nota que la presencia masculina muestra una representación más prominente en la categoría "Medio", mientras que la presencia femenina es notoriamente más alta en

la misma categoría. Esta disparidad puede requerir un análisis más detenido en futuras investigaciones para comprender las dinámicas subyacentes. Al considerar el tipo de universidad, se evidencia que las instituciones privadas tienen una presencia significativamente mayor en las categorías medio y alto en comparación con las universidades públicas. Existe una diferencia en la disponibilidad de recursos o enfoques educativos entre estos dos tipos de instituciones. En relación con las facultades, se destaca que las ciencias de la salud muestran una presencia notablemente alta en todas las categorías, indicando una preferencia por esta área de estudio entre los participantes de la investigación. Por otro lado, las ingenierías tienen una representación más baja en comparación con otras categorías, lo que puede reflejar una menor atracción hacia este campo en la muestra estudiada. En el contexto de los clústeres, el factor recursos exhibe una presencia más marcada en las categorías medio y alto en comparación con los otros dos factores, sugiriendo que los recursos pueden tener un papel destacado en las variables analizadas. Mientras tanto, el factor personal muestra la presencia más baja en todas las categorías, lo que indica una menor influencia de este factor en la muestra de estudio.

TABLA I
FACTORES DE GÉNERO Y UNIVERSIDAD

Factores		Bajo		Medio		Alto	
		f	%	f	%	f	%
Género	Masculino	40	14,29%	50	17,86%	41	14,64%
	Femenino	30	10,71%	70	25,00%	49	17,50%
Tipo de Universidad	Pública	25	8,93%	30	10,71%	35	12,50%
	Privada	40	14,29%	90	32,14%	60	21,43%
Facultades	Ingenierías	20	7,14%	24	8,57%	16	5,71%
	Humanidades	10	3,57%	25	8,93%	24	8,57%
	Ciencias de la salud	22	7,86%	28	10,00%	28	10,00%
	Empresariales	27	9,64%	32	11,43%	24	8,57%
Clúster	Factor personal	15	5,36%	35	12,50%	30	10,71%
	Factor recursos	25	8,93%	40	14,29%	32	11,43%
	Factor social	30	10,71%	45	16,07%	28	10,00%

En la tabla II, el clúster personal evalúan las habilidades y actitudes personales hacia el emprendimiento. Por ejemplo, la media para: tengo las habilidades suficientes para identificar oportunidades de negocios, es de 3,03 con una desviación estándar de 0,78, mientras que para: soy capaz de realizar un proyecto de negocio con los conocimientos adquiridos en mi carrera, la media es notablemente más alta, 4,62 con una desviación estándar de 0,54. Esto sugiere una mayor confianza en la aplicación práctica de conocimientos adquiridos. La consistencia interna de las respuestas en este clúster es buena, con un Cronbach Alpha de 0,81 y un Omega de 0,79. Para el clúster recursos: Este grupo mide la percepción del apoyo universitario en el emprendimiento. Un ejemplo es la

afirmación: la universidad apoya a los alumnos para realizar actividades emprendedoras, que tiene una media de 3,64 y una desviación estándar de 0,81. Los valores de Cronbach Alpha y Omega para este clúster son 0,76 y 0,77 respectivamente, indicando una buena fiabilidad en las mediciones. Finalmente, para el clúster social: Aquí se evalúan habilidades sociales clave para el emprendimiento. Por ejemplo, el ítem: mi comunicación con los demás es buena, tiene una media alta de 3,93 con una desviación estándar de 1,06, reflejando una percepción positiva de habilidades comunicativas. El Cronbach Alpha para este clúster es 0,87, y el Omega es 0,8, lo que señala una excelente consistencia interna.

