

Determinantes de la Intención Emprendedora y el rol de la enseñanza del emprendimiento: un análisis en el contexto universitario chileno

Determinants of Entrepreneurial Intention and the Role of Teaching Entrepreneurship: An Analysis in the Chilean University Context

Sebastián Araya-Pizarro^a

Recibido: 12 de marzo de 2021

Aceptado: 11 de agosto de 2021

Resumen: Este artículo planteó por objetivos, primero, determinar los factores que influyen en la intención emprendedora (IE) de estudiantes universitarios, con base en la Teoría del Comportamiento Planificado. Y, segundo, identificar los elementos de la enseñanza del emprendimiento que impulsan o inhiben la IE. El estudio, de enfoque mixto y diseño secuencial, contó con la participación de 85 alumnos de una universidad pública chilena. Los datos, recolectados mediante una encuesta y una entrevista semiestructurada, se examinaron a través de un modelo de ecuaciones estructurales y el análisis de contenido. Se reveló que la actitud incide de manera positiva y significativa sobre la IE ($\beta = 0.96$; $p < .001$), y que los elementos determinantes de la enseñanza del emprendimiento son la predisposición discente, la pasión del docente, la metodología y los contenidos impartidos. Se espera que los hallazgos contribuyan a mejorar la efectividad de los programas de emprendimiento ofertados por las instituciones educativas.

Palabras clave: intención emprendedora; enseñanza del emprendimiento; teoría del comportamiento planificado; ecuaciones estructurales; investigación mixta.

Abstract: The aim of this article was, first, to determine the entrepreneurial intention (IE) in university students who take an entrepreneurship course based on the Theory of Planned Behavior. And second, to identify the entrepreneurship teaching factors that promote or inhibit EI. The study, with a mixed approach and concurrent design, had the participation of 85 students from a Chilean public university. The data, collected through a survey and a semi-structured interview, were analyzed, in its quantitative dimension, through a structural equation model and, in its qualitative approach, through content analysis. It was revealed that attitude has a positive and significant impact on EI ($\beta = 0.96$; $p < .001$); and that the determining elements of the teaching of entrepreneurship are the student predisposition, the teacher's passion, the methodology and the content taught. The findings are expected to contribute to improving the effectiveness of entrepreneurship programs offered by educational institutions.

Keywords: entrepreneurial intention; theory of planned behavior; entrepreneurship teaching; structural equations; mixed method research.

Introducción

Hoy por hoy existe un reconocimiento transversal respecto del rol que juegan los emprendedores para dinamizar la economía, dada su contribución a la creación de empleo, generación de ingresos y aumento del bienestar de la población (Jena, 2020; Sá y Holt, 2019; Soria-Barreto, Zuñiga-Jara y Ruiz-Campo, 2016; Tarapuez, 2016).

Los emprendedores, durante el proceso de transformar sus ideas en empresas reales, atraviesan por diferentes etapas, dentro de las cuales la intención ocupa un lugar valioso, ya que constituye la fase precedente del comportamiento emprendedor. Este compromiso conlleva una disposición mental que incide sobre la decisión de emprender (Peng, Lu y Kang, 2012), el convencimiento de crear un negocio y la planeación consciente para su ejecución futura (Soria-Barreto, Zúñiga-Jara y Ruiz, 2016).

A nivel global, existen diversos referentes teóricos explicativos de la intención emprendedora (IE) de las personas (Ajzen, 1991; Krueger y Brazeal, 1994; Shaper y Sokol, 1982). De ellos sobresale la Teoría del Comportamiento Planificado (Theory of Planned Behavior) o TPB (por sus siglas en inglés) de Ajzen (1991), la cual sostiene que las variables fundamentales que intervienen en la intención de actuar son tres factores psicosociales determinantes: la Actitud (el juicio que la persona tiene sobre sí misma), la Norma Subjetiva (la presión social para llevar a cabo un comportamiento) y el Control del Comportamiento Percibido (el nivel de control que percibe de la conducta). Las bases del modelo se encuentran en las proposiciones de la Teoría Cognitiva Social de Bandura (1977), en especial, en aquellos aspectos concernientes a las creencias de autoeficacia. En particular, son el poder predictivo del modelo explicativo de Ajzen (1991) y la gran cantidad de

estudios basados en su aplicación los que han permitido que sea reconocido como un referente en la predicción del comportamiento humano.

Chile, por otra parte, registra una de las mayores tasas de emprendimiento en el mundo. El 24.2% de su población económicamente activa tiene un negocio en etapas iniciales o más avanzadas, muy por encima del 12.6% de Estados Unidos, o el 10.1% que, en promedio, presentan los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) (Mandakovic y Serey, 2017). De acuerdo con el Reporte Nacional del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de Chile 2016, el 27% de los emprendedores en etapas iniciales (personas de entre 18 y 24 años) cuenta con estudios universitarios (Mandakovic y Serey, 2016). En esta línea destacan, debido a la importancia otorgada a la enseñanza de la innovación y del emprendimiento, las carreras de diseño, ingeniería, y las profesiones relacionadas con la administración y los negocios.

No obstante, aun cuando se reconoce la relevancia de emprender y la incidencia de la educación sobre la IE (Vélez, Bustamante, Loor y Afcha, 2020), todavía existen resultados dispares respecto de cuáles son las variables que influyen mayormente en las ganas de emprender, y cuál es el rol que desempeña la enseñanza del emprendimiento (Araya-Pizarro, 2021).

En dicho contexto, la investigación planteó por objetivos, primero, determinar los factores que influyen en la IE de estudiantes universitarios, con base en la TPB. Y, segundo, identificar los elementos de la enseñanza del emprendimiento que impulsan o inhiben la IE. De este modo se pretende brindar una visión integral de la IE en estudiantes universitarios que contribuya, mediante la aplicación de una metodología de investigación mixta, a comprender las variables que resultan fundamentales para predecir la conducta emprendedora y los aspectos determinantes para la enseñanza del emprendimiento. Se espera que los hallazgos proporcionen información relevante para que universidades e instituciones educativas afines, nacionales e internacionales, puedan fortalecer y mejorar la efectividad de los programas de emprendimiento ofrecidos.

El artículo se estructura en cuatro apartados. Comienza con una revisión breve de la literatura sobre intención emprendedora y la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen. Continúa con la descripción de la metodología del estudio. Luego, se muestran los resultados vinculados con los factores determinantes de la IE del estudiantado. Finalmente, se presentan las conclusiones más relevantes.

1 Revisión teórica

En el ámbito de las ciencias del comportamiento, la intención se define como un estado mental que orienta la atención de la persona hacia un objeto particular o un camino para obtener algo. Una especie de predisposición (y esfuerzo) a actuar de una forma especial con respecto a un objeto específico de actitud que, en el ámbito de la intención emprendedora, comprendería el escoger crear una nueva empresa (Galleguillos-Cortés, Escobar-Burgos y Hurtado-Cailly, 2019).

Dado que la decisión de transformarse en un emprendedor es consciente y deliberada (Krueger, Reilly y Carsrud, 2000), las intenciones para emprender representan un elemento clave para desempeñar la conducta emprendedora (Kolvereid y Isaksen, 2006). Dentro de los diversos modelos teóricos explicativos de la intención emprendedora de los sujetos (Ajzen, 1991; Krueger y Brazeal, 1994; Shapero y Sokol, 1982) resalta la TPB de Ajzen, la cual establece la incidencia de tres factores actitudinales, cuyo mayor pronunciamiento aumenta la probabilidad de que una persona realice el comportamiento de interés o se abstenga de hacerlo (Ajzen, 1991) (Figura 1).

