

Educación para el emprendimiento y la intención de emprender

Bravo Bravo, Idilia Fernanda; Bravo Bravo, María Ximena; Preciado, Joffre Danny; Mendoza, Mariana

Educación para el emprendimiento y la intención de emprender

Revista Economía y Política, núm. 33, 2021

Universidad de Cuenca, Ecuador

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571165147008>

DOI: <https://doi.org/10.25097/rep.n33.2021.08>

La Universidad de Cuenca en Ecuador, conserva los derechos patrimoniales (copyright) de las obras publicadas, y favorece y permite la reutilización de las mismas bajo la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

Educación para el emprendimiento y la intención de emprender

Education for entrepreneurship and the intention enterprise

Idilia Fernanda Bravo Bravo

*Universidad Técnica de Esmeraldas, Luís Vargas Torres
sede Santo Domingo, Ecuador
idilia.bravo@utelvt.edu.ec*

 <https://orcid.org/0000-0002-8092-198X>

DOI: <https://doi.org/10.25097/rep.n33.2021.08>

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571165147008>

Maria Ximena Bravo Bravo

*Universidad Tecnológica Equinoccial sede Santo Domingo,
Ecuador
ximenabravo1989@gmail.com*

 <https://orcid.org/0000-0001-6922-8378>

Joffre Danny Preciado

*Universidad Técnica de Esmeraldas, Luís Vargas Torres
sede Santo Domingo, Ecuador
joffre.preciado@utelvt.edu.ec*

 <https://orcid.org/0000-0001-8300-5138>

Mariana Mendoza

*Universidad Tecnológica Equinoccial sede Santo Domingo,
Ecuador
mariamen0707@gmail.com*

 <https://orcid.org/0000-0002-1099-7153>

Recepción: 20 Noviembre 2020

Aprobación: 11 Enero 2021

RESUMEN:

La importancia atribuida al emprendimiento para el desarrollo económico de los países ha despertado interés en los formuladores de políticas socio económicas e investigadores. Desde el punto de vista académico se trata de dar respuesta a qué factores motivan e influyen en la actividad emprendedora, siendo la intención, un elemento clave para la comprensión del proceso de creación de nuevas empresas. Por tal motivo, el objetivo de este estudio es analizar la influencia de la educación empresarial y la experiencia laboral en la formación de la intención emprendedora de estudiantes universitarios. Se plantea un modelo de intención empresarial a partir de la teoría de la conducta planificada. Los resultados indican una influencia significativa de las capacidades empresariales percibidas sobre la intención emprendedora a través de la actitud hacia la conducta, la norma subjetiva y el control percibido; los conocimientos sobre emprendimiento influyen indirectamente a través del control percibido. La experiencia laboral influye positivamente en las capacidades empresariales percibidas y la educación en emprendimiento.

PALABRAS CLAVE: Intención emprendedora, educación empresarial, experiencia laboral, emprendimiento, teoría del comportamiento planificado.

ABSTRACT:

The importance attributed to entrepreneurship for the economic development of countries has aroused interest among formulators of socioeconomic policies and researchers. From the academic point of view, the aim is to respond to the factors that motivate and influence the entrepreneurial activity, being the intention, a key element for the understanding of the process of creation of new companies. For this reason, the objective of this study is to analyze the influence of business education and experience. The work of the company in the formation of the entrepreneurial intention of university students. A model of entrepreneurial intention is proposed from the theory of planned behavior. The results indicate a significant influence of perceived

entrepreneurial capabilities on entrepreneurial intent through attitude towards behavior, subjective norm and perceived control; knowledge about entrepreneurship influences indirectly through perceived control. Work experience positively influences perceived entrepreneurial capabilities and education in entrepreneurship.

KEYWORDS: entrepreneurial intention, entrepreneurial education, work experience, entrepreneurship, theory of planned behavior.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento ha generado gran interés en los investigadores, convirtiéndose en un campo de investigación científica en auge (Veciana, Aponte, & Urbano, 2005) debido a su aporte al desarrollo económico de los países, la generación de empleo (Kim, 2008; Bosma, et al., 2009), mejoramiento de la calidad de vida (Aguirre, et al., 2020) y el fomento de la innovación (Bosma & Levie, 2010). En este sentido, existen varios estudios sobre emprendimiento que intentan comprender qué motiva a las personas a crear sus propias empresas, cuáles son las características y comportamiento del emprendedor, qué factores influyen en la actividad emprendedora, entre otros aspectos. Sin embargo, la tarea no resulta fácil, como menciona Liñán & Santos (2006), “una de las dificultades del análisis de la potencialidad empresarial es que para desentrañarla se hace preciso realizar investigaciones multidisciplinares, que combinen además de los conocimientos de economía, conocimientos de otras ciencias sociales”.

En el marco de estudio del fenómeno de emprendimiento, la intención es considerada como un elemento clave para comprender el proceso de creación de nuevas empresas y lo que motiva a emprender (Bird, 1988). De acuerdo con Krueger, et al. (2000), las intenciones no solo ayudan a entender el proceso de creación de empresas, sino que, son el primer paso para la creación de una nueva empresa. Una de las teorías más utilizadas para medir la intencionalidad es la teoría de comportamiento planeado de Ajzen (1991). En este sentido, el objetivo de este estudio es analizar la influencia de la educación en emprendimiento y la experiencia laboral en la formación de la intención emprendedora de estudiantes universitarios.

El desarrollo del estudio se lleva a cabo en Ecuador, el país que durante el 2019 registra el Índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) más alto del grupo de denominado “economías de ingresos medios” (Lasio, et al. 2020). Los resultados de la investigación contribuirán a tener una perspectiva del comportamiento de los potenciales empresarios en un país con alto nivel de emprendimiento, con condiciones sociales, culturales, económicas y nivel de desarrollo diferente a los países donde se han desarrollado estudios similares.

El estudio se ha estructurado en cuatro partes. En la primera parte se realiza la revisión de la literatura, se definen las hipótesis y el modelo de intención empresarial a desarrollar; en la segunda parte se definirán los materiales y métodos a utilizar; como tercera parte, se presentan y analizan los resultados obtenidos; y, finalmente, se detallan las conclusiones a las que se ha llegado a partir de los resultados.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

Según Thornton (1998), el concepto del emprendedor fue introducido por primera vez por Cantillon (1755) en su obra *Essai sur la nature du commerce*, donde define emprendedor como el “agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto”. Sin embargo, fue Schumpeter (1912), quien utilizó por primera vez el término para referirse a la persona con ideas de negocios y que tiene la habilidad de ponerlas en práctica. La definición de emprendedor ha sido perfeccionada a través del tiempo, aunque no existe un consenso generalizado hasta la fecha. Como menciona Rodríguez & Jiménez (2005), algunos definieron al emprendedor como el hombre que toma el riesgo (Cantillon, Baudeau, Thunen, Bentham), otros como el trabajador superior (Say y Smith), unos



más como el sumamente inteligente (Cantillon, Quesnay, Baudeau y Turgot) y otros lo asociaron con el innovador (Smith, Bentham y Mangoldt).