TABLA II
CLÚSTER PERSONAL, RECURSOS Y SOCIAL

Clúster	Ítems	Media	DE	Carga factorial	Cronbach	Omega	AVE
Personal	Tengo las habilidades suficientes para identificar oportunidades de negocios	3,03	0,78	0,77	0,81	0,79	0,68
	Tengo habilidad para desarrollar oportunidades de negocios	3,85	0,29	0,79			
	Continuamente observo mi entorno para identificar oportunidades de negocios	3,9	0,66	0,73			
	Soy capaz de realizar un proyecto de negocio con los conocimientos adquiridos en mi carrera	4,62	0,54	0,78			
	Tengo habilidades administrativas (planear, organizar, dirigir y controlar) para crear un negocio	2,83	0,94	0,76			
	Proyecto mi idea de negocio a largo plazo	3,78	0,89	0,78			
	Tengo habilidades para transformar los problemas en oportunidades	4,03	0,77	0,72			
	He participado en actividades dirigidas a fomentar el espíritu emprendedor como pláticas, seminarios, ferias empresariales y visitas a empresas.	3,16	0,51	0,81			
	Parte de mi tiempo libre lo utilizaría para desarrollar un proyecto de negocio	4,59	0,94	0,76			
Tengo habilidades necesarias para ser un líder	4,1	1,08	0,71	0,76	0,74	0,72	
La universidad apoya a los alumnos para realizar actividades emprendedoras	3,64	0,81	0,84				
Los profesores tienen experiencia en actividades de emprendimiento	3,84	0,35	0,73				
Los profesores me motivan para desarrollar mi espíritu emprendedor	3,48	0,72	0,87				
La universidad tiene convenios con organizaciones relacionadas con el desarrollo del emprendimiento	2,97	1,09	0,88				
En mi carrera existen materias que fomentan el espíritu emprendedor	3,53	0,79	0,87				

al	En la universidad existen lugares para que se realicen talleres, seminarios, charlas o actividades relacionadas con el emprendimiento.	3,14	0,77	0,87	0,87	0,83	0,82
	En mi universidad se realizan talleres, seminarios y otras actividades para fomentar el espíritu emprendedor	2,94	0,3	0,76			
	Los programas de Gobierno son suficientes para promover el emprendimiento	2,96	1,03	0,83			
	Mi comunicación con los demás es buena	3,93	1,06	0,89			
	Defiendo mis puntos de vista respetando a los demás cuando estoy en una discusión	3,06	0,95	0,87			
	Tengo la capacidad de adaptarme ante nuevas situaciones que dificultan mi seguridad	3,85	0,81	0,88			
	Mis compañeros me consideran un modelo a seguir porque tengo iniciativa	4,22	1,13	0,88			

En la tabla III y figura I, se puede enfatizar que existe una diferencia estadísticamente significativa y prácticamente relevante en la intención emprendedora entre los géneros. Los hombres muestran, en promedio, una mayor intención emprendedora en comparación con las mujeres. Esta diferencia no solo es significativa desde el punto de vista estadístico, sino que también es notable en términos de su magnitud. El análisis sugiere que los factores relacionados con la intención emprendedora pueden estar influyendo de manera diferente en hombres y mujeres, lo cual es un hallazgo importante para estudios futuros que busquen comprender y fomentar el espíritu empresarial entre diferentes grupos de género.

TABLA III
INTENCIÓN EMPRENDEDORA POR GÉNERO

	Grupo	N	Media	DT	ET	Coefficiente de variación
Intención emprendedora	Femenino	149	3,047	0,473	0,039	0,155
	Masculino	131	3,608	0,523	0,046	0,145
Contraste U de Mann-Whitney ^{ab}						
	W	P	Estimación de Hodges-Lehmann	Correlación de Rango Biserial	ET	Correlación de Rango Biserial
Intención emprendedora	4.217.500	< .001	-0,6	-0,568		0,069
^a Para el contraste de Mann-Whitney, la magnitud del efecto viene dada por la correlación biserial de rangos.						
^b Contraste U de Mann-Whitney.						

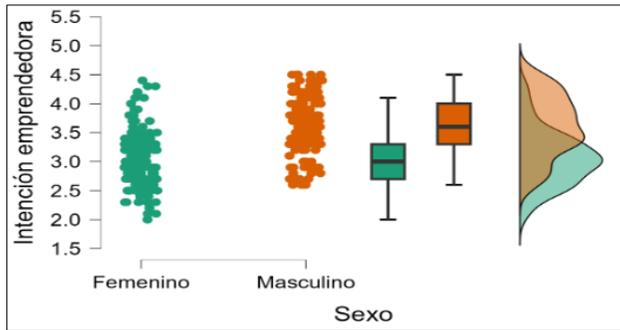


Fig. 1 Intención Emprendedora por género

La tabla IV, revela diferencias notables y estadísticamente significativas. El grupo de instituciones públicas, con un tamaño de muestra de 90 individuos, mostró una media de intención emprendedora de 3.872. En contraste, el grupo de instituciones privadas, con un tamaño de muestra mayor de 190 individuos, registró una media significativamente menor de 3.043. Esta diferencia en las medias es destacable, especialmente teniendo en cuenta la menor variabilidad en las respuestas del grupo público, como lo indica un coeficiente de variación del 9.5%, en comparación con el 14.4% del grupo privado. La prueba U de Mann-Whitney confirma la significancia estadística de estas diferencias, con un valor p menor a .001. Este resultado demuestra que la diferencia en la intención emprendedora entre los grupos no es producto del azar. Más aún, la magnitud del efecto, reflejada en una correlación de rango biserial de 0.848, es particularmente alta, lo que subraya la fuerza de la asociación entre el tipo de institución y la intención emprendedora. El error típico para esta correlación es de 0.074, reafirmando la fiabilidad de esta fuerte asociación.