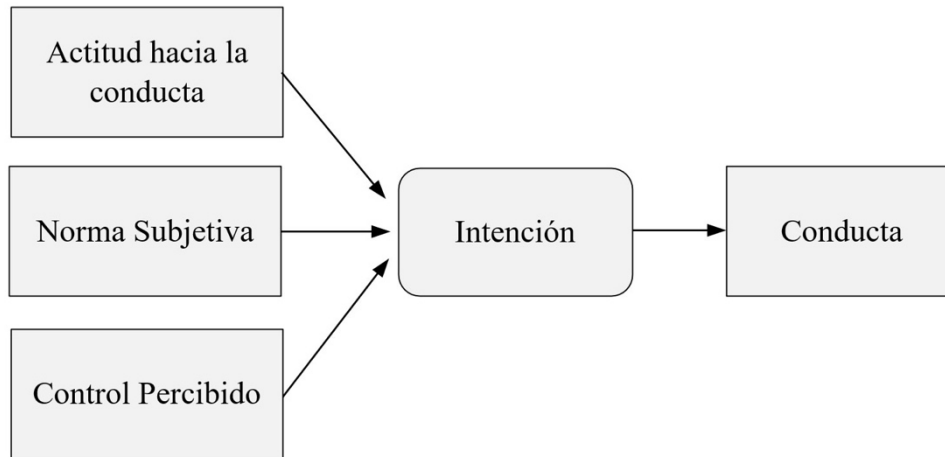


Figura 1. Modelo de la Teoría del Comportamiento Planificado.
Fuente: elaboración propia con base en Ajzen (1991).

Una gran ventaja de utilizar la TPB es que se concentra en unas pocas variables que son suficientes para comprender y explicar el cambio de las intenciones y el comportamiento emprendedor. Además, existen investigaciones que demuestran la alta precisión (correlaciones) de las variables del modelo para predecir la IE (Ajzen y Albarracin, 2007).

Cabe señalar que la TPB ha sido usada extensamente en el estudio de la IE de estudiantes universitarios alrededor del mundo. Por ejemplo: América Latina (Contreras et al., 2017; Tarapuez, Guzmán y Parra, 2018), Albania (Garo, Kume y Basho, 2015), Bolivia (Ayaviri, Saucedo, Poveda Velasco y Mariano, 2017), Chile (Galleguillos-Cortés et al., 2019; Soria-Barreto et al., 2016), Colombia (Soria-Barreto, Honores-Marin, Gutiérrez-Zepeda y Gutiérrez-Rodríguez, 2017; Tarapuez, 2016), España (Maluk Salem, 2014; Martínez y Campos, 2014), Etiopía (Buli y Yesuf, 2015), Indonesia (Wingdes, 2018), Irán (Rezvanfar, Ghorbanian y Shafiee, 2014), Pakistán (Batool, Rasheed, Malik y Hussain, 2015), Sudáfrica (Oni y Mavuyangwa, 2019), Turquía (Eyel y Vatansever Durmaz, 2019), Vietnam (Doanh y Bernat, 2019), entre otros.

Según la TPB, la intención se configura de acuerdo con las actitudes, la norma subjetiva y el control percibido del comportamiento.

Las actitudes se entienden como aquellas respuestas aprendidas o tácitas, que oscilan en intensidad y que suelen guiar o mediar la evaluación hacia un concepto u objeto (Fishbein y Ajzen, 2010). Así, las actitudes reflejan una valoración permanente de un comportamiento específico respecto del grado en que éste es deseable. Como resaltan Eagly y Chaiken (1993), la observación de las actitudes que demuestra una persona hacia un objeto o situación determinada, permite predecir su conducta futura y suscitarse el cambio de actitudes. El modelo de la TPB estipula una relación directa entre la actitud hacia un comportamiento y la intención de llevarlo a cabo (Armitage y Conner, 2001).

La relevancia de las actitudes dentro del estudio del comportamiento radica en que se consideran mejores predictores que los rasgos de personalidad (Fayolle y Klandt, 2006), sobre todo, para analizar un fenómeno dinámico e interactivo como el emprendimiento. En esta línea existen varios estudios que han confirmado la influencia y el poder predictivo de la actitud sobre la intención y el ulterior comportamiento emprendedor, develando una relación significativa y directa (Ayaviri et al., 2017; Contreras et al., 2017; Fini, Grimaldi, Marzocchi y Sobrero, 2012; Galleguillos-Cortés et al., 2019; Krauss Delorme, Bonomo Odizzio y Volfovicz León, 2018; Sabah, 2016; Saucedo, 2018).

La norma subjetiva, por su parte, está definida por el total de creencias normativas accesibles y basadas en la información. La intensidad de cada creencia normativa, sumada a la motivación para cumplir con el objeto respectivo, determina la norma (presión social percibida). Mientras que la actitud es el representante de los efectos psicológicos individuales, la norma subjetiva es el exponente de los resultados de los factores sociales.

Las normas subjetivas engloban dos elementos: las creencias normativas que el individuo asigna a los grupos de referencia y la motivación para comportarse de acuerdo con los deseos de tales referentes (Ajzen, 1991; Fini et al., 2012). Entre los grupos de referencia básicos sobresale la familia, dado que proporciona una estructura directa de creencias, valores, actitudes y normas de conducta.

La literatura expone que la norma subjetiva, aunque muestra una relación positiva con la IE, posee frecuentemente una influencia restringida o indirecta (Armitage y Conner, 1999; Doanh y Bernat, 2019; Fini et al., 2012). Los estudios específicos de emprendimiento entre estudiantes universitarios han revelado que las normas subjetivas representan indicadores débiles o insignificantes de las intenciones, pues las actitudes personales, las creencias de control o las autopercepciones han demostrado incidir en mayor grado en la actividad emprendedora (Ayaviri et al., 2017; Galleguillos-Cortés et al., 2019; García-Rodríguez, Gil-Soto, Ruiz-Rosa y Sene, 2015; González et al., 2016; Maluk Salem, 2014; Ozaralli y Rivenburgh, 2016), lo que impulsa una tendencia hacia la autodirección que limitaría la influencia de las fuerzas sociales (Ajzen, 1991).

Por lo demás, el control conductual percibido alude a las creencias propias vinculadas a la factibilidad de desarrollar un comportamiento en particular, el cual se produce entre circunstancias y acciones (Ajzen, 1991). Se ocasiona a partir de las creencias de control que la persona percibe sobre sí misma, en relación con las capacidades o recursos requeridos para ejecutar la conducta, y si se presentan las oportunidades adecuadas. Al respecto, las creencias de control pueden asentarse en parte sobre la experiencia previa con la conducta, pero también se encontrarán influenciadas, por lo general, por información secundaria sobre el comportamiento, por las vivencias de familiares y cercanos, y por otros elementos que aumentan y reducen las complejidades percibidas de la realización del comportamiento correspondiente. De este modo, entre mayor sea el soporte recibido por los individuos y menores sean las dificultades observadas, más alto será el control percibido sobre la conducta (Ajzen, 1987, 1991). Por tanto, puede percibirse como un elemento determinante y significativo de la intención emprendedora (Saucedo, 2018; Torres-Coronas y Vidal-Blasco, 2019).

Dada la amplia utilización de la TPB como modelo teórico para estudiar la intención emprendedora (Liñán y Fayolle, 2015; Nguyen, 2018), es que ha sido foco de diversas revisiones meta-analíticas encaminadas a sintetizar sus resultados. De ellas sobresale el meta-análisis de Schlaegel y Koenig (2014), quienes en su revisión de 98 estudios pudieron confirmar la robustez de la TPB para el estudio de la IE. Específicamente, los resultados mostraron que la mayor influencia sobre la intención emprendedora la ejercía el control percibido, seguido de la actitud hacia la conducta, mientras que la norma subjetiva, en cambio, tuvo un efecto fútil. Los

hallazgos son atinentes con la indagación del meta-análisis de Armitage y Conner (2001), en la cual la norma subjetiva explicó un 28% de la varianza de la IE. Y con el meta-análisis reciente de Zaremohzzabieh et al. (2019), quienes, después de la revisión de 31 investigaciones, concluyeron que el modelo TPB es efectivo para el estudio de los predictores de la IE.