A lo largo del tiempo, también se han introducidos términos como espíritu emprendedor, para referirse al emprendimiento. Cole (1959) define el espíritu emprendedor como “la actividad llena de propósitos de un individuo o de un grupo de individuos asociados, comprometidos a iniciar, mantener o agrandar una unidad de negocios que se oriente hacia la obtención de ganancias para la producción y distribución de bienes económicos o de servicios”. Por su parte Kirzner I. (1978) lo define como el estado de alerta hacia las oportunidades. Estado de alerta necesario para monitorear el entorno definido, por él como mercado, y aprovechar los beneficios y oportunidades que se presenten. Definiciones más actuales, como la de Mora et al. (2019), define el emprendimiento como “una mezcla de oportunidad, creatividad, innovación y liderazgo para crear valor a partir de una idea”. Otros autores consideran que el emprendimiento es un proceso. Según Morris (1998), el emprendimiento es un proceso mediante el cual las personas y grupo de trabajo crean valor con la finalidad de aprovechar las oportunidades del entorno. De igual manera, Kuratko (2009), define el emprendimiento como un proceso dinámico de visión, cambio y creación; para lo cual, se requiere de energía y pasión para la creación e implementación de nuevas ideas; voluntad para correr riesgos calculados; habilidad para formular un equipo empresarial; habilidad creativa; habilidad para construir planes de negocios sólidos y; visión para reconocer la oportunidad donde otros ven caos, contradicción y confusión. Una definición más amplia es la citada por Alemany, et al., (2011) donde define el espíritu emprendedor como “aquella forma de pensar, razonar y actuar vinculada y suscitada por la búsqueda y la persecución de una oportunidad”. Consideran que el resultado del espíritu emprendedor es la creación, mejora, realización y renovación de valor, entendiendo al valor en sentido más amplio, no solo económico, sino también social (Urbano & Toledano, 2008)

Dada la importancia del desarrollo del espíritu emprendedor han surgido muchas teorías para tratar de explicar este fenómeno desde varios enfoques: económico, psicológico, socio-cultural; unas con mayor y menor éxito que las otras (Alonso & Galve, 2008). Por tal motivo, Audretsch, et al., (2015) considera que un “paradigma ecléctico del espíritu empresarial” puede ser el enfoque más valioso para el futuro de este campo, considerando que el emprendimiento es un campo dinámico con una gran cantidad de teorías.

Uno de los enfoques más utilizado en la literatura, para comprender el proceso de emprender a través de las intenciones y las percepciones, es el cognitivo. Según el enfoque cognitivo todo lo que decimos o hacemos está influenciado por procesos mentales como la motivación, las percepciones y/o las actitudes (Krueger, 2003). A partir de estos procesos, las personas adquieren información, la almacenan, la transforman y la utilizan para realizar diferentes tareas, como tomar decisiones o resolver problemas; emprendedores potenciales y existentes capturan la influencia del entorno a través de sus motivaciones y percepciones, generando actitudes e intenciones que determinan comportamientos (Liñán, Urbano, & Guerrero, 2011). Entonces, se podría decir que, el emprendimiento es un proceso intencionado y un comportamiento planificado (Krueger, et al., 2000), siendo la intención un elemento clave para comprender el proceso de creación de nuevas empresas (Bird, 1988).

Las intenciones son concebidas como antecedentes inmediatos de la conducta real (Ajzen, 1991), se considera que entre mayor sea la intención mayor es la probabilidad que se lleve a cabo la acción (Liñán & Santos, 2006). Por tal motivo, los modelos basados en la intención ofrecen la oportunidad para avanzar en el conocimiento y la capacidad de predicción de la iniciativa empresarial (Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000). Entre los principales modelos de intencionalidad se encuentran el Modelo de la Conducta Empresarial de Shapero y Sokol (1982), la Teoría de la Conducta Planificada de Ajzen (1991), y el modelo de Krueger y Brazeal (2000), integrador de los dos anteriores. Nuestro estudio se centrará en la Teoría de la Conducta Planificada de Ajzen, por ser ampliamente aceptada y utilizada en la investigación del espíritu emprendedor (Liñán, Urbano & Guerrero, 2011).

Teoría de la Conducta Planificada

De acuerdo a la Teoría de la Conducta Planificada de Ajzen (1991), cuyo modelo se presenta en la Figura 1, la intención es la capacidad que tiene un individuo para poner en marcha sus ideas. Son factores motivacionales que influyen en el comportamiento, un indicador de qué tan fuerte es el deseo de las personas por realizar una acción y qué tanto esfuerzo ellos planean utilizar para alcanzar un desempeño determinado (Ajzen, 1991). La intención es un factor motivacional que impulsa a la acción o a cierto comportamiento por parte del individuo, en este caso, al emprendimiento. A su vez, el comportamiento viene determinado por sus intenciones, las mismas que dependen de la actitud, normas subjetivas y control percibido. Ajzen (1991) define estos factores de la siguiente manera: La *actitud* se refiere al grado en que los individuos hacen una valoración personal positiva o negativa hacia la conducta de ser emprendedores. Las *normas subjetivas* miden la presión social percibida para llevar a cabo o no la conducta de emprendimiento, es decir se refieren a la percepción de la aprobación de la decisión de emprender de personas de referencia. El *control percibido* sobre el comportamiento se refiere a la percepción sobre la facilidad o dificultad para llevar a cabo la conducta. Según Rodríguez & Prieto (2009):

El acto de emprender se da cuando las creencias del emprendedor acerca de su comportamiento personal –actitudes–, del grado de aprobación o desaprobación de la iniciativa en su contexto particular –normal subjetiva o social– y de la facilidad o dificultad percibida en su entorno –control de la conducta– se configuran de tal manera que lo comprometen con su objetivo y lo llevan, de la mera intención, a asumir un comportamiento específico que le permita alcanzar sus metas.

