

AÑO 30 No. 111, 2025  
JULIO-SEPTIEMBRE



No. 111, 2025  
JULIO-SEPTIEMBRE



# Revista Venezolana de Gerencia



UNIVERSIDAD DEL ZULIA (LUZ)  
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales  
Centro de Estudios de la Empresa

ISSN 1315-9984

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons  
Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.  
[http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es\\_ES](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es_ES)

Como citar: Choque-Yarasca, C. L., Barrutia-Montoya, N. R., Huamani-Torres, R., y Varón, N. (2025). Del aula al emprendimiento: El ecosistema emprendedor y la intención de los futuros empresarios. *Revista Venezolana de Gerencia*, 30(111), 1584-1599. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.30.111.21>

Universidad del Zulia (LUZ)  
Revista Venezolana de Gerencia (RVG)  
Año 30 No. 111, 2025, 1584-1599  
Julio-Septiembre  
ISSN 1315-9984 / e-ISSN 2477-9423



# Del aula al emprendimiento: El ecosistema emprendedor y la intención de los futuros empresarios\*

**Choque-Yarasca, Christel Lucero\*\***  
**Barrutia-Montoya, Nilda Rosa\*\*\***  
**Huamani-Torres, Ruth\*\*\*\***  
**Varón Triana, Nubia \*\*\*\*\***

## Resumen

El Perú es considerado uno de los países con mayor cantidad de microempresas. Este estudio tiene como objetivo determinar cómo la percepción del ecosistema emprendedor afecta a la intención emprendedora en estudiantes de carreras empresariales del caso de estudio de una universidad privada en la ciudad de Ica. Se utilizó un enfoque cuantitativo con el modelo de ecuaciones estructurales, encuestando a 322 estudiantes universitarios. Los resultados revelan que la formación e investigación ( $p=0,037$ ), el asesoramiento ( $p<0,001$ ) y la difusión de información ( $p=0,003$ ) son factores que inciden en el espíritu emprendedor de los estudiantes, tal como las cifras lo revelan. Asimismo, se verifica que la actitud hacia el comportamiento emprendedor ( $p<0,001$ ), las normas subjetivas ( $p<0,001$ ) y el control comportamental percibido ( $p=0,006$ ) son determinantes

---

Recibido: 10.02.25

Aceptado: 07.04.25

\* El escrito se deriva del proyecto "Factores determinantes de la intención emprendedora y la percepción del ecosistema emprendedor en los estudiantes de las carreras empresariales de universidades privadas en la ciudad de Ica", aprobado y auspiciado por la Universidad Tecnológica del Perú.

\*\* Doctora en Administración por la Universidad César Vallejo. Magíster en Agronegocios. Especialista en agronegocios por la Universidad de Buenos Aires. Licenciada en Administración. Docente de la Facultad de Administración y Negocios de la Universidad Tecnológica del Perú – Perú. Email: [C20242@utp.edu.pe](mailto:C20242@utp.edu.pe)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3466-449X>

\*\*\* Doctora en Administración por la Universidad César Vallejo. Magíster en Marketing Turístico y Hotelero. Especialista en aviación comercial y guía de turismo. Licenciada en Turismo. Docente en la Facultad de Administración y Negocios de la Universidad Tecnológica del Perú - Perú. Email: [C20354@utp.edu.pe](mailto:C20354@utp.edu.pe)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8474-6608>

\*\*\* Doctora en Gestión Pública y Gobernabilidad por la Universidad César Vallejo. Magíster en Agronegocios. Especialista en agronegocios. Licenciada en Administración. Coordinadora de la Facultad de Administración y Negocios. Universidad Tecnológica del Perú - Perú. Email: [huamani@utp.edu.pe](mailto:huamani@utp.edu.pe). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4497-1226>

\*\*\*\*\* PhD. Ciencias económicas y administrativas. Universidad para la Cooperación Internacional, México. Especialista en gerencia de impuestos. Especialista en revisora fiscal y auditoría externa. Contadora pública. Profesor investigador, Universidad Anáhuac Norte, México. Email [nubia.varon@anahuac.mx](mailto:nubia.varon@anahuac.mx). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5069-1821>

directos de la intención emprendedora. Estos hallazgos resaltan la necesidad de fortalecer programas de educación emprendedora, mentoría y espacios de interacción con empresarios, desarrollar habilidades empresariales y competencias blandas para fortalecer la confianza en los jóvenes emprendedores.