2 Metodología

La investigación se define como un estudio de enfoque mixto de tipo secuencial que buscó, a través del uso de ambas orientaciones (cuantitativa y cualitativa), determinar los factores que inciden en la IE del estudiantado, con base en la revisión de los factores psicosociales propuestos por el modelo del Comportamiento Planificado de Ajzen (1991) y del rol de la enseñanza del emprendimiento. Las fases del proceso investigativo se muestran en la Figura 2.

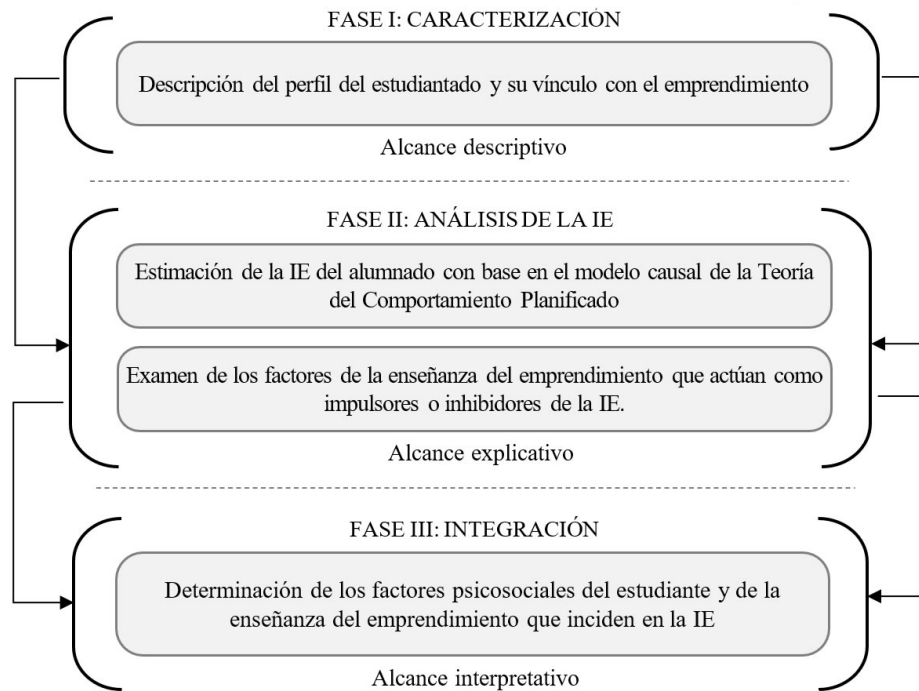


Figura 1. Fases del proceso de estudio

Fuente: elaboración propia.

La población está conformada por el estudiantado de dos cursos semestrales obligatorios de emprendimiento de una universidad pública de Chile. Se contempló el cálculo de un tamaño muestral (85 alumnos) representativo del total de estudiantes matriculados (97), lo que equivale a 88% del total de los educandos, un nivel de confianza de 95%, un 3.8% de error y un nivel de heterogeneidad de 50%.

Los estudiantes fueron seleccionados mediante un muestreo aleatorio simple. Primero, se contó con el listado de alumnos inscritos para ambos cursos, quienes, luego de ser seleccionados, fueron contactados para participar del estudio, asegurándoles la confidencialidad de la información recopilada.

Por su parte, los integrantes de las entrevistas fueron ocho estudiantes, cuya selección abarcó un tamaño sin necesidad de representatividad (muestreo de tipo intencional) y tuvo por finalidad comprender en profundidad aquellos factores de la enseñanza del emprendimiento que incrementan o disminuyen la IE. Cabe indicar que los participantes fueron entrevistados con base en su nivel de IE (ganans de emprender), tras el término de la materia de emprendimiento cursada.

Los datos del estudio fueron recopilados mediante la aplicación de una encuesta estandarizada y de una entrevista semiestructurada, durante el segundo semestre de 2020 y el primer semestre de 2021.

El instrumento usado para encuestar al alumnado se basó en el cuestionario de intención emprendedora de Galleguillos-Cortés et al. (2019). Todos los ítems del instrumento contaron con un formato de respuesta tipo Likert de 5 puntos (desde 1 = muy en desacuerdo hasta 5 = muy de acuerdo). La validación del instrumento se efectuó mediante el juicio de expertos, cuya selección se realizó con el método de agregación individual, en la que se recoge la información de los jueces personalmente, sin que estos se contacten entre sí (Cabero y Llorente, 2013) y de manera confidencial. Se les envió por correo electrónico una carta personalizada que explicó los propósitos de la evaluación, el objetivo del instrumento y los demás detalles contextuales. En total participaron cinco jueces expertos.

Para analizar el grado de acuerdo de los jueces y obtener el dictamen sobre la validez de contenido del cuestionario se utilizó la modificación del índice cuantitativo CVR (Content Validity Ratio) de Lawshe, propuesta por Tristan-López (2008). Esto, dada su efectividad para operar con un grupo reducido de expertos. Resultaron aceptables todos los ítems del instrumento, dado que su CVR fue superior a .58 (rango .8 a 1). Cabe destacar que, a partir de las observaciones efectuadas sobre los ítems evaluados, estos fueron posteriormente revisados, de acuerdo con los comentarios de los jueces.

Para el análisis de la intención de que los estudiantes cursando asignaturas de emprendimiento continúen un emprendimiento propio, se utilizó un modelo confirmatorio de ecuación estructural (SEM, Structural Equation Modeling) (Contreras et al., 2017; Galleguillos-Cortés et al., 2019; Oliveira et al., 2016). Los modelos de ecuaciones estructurales examinan las relaciones causales y no causales,

entre variables registradas como indicadores de medida de alguna variable latente o constructo (Padilla, Jorge, Montesinos y Juárez, 2011).

El modelo analizado con base en la TPB de Ajzen (1991) sostiene que la IE es influenciada por las variables latentes denominadas actitud personal (A), normas subjetivas (NS) y control conductual percibido (PBC). Igualmente, este factor y la IE son considerados predictores directos de la conducta (Saucedo, 2018). La Tabla 1 resume las variables latentes del Modelo de IE de Ajzen y sus diferentes interrelaciones.

Tabla 1. Modelo de Intención Emprendedora de Ajzen, variables e interrelaciones

Variable	Descripción
Deseabilidad percibida	Refleja la diferencia en las evaluaciones (después de considerar la información disponible) de los resultados de ser un trabajador por cuenta propia versus ser empleado en una organización. La intensidad de cada creencia conductual ponderada por la evaluación subjetiva de las posibles consecuencias inherentes a la ejecución de la conducta determina el atractivo percibido.
Norma social percibida	Significa la percepción de la presión de otras personas para ingresar en una carrera empresarial o para buscar un empleo en la organización. La intensidad de cada creencia normativa ponderada por la motivación para cumplir con el referente respectivo determina la presión social percibida.
Control conductual percibido	Se refiere al control percibido subjetivamente sobre el inicio y funcionamiento de un negocio propio y para lograr con éxito las tareas asociadas con un emprendedor. La intensidad de cada creencia de control ponderada por la potencia percibida del factor de control determina el control conductual percibido.

Fuente: elaboración propia con base en Weber (2011).