TABLA IV
INTENCIÓN EMPRENDEDORA POR UNIVERSIDAD

Descriptivos de Grupo						
	Grupo	N	Media	DT	ET	Coefficiente de variación
Intención emprendedora	Pública	90	3.872	0,369	0,039	0,095
	Privada	190	3.043	0,439	0,032	0,144
Contraste U de Mann-Whitney ^{ab}						
	W	P	Estimación de Hodges-Lehmann	Correlación de Rango Biserial	ET	Correlación de Rango Biserial
Intención emprendedora	15.801.000	< .001	0,8	0,848		0,074
^a Para el contraste de Mann-Whitney, la magnitud del efecto viene dada por la correlación biserial de rangos.						
^b Contraste U de Mann-Whitney.						

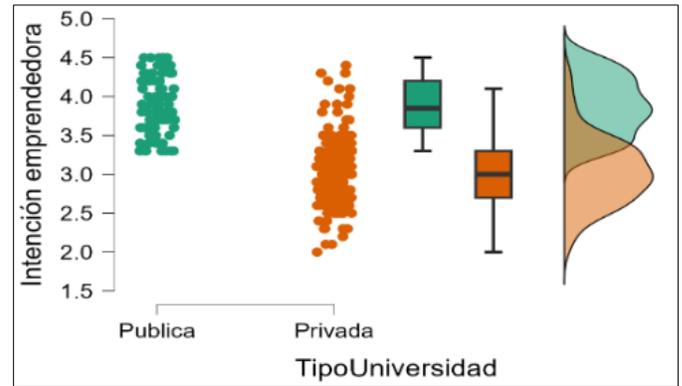


Fig. 2 Intención Emprendedora por Universidad

La tabla V, se aprecia que los estudiantes de la facultad de Ingenierías exhiben la mayor intención emprendedora con una media de 3.857, significativamente mayor en comparación con las otras facultades. Este resultado es estadísticamente significativo, como lo demuestran las pruebas post-hoc, donde las diferencias con las facultades de Ciencias de la Salud (diferencia de medias = 0.805, $p < .001$), Empresariales (diferencia de medias = 0.801, $p < .001$) y Humanidades (diferencia de medias = 0.406, $p < .001$) son todas altamente significativas. Los estudiantes de Humanidades también muestran una intención emprendedora significativamente mayor que aquellos en Ciencias de la Salud y Empresariales, con una media de 3.451. Curiosamente, no se observan diferencias significativas entre las facultades de Ciencias de la Salud y Empresariales, ambas con medias ligeramente superiores a 3.05, lo que sugiere similitudes en sus actitudes hacia el emprendimiento.

TABLA V
INTENCIÓN EMPRENDEDORA POR FACULTAD

Descriptivos - Intención emprendedora					
Facultad	N	Media	DT	ET	Coefficiente de variación
Ciencias de la salud	78	3.051	0,317	0,036	0,104
Empresariales	83	3.055	0,569	0,062	0,186
Humanidades	59	3.451	0,548	0,071	0,159
Ingenierías	60	3.857	0,394	0,051	0,102
Comparaciones Post-hoc - Facultad					
		Diferencia de Medias	ET	t	p. Scheffe
Ingenierías	Humanidades	0,406	0,086	4,713	< .001
	Ciencias de la salud	0,805	0,081	9,987	< .001
Humanidades	Empresariales	0,801	0,08	10,068	< .001
	Ciencias de la salud	0,4	0,081	4,931	< .001
Ciencias de la salud	Empresariales	0,395	0,08	4,944	< .001
	Empresariales	-0,004	0,074	-0,056	1,000
*** p < .001					
Nota. Valor p ajustado para comparar una familia de 4					