**Palabras clave:** Ecosistema emprendedor; intención emprendedora; difusión; formación; innovación.

## *From the Classroom to Entrepreneurship: The Entrepreneurial Ecosystem and the Intention of Future Entrepreneurs*

### **Abstract**

Peru is considered one of the countries with the highest number of microenterprises. This study aims to determine how the perception of the entrepreneurial ecosystem affects the entrepreneurial intention of business students in the case study of a private university in the city of Ica. A quantitative approach with structural equation modelling was used, surveying 322 university students. The results reveal that training and research ( $p=0.037$ ), counselling ( $p<0.001$ ) and information dissemination ( $p=0.003$ ) are factors that influence the entrepreneurial spirit of the students, as the figures reveal. Attitude towards entrepreneurial behaviour ( $p<0.001$ ), subjective norms ( $p<0.001$ ) and perceived behavioural control ( $p=0.006$ ) are also found to be direct determinants of entrepreneurial intention. These findings highlight the need to strengthen entrepreneurial education programmes, mentoring and spaces for interaction with entrepreneurs, develop entrepreneurial skills and soft skills to strengthen confidence in young entrepreneurs.

**Keywords:** Entrepreneurial ecosystem; entrepreneurial intention; dissemination; training; innovation.

### **1. Introducción**

La economía peruana se sostiene en su mayoría por el desarrollo de las microempresas, por lo que es necesario fortalecer las competencias de innovación y creatividad de los estudiantes, quienes en el mediano plazo pueden generar fuentes de ingreso a través de emprendimientos que se consolidarán en el mercado

(Deza-Loyaga et al., 2021; León-Mendoza, 2019). El emprendimiento es actualmente un factor clave en el desarrollo económico y social de distintos países, especialmente en contextos donde la empleabilidad juvenil enfrenta desafíos significativos (Rodríguez et al., 2024; Esquivel et al., 2023; Pérez et al., 2022).

La universidad, siendo promotora de la innovación, exige también el uso

de herramientas adecuadas para el perfil de un buen proyecto de negocios que responda a la creatividad de los alumnos y las necesidades del mercado; de esta manera también se alienta la creación de nuevas fuentes de empleo de los futuros egresados (Esquivel et al., 2023; Castillo et al., 2021; Deza-Loyaga et al., 2021). Las investigaciones en distintos países revelan que, a pesar del énfasis en la formación emprendedora, muchos estudiantes aún optan por el empleo dependiente en lugar de emprender (Rodríguez et al., 2024; Pérez et al., 2022).

Es notable que existe un interés casi universal por promover actividades empresariales dentro de las universidades, propiciando y cultivando una cultura emprendedora entre los estudiantes (Maheshwari & Kha, 2022; Mei et al., 2022; Qudsia et al., 2022; Neneh, 2019), interés que viene justificado en parte por el evidente hecho de que numerosas empresas de éxito (Google, Reddit, Snapchat, Facebook, etc.) iniciaron como proyectos estudiantiles de universitarios (Shirokova et al., 2016). En diversos estudios, se logró identificar que uno de los factores que incrementan las posibilidades de éxito en sus emprendimientos ha sido impulsado por los docentes a través de la formación, promoviendo que las ideas e intenciones emprendedoras se hagan realidad (Hoang et al., 2022; Liu et al., 2022; Syed et al., 2020).