El modelo de ecuación estructural se compuso de la variable exógena correspondiente a la IE y tres endógenas, A, NS y PBC. Para cada variable latente se estimaron tres indicadores (total: 12 ítems). Todos los indicadores poseen una relación directa con las variables latentes a las que corresponden. Del modelo teórico propuesto para el estudio se derivan tres hipótesis relacionales entre cada uno de los factores del modelo de Ajzen (1991) con la intención emprendedora, además de las correlaciones entre las variables latentes:

- Hipótesis 1: La actitud hacia el emprendimiento influye de manera positiva y directa sobre la IE del estudiantado.
- Hipótesis 2: La norma subjetiva influye de manera positiva y directa sobre la IE del estudiantado.

- Hipótesis 3: El control conductual percibido influye de manera positiva y directa sobre la IE del estudiantado.

El poder explicativo y ajuste del modelo fue medido con la prueba de bondad de ajuste chi-cuadrado (χ^2), el error cuadrático medio de aproximación (RMSEA), el índice de ajuste comparativo (CFI), el coeficiente de Tucker-Lewis (TLI) y el índice CMIN/df.

Por otra parte, el examen de la entrevista se desarrolló mediante la tradicional técnica de análisis de contenido y de análisis del discurso (Onwuegbuzie, Dickinson, Leech y Zoran, 2011), complementado con el uso de mapas mentales.

Inicialmente, se realizó una transcripción natural de los relatos, desde donde se extrajeron los fragmentos claves del discurso que fueron posteriormente codificados. Luego, mediante el análisis temático transversal, se distinguieron categorías representativas de los relatos de los entrevistados en relación con los factores determinantes de la decisión por emprender y su conexión con la asignatura de emprendimiento cursada; a continuación, estas categorías se ordenaron en dimensiones para un mayor entendimiento respecto de su relevancia. Para el análisis interpretativo se optó por comenzar con una aproximación al discurso a nivel macro-estructural, identificando las categorías generales, seguir con un análisis más profundo y terminar con la detección de categorías comunes entre las respuestas de los participantes. Cabe destacar que, durante todo el proceso analítico, se intentó relacionar los discursos con el objetivo de la investigación y los resultados hallados de la fase cuantitativa. Es decir, se tuvo preocupación por comprobar el rol que desempeña el factor sobre la intención por emprender (impulsor o inhibidor).

Por último, queda indicar que el análisis de los datos cuantitativos se realizó mediante el software IBM SPSS AMOS (versión 24 para MS Windows) y el tratamiento de la información cualitativa se llevó a cabo a través del software Atlas.ti (versión 8 para MS Windows).

3 Análisis y resultados

3.1 Caracterización e Intención Emprendedora de los participantes

Los estudiantes encuestados fueron, predominantemente, mujeres (72%), que cursaban la carrera de ingeniería comercial (55%), menores de 22 años (73%), con renta máxima de CLP 1 050 000 (78%) y que contaban con experiencia laboral (80%). Además, en cuanto a su vínculo con el emprendimiento, se obtuvo que la mayoría no posee padres que sean dueños de empresas (74%), pero sí conocen a emprendedores (86%) (Tabla 2).

Tabla 2. Caracterización de la muestra de estudiantes (n = 85)

Variable	Segmento	Porcentaje
Carrera	Ingeniería en administración de empresas	44.7
	Ingeniería comercial	55.3
Género	Masculino	28.2
	Femenino	71.8
Edad	Menos de 21 años	43.5
	21 años	29.4
	Más de 21 años	27.1
Ingreso mensual hogar	Menos de CLP 350 000	17.6
	CLP 350 000 - 700 000	36.5
	CLP 700 001 - 1 050 000	23.5
	CLP 1 050 001 - 1 400 000	2.4
	CLP 1 400 001 - 1 750 000	8.2
	Más de CLP 1 750 000	11.8
Experiencia laboral	Sí	80.0
	No	20.0
Padres empresarios	Sí	25.9
	No	74.1
Conoce emprendedores	Sí	85.9
	No	14.1

Nota: CLP = Peso chileno.
Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, la IE del alumnado se examinó mediante tres preguntas de estudio vinculadas a la propensión por constituir una empresa, el deseo de ser un emprendedor y las ganas de crear su propia firma (Figura 3).



Figura 2. Intención emprendedora del estudiantado

Fuente: elaboración propia.

Los resultados mostraron que los discentes han pensado con seriedad en iniciar una empresa (79%), que harían todo lo posible por iniciar y dirigir su propio negocio

(73%) y que cerca de la mitad tiene como objetivo profesional convertirse en un emprendedor (52%). Esto último sería un indicativo de que el alumnado buscaría emprender (crear su propia empresa) en algún momento futuro, luego de ejercer por cierto tiempo su profesión.

3.2 Factores determinantes de la Intención Emprendedora

Para examinar la incidencia de los factores psicosociales determinantes de la IE se aplicó un modelo de ecuaciones estructurales conforme a la TPB de Ajzen. En concreto, se midió el efecto sobre la IE de las tres variables fundamentales: la actitud hacia el emprendimiento, una norma subjetiva de la presión social para llevar a cabo una conducta y el grado de control percibido del comportamiento (Tabla 3). Teóricamente se presume que cuanto más acentuados son estos tres factores, mayor es la probabilidad de que una persona emprenda (Ajzen, 1991).

Tabla 3. Cargas factoriales estandarizadas, probabilidades y varianzas del modelo

Constructo e indicador	Coefficientes estandarizados	Probabilidad	Varianzas
<i>Actitud (A)</i>			
+ Me atrae ser emprendedor	0.86	p < .001	0.20
+ Ser emprendedor es ventajoso	0.59	p < .001	0.58
+ Si pudiera, crearía mi empresa	0.78	p < .001	0.26
<i>Norma Social (NS)</i>			
+ Presión de familiares	0.66	p < .001	0.52
+ Presión de pares	0.73	p < .001	0.27
+ Presión de amigos	0.74	p < .001	0.34
<i>Control Percibido (PBC)</i>			
+ Confianza en cumplir las tareas	0.82	p < .001	0.21
+ Confianza en lograr las metas	0.86	p < .001	0.14
+ Confianza en superar obstáculos	0.84	p < .001	0.15
<i>Intención Emprendedora (IE)</i>			0.01
+ Me he propuesto crear una empresa	0.83	p < .001	0.24
+ Mi meta es convertirme en emprendedor	0.88	p < .001	0.23
+ Haré todo por crear mi empresa	0.87	p < .001	0.22
* Actitud	0.96	p < .001	0.60
* Norma social	0.11	p = .366	0.39
* Control percibido	-0.07	p = .542	0.36

Fuente: elaboración propia.

El análisis de las cargas factoriales estandarizadas revela que solo la actitud tiene un efecto positivo relevante sobre la IE ($\beta = 0.96$; $p < .001$) mientras que la norma

social ($\beta = 0.11$; $p = .37$) y el control conductual percibido ($\beta = -0.07$; $p = .54$) no mostraron ser estadísticamente válidos. Estos resultados confirman lo hallado por otros estudios aplicados en alumnos universitarios, en cuanto a la incidencia directa y significativa de la actitud por sobre las demás variables del modelo de Ajzen (Ayaviri et al., 2017; Contreras et al., 2017; Fini, Grimaldi, Marzocchi y Sobrero, 2012; Galleguillos-Cortés et al., 2019; Krauss, Bonomo y Volfovicz, 2018; Sabah, 2016; Saucedo, 2018).