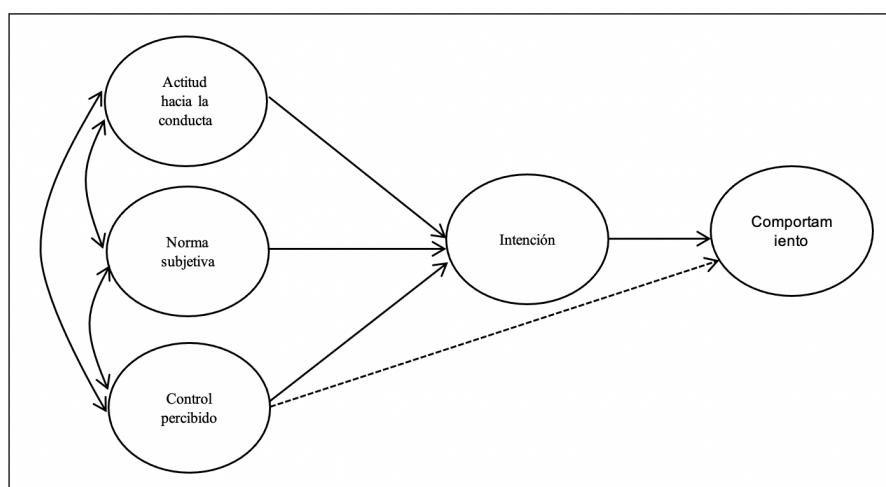


FIGURA 1.
Teoría de la Conducta Planificada
Ajzen (1991)

Según Ajzen (1991) la actitud hacia la conducta, las normas subjetivas y el control percibido tienen un alto nivel precisión sobre la intención y el comportamiento. Sin embargo, este modelo (Figura 1) ha sido adaptado por varios investigadores, algunos no consideran el constructo del control percibido, justifican su exclusión al escaso aporte a su investigación aunque, otros investigadores sí lo consideran relevante. Liñán & Santos (2006) describen la norma subjetiva como una forma específica de capital social y sugieren un efecto causal sobre la actitud hacia la conducta y el control percibido. Lo que lleva a plantear las siguientes hipótesis:

Hipótesis 1a: La actitud hacia la conducta influye positivamente en la intención de emprender de los estudiantes universitarios.

Hipótesis 1b: La norma subjetiva influye positivamente en la intención de emprender de los estudiantes universitarios.

Hipótesis 1c: El control percibido influye positivamente en la intención de emprender de los estudiantes universitarios.

Hipótesis 2a: La norma subjetiva influye positivamente en la actitud hacia la conducta.

Hipótesis 2b: La norma subjetiva influye positivamente en el control percibido.

Educación en emprendimiento

La literatura resalta la importancia de la educación emprendedora para incrementar la intención de emprender, ya que mejora las capacidades percibidas, conocimientos y actitudes de los individuos (Asimakopoulos et al., 2019). Estudios previos sobre la influencia de la educación empresarial en la intención de emprender son ambiguos, algunos investigadores encuentran una relación positiva y otros, una relación negativa. Así por ejemplo, Aboobaker & Renjini (2020) encontraron que la formación y la educación empresarial son eficaces para obtener un resultado importante de la intención empresarial a nivel estudiantil.

Los resultados obtenidos por Shahid & Ahsen (2021) revelan que el impacto de la educación empresarial con respecto a la intención empresarial es mayor para los estudiantes con una mayor necesidad de logro académico que para aquellos con una necesidad de logro académico más baja.

De igual manera, Ndofirepi (2020) encontró que la variable educación emprendedora tuvo una relación positiva y estadísticamente significativa con la necesidad de logro, la propensión a asumir riesgos, el locus de control interno y las intenciones de emprender. Un estudio desarrollado por Souitaris, et al. (2007) comprueba el efecto de los programas de emprendimiento en las actitudes e intenciones emprendedoras de los estudiantes de ciencias e ingeniería.

Por su parte Hoang, et al. (2020) encontró que la educación en emprendimiento afecta positivamente las intenciones emprendedoras y esta relación está mediada por la orientación al aprendizaje y la autoeficacia. En Ecuador se han encontrado dos estudios: el primero, realizado por Vélez, et al. (2020) donde afirma que la educación emprendedora por sí sola no tiene incidencia significativa sobre la intención emprendedora, sin embargo, permite mejorar competencias emprendedoras y potenciar algunas habilidades prácticas administrativas, el entendimiento de las actitudes, y los valores asociados al espíritu emprendedor. El segundo estudio, elaborado por Astudillo, et al., (2019) encontró que las percepciones de los estudiantes en su intención de emprender no varía significativamente después de recibir la cátedra de emprendimiento. Otros estudios encontraron una relación negativa (Issa & Tesfaye, 2020; Oosterbeek, et al., 2010). Sin embargo, de acuerdo a una investigación desarrollada por Lorz, Müller, & Volery (2011) sobre el impacto de la educación en el emprendimiento arrojó que, de 41 artículos analizados, 33 encontraron un impacto positivo, 6 con resultados mixtos y 2 con resultados negativos, lo que confirmaría la fuerte incidencia de la educación empresarial en el emprendimiento.

No obstante, a pesar de ser un tema de interés, son pocos los estudios que miden la influencia de educación emprendedora en la intención de emprender, lo que motiva esta investigación. Por lo antes expuesto, el presente estudio pretende medir la relación entre la educación emprendedora y la intención empresarial y, de manera indirecta, a través de la actitud hacia conducta, la norma subjetiva y el control percibido.

Se evaluarán las capacidades empresariales específicas percibidas y los conocimientos sobre emprendimiento empresarial recibidos en la Universidad, basándose en la encuesta de Liñán & Yi-Wen (2009), un cuestionario ampliamente utilizado en la literatura sobre intención empresarial. Las capacidades empresariales específicas que se identifican en el estudio son: la capacidad para la detección de oportunidades, creatividad, resolución de problemas, liderazgo y capacidad de comunicación, desarrollo de nuevos productos y servicios, y establecimiento de relaciones y contactos profesionales. Con relación a los conocimientos empresariales se identificará: la educación recibida para poner en marcha proyectos de emprendimiento, entender el papel de los emprendedores en la sociedad, iniciar un negocio en el futuro y asumir riesgos. Se plantean las siguientes hipótesis:

Hipótesis 3a: Las capacidades empresariales percibidas tienen un impacto positivo en la actitud hacia la conducta.

Hipótesis 3b: Las capacidades empresariales percibidas tienen un impacto positivo en la norma subjetiva.

Hipótesis 3c: Las capacidades empresariales percibidas tienen un impacto positivo en el control de la conducta.

Hipótesis 3d: Las capacidades empresariales percibidas tienen un impacto positivo en la intención de emprender.

Hipótesis 4a: La percepción de la educación empresarial recibida tiene un impacto positivo en la actitud hacia la conducta.