Sin embargo, en la ciudad de Ica, se carece de estos estudios. Por tanto, se plantea como objetivo determinar cómo la percepción de los factores del ecosistema emprendedor afecta a la IE de los estudiantes de las carreras empresariales de una universidad privada en dicha ciudad.

## **2. Intención emprendedora**

La Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen estudia la intención emprendedora (IE), y defiende que el comportamiento está determinado por la intención y el control que se percibe sobre el mismo. Según esta teoría, se considera que la intención de ejecutar cierto comportamiento puede predecirse mediante la actitud que se demuestra hacia el mismo, las normas subjetivas y el control percibido sobre dicho comportamiento (Aliedan et al., 2022; Idrovo et al., 2020; Valencia-Arias & Restrepo, 2020; Díez-Echavarría et al., 2019; Ajzen, 2002, 1991).

La IE se conceptualiza como la creencia autopercebida que tiene una persona que expresa su determinación de generar un nuevo negocio y se compromete de manera consciente a materializar este objetivo en un momento futuro determinado (Thompson, 2009), y se considera al emprendimiento como el resultado de una conducta, la que comienza cuando un individuo desarrolla la intención de iniciar un negocio antes de emprender actividades comerciales en la realidad (Kong et al., 2020).

Asimismo, el proyecto GUESSS (Sieger et al., 2023) ha realizado investigaciones acerca de la IE en estudiantes de diferentes lugares del mundo cada año, haciendo uso de la técnica estadística del modelo de ecuaciones estructurales, adoptado por numerosos investigadores en diferentes contextos para analizar las relaciones entre variables y sus efectos (Melchor-Duran et al., 2024; Narmaditya et al., 2024; Aliedan et al., 2022; Astuty et al., 2022; Idrovo et al., 2020).

De igual forma, se observa que las investigaciones orientadas al desarrollo

de la IE han propiciado una atención considerable (Liu et al., 2022; Syed et al., 2020). Sin embargo, los investigadores coinciden en que no toda la IE se traduce en un comportamiento final real, lo que motiva la aparición de una brecha entre la IE y el comportamiento (Duong, 2023; Tseng et al., 2022; Kong et al., 2020; Ajzen, 1991).

También, logró identificarse en algunos estudios el caso de mujeres emprendedoras, quienes pueden presentar barreras adicionales al comenzar un negocio (Melchor-Duran et al., 2024; Achiquen et al., 2021). Sin embargo, otros autores indican que no hay diferencias significativas en cuanto a género para el desarrollo de la IE, ni que la educación de los padres influya en ella (Boukker et al., 2021; Lechuga-Nevárez et al., 2022; Montes et al., 2023).

Entre las dimensiones de la IE, resalta que la actitud hacia el comportamiento positiva en relación con el emprendimiento genera mayor propensión a iniciar negocios (Bullón-Solís et al., 2023; Castillo et al., 2021; Kusumojanto et al., 2021; Mukhtar et al., 2021; Narmaditya et al., 2024). Asimismo, es necesario analizar también el papel que desempeñan las normas subjetivas, pues ciertos estudios constataron que el hecho de recibir apoyo familiar y social incide en la decisión de emprender (Astuty et al., 2022; Herrera et al., 2020; Kong et al., 2020; Melchor-Duran et al., 2024; Turulja et al., 2020). Un último aspecto para considerar en este análisis es el control comportamental percibido que se ejerce sobre los recursos disponibles y las propias habilidades y el impacto que ejerce en la IE, al indicar que cuando un emprendedor se siente capaz de manejar los desafíos empresariales, tiene más probabilidades de emprender, siendo

puntos importantes la autoconfianza y la preparación (Liu et al., 2022; Bazkiaei et al., 2020; Idrovo et al., 2020; Prencipe et al., 2020; Liñán et al., 2011).