Por otro lado, el análisis de los indicadores de las variables latentes mostró que todos son significativos destacando, en el caso de la Actitud (A), el deseo de ser emprendedor ($\beta = 0.86$; $p < .001$) y la disposición a emprender si se contara con las condiciones para hacerlo ($\beta = 0.78$; $p < .001$). Asimismo, en cuanto a la Norma Social (NS) destacó la presión de pares ($\beta = 0.73$; $p < .001$) y de amigos ($\beta = 0.74$; $p < .001$). En relación con el Control Percibido (PBC), todos los indicadores observados mostraron un efecto homogéneo y resultaron ser relevantes, develando la confianza del estudiante en cumplir las tareas ($\beta = 0.82$; $p < .001$), lograr las metas ($\beta = 0.86$; $p < .001$) y superar los obstáculos ($\beta = 0.84$; $p < .001$).

Por lo demás, se comprobó que el proponerse crear una empresa ($\beta = 0.83$; $p < .001$), convertirse en emprendedor ($\beta = 0.88$; $p < .001$) y contar con el ánimo de hacer todo por crear un negocio propio ($\beta = 0.87$; $p < .001$) constituyen indicadores determinantes de la IE (Figura 4).

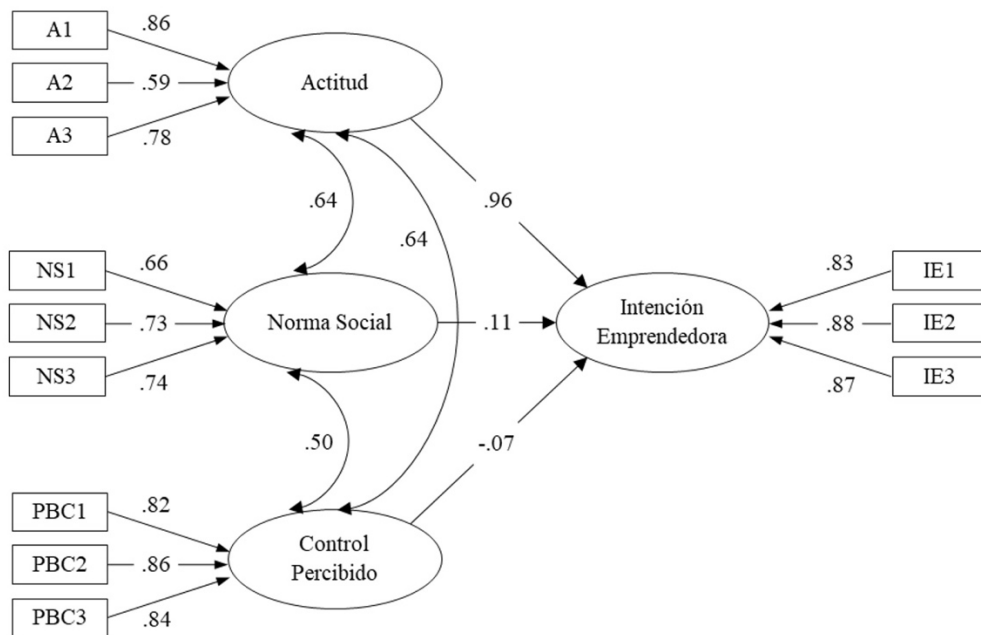


Figura 3. Coeficientes de regresión estandarizados y correlaciones del modelo
Fuente: elaboración propia.

De este modo, se esperaría que aquellos estudiantes que disponen de una actitud hacia el emprendimiento favorable muestren un impulso mayor por emprender, más allá de las presiones que puedan recibir de terceros o de las creencias propias que tenga sobre los recursos, las oportunidades y otros factores que pueden propiciar la conducta.

Por último, el ajuste del modelo propuesto estimado por las medidas de consistencia χ^2 , el CFI, TLI, el RMSEA y el índice CMIN/df desplegó, en general, resultados favorables ($\chi^2 [83] = 65.72$; $p < .001$; CFI = .95; TLI = .93 y CMIN/df = 1.73), demostrando que, en conjunto, el modelo presenta un ajuste global aceptable (Tabla 4).

Tabla 4. Medidas de bondad de ajuste del modelo SEM

Medida de bondad de ajuste	Criterio aceptable	Valores	Aceptabilidad obtenida
Estadístico de ratio de Verosimilitud		$\chi^2 = 65.72$	Bueno
Chi-cuadrado		$p < .01$	Significativo
Error de aproximación cuadrático medio (RMSEA)	$\leq .08$.09	Regular
Índice de Tucker Lewis (TLI)	$\geq .90$.93	Aceptable
Índice de ajuste comparativo (CFI)	$> .90$.95	Aceptable
Índice Chi-cuadrado/df (CMIN/DF)	< 5	1.73	Aceptable

Fuente: elaboración propia.

3.3 Incidencia de la enseñanza sobre la Intención Emprendedora

El examen del rol de la enseñanza del emprendimiento sobre la IE del estudiantado permitió identificar seis elementos determinantes que influyen en las ganas de emprender, todos vinculados mayormente al componente actitud hacia el emprendimiento y las dificultades percibidas de emprender. Ello sería indicativo de que la educación incide de manera positiva en la IE, toda vez que permita, junto con mejorar las competencias emprendedoras, incrementar el entendimiento de las actitudes y los valores asociados a emprender (Aldana-Rivera, Tafur-Castillo, Gil y Mejía, 2019; Vélez et al., 2020).

3.4 Elementos que aumentan la IE

Primero, la revisión de las opiniones de los estudiantes respecto a los factores que incrementan la IE, permitió confirmar que estos consideran que el aumento de la intención por emprender depende en gran medida de las estrategias de enseñanza

aplicadas por el profesorado. Los estudiantes coinciden en señalar que cuando el profesor muestra pasión e implementa prácticas de enseñanza que promueven el aprendizaje activo, genera efectos positivos en la IE. Así, cabría esperar mayor impacto en estudiantes de profesores que utilizan técnicas participativas, vinculadas al uso de estrategias activas y a una pedagogía más constructivista, tal como ha sido expuesto por otros autores (Lanero, Vázquez, Gutiérrez y García, 2011; van Ewijk, Oikkonen y Belghiti-Mahut, 2020).

Los resultados del análisis de contenido de las entrevistas fueron bastante homogéneos y afines a los atributos de la pedagogía emprendedora abordada por diferentes autores (Fayolle, 2013; Haara, Jenssen, Fossøy y Ødegård, 2016; Johansen, 2010; Morris y Liguori, 2018; Saldarriaga y Guzmán, 2018). En primer lugar, destacaron el factor “pasión y entusiasmo del docente”, el cual genera sentimientos y relaciones positivas con el profesor y con los demás compañeros. Los estudiantes consultados (EC) señalan que para que exista una transmisión sincera del deseo de emprender, el docente tiene que mostrar una actitud motivadora, tal como se aprecia en el relato del EC1: “que el profesor que dicte la cátedra haga las clases como enamorado de lo que está hablando, ya que así el alumno ve que es algo genial”; o del EC4: “la motivación, el entusiasmo con el cual se enseña”.

En segundo lugar, se mencionaron los “métodos activos de enseñanza docente” que contribuyen a desarrollar un aprendizaje efectivo basado en la experimentación, trabajo en equipo y búsqueda de soluciones a problemas reales, lo cual se puede evidenciar en los siguientes testimonios: EC6: “que cada técnica vista en clases [...] para iniciar un emprendimiento [...] se dé de manera práctica y aplicada a casos o situaciones reales”; EC5: “la búsqueda de nuevos desafíos o metas”; EC7: “encontrar oportunidades de negocio dentro del entorno común del diario vivir”; y EC2: “conocer realidades no la teoría, hacer un emprendimiento paso a paso pero práctico completar el modelo”.