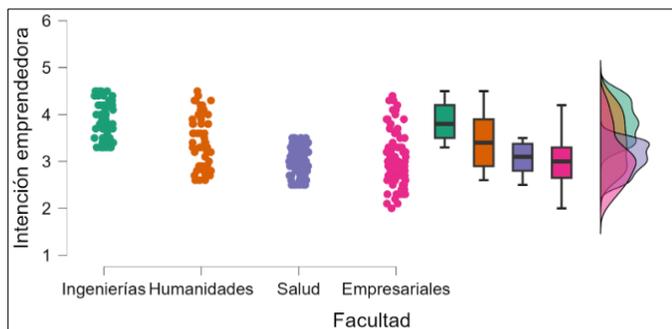


Fig. 3 Intención Emprendedora por Universidad

El análisis ANOVA de la tabla VI, refleja un valor F de 45.057 y un nivel de significancia $p < .001$, indica una diferencia significativa entre grupos con alta potencia estadística. Esta alta potencia se refleja en la capacidad de la prueba para detectar diferencias reales entre los grupos, minimizando el riesgo de errores de Tipo II (falsos negativos). Además, el uso de la corrección de Brown-Forsythe para la homogeneidad de varianzas, que resultó ser significativa ($F = 29.701$, $p < .001$), refuerza la robustez de estos hallazgos a pesar de las diferencias en la variabilidad de las respuestas entre grupos. La variabilidad observada, especialmente en la facultad de Empresariales con el mayor coeficiente de variación (0.186), sugiere una heterogeneidad en las actitudes emprendedoras dentro de esta facultad. Esto podría indicar la influencia de factores individuales o subdisciplinarios que merecen una investigación más detallada.

TABLA VI
ANÁLISIS ANOVA: INTENCIÓN EMPRENDEDORA

ANOVA - Intención emprendedora						
Corrección de Homogeneidad	Casos	Suma de Cuadrados	gl	Cuadrado Medio	F	p
Brown-Forsythe	Facultad	29.701	3.000	9.900	45.057	< .001
	Residuales	60.875	226.333	0.269		

Nota. Suma de Cuadrados Tipo III

V. DISCUSIÓN

Los hombres muestran una mayor inclinación hacia el emprendimiento que las mujeres [43], señalando una divergencia que podría demandar enfoques de fomento diferenciados. Este patrón refleja tendencias globales donde el emprendimiento varía significativamente entre géneros [42]. Las diferencias encontradas entre estudiantes de universidades públicas y privadas [44] podrían indicar variaciones en la exposición a oportunidades emprendedoras, alineándose con observaciones en países desarrollados y en desarrollo sobre el impacto de la educación en el emprendimiento [7, 8].

La prominente intención emprendedora en estudiantes de ingenierías [45] sugiere una predisposición influenciada por la naturaleza técnica y resolutiva de estos estudios, resonando con la literatura que enfatiza la importancia de la educación emprendedora [46]. La relación entre la educación en emprendimiento y la intención emprendedora [47] destaca la relevancia de un currículo efectivo y la experiencia docente, en

consonancia con hallazgos sobre el papel crucial de la educación en el fomento del emprendimiento [31, 33].

El entorno universitario, incluyendo el apoyo institucional y recursos para emprendedores [48], juega un papel vital, reflejando la importancia de un ecosistema educativo que promueva habilidades emprendedoras, como se observa en otros contextos internacionales [10, 13, 15, 18].

VI. CONCLUSIONES

Los hallazgos destacan la presencia de notables diferencias en la intención emprendedora basadas en género, tipo de institución educativa y disciplina académica, reflejando la complejidad y la naturaleza multifacética del fenómeno del emprendimiento en el contexto educativo.

En términos de género, el estudio revela que los hombres tienden a mostrar una mayor inclinación hacia el emprendimiento en comparación con las mujeres. Esta diferencia de género en la intención emprendedora sugiere la necesidad de investigar más a fondo las barreras y los facilitadores específicos que influyen en estas tendencias, posiblemente informando el desarrollo de estrategias de intervención y políticas educativas que aborden las necesidades y las percepciones de ambos géneros de manera efectiva.

Respecto al tipo de universidad, se encontró que los estudiantes de instituciones públicas presentan una mayor intención emprendedora que aquellos de universidades privadas. Este resultado puede ser indicativo de diferencias en el acceso a recursos, oportunidades y enfoques pedagógicos entre estas instituciones, lo que subraya la importancia de un análisis más detallado de las políticas y prácticas educativas en diferentes tipos de universidades.