Hipótesis 4b: La percepción de la educación empresarial recibida tiene un impacto positivo en la norma subjetiva.

Hipótesis 4c: La percepción de la educación empresarial recibida tiene un impacto positivo en el control de la conducta.

Hipótesis 4d: La percepción de la educación empresarial recibida tiene un impacto positivo en la intención empresarial.

Variables sociodemográficas

Las variables sociodemográficas son muy utilizadas en algunos modelos para medir la intención empresarial o como variables de control. En este caso, se utilizará la variable “experiencia laboral”, debido a que, varios estudios han encontrado que muchos de los emprendedores inician sus empresas después de haber trabajado en alguna empresa (Hsieh, 2016; Lazear, 2005; Gompers, et al., 2005; Lou P., et al., 2010).

Según Schlepphorst, et al., (2020) las características ambientales específicas a las que están expuestos los empleados afectan positivamente el desarrollo de habilidades y la ampliación de sus redes de contacto, esto aumenta su probabilidad de emprender. En este estudio se plantea cómo la experiencia laboral influye indirectamente a la intención de emprender a través de las capacidades empresariales percibidas y en la educación empresarial, tal como se detalla en las siguientes hipótesis:

Hipótesis 5a: La experiencia laboral influye positivamente en las capacidades empresariales percibidas.

Hipótesis 5b: La experiencia laboral influye positivamente en la educación empresarial recibida en la universidad.

Tomando como referencia el modelo de la teoría del comportamiento planificado e incluyendo las variables de educación emprendedora y sociodemográfica, se plantea el modelo que se detalla en la Figura 2.

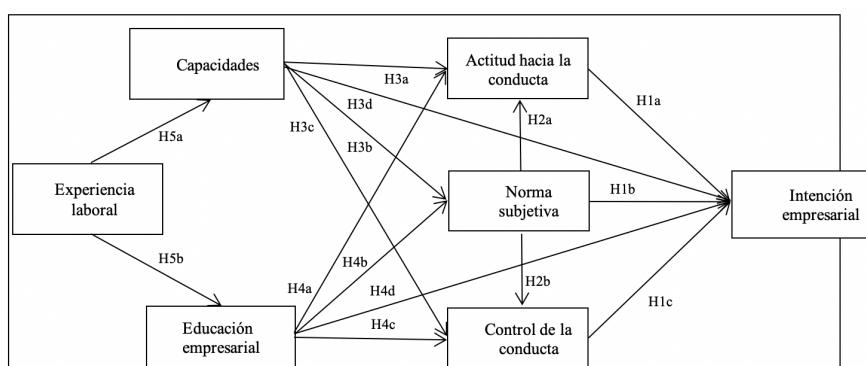


FIGURA 2.
Modelo de la teoría del comportamiento planificado
capacidades y educación empresarial y experiencia laboral
 Los autores

MATERIALES Y MÉTODOS

Este estudio forma parte de un grupo de investigaciones que analiza cómo el capital social cognitivo, la educación empresarial y ciertas variables socio - demográficos influyen en la intención empresarial.

Muestra

El estudio se enfocó en una muestra de estudiantes universitarios, este tipo de muestra es ampliamente utilizada para la investigación sobre emprendimiento (Liñán & Chen, 2007; Fayolle & Gailly, 2005; Veciana & Aponte, 2005; Krueger, 2000), ya que los jóvenes universitarios muestran la mayor propensión hacia la puesta en marcha de una empresa según Reynolds (2005). Para el análisis se ha seleccionado como muestra los estudiantes de la carrera de Ingeniería de Empresas de la Universidad Tecnológica Equinoccial, Sede Santo Domingo. No se estableció ningún tipo de muestreo, se decidió hacer las encuestas a toda la población estudiantil, compuesta por 256 estudiantes (37% hombres y 63% mujeres). De los cuales respondieron 245 alumnos, 19 encuestas fueron desechadas por incoherencias o estar parcialmente contestadas, por lo que finalmente, la muestra está compuesta por 226 estudiantes. Sin embargo, para efectos de este estudio en particular, la muestra se limitó a estudiantes de cuarto a octavo nivel, tal como se detalla en la Tabla 1.

TABLA 1.
Ficha técnica de la investigación

Ámbito	Santo Domingo, Ecuador (Universidad Tecnológica Equinoccial)
Universo	138 estudiantes matriculados de primero a octavo nivel en la carrera de Ingeniería de Empresas.
Tamaño de la muestra	122 estudiantes matriculados de cuarto a octavo nivel de la carrera de Ingeniería de Empresas.
Error muestral	Se utilizó un nivel de confianza teórico de 95% de dos sigmas y $P = Q$, el error muestral es de $\pm 2,2\%$
Diseño muestral	Se cubrió un 88% del total de la población, respetando la proporcionalidad de los datos en cuanto a sexo y nivel académico.

Los autores

La edad promedio de la muestra es de 23 años, el mayor porcentaje de estudiantes son mujeres, tal como se detalla en la Tabla 2.

TABLA 2.
Características de la muestra

Variable	Estudiantes (%)
Edad Menos de 20 años Entre 20 y 25 años Entre 26 y 35 años Mas de 35 años	3% 84% 11% 1%
Sexo Hombre Mujer	39,3% 60,7%
Nivel académico Cuarto Quinto Sexto Séptimo Octavo	19,7% 15,6% 15,6% 22,9% 26,2%

Los autores



Recopilación de la información

Como menciona Liñán et al., (2011) y Liñán & Yi-Wen (2009) uno de los problemas en investigación de la intención emprendedora es la falta de uniformidad en los instrumentos de medición. Por tal motivo, para la recolección de la información se utilizó la versión 3.0 del Cuestionario de Intenciones Emprendedoras propuesto por Liñán & Yi-Wen (2009). Como indica su autor, el cuestionario de intenciones empresariales ha sido desarrollado en base a la literatura y diseñado específicamente para permitir su validación estadística (Liñán & Santos, 2006).

Para medir los cuatro constructos que conforman la teoría de la conducta planificada de Ajzen se han utilizado veinte indicadores o ítems, distribuidos de la siguiente manera: actitud hacia la conducta (A2 invertida, A10, A12 invertida, A15 y A18), norma subjetiva (A3, A8 y A11), control de la conducta (A1, A5 invertida, A7, A14, A16 invertida y A20), intención de emprender (A4, A6, A9 invertida, A13, A17 y A19 invertida).

Para el análisis del capital humano se han considerado dos constructos, el uno relacionado con las capacidades, medido por seis ítems (D1-D6) y el otro relacionado con la formación que incluye cuatro ítems (F1-F4).