En tercer lugar, resaltaron los “contenidos efectivos para emprender” que afectan la autoconfianza para convertirse en emprendedores. El aprendizaje de técnicas y herramientas consideradas efectivas para emprender otorga al estudiante la confianza de que posee los conocimientos necesarios para sacar adelante sus emprendimientos y, por tanto, constituyen fuentes de empoderamiento. En relación con esto, el EC3 señaló: “aplicar los modelos de negocios apropiados es una buena herramienta de aprendizaje”, lo que se complementa con lo expuesto por el EC5: “un aspecto importante [...] para emprender es analizar diferentes casos de emprendimientos. Lo importante es conocer diferentes productos con diferente segmentación para así experimentar un análisis constante del medio”; y los relatos del EC2: “aprender todo lo tributario siento que ahí si bien nos pasan eso en

contabilidad profundizar más en los impuestos, aprender cómo involucrarse en el sistema”; y EC6: “enseñar los pasos a seguir para registrar legalmente una marca y logo, o cómo hacer el trámite online para iniciar actividades comerciales”.

3.5 Elementos que disminuyen la IE

La revisión de las opiniones de los estudiantes respecto a los factores que disminuyen la IE, permitió develar la existencia de tres aspectos claves. Primero, las “metodologías pasivas de enseñanza” centradas en la utilización de métodos tradicionales, enfocados solo en la trasmisión de información unidireccional y en lo memorístico, lo que desmotiva la participación del alumnado y obstaculiza el desarrollo de competencias emprendedoras básicas como son análisis, reflexión, interpretación, entre otras.

De modo opuesto, la adopción de actividades prácticas experimentales puede estimular el interés y participación de los estudiantes, por lo que son consideradas como las mejores opciones para la enseñanza del emprendimiento (Olokundun et al., 2018). Esto se observa en los testimonios del EC7: “dedicar mucho tiempo a trabajar en análisis de modelos teóricos. Creo que en la práctica y bajo la experimentación el aprendizaje es más significativo”, y EC2: “las ganas de emprender disminuyen con los trabajos o tareas que no tienen mucho que ver con emprendimiento”.

Segundo, la “actitud negativa del estudiante” impacta de forma significativa e inversa su aprendizaje y desempeño (Andrade-Valles et al., 2018; Padua, 2019). Por lo tanto, el desinterés por emprender conlleva que el estudiante no se involucre activamente en el proceso formativo, y su aprendizaje no sea significativo. En esta línea resaltan los testimonios del EC1: “que el alumno no esté interesado en emprender”, y EC8: “creo que todo depende, sobre todo de la persona, para algunos puede ser bueno y para otros, malo”.

Y, tercero, la “presentación inapropiada de los riesgos de emprender”, que los hace dudar sobre su capacidad para crear y gestionar una nueva empresa (control conductual percibido). En este sentido, se denota la relevancia de tratar los contenidos de clases con un equilibrio adecuado, en el que se muestren los desafíos de emprender desde una perspectiva constructiva y motivante. Respecto de este factor destacan los testimonios del EC4: “cuando [...] se hace ver todo difícil, cuando muchas veces en la práctica no es así”, y EC8: “la información entregada por el curso [...] puede disminuir las ganas de emprender, porque se les hace complicado”

El diagrama presentado en la Figura 5 sintetiza los elementos determinantes de la enseñanza del emprendimiento que actúan como impulsores (métodos activos de enseñanza, pasión y entusiasmo docente, y contenidos efectivos para emprender) o inhibidores (metodologías pasivas de enseñanza, presentación inadecuada de los riesgos de emprender, y actitud negativa del alumnado) de la IE, y expone algunos de los principales testimonios del estudiantado.


En síntesis, de acuerdo con el testimonio de los estudiantes, los factores determinantes de la IE son de tipo actitudinal y pedagógico, destacando principalmente la predisposición a aprender del discente, las metodologías de enseñanza y la motivación del educador.

El examen global de estos resultados más lo obtenido de la aproximación cuantitativa confirma que la actitud hacia el emprendimiento es el factor de mayor incidencia sobre la IE, la cual, para desarrollarse de manera efectiva, debe ser inspiradora, contar con un académico que enseñe con pasión y entusiasmo (es un modelo de referencia) y cuente con un programa de clases que enfatice el aprendizaje experiencial y el uso de metodologías activas de enseñanza. También, los hallazgos develan que la configuración de las materias de emprendimiento debe considerar, junto con el refuerzo de las habilidades y competencias emprendedoras, la preparación de un conjunto de estrategias orientadas a generar una disposición favorable del alumnado hacia el emprendimiento, lo que involucra una presentación objetiva y equilibrada de las potencialidades y riesgos de emprender. Ello tendría una influencia positiva sobre la autopercepción de los estudiantes respecto de su capacidad emprendedora (control percibido sobre la conducta).

4 Conclusiones

De los resultados obtenidos, de su análisis y discusión se extraen las siguientes conclusiones: (1) Se confirma la utilidad de la TPB como modelo explicativo de la intención emprendedora. No obstante, es posible afirmar, de las hipótesis planteadas en la investigación, que solo la actitud hacia el emprendimiento influye de manera positiva y directa sobre la IE del estudiantado. La norma subjetiva y el control conductual percibido, aunque mostraron una relación directa, no fueron relevantes. (2) De acuerdo con la percepción de los estudiantes, los factores de la enseñanza del emprendimiento que resultan determinantes de la IE son de tipo actitudinal y pedagógico. Entre los elementos que impulsan la IE del alumnado destacan las metodologías activas de enseñanza, la pasión del docente y los contenidos del programa de estudio. Las variables inhibitorias son la predisposición desfavorable del estudiante a la enseñanza del emprendimiento, las metodologías tradicionales de enseñanza (métodos pasivos) y la presentación inapropiada de los riesgos de emprender. (3) La integración de los resultados obtenidos demuestra que la programación de los cursos de emprendimiento debe contemplar (y reforzar), además del contenido efectivo para el desarrollo de habilidades y competencias emprendedoras, un conjunto de estrategias orientadas a generar una disposición favorable del estudiantado hacia el emprendimiento.

Por otra parte, en cuanto a las limitaciones del estudio, es importante señalar que la investigación se realizó con una muestra pequeña de alumnos ($n < 200$) de un contexto particular (estudio de caso), por lo que los resultados no son, necesariamente, extrapolables a otros estudiantes o situaciones. Además, la técnica aplicada para la obtención de datos cualitativos fue la entrevista, que solo permitió la descripción de los factores de interés desde una perspectiva individual, lo que limitó la obtención de una visión conjunta e interactiva entre participantes.

Finalmente, existen ciertas líneas de investigación que pudieran aportar y complementar lo expuesto en este estudio. Desde una perspectiva cuantitativa, resulta interesante complementar el trabajo con la examinación de otras variables, que comprendan el escrutinio de los rasgos de personalidad del estudiante y del ecosistema emprendedor en que está inserto. También se puede duplicar este estudio con la finalidad de contrastar los hallazgos obtenidos. Por lo demás, se podrían realizar estudios de alcance longitudinal que permitan estudiar en profundidad el proceso por el cual los potenciales emprendedores se convierten en verdaderos emprendedores. Esto es, indagar qué estudiantes efectivamente lograron llevar a cabo sus ideas y crear sus propias empresas, lo que posibilitaría comprender mejor cómo promover la transformación de la intención en acción real. 

Referencias

- Ajzen, I. (1987). Attitudes, Traits and Actions: Dispositional Prediction of Behaviour in Social Psychology. *Advances in Experimental Social Psychology*, 20, 63. doi:10.1016/S0065-2601(08)60411-6
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-T
- Ajzen, I. & Albarracín, D. (2007). *Predicting AND Changing Behavior: A Reasoned Action Approach. Prediction and Change of Health Behavior: Applying the Reasoned Action Approach.* doi:10.4324/9780203838020
- Aldana-Rivera, E., Tafur-Castillo, J., Gil, I. y Mejía, C. (2019). Práctica pedagógica de emprendimiento en docentes de educación superior en Institución Educativa Universitaria de Barranquilla. *Revista AVFT*, 38(2), 9-18. Recuperado a partir de http://www.revistaavft.com/images/revistas/2019/avft_2_2019/2practica_pedagogica_emprendimiento.pdf
- Andrade-Valles, I., Facio-Arciniega, S., Quiroz-Guerra, A., Alemán-de la Torre, L., Flores-Ramírez, M. y Rosales-González, M. (2018). Actitud, hábitos de estudio y rendimiento académico: Abordaje desde la teoría de la acción razonada.