Además, la facultad de Ingenierías destaca por mostrar una intención emprendedora significativamente mayor en comparación con otras disciplinas. Este hallazgo podría ser atribuido a la naturaleza intrínseca de los programas de ingeniería, que a menudo fomentan habilidades de resolución de problemas y pensamiento crítico, elementos clave en el proceso emprendedor. Esta observación sugiere la posibilidad de integrar elementos de educación emprendedora en otras disciplinas para fomentar un espíritu emprendedor más amplio entre los estudiantes universitarios.

Finalmente, el estudio subraya la relevancia del entorno educativo en la formación de intenciones emprendedoras. El apoyo institucional, los recursos disponibles y la calidad de la educación en emprendimiento son factores determinantes que influyen en la predisposición de los estudiantes a considerar el emprendimiento como una carrera viable.

REFERENCIAS

- [1] T. Ajadi, O. Adisa, A. Dabo, y O. Adisa, *The influence of family dynamics on entrepreneurial intentions and self-efficacy*. 2023. doi: 10.4018/978-1-6684-8748-8.ch006.
- [2] I. Ouragini y L. Lakhal, "The Effect of Entrepreneurial Marketing Education on The Determinants of Students' Entrepreneurial Intention", *International Journal of Management Education*, vol. 22, núm. 1, 2024, doi: 10.1016/j.ijme.2023.100903.