### 3. Ecosistema empresarial

El ecosistema empresarial (EE) es lo que rodea a un emprendedor e incluye recursos financieros, mentores, redes de apoyo (Narmaditya et al., 2024; Achiquen et al., 2021). Si el EE es adecuado y tiene buenas interacciones con el externo, aportará óptimamente al desarrollo de atributos individuales como la orientación (Narmaditya et al., 2024; Astuty et al., 2022; Prencipe et al., 2020). En el ámbito universitario, el EE se conforma por los siguientes factores: La formación académica y la investigación impactan de manera relevante sobre la actitud emprendedora de esta población estudiantil. Los programas formativos se orientan al desarrollo de competencias emprendedoras (Liu et al., 2022; Qudsia et al., 2022; Tseng et al., 2022; Prencipe et al., 2020).

Otro elemento clave del EE es la innovación que genera iniciativas de negocio originales en los estudiantes (Duong, 2023; Hoang et al., 2022; Jaimes et al., 2017), lo que permite aplicar tecnologías emergentes y métodos de aprendizaje innovadores (Narmaditya et al., 2024; Achiquen et al., 2021).

Las redes de contactos sociales y profesionales desempeñan también un rol primordial en la conformación de normas subjetivas que promuevan el emprendimiento (Melchor-Duran et al., 2024; Rodríguez et al., 2024; Esquivel et al., 2023). Un factor adicional es el asesoramiento empresarial. Según Astuty et al. (2022) y Kong et al. (2020), los programas de mentoría y asesoramiento incrementan la confianza

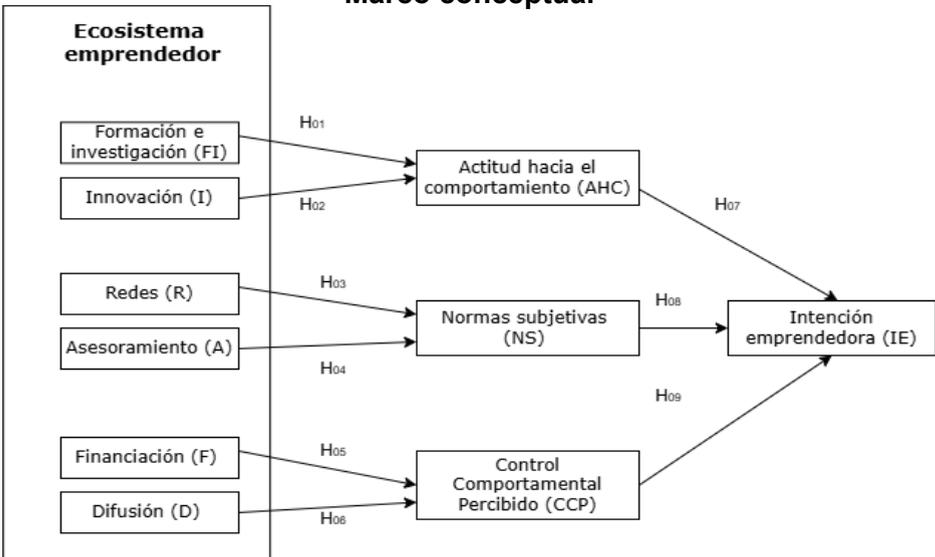
necesaria y otorgan validación a la decisión de emprender.

El financiamiento es un aspecto muy delicado y afecta de manera directa la percepción de su viabilidad (Liñán et al., 2011; Liu et al., 2022; Rubio-Rodríguez et al., 2019). Otros estudios señalan la importancia del acceso a subvenciones y créditos que ofrecen un margen de seguridad en la toma de decisiones del emprendedor (Tseng et al., 2022; Prencipe et al., 2020). La difusión de casos de éxito incrementa la percepción de capacidad emprendedora, la confianza propia que incrementa las posibilidades de generar un emprendimiento (Rodríguez et al., 2024; Esquivel et al., 2023; Hoang et al., 2022; Qudsia et al., 2022; Achiquen et al., 2021).