Enfermería Universitaria, 15(4), 342-351. doi: 10.22201/eneo.23958421e.2018.4.533

- Araya-Pizarro, S. (2021). Influencia de la educación emprendedora sobre la intención de emprender del alumnado universitario. *Revista Educación*, 45(2), 1-17. doi:10.15517/revedu.v45i1.43748
- Armitage, C. J. & Conner, M. (1999). The theory of planned behaviour: Assessment of predictive validity and “perceived control”. *British Journal of Social Psychology*, 38(1), 35-54. doi:10.1348/014466699164022
- Armitage, C. J. & Conner, M. (2001). Efficacy of the Theory of Planned Behaviour : A Meta-Analytic Review E Y cacy of the Theory of Planned Behaviour : A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, (40), 471-499. doi:10.1348/014466601164939
- Ayaviri, A., Saucedo, H., Poveda, J. C. y Mariano, A. M. (2017). Uso de Ecuaciones Estructurales en la Intención Emprendedora de los Estudiantes Universitarios Bolivianos: Caso de la Universidad San Francisco Xavier de Chuquisaca. *Congreso internacional de Administração: Conhecimento a Alavanca do Desenvolvimento*, 1-12.
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Batool, H., Rasheed, H., Malik, M. I. & Hussain, S. (2015). Application of partial least square in predicting e-entrepreneurial intention among business students: evidence from Pakistan. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2015(4), 6. doi:10.1186/s13731-015-0019-3
- Buli, B. M. & Yesuf, W. M. (2015). Determinants of entrepreneurial intentions: Technical-vocational education and training students in Ethiopia. *Education + Training*, 57(8/9), 891-907. doi:10.1108/ET-10-2014-0129
- Cabero, J. y Llorente, M. (2013). La aplicación del juicio de experto como técnica de evaluación de las tecnologías de la información y comunicación (TIC). *Eduweb*, 7(2), 11-22. Recuperado a partir de <http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/eduweb/v7n2/art01.pdf>
- Contreras, F., Espinosa, J. C., Soria, K., Portalanza, A., Jáuregui, K. & Omaña, J. A. (2017). Exploring entrepreneurial intentions in Latin American university students. *International Journal of Psychological Research*, 10(2), 46. doi:10.21500/20112084.2794
- Doanh, D. C. & Bernat, T. (2019). Entrepreneurial self-efficacy and intention among Vietnamese students: A meta-analytic path analysis based on the theory of planned behavior. *Procedia Computer Science*, 159, 2447-2460. doi:10.1016/j.procs.2019.09.420
- Eagly, A. H. & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. San Diego: Harcourt Brace Jovanovich College. doi:10.16309/j.cnki.issn.1007-1776.2003.03.004

- Eyel, C. S. & Vatansever Durmaz, İ. B. (2019). Entrepreneurial Intentions of Generation-Z: Compare of Social Sciences and Natural Sciences Undergraduate Students at Bahçeşehir University. *Procedia Computer Science*, 158, 861-868. doi:10.1016/j.procs.2019.09.124
- Fayolle, A. (2013). Personal views on the future of entrepreneurship education Personal views on the future of entrepreneurship education. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(7-8), 692-701. doi:10.1080/08985626.2013.821318
- Fayolle, A. & Klandt, H. (2006). International Entrepreneurship Education: Issues and newness. In A. Fayolle & H. Klandt (Eds.), *International Entrepreneurship Education: Issues and Newness*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited. doi:10.4337/9781847201652.00006
- Fini, R., Grimaldi, R., Marzocchi, G. L. & Sobrero, M. (2012). The Determinants of Corporate Entrepreneurial Intention Within Small and Newly Established Firms. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 36(2), 387-414. doi:10.1111/j.1540-6520.2010.00411.x
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (2010). *Predicting Changing Behavior. The Reasoned Action Approach*. Nueva York: Psychology Press.
- Galleguillos-Cortés, C., Escobar-Burgos, B. y Hurtado-Cailly, R. (2019). Predictores de la Intención Emprendedora en Alumnos de Pregrado: Un Modelo Basado en Ecuaciones Estructurales. *Formación universitaria*, 12(1), 83-94. doi:10.4067/s0718-50062019000100083
- García-Rodríguez, F. J., Gil-Soto, E., Ruiz-Rosa, I. & Sene, P. M. (2015). Entrepreneurial intentions in diverse development contexts: a cross-cultural comparison between Senegal and Spain. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(3), 511-527. doi:10.1007/s11365-013-0291-2
- Garo, E., Kume, V. & Basho, S. (2015). Determinants of Entrepreneurial Intention among University Students: Case of Albania. *Multidisciplinary Journal for Education, Social and Technological Sciences*, 2(2), 176-190. doi:10.4995/muse.2015.3691
- González, M. H., Valantine, I., Pérez, C., Aguado, S., Calabuig, F. y Crespo, J. J. (2016). La influencia del género y de la formación académica en la intención de emprender de los estudiantes de ciencias de la actividad física y el deporte. *Intangible Capital*, 12(3), 357-389. doi:10.3926/ic.476
- Haara, F. O., Jenssen, E. S., Fossøy, I. & Ødegård, I. K. R. (2016). The ambiguity of pedagogical entrepreneurship—the state of the art and its challenges. *Education Inquiry*, 7(2), 183-210. doi:10.3402/edui.v7.29912
- Hernández, E. y González, J. (2011). Modelo de ecuación estructural que evalúa las relaciones entre el estatus cultural y económico del estudiante y el logro educativo. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 13(2), 188-203.

Recuperado a partir de <http://redie.uabc.mx/vol13no2/contenido-hernandezglezmontesinos.html>

- Jena, R. K. (2020). Measuring the impact of business management Student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study. *Computers in Human Behavior, 107*(2020). doi:10.1016/j.chb.2020.106275
- Johansen, V. (2010). Entrepreneurship education and entrepreneurial activity. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 9*(1), 74-85. doi:10.1504/IJESB.2010.029507
- Kolvereid, L. & Isaksen, E. (2006). New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of Business Venturing, 21*(6), 866-885. doi:10.1016/j.jbusvent.2005.06.008
- Krauss Delorme, C., Bonomo Odizzio, A. y Volfovicz León, R. (2018). Modelo predictivo de la intención emprendedora universitaria en Latinoamérica. *Journal of technology management & innovation, 13*(4), 84-93. doi:10.4067/s0718-27242018000400084
- Krueger, N. F. & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice, 91*-104. doi:10.2139/ssrn.1505244
- Krueger, N. F., Reilly, M. D. & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing, 15*(5), 411-432. doi:10.1016/S0883-9026(98)00033-0
- Lanero, A., Vázquez, J., Gutiérrez, P. y García, M. (2011). Evaluación de la conducta emprendedora en estudiantes universitarios: implicaciones para el diseño de programas académicos. *Pecunia, 12*, 219-243. doi: 10.18002/pec.v0i12.623
- Liñán, F. & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal, 11*(4), 907-933. doi:10.1007/s11365-015-0356-5
- Maluk Salem, O. (2014). Variables explicativas de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios y la importancia de la materia emprendimiento como un factor. *Compendium, 1*(1), 62-85. Recuperado a partir de <http://www.revistas.espol.edu.ec/index.php/compendium/article/view/8/13>
- Mandakovic, V. y Serey, T. (2016). *GEM, Reporte Nacional de Chile 2016*. Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo. Recuperado a partir de http://negocios.udd.cl/gemchile/files/2017/07/REPORTE-2016-UDD_baja.pdf
- Mandakovic, V. y Serey, T. (2017). *GEM, Reporte Nacional de Chile 2017*. Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo. Recuperado a partir de https://negocios.udd.cl/gemchile/files/2018/06/GEM_2017_final.pdf