- [3] N. Akhtar, S. Azeem, A. Basiouni, y G. Mir, "EXPLORING THE INFLUENCE OF SOCIAL AND STRUCTURAL SUPPORT ON ENTREPRENEURIAL INTENTIONS AMONG SOUTH ASIAN CANADIAN IMMIGRANTS", *Asian Academy of Management Journal*, vol. 28, núm. 2, pp. 179–206, 2023, doi: 10.21315/aamj2023.28.2.7.
- [4] D. Sharpe, *THE SLIPPERINESS OF ENTREPRENEURIAL INTENTION IN NARRATIVES OF CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES ENTREPRENEURSHIP*, vol. 18A. 2023. doi: 10.1108/S2040-72462023000018A005.
- [5] A. Mir, S. Hassan, y S. Khan, "Understanding digital entrepreneurial intentions: A capital theory perspective", *International Journal of Emerging Markets*, vol. 18, núm. 12, pp. 6165–6191, 2023, doi: 10.1108/IJOEM-05-2021-0687.
- [6] Y. Fiandra, A. Yulastri, Ganefri, y R. Sakti, "The Impact of Work Experience on Entrepreneurial Intention Among Vocational Education Students", *Journal of Technical Education and Training*, vol. 15, núm. 4, pp. 37–49, 2023, doi: 10.30880/jtet.2023.15.04.004.
- [7] M. Taneja, R. Kiran, y S. Bose, "Assessing entrepreneurial intentions through experiential learning, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial attitude", *Studies in Higher Education*, vol. 49, núm. 1, pp. 98–118, 2024, doi: 10.1080/03075079.2023.2223219.
- [8] H. Nguyen, N. Tu, T. Le, y H. Ton, "Entrepreneurial Intention Among Engineering Students: Explanation Using Theory of Planned Behavior", en *IFMBE Proceedings*, 2024, pp. 765–787. doi: 10.1007/978-3-031-44630-6_63.
- [9] B. W. Soltwisch, D. Dimitrov, y J. Hojnik, "How decision-styles and cultural orientation influence entrepreneurial and social entrepreneurial intentions: A cross-cultural comparison", *Front Psychol*, vol. 13, 2023, doi: 10.3389/fpsyg.2022.988815.
- [10] J. Choi, V. Vaccaro, S. Lee, R. Marjerison, K. Kim, y B. G. Jeong, "Social Entrepreneurial Intention Change by Gender during the COVID-19 Pandemic", *Journal of Social Entrepreneurship*, 2023, doi: 10.1080/19420676.2023.2251986.
- [11] W. E. Donald, M. Mouratidou, P. M. Nimmi, y Y. Ma, "Strategies for enhancing entrepreneurial intention and wellbeing in higher education students: a cross-cultural analysis", *High Educ (Dordr)*, 2023, doi: 10.1007/s10734-023-01133-6.
- [12] C. Schlaegel, R. L. Engle, N. F. Richter, y P. C. Taureck, "Personal factors, entrepreneurial intention, and entrepreneurial status: A multinational study in three institutional environments", *Journal of International Entrepreneurship*, vol. 19, núm. 3, pp. 357–398, 2021, doi: 10.1007/s10843-021-00287-7.
- [13] S. Stuempfle y M. Deilen, "The effect of entrepreneurial role models in social networking sites on student's entrepreneurial intention", en *Proceedings of the European Conference on Innovation and Entrepreneurship, ECIE*, 2021, pp. 1011–1018. doi: 10.34190/EIE.21.055.
- [14] R. Guo, H. Yin, y X. Lv, "Improvisation and university students' entrepreneurial intention in China: The roles of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial policy support", *Front Psychol*, vol. 13, 2022, doi: 10.3389/fpsyg.2022.930682.
- [15] L. Huang, X. Bai, L. Huang, Y. Huang, y G. Han, "How Does College Students' Entrepreneurial Learning Influence Entrepreneurial Intention: Evidence from China", *Sustainability (Switzerland)*, vol. 15, núm. 12, 2023, doi: 10.3390/su15129301.
- [16] R. Roy y N. Das, "Exploring entrepreneurial intention among engineering students in India: a multiple basket approach", *Int J Technol Des Educ*, vol. 32, núm. 1, pp. 555–584, 2022, doi: 10.1007/s10798-020-09596-9.
- [17] K. H. Passah y N. M. Panda, "A structural relationship model of gender-role orientation and entrepreneurial intention: examining the mediating effect of motivational antecedents in Northeast India", *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, vol. 14, núm. 2, pp. 167–187, 2022, doi: 10.1108/IJGE-03-2021-0039.
- [18] S. Belwal, R. Belwal, y A. Chhetri, "Entrepreneurial intention and its antecedents: a study of undergraduate students in the Uttarakhand State of India", *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, vol. 50, núm. 1, pp. 66–93, 2023, doi: 10.1504/IJESB.2023.133482.