De igual manera se incluyeron preguntas sobre información personal como sexo, edad, experiencia laboral, familiares empresarios, ocupación y nivel de estudios de los padres, lugar de nacimiento, entre otras que se detallan más ampliamente en los anexos.

La aplicación del cuestionario se realizó mientras los estudiantes estaban en clases con la autorización del docente y previa explicación sobre el objetivo y temática del estudio.

Tabulación de la información

Considerando que se trata de un modelo de ecuaciones estructurales se utilizaron dos paquetes estadísticos, SPSS versión 20 y SPSS AMOS versión 21.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para la obtención de los resultados se desarrolló el análisis factorial con la finalidad de: 1) determinar la correlación entre las variables y 2) eliminar aquellas que no carguen en el factor esperado y/o con una communalidad inferior a 0.60. Se entiende por análisis factorial al método multivariante que pretende expresar . variables observables como una combinación lineal de . variables hipotéticas o latentes, denominadas factores (Cuadres, 2014). Hay dos tipos de análisis factorial, exploratorio y confirmatorio. En este caso, es un tipo de análisis factorial confirmatorio (AFC). Una característica esencial del AFC es que el investigador debe concretar de antemano todos los aspectos relevantes del modelo, qué factores y qué indicadores (ítems) forman el modelo, si existe o no relación entre los factores (Arias, 2008). Las ventajas de este tipo de modelos es que permiten proponer el tipo y dirección de las relaciones entre las variables que por lo general vienen fundamentadas por una teoría (Ruiz, Pardo, & San Martín, 2010)

Para el desarrollo del estudio se ingresaron los 20 ítems de A (Actitud, Norma, Control e Intención), los seis ítems de D (Capacidades específicas percibidas) y los cuatro ítems de F (Educación empresarial). El método de extracción utilizado es el de componentes principales y el método de rotación el de Varimax. Una vez realizada la factorización del modelo se eliminaron los ítems: A4, A8, A12, A18, D1, D6 y F4. Todos los ítems cargan en el factor esperado a excepción del ítem A20, el cual carga en el factor 1 y 5, pero su mayor carga factorial está en el factor 1, sin embargo, su comportamiento será observado durante el procesamiento y correlación de los datos.

Para determinar si el análisis factorial es aplicable a los datos se suelen hacer dos tipos de pruebas estadísticas, la medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) y la prueba de esfericidad de Bartlett. La medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) presenta los valores normalizados (entre 0 y 1) y muestra la proporción común de la varianza entre las variables observadas o la proporción de factores comunes (Lengler, 2012). En este caso, el KMO es de 0,915 que indica que existe una excelente adecuación muestral del modelo. La prueba de esfericidad de Bartlett evalúa la aplicabilidad del análisis factorial de las variables estudiadas. Los valores superiores a 0,100 indican que su aplicabilidad no es adecuada y la hipótesis nula no puede ser rechazada (Hair, et al., 2010). En el presente estudio, la prueba de esfericidad de Bartlett es inferior a 0,0001, lo que sugiere que el análisis factorial es adecuado para el tratamiento de los datos. La varianza total explicada es de 76,666%. Para el análisis de los modelos de ecuaciones estructurales se utiliza el paquete estadístico SPSS AMOS. Los constructos se definirán de acuerdo con los ítems y factores analizados anteriormente.

A partir del análisis factorial se obtuvieron los siguientes resultados que se resumen en la Tabla 3.

TABLA 3.
Análisis factorial matriz de componentes rotados y communalidades

Ítems	Factor						Comunalidades
	1	2	3	4	5	6	
CC A1	,762						,764
AC A2Rev				,839			,860
NS A3						,857	,823
CC A5Rev	,779						,824
IE A6		,745					,644
CC A7	,729						,720
IE A9Rev		,828					,810
AC A10				,796			,805
NS A11						,856	,833
IE A13		,798					,763
CC A14	,727						,744
AC A15				,845			,838
CC A16Rv	,685						,639
IE A17		,823					,785
IE A19Rev		,816					,801
CC A20	,721				,463		,776
CP D2			,798				,748
CP D3			,741				,674
CP D4			,789				,699
CP D5			,746				,720
EducF01					,783		,821
EducF02					,805		,742
EducF03					,798		,801
Alfa de Cronbach	,918	,920	,855	,900	,842	,781	

Los autores

En términos generales, se puede observar una carga factorial alta y un alfa de cronbach de los factores superior a 0.70. Los ítems se cargaron en los factores esperados a excepción del A20, pero su mayor carga

factorial se encuentra en el factor 1. La composición de los factores quedaría de la siguiente manera: control de la conducta (Factor 1); intención empresarial (Factor 2); capacidades (Factor 3); actitud hacia la conducta (Factor 4); educación emprendedora (Factor 5) y norma subjetiva (Factor 6). Una vez definidos los factores que conformaran el modelo, se procedió a realizar el ingreso de los datos al paquete estadístico SPSS AMOS. En el diseño del modelo se establecieron algunas correlaciones entre las variables, las mismas que se justifican por la similitud y complementariedad entre los ítems; en el caso del control de la conducta - actitud hacia la conducta existen estudios previos y en el mismo modelo planteado por Ajzen (1991) consta la correlación entre estas variables.

En la Tabla 4 se resumen los resultados de los índices de bondad de ajuste del modelo que indican su viabilidad.

**TABLA 4.
Indicadores de bondad de ajuste del modelo**

Tipo de ajuste	Medidas	Nomenclatura	Nivel de aceptación	Resultados obtenido
Global	Ratio de verosimilitud Chi-cuadrado	CMIN	p>0,05	0,165
	Índice de bondad del ajuste	GFI	>0,90	0,924
	Error de aproximación cuadrático medio	RMSEA	<0,08	0,021
Incremental	Índice de Tucker-Lewis	TLI	>0,90	0,993
	Índice de ajuste normal	NFI	>0,90	0,937
	Índice corregido de bondad del ajuste	AGFI	>0,90	0,899
	Índices de ajuste comparativo	CFI	>0,90	0,994
	Índice de ajuste incremental	IFI	>0,90	0,994
Parsimonia	Índice de calidad de ajuste de parsimonia	PGFI	Próximos a 1	0,696
	Índice de ajuste normado de parsimonia	PNFI	Diferencias 0,06 - 0,09	0,770

La clasificación de los indicadores se tomaron de Del Barrio García & Luque Martínez (2000) y además, se incluyeron los índices CFI e IFI considerados por Lengler (2012)

Para la contrastación de las hipótesis se utilizó la información proporcionada por los estimadores de regresión, se considera que la relación entre variables es significativa si la razón crítica es superior a 1,96 y la P<0,05.