Considerando los hallazgos de la revisión de literatura, se elaboraron las siguientes hipótesis de investigación:

H1: La formación e investigación tiene un efecto significativo sobre la actitud hacia el comportamiento del emprendedor; H2: La innovación tiene un efecto significativo sobre la actitud hacia el comportamiento del emprendedor; H3: Las redes tienen un efecto significativo sobre las normas subjetivas; H4: El asesoramiento tiene un efecto significativo sobre las normas subjetivas; H5: La financiación tiene un efecto significativo sobre el control comportamental percibido; H6: La difusión tiene un efecto significativo sobre el control comportamental percibido; H7: Existe una relación significativa entre la actitud hacia el comportamiento del emprendedor y la IE; H8: Existe una relación significativa entre la norma subjetiva del emprendedor y la IE y H9: Existe una relación significativa entre en control comportamental percibido del emprendedor y la IE (Diagrama 1).

**Diagrama 1**  
**Marco conceptual**



## 4. Enfoque metodológico

Se utilizó un enfoque cuantitativo, tipo investigación aplicada. En la parte estadística, se utilizó el modelo SEM para analizar los vínculos entre las dimensiones de las variables estudiadas (Idrovo et al., 2020). El caso de estudio de la universidad cuenta con una población de estudio de 1,950 estudiantes de la modalidad de pregrado en el semestre académico 2024-II, considerando las carreras profesionales correspondientes a la Facultad de Administración y Negocios. El tipo de muestreo aplicado fue el probabilístico estratificado por conveniencia, tomando en consideración un margen de error de 5% y un nivel de confianza de 95%, generándose una muestra de 322 estudiantes a través de la calculadora QuestionPro.

El cuestionario estructurado que se diseñó fue elaborado con base en el cuestionario de la IE de Laguía et al. (2017), y en relación con el EE se utilizó el cuestionario propuesto por Torres (2020). La escala de medición para ambas variables fue de tipo Likert. Fue necesario contextualizar las preguntas a la realidad peruana, pasando por el juicio de 3 expertos, obteniendo la V de Aiken = "EE" = 0.97 y la V de Aiken = "IE" = 0.96. Asimismo, se realizó un estudio piloto con 30 estudiantes, obteniéndose un Alfa de Cronbach de la variable "IE" = 0.717, que se considera aceptable con N12 ítems, de los cuales se eliminó 1 ítem (P1) como parte del proceso de ajuste, y Alfa de Cronbach de la variable "EE" = 0.876, que se considera buena, considerando N°14 de ítems.

### 4.1. Análisis factorial confirmatorio

Recolectada la información, se hizo

uso del Análisis factorial confirmatorio (AFC), que permitió determinar la validez de discriminación de los constructos de medición. También se utilizó el modelo de ecuaciones estructurales (SEM), a fin de comprobar las relaciones propuestas en esta investigación y para ello se utilizó el software SPSS AMOS.

Los resultados del AFC de la IE muestran que el modelo ha logrado alcanzar un ajuste satisfactorio, como se evidencia en las siguientes métricas: Modelo de ajuste absoluto: RMSEA = 0.069, que indica un ajuste aceptable del modelo (valores menores a 0.08 son considerados adecuados). Medidas de ajuste incremental: CFI = 0.964, TLI = 0.948, y NFI = 0.943, que están sobre el umbral mínimo de 0.90 para los índices de ajuste incremental. Como medidas de ajuste de parsimonia se obtuvo: PNFI = 0.651, AIC = 173.957 y chi-cuadrado normado (CMIN/df) = 2.525, contando este último indicador con un valor dentro del rango aceptable ( $1 < \text{CMIN/df} < 3$ ).