- [19] M. M. Baluku, M. Leonsio, E. Bantu, y K. Otto, "The impact of autonomy on the relationship between mentoring and entrepreneurial intentions among youth in Germany, Kenya, and Uganda", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, vol. 25, núm. 2, pp. 170–192, 2019, doi: 10.1108/IJEBR-10-2017-0373.
- [20] P. M. Kilonzo y S. M. Nyambegeera, "Determinants of entrepreneurial intention among university business students in Kenya: Lessons from Kenyatta University", *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, vol. 22, núm. 2, pp. 231–250, 2014, doi: 10.1504/IJESB.2014.062503.
- [21] E. Cáceres-Cayllahua, J. P. Aguirre-Landa, L. L. Garro-Aburto, y G. Sandoval-Nizama, "Entrepreneurial intention of university students in Lima-Peru | Intención empresarial de estudiantes universitarios en Lima-Perú", *Rev Cienc Soc*, vol. 29, núm. ESPECIAL 8, pp. 263–274, 2023, doi: 10.31876/rcs.v29i.40952.
- [22] F. Cordova-Buiza, G. Toribio-Tamayo, M. A. J. Garcia-Portuguez, y D. C. Martinez-Torres, "Factors influencing the Entrepreneurial Intention of University Business Students: Evidence from Lima-Peru", en *Proceedings of the European Conference on Innovation and Entrepreneurship, ECIE*, 2023, pp. 191–199.
- [23] S. Vivekananth, L. Indiran, y U. Abdul, "The Influence of Entrepreneurship Education on University Students' Entrepreneurship Self-Efficacy and Entrepreneurial Intention", *Journal of Technical Education and Training*, vol. 15, núm. 4, dic. 2023, doi: 10.30880/jtet.2023.15.04.011.
- [24] M. Pham, A. Nguyen, D. Tran, T. Mai, y V. Nguyen, "The impact of entrepreneurship knowledge on students' e-entrepreneurial intention formation and the moderating role of technological innovativeness", *J Innov Entrep*, vol. 12, núm. 1, p. 80, nov. 2023, doi: 10.1186/s13731-023-00351-7.
- [25] R. Sahputri, M. Mawardi, T. Yumarni, y S. Sujarwoto, "Entrepreneurship education, family entrepreneurial orientation and entrepreneurial intention among students in Indonesia", *Journal of International Education in Business*, vol. 16, núm. 3, pp. 295–311, nov. 2023, doi: 10.1108/JIEB-02-2022-0010.
- [26] C. Li y Q. Zhang, "Analysis of influencing factors of college students' entrepreneurship based on decision tree model", *International Journal of Computing Science and Mathematics*, vol. 18, núm. 4, pp. 378–391, 2023, doi: 10.1504/IJCSM.2023.135051.
- [27] M. Aga, "The mediating role of perceived behavioral control in the relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions of university students in Ethiopia", *J Innov Entrep*, vol. 12, núm. 1, p. 32, may 2023, doi: 10.1186/s13731-023-00297-w.
- [28] C. Li y Q. Zhang, "Analysis of influencing factors of college students' entrepreneurship based on decision tree model", *International Journal of Computing Science and Mathematics*, vol. 18, núm. 4, pp. 378–391, 2023, doi: 10.1504/IJCSM.2023.135051.
- [29] M. K. Aga, "The mediating role of perceived behavioral control in the relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions of university students in Ethiopia", *J Innov Entrep*, vol. 12, núm. 1, 2023, doi: 10.1186/s13731-023-00297-w.
- [30] M. Pham, A. T. T. Nguyen, D. T. Tran, T. T. Mai, y V. T. Nguyen, "The impact of entrepreneurship knowledge on students' e-entrepreneurial intention formation and the moderating role of technological innovativeness", *J Innov Entrep*, vol. 12, núm. 1, 2023, doi: 10.1186/s13731-023-00351-7.
- [31] P. C. Odigbo, *Higher education entrepreneurship programme and student entrepreneurial uptake*. 2023. doi: 10.1108/978183753326820231005.
- [32] S. Vivekananth, L. Indiran, y U. H. A. Kohar, "The Influence of Entrepreneurship Education on University Students' Entrepreneurship Self-Efficacy and Entrepreneurial Intention", *Journal of Technical Education and Training*, vol. 15, núm. 4, pp. 129–142, 2023, doi: 10.30880/jtet.2023.15.04.011.
- [33] J. Lyu, D. Shepherd, y K. Lee, "The impact of entrepreneurship pedagogy on nascent student entrepreneurship: an entrepreneurial