TABLA 5.
Estimadores de los pesos de las regresiones

Relación entre variables		Estim.	ES	Razón Crítica	P	Estim. estándar	Hipótesis	
Intención empresarial	<--	Actitud hacia la conducta	0,21	0,05	3,89	***	0,29	Se acepta
Intención empresarial	<--	Control hacia la conducta	0,28	0,05	5,41	***	0,49	Se acepta
Intención empresarial	<--	Norma Subjetiva	0,03	0,04	0,74	0,46	0,05	Se rechaza
Actitud hacia la conducta	<--	Norma Subjetiva	0,18	0,07	2,46	0,01	0,22	Se acepta
Control hacia la conducta	<--	Norma Subjetiva	0,20	0,08	2,54	0,01	0,20	Se acepta
Actitud hacia la conducta	<--	Capacidades empresariales	0,25	0,08	3,13	0,00	0,30	Se acepta
Norma Subjetiva	<--	Capacidades empresariales	0,42	0,10	4,24	***	0,41	Se acepta
Control hacia la conducta	<--	Capacidades empresariales	0,37	0,09	4,12	***	0,35	Se acepta
Intención empresarial	<--	Capacidades empresariales	0,05	0,05	0,98	0,33	0,08	Se rechaza
Actitud hacia la conducta	<--	Educación en emprend.	0,02	0,05	0,32	0,75	0,03	Se rechaza
Norma Subjetiva	<--	Educación en emprend.	0,08	0,06	1,28	0,20	0,11	Se rechaza
Control hacia la conducta	<--	Educación en emprend.	0,18	0,05	3,36	***	0,24	Se acepta
Intención empresarial	<--	Educación en emprend.	-0,04	0,03	-1,56	0,12	-0,10	Se rechaza
Capacidades	<--	Experiencia laboral	0,43	0,11	4,08	***	0,29	Se acepta
Formación	<--	Experiencia laboral	1,37	0,12	11,75	***	0,63	Se acepta

Los autores

De acuerdo a los resultados se confirma la hipótesis H1a que establece una relación positiva entre la actitud hacia la conducta y la intención de emprender. Se rechaza la hipótesis H1b que indica que, la norma subjetiva influye positivamente en la intención de emprender de los estudiantes universitarios y se acepta la hipótesis H1c que señala la existencia de una relación positiva entre el control percibido y la intención de emprender. Se aceptan las hipótesis H2a y H2b que indican que la norma subjetiva influye positivamente en la actitud hacia la conducta y el control percibido respectivamente. Esto confirmaría lo planteado por Liñán et al. (2011), la norma subjetiva no se relaciona directamente con la intención de emprender, pero sí lo hace de manera indirecta a través de la actitud hacia la conducta y el control percibido.



Se confirman las hipótesis H3a, H3b, H3c que establecen un impacto positivo de las capacidades en la actitud hacia la conducta (H3a), hacia la norma subjetiva (H3b) y el control percibido hacia la conducta (H3c); se rechaza la hipótesis H3d, que considera que las capacidades empresariales percibidas tiene un impacto positivo en la intención empresarial. Es decir, las capacidades empresariales influyen en la percepción favorable o desfavorable de emprender, la percepción social de ser empresario y la facilidad o dificultad de iniciar un negocio. Con relación a los conocimientos generados a través de educación emprendedora, se confirma la hipótesis H4c donde se establece que, la percepción de la educación empresarial recibida en la universidad tiene un impacto positivo en el control de la conducta y se rechaza su relación con la actitud hacia la conducta (H4a), norma subjetiva (H4b) e intención empresarial (H4d). Los datos indican que la educación empresarial percibida tiene una relación con la percepción de viabilidad de la actividad empresarial (control de la conducta) y más no con la percepción de deseabilidad (actitud hacia la conducta, norma subjetiva).

Con respecto a la experiencia laboral, se confirma la hipótesis H5a y H5b que indica que la experiencia laboral influye positivamente en la percepción de las capacidades empresariales (H5a) y en la percepción sobre la formación empresarial recibida (H5b). Se corrobora la influencia de la experiencia laboral sobre la percepción que tienen los individuos en cuanto a sus capacidades y formación empresarial. Cabe indicar que, estudios previos indican que existe una relación entre la experiencia laboral y la intención empresarial (Moriano, et al. 2006). En la Figura 3 se incluyen las relaciones positivas de este modelo y los valores de los coeficientes estandarizados.

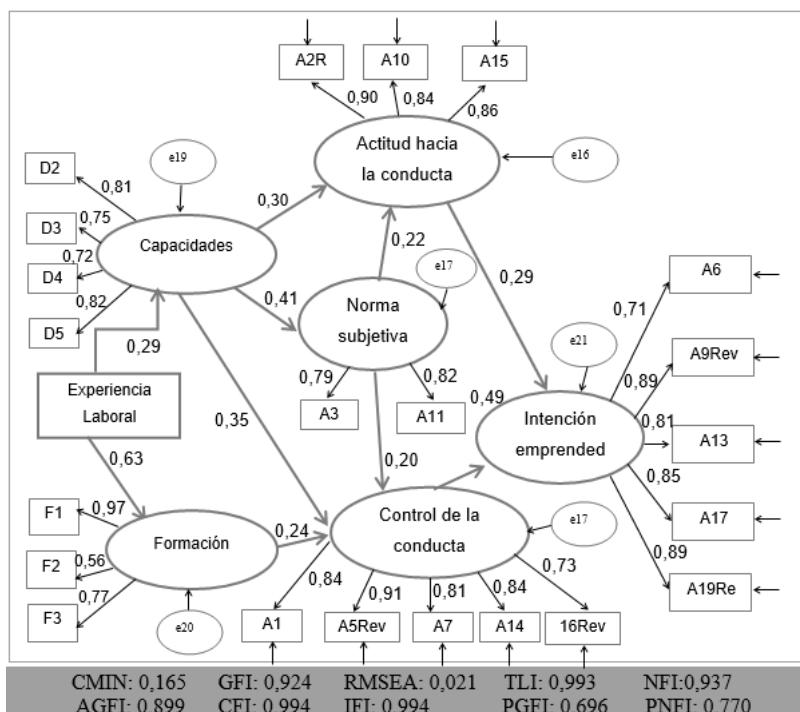


FIGURA 3.
Modelo estructural de las relaciones positivas entre la teoría del comportamiento planificado, educación empresarial y experiencia laboral

Discusión

El emprendimiento está relacionado con la generación de empleo, desarrollo económico, innovación y mejoramiento de calidad de vida. En este sentido, la educación en emprendimiento se ha convertido en un instrumento clave para mejorar la orientación empresarial (Ndou, Mele, & Del Vecchio, 2019).