- Martínez, G. y Campos, J. (2014). La intención emprendedora en estudiantes universitarios: el Caso de la Universidad de Deusto. *Boletín de Estudios Económicos*, *LXIX*(211), 151-172. Recuperado a partir de <https://www.bizkailab.deusto.es/wp-content/uploads/2014/06/Campos-AZANZA.pdf>
- Morris, M. & Liguori, E. (2018). Annals of Entrepreneurship Education and Pedagogy – 2016. *Annals of Entrepreneurship Education and Pedagogy- 2018*. Northampton: Edward Elgar. doi:10.4337/9781788114950
- Nguyen, C. (2018). Demographic factors, family background and prior self-employment on entrepreneurial intention - Vietnamese business students are different : why? *Nguyen Journal of Global Entrepreneurship Research*, *8*(1), 10.
- Oliveira, B. M. D. F., Vieira, D. A., Laguía, A., Moriano, J. A. & Salazar, V. J. (2016). Intenção empreendedora em estudantes universitários : adaptação e validação de uma escala (QIE). *Avaliação Psicológica*, *15*(2), 187–196. doi:10.15689/ap.2016.1502.07
- Olokundun, M., Moses, C., Iyiola, O., Ibidunni, S., Ogbari, M., Peter, F. & Borishade, T. (2018). The effect of non traditional teaching methods in entrepreneurship education on students entrepreneurial interest and business startups: A data article. *Data in Brief*, *19*, 16-20. doi:10.1016/j.dib.2018.04.142
- Oni, O. & Mavuyangwa, V. (2019). Entrepreneurial intentions of students in a historically disadvantaged university in South Africa. *Acta Commercii*, *19*(2), 1-7. doi:10.4102/ac.v19i2.667
- Onwuegbuzie, A. J., Dickinson, W. B., Leech, N. L. y Zoran, A. G. (2011). Un marco cualitativo para la recolección y análisis de datos en la investigación basada en grupos focales. *Paradigmas*, *3*(1), 127-157. Recuperado a partir de <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/3798215.pdf>
- Ozaralli, N. & Rivenburgh, N. K. (2016). Entrepreneurial intention: antecedents to entrepreneurial behavior in the U.S.A. and Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, *6*(1), 3. doi:10.1186/s40497-016-0047-x
- Padua, L. (2019). Factores individuales y familiares asociados al bajo rendimiento académico en estudiantes universitarios. *RMIE*, *24*(80), 173-195. Recuperado a partir de <http://www.scielo.org.mx/pdf/rmie/v24n80/1405-6666-rmie-24-80-173.pdf>
- Peng, Z., Lu, G. & Kang, H. (2012). Entrepreneurial Intentions and Its Influencing Factors: A Survey of the University Students in Xi'an China. *Creative Education*, *3*(8), 95-100. doi:10.4236/ce.2012.38B021
- Rezvanfar, A., Ghorbanian, M. & Shafiee, F. (2014). An investigation of the behaviour of agricultural extension and education engineering students in Tehran

- University towards employability. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 152, 65-69. doi:10.1016/j.sbspro.2014.09.155
- Sá, C. & Holt, C. (2019). Profiles of entrepreneurship students: implications for policy and practice. *Education + Training*, 61(2), 122-135. doi:10.1108/et-06-2018-0139
- Sabah, S. (2016). Entrepreneurial Intention: Theory of Planned Behaviour and the Moderation Effect of Start-Up Experience. In *Entrepreneurship - Practice-Oriented Perspectives*. doi:10.5772/65640
- Saldarriaga, M. E. y Guzmán, M. F. (2018). Enseñanza del emprendimiento en la educación superior: ¿Metodología o modelo? *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (85), 125-142. doi:10.21158/01208160.n85.2018.2054
- Saucedo, H. (2018). Medición de la intención de emprendedores universitarios empleando ecuaciones estructurales. *Revista Investigación y Negocios*, 11(18), 52-63. Recuperado a partir de http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v11n18/v11n18_a06.pdf
- 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. doi:10.1111/etap.12087
- Shapiro, A. & Sokol, L. (1982). The Social Dimensions of Entrepreneurship. *Encyclopedia of Entrepreneurship*, (1982), 72-90. doi:10.1093/oxfordhb/9780199546992.003.0019
- Soria-Barreto, K., Honores-Marin, G., Gutiérrez-Zepeda, P. & Gutiérrez-Rodríguez, J. (2017). Prior Exposure and Educational Environment towards Entrepreneurial Intention. *Journal of technology management & innovation*, 12(2), 45-58. doi:10.4067/S0718-27242017000200006
- Soria-Barreto, K., Zuñiga-Jara, S. y Ruiz-Campo, S. (2016). Educación e intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un caso de estudio. *Formación Universitaria*, 9(1), 25-34. doi:10.4067/S0718-50062016000100004
- Soria-Barreto, K., Zúñiga-Jara, S. y Ruiz, S. (2016). Determinantes de la intención emprendedora: Nueva Evidencia. *Interciencia*, 41(5), 325-330.
- Tarapuez, E. (2016). Factores que influyen en la Intención Empresarial de los estudiantes universitarios de Colombia del Departamento del Quindío (Colombia). *Visión de Futuro*, 20(2), 114-136. Recuperado a partir de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357947335004>
- Tarapuez, E., Guzmán, B. y Parra, R. (2018). Factores que determinan la intención emprendedora en América Latina. *Suma de Negocios*, 9(19), 56-67. doi:10.14349/sumneg/2018.v9.n19.a7

- Torres-Coronas, T. y Vidal-Blasco, M. A. (2019). La importancia del control conductual percibido como elemento determinante de la intención emprendedora entre los estudiantes universitarios. *Universidad & Empresa*, 21(37), 108-135. doi:10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6522
- Tristán-López, A. (2008). Modificación al modelo de Lawshe para el dictamen cuantitativo de la validez de contenido de un instrumento objetivo. *Avances en Medición*, 6, 37-48.
- van Ewijk, A., Oikkonen, E. & Belghiti-Mahut, S. (2020). Linking methods to outcomes: A multi-course mixed-method study of the effects of active and passive pedagogy on entrepreneurial intentions. *International Journal of Management Education*, 18(3), 1-16. doi:10.1016/j.ijme.2020.100420
- Vélez, C., Bustamante, M., Loor, B. y Afcha, S. (2020). La educación para el emprendimiento como predictor de una intención emprendedora de estudiantes universitarios. *Formación universitaria*, 13(2), 63-72. doi:10.4067/s0718-50062020000200063
- Weber, R. (2011). *Innovation und Entrepreneurship*. Berlín: Springer Gabler.
- Wingdes, I. (2018). Influence of Norms, Encouragement, and Self Confidence in Entrepreneurial Intention of Pontianak Students. *Cogito Smart Journal*, 3(2), 312-322.
- Zaremohzzabieh, Z., Ahrari, S., Krauss, S. E., Samah, A. B. A., Meng, L. K. & Ariffin, Z. (2019). Predicting social entrepreneurial intention: A meta-analytic path analysis based on the theory of planned behavior. *Journal of Business Research*, 96(June 2018), 264-276. doi:10.1016/j.jbusres.2018.11.030