- process perspective”, *Studies in Higher Education*, vol. 49, núm. 1, pp. 62–83, 2024, doi: 10.1080/03075079.2023.2220722.
- [34] A. Niemczyk, Z. Gródek-Szostak, D. Adler, M. Niewiadomski, y E. Benková, “Green Entrepreneurship: Knowledge and Perception of Students and Professionals from Poland and Slovakia”, *Sustainability (Switzerland)*, vol. 16, núm. 1, 2024, doi: 10.3390/su16010273.
- [35] C. E. Inoubli y L. Gharbi, “Investigating how social context moderates the relationship between intentions and behaviors in student entrepreneurship: Case of Tunisian students”, *International Journal of Management Education*, vol. 22, núm. 1, 2024, doi: 10.1016/j.ijme.2023.100918.
- [36] S. Naqvi, M. T. D. G. Matriano, y J. T. Alimi, “Student and faculty perceptions on an entrepreneurship course: an exploratory study from Oman”, *Journal of Science and Technology Policy Management*, vol. 14, núm. 5, pp. 885–911, 2023, doi: 10.1108/JSTPM-08-2021-0128.
- [37] A. K. Sampene, C. Li, A. Khan, F. O. Agyeman, y R. K. Opoku, “Yes! I want to be an entrepreneur: A study on university students’ entrepreneurship intentions through the theory of planned behavior”, *Current Psychology*, vol. 42, núm. 25, pp. 21578–21596, 2023, doi: 10.1007/s12144-022-03161-4.
- [38] Ö. Eryilmaz, M. Dilek, y H. Deveci, “The Effect of Active Learning Methods on Middle School Students’ Entrepreneurship Skills in Social Studies Course”, *Participatory Educational Research*, vol. 10, núm. 6, pp. 104–123, 2023, doi: 10.17275/per.23.91.10.6.
- [39] R. Sharma y A. Singh, “EXAMINING THE FACTORS AFFECTING GREEN ENTREPRENEURSHIP INTENTIONS IN UNIVERSITY STUDENTS: AN EMPIRICAL STUDY”, *Dynamic Relationships Management Journal*, vol. 12, núm. 2, pp. 35–47, 2023, doi: 10.17708/DRMJ.2023.V12N02A03.
- [40] M. J. Mustafa, J. W. Chin, M. Nungsari, y K. J. Morris, “Do proactive students benefit more from university support for entrepreneurship when it comes to choosing entrepreneurship as a career choice? An examination of Ghanian and Malaysian students”, *International Journal of Management Education*, vol. 21, núm. 3, 2023, doi: 10.1016/j.ijme.2023.100868.
- [41] G. Zichella y T. Reichstein, “Students of entrepreneurship: Sorting, risk behaviour and implications for entrepreneurship programmes”, *Manag Learn*, vol. 54, núm. 5, pp. 727–752, 2023, doi: 10.1177/13505076221101516.
- [42] E. V. R. Farroñán, S. C. M. Karina, M. A. A. Ballesteros, M. Y. O. León, S. L. S. Nuñez, y C. P. Najera, “Female University Entrepreneurship: A Competitive Factor to Strengthen the Professional Profile of Female University Students”, *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, vol. 12, núm. 5, pp. 95–104, 2023, doi: 10.36941/ajis-2023-0129.
- [43] N. Che Nawi, A. A. Mamun, A. A. Hassan, W. S. A. A. Wan Ibrahim, A. F. Mohamed, y P. Y. Permarupan, “Agro-Entrepreneurial Intention among University Students: a study under the premises of Theory of Planned Behavior”, *Sage Open*, vol. 12, núm. 1, 2022, doi: 10.1177/21582440211069144.
- [44] A. S. Alshebami, A. H. A. Seraj, y E. Alzain, “Lecturers’ Creativity and Students’ Entrepreneurial Intention in Saudi Arabia”, *Vision*, 2022, doi: 10.1177/09722629221099596.
- [45] A. Datta, C. Bazan, y K. A. Arnold, “Effect of gender role identity on the entrepreneurial intention of university students”, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 34, núm. 5, pp. 618–644, 2022, doi: 10.1080/08276331.2021.1981729.
- [46] M. A. D. Cavalcante, J. M. D. Sousa-Filho, y B. D. S. Lessa, “Entrepreneurial intentions and education: Effects on low-income students”, *Journal of Education for Business*, vol. 97, núm. 4, pp. 228–236, 2022, doi: 10.1080/08832323.2021.1924602.
- [47] C. Pérez-Pérez, T. González-Torres, y J.-J. Nájera-Sánchez, “Boosting entrepreneurial intention of university students: Is a serious business game the key?”, *International Journal of Management Education*, vol. 19, núm. 3, 2021, doi: 10.1016/j.ijme.2021.100506.
- [48] G. Sansone, E. Ughetto, y P. Landoni, “Entrepreneurial intention: An analysis of the role of Student-Led Entrepreneurial Organizations”, *Journal of International Entrepreneurship*, vol. 19, núm. 3, pp. 399–433, 2021, doi: 10.1007/s10843-021-00288-6.
- [49] C. Lin, J. Yixing, W. Peiying, y Y. Wang, “Research of Social Environment on College Students Entrepreneurial Intention Based on SPSS”, en *ACM International Conference Proceeding Series*, 2021, pp. 416–420. doi: 10.1145/3473714.3473786.
- [50] S. Astudillo, V. Bermeo, A. Serrano, y R. Andrade, “Entrepreneurial intention in the students of a public and a private university in Ecuador | Intenção empreendedora em estudantes de uma universidade pública e de uma universidade privada em Equador | Intención emprendedora en los estudiantes de una univer”, *Journal Globalization, Competitiveness and Governability*, vol. 15, núm. 2, pp. 90–103, 2021, doi: 10.3232/GCG.2021.V15.N2.04.
- [51] N. Contreras-Barraza, J. F. Espinosa-Cristia, G. Salazar-Sepulveda, y A. Vega-Muñoz, “Entrepreneurial intention: A gender study in business and economics students from Chile”, *Sustainability (Switzerland)*, vol. 13, núm. 9, 2021, doi: 10.3390/su13094693.
- [52] I. Sánchez, L. Gonzáles, y S. Esmeral, *Metodologías cualitativas en la investigación educativa*. Editorial Unimagdalena, 2020. [En línea]. Disponible en: <https://elibro.net/es/lc/utpbiblio/titulos/170301>
- [53] R. Hernández, C. Fernández, y P. Baptista, *Metodología de la Investigación*, 6ª. 2006. [En línea]. Disponible en: <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20e d.pdf>
- [54] M. Monroy y N. Nava, *Metodología de la investigación*. Grupo Editorial Exodo, 2018. [En línea]. Disponible en: <https://elibro.net/es/lc/utpbiblio/titulos/172512>
- [55] C. Fresno, *Metodología de la Investigación*. El Cid Editores, 2019.
- [56] A. Pérez, “EL EMPRENDIMIENTO EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS: UN ANÁLISIS EN LAS CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS”, *Revista Inclusiones*, vol. 8, pp. 204–2017, 2020, Consultado: el 16 de enero de 2024. [En línea]. Disponible en: <https://revistainclusiones.org/index.php/inclu/article/view/1127>