El estudio revela el impacto positivo de las variables analizadas sobre la intención de emprender. Sin embargo, tal como se analizó en estudios previos, el impacto de la educación empresarial sobre la intención de emprender por sí sola no tiene un impacto significativo, sino que lo hace a través de otros factores (Vélez, et al., 2020; Hoang, et al., 2020; Ndofirepi, 2020). Dada la relevancia de la educación empresarial en la intención emprendedora, las universidades deben prestar mayor atención a la formación en emprendimiento, para lo cual se requiere de una transformación educativa efectiva que permita el fomento de nuevas empresas. A nivel mundial, el término “universidad emprendedora” aparece como un nuevo enfoque para las instituciones de educación superior, sin embargo, el proceso no es fácil, ya que requiere de un cambio de filosofía y orientación institucional. La universidad emprendedora conlleva el trabajo conjunto del gobierno y el sector empresarial para poner en práctica varias estrategias que permitan el trabajo conjunto con el gobierno y la industria, a fin de alcanzar una meta común: la generación y la explotación de actividades emprendedoras (Guerrero & Urbano , 2012). Según Gutiérrez (2011) para que la educación despierte el espíritu emprendedor del estudiante deben romperse antiguos paradigmas y viejos modelos pedagógicos. Para Lautenschläger & Haase (2011) el poco interés de emprender y las deficientes habilidades emprendedoras de los jóvenes son causados por sistemas educativos de orientación racional, que no promueven la creatividad, el reconocimiento de oportunidades y la capacidad de resolución de problemas. También se debe considerar que, no sólo es importante la cantidad de emprendimientos, sino, la calidad o valor agregado generado por estos. Según el informe del GEM de 2019, en Ecuador, 3% de los negocios en la TEA se dedican a actividades de intensidad media o alta en tecnología, teniendo los emprendedores con educación superior, una participación 4.6 veces mayor que los emprendedores de menor educación (Lasio, et al., 2020). Como podemos analizar, el camino no es fácil, pero se requiere de esfuerzos conjuntos que permitan una educación que fortalezca el emprendimiento de “alto valor”.

Los resultados del estudio no pueden ser considerados como concluyentes, debido a que, el estudio se ha realizado con una muestra de estudiantes de una sola carrera y universidad. Se deben realizar estudios con una muestra mayor e incluir diversos factores motivacionales.

Los resultados de la investigación tienen implicaciones prácticas para los formuladores de políticas educativas que buscan fomentar el emprendimiento a través de una educación emprendedora eficaz, basada en un proceso de enseñanza aprendizaje que fortalezca el aprendizaje teórico-práctico, el desarrollo de habilidades y competencias para el emprendimiento.

Este estudio sirve como punto de partida para investigaciones futuras encaminadas a analizar y no sólo a investigar la influencia de la educación empresarial en la intención emprendedora, sino, su eficacia en la generación de nuevas empresas.

CONCLUSIONES

Este trabajo se basa en modelos de intencionalidad a partir de la teoría del comportamiento planificado que han ayudado a definir su influencia sobre la formación de la intención emprendedora en estudiantes universitarios. A partir del estudio empírico se concluye lo siguiente:

- Se confirma la relación positiva entre la actitud hacia la conducta, el control de la conducta y, de manera indirecta, la norma subjetiva sobre la intención emprendedora. Esto coincide con estudios

- similares, lo que apoya la validez de la teoría del comportamiento planificado para explicar la intención emprendedora.
- Existe una fuerte influencia de las capacidades empresariales sobre la intención emprendedora a través de la actitud hacia la conducta, la norma subjetiva y el control de la conducta.
 - Se confirma parcialmente la influencia de la educación empresarial recibida y la intención de emprender. Se encontró una relación positiva con la intención de emprender a través del control de la conducta. Sin embargo, no se encontró que la educación empresarial influya en la deseabilidad de emprender (actitud hacia la conducta y norma subjetiva).
 - La experiencia laboral influye en la intención empresarial a través de las capacidades específicas y educación en emprendimiento.

En términos generales, los resultados indican una fuerte influencia (directa e indirecta) de las capacidades empresariales percibidas y la experiencia laboral y, parcialmente de la educación empresarial. Por tal motivo, es importante el fortalecimiento de la educación empresarial en diversos sentidos (formal, informal) y desde varios frentes (familias, universidades, organismos de apoyo al emprendimiento, medios de comunicación, Gobierno y la sociedad en general).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aboobaker, N., & Renjini, D. (2020). Human capital and entrepreneurial intentions: do entrepreneurship education and training provided by universities add value? *On the Horizon*, 73-83.
- Aguirre, J. C., Peralta Zuñiga, M. L., Mora, P., & Blanco, F. (2020). Emprendimiento innovador y calidad de vida. El caso de Ecuador. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*(50), 179–211.
- Alemany, L., Álvarez, C., Planellas, M., & Urbano, D. (2011). *Libro blanco de la iniciativa emprendedora en España*. Barcelona: Fundación Príncipe de Girona.
- Alonso, M. J., & Galve, C. (2008). El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Acciones e Investigaciones Sociales, Universidad de Zaragoza*.
- Arias, B. (2008). Desarrollo de un ejemplo de análisis factorial confirmatorio. Universidad de Valladolid Arias, B. (2008). Desarrollo de un ejemplo de análisis factorial confirmatorio. *Universidad de Valladolid*
- Asimakopoulos, G., Hernández , V., & Peña Miguel, J. (2019). Entrepreneurial Intention of Engineering Students: The Role of Social Norms and Entrepreneurial Self-Efficacy. *Sustainability*.
- Astudillo, S., Mora, P., & Pozo, S. (2019). Evaluación de la cátedra de emprendimiento desde su intención emprendedora en una universidad pública en Cuenca. *Brazilian Journal of Development*.
- Audretsch, D. B., Kuratko, D. F., & Link, A. N. (2015). Making sense of the elusive paradigm of entrepreneurship. *Small Bus Econ*, 703-712.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*.
- Bosma, N., & Levie, J. (2010). Global entrepreneurship Monitor. 2009. "Relación entre los factores institucionales y el emprendimiento: Análisis mediante técnicas cuantitativas". *Revista de métodos cuantitativos para la economía*, Vol.13, 54- 72.
- Bosma, N., Acs, Z. J., Levie, J., Autio, E., & Coduras, A. (2009). *The Global Entrepreneurship Monitor United Kingdom 2008 Executive Report*. Babson Park, MA, US: Babson College, Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo. UK: Global Entrepreneurship Research Association.
- Cole, A. (1959). Business enterprise in its social setting. Cambridge: Harvard University Press.
- Cuadres, C. (2014). *Nuevos métodos de análisis multivariante*. Barcelona: CMC Editions.



- Fayolle, A., & Gailly, B. (2005). Using the theory of planned behaviour to assess entrepreneurship teaching programmes. *Centre for Research in Change, Innovation and Strategy of Louvain School of Management*.
- Gompers, P., Lerner, J., & Scharfstein, D. (2005). Entrepreneurial spawning: Public corporations and the genesis of new ventures, 1986 to 1999. *The Journal of Finance*, 577-614.
- Guerrero, M., & Urbano , D. (2012). Transferencia de conocimiento y tecnología. Mejores prácticas en las universidades emprendedoras españolas. *Gestión y Política Pública*, 107-139.
- Gutiérrez, G. (2011). Educación emprendedora en la universidad. *Educando para el futuro*, 135-154.
- Hair, J., Blanck, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). *Multivariate data analysis. A global perspective*. Citado en Conferencia de Structural Equation Modeling: An Overview. Lengler J. (2012).
- Hoang, G., Le, T. T., Tran, A. T., & Du, T. (2020). Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions of university students in Vietnam: the mediating roles of self-efficacy and learning orientation. *Education and Training*, 115-133.
- Hsieh, C. (2016). Do the self-employed more likely emerge from sequential or parallel work experience in business-related functions? *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 307-334.
- Huang, C. J., & Liu, C. J. (2005). Exploration for the relationship between innovation, IT and performance". *Journal of Intellectual Capital*, 237-252.
- Issa, E., & Tesfaye, Z. (2020). Entrepreneurial intent among prospective graduates of higher education institution: an exploratory investigation in Kafa, Sheka, and Bench-Maji Zones, SNNPR, Ethiopia. *J Innov Entrep*. doi:<https://doi.org/10.1186/s13731-020-00137-1>
- Kim, G. (2008). Entrepreneurship and Self-Employment: The State-of-the-Art and Directions for Future . *New England Journal of Entrepreneurship*.
- Kirzner, I. (1978). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Krueger, N. F. (2003). The cognitive psychology in entrepreneurship . *Handbook of entrepreneurship research: An interdisciplinary survey and introduction*.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 411-432.
- Kuratko, D. (2009). *Entrepreneurship: Theory Process Practice*. United States America: Cengage Learning.
- Lasio, V., Amaya, A., Zambrano, J., & Ordeñana, J. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019/2020*. Guayaquil: Escuela de Negocios de la ESPOL.
- Lazear, E. (2005). Entrepreneurship. *Journal of Labor Economics*, 649–680.
- Lazebnikova , A., Koval, T., & Troyan, V. (2018). La motivación como condición y antecedentes para una actividad de aprendizaje exitosa. *Espacios*.
- Lengler, J. (2012). Conferencia "Structural Equation Modeling: An Overview". Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Liñan, F., & Santos, F. (2006). La influencia del capital social sobre los empresarios potenciales. *Estudios de Economía Aplicada. Universidad de Sevilla*, 459-489.
- Liñán, F., & Yi-Wen, C. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship: Theory & Practice*.
- Liñán, F., Santos, F. J., & Fernández, J. (2011). The influence of perceptions on potential entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal volume*.
- Liñán, F., Urbano, D., & Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship & Regional Development*.
- Lorz, M., Müller, S., & Volery, T. (2011). Entrepreneurship education: a meta-analysis of impact studies and applied methodologies. *Conference Paper, FGF G#Forum 2011*. Zurich.
- Lou P., A. E., Dextre J., E., Del Capio G., J., & Jara G., E. (2010). Actitudes de creatividad y emprendimiento en estudiantes de la Universidad Nacional de Ingeniería y su relación con algunas variables socio-demográficas. *Revista IPSI*, 139-151.



- Mora Pacheco, P. F., Aguirre Quezada, J. C., Álava Atience, N. G., & Cordero López, J. F. (2019). Jóvenes universitarios y su apuesta al emprendimiento social. *Revista Economía y Política* (30). doi:<https://doi.org/10.25097/rep.n30.2019.01>
- Moriano, A., Palací, F., & Morales, J. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*.
- Reynolds, P. D. (2005). En: Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain . *Entrepreneurship Regional Development: An International Journal*.
- Morris, M. (1998). *Entrepreneurial Intensity: Sustainable Advantages for Individuals Organizations and Societies*. United States of America: Greenwood Publishing Group .
- Ndofirepi, T. M. (2020). Relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial goal intentions: psychological traits as mediators. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*.
- Oosterbeek, H., Praag, M., & Ijsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *Eur. Econ. Rev.*, 442–454.
- Rodríguez, C., & Jiménez, M. (2005). Emprenderismo, acción gubernamental y academia. Revisión de la literatura. *Innovar, revista de ciencias administrativas y sociales*, Universidad Nacional de Colombia.
- Rodríguez, C., & Prieto , F. (2009). La sensibilidad al emprendimiento en estudiantes universitarios: Estudio comparativo Colombia - Francia. *Universidad Nacional de Colombia*.
- Ruiz, M. A., Pardo, A., & San Martín, R. (2010). Modelos de ecuaciones estructurales. *Papeles del psicólogo*, 34-45.
- Schlepphorst, S., Koetter, E. C., Werner, A., Soost , C., & Moog, P. (2020). International assignments of employees and entrepreneurial intentions: the mediating role of human capital, social capital and career prospects. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Schumpeter, J. (1912). *Théorie de l'Evolution*. Paris: Dalloz.
- Shahid, M. S., & Ahsen, S. R. (2021). Linking entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: An interactive effect of social and personal factors. *International Journal of Learning and Change*, 14-33.
- Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham , A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 566-591.
- Thornton, M. (1998). *The Origin of Economic Theory: A Portrait of Richard Cantillón*. University Twente.
- University Twente. (2002). Social cognitive theory
- Urbano, D., & Toledano, N. (2008). *Invitación al emprendimiento. Una aproximación a la creación de empresas*. Barcelona: UOC
- Veciana, J. M., Aponte, M., & Urbano, D. (2005). Actitudes de los estudiantes universitarios hacia el espíritu empresarial: una comparación de dos países. *Gestión de Emprendimiento*, 165-182. doi:<https://doi.org/10.1007/s11365-005-1127-5>
- Vélez, C. I., Bustamante, M. A., Loor, B. A., & Afcha, S. M. (2020). La educación para el emprendimiento como predictor de una intención emprendedora de estudiantes universitarios. *Formación universitaria*.

INFORMACIÓN ADICIONAL

Código JEL: L2, L26