Los resultados del AFC del EE reflejan un ajuste aceptable; sobre el Modelo de Ajuste Absoluto se tuvo como resultado el valor de Chi-cuadrado 0.000, lo cual indica un ajuste perfecto entre el modelo teórico y los datos observados. Sin embargo, este valor puede ser sensible al tamaño de muestra, lo cual hace que no sea el único indicador por considerar. El índice RMSEA es 0.082, indicando un ajuste moderado. Este valor está por encima del rango recomendado ( $< 0.08$ ), pero cercano al límite superior aceptable.

En las medidas de ajuste incremental, se obtuvo un CFI que es 0.946, el TLI 0.921 y el NFI 0.924, valores que superan el umbral de 0.90, indicando este dato que el modelo posee un buen ajuste incremental. Estos índices reflejan que el modelo propuesto es significativamente mejor que un modelo

nulo. El PCFI y el PNFI, que evalúan la parsimonia del modelo, tienen valores de 0.645 y 0.630 respectivamente, mostrando que el modelo es adecuado, pero no extremadamente parsimonioso.

En cuanto a medidas de ajuste de parsimonia, se obtuvo un resultado, un AIC de 309.668. Asimismo, el chi-cuadrado normado es 3.156, lo cual está dentro del rango recomendado (1-5), indicando un ajuste aceptable del modelo. Dado que la muestra utilizada es limitada y los índices globales están dentro de rangos aceptables, no se recomienda realizar ajustes adicionales al modelo.

## **5. Percepción del ecosistema emprendedor: Resultados y discusiones**

El presente apartado mostrará los principales resultados obtenidos y la discusión de esto en cuanto a lo que fue percibido y que afecta a la intención emprendedora en estudiantes de carreras empresariales del caso de estudio de una universidad privada en la ciudad de Ica.

### **5.1. Resultados sociodemográficos**

A continuación, se presentan los resultados sociodemográficos de la muestra estudiada. Las características principales incluyen distribución por la edad, género, nivel educativo de los padres y otras variables relevantes, las cuales permiten contextualizar el perfil de los participantes en el estudio.

### **5.2. Edad de los estudiantes**

La composición demográfica de los encuestados indica que la mayoría

de los estudiantes está en un rango de edad joven (91,6% entre 18 y 23 años), lo que concuerda con Liu et al. (2022) y Tseng et al. (2022), quienes indican que los jóvenes tienen mayor predisposición a desarrollar IE debido a su flexibilidad cognitiva y menor aversión al riesgo.

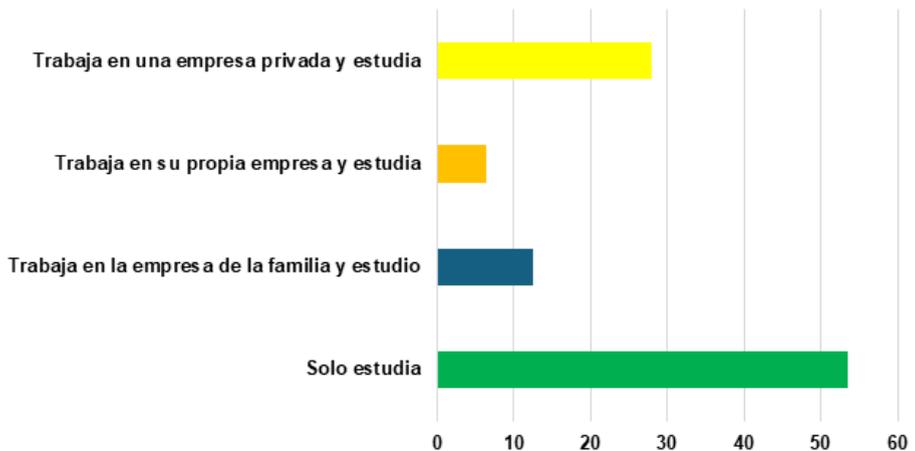
### **5.3. Género de los estudiantes**

Asimismo, la distribución de género revela que el 58,1% (n=187) de los encuestados son mujeres, mientras que el 41,6% (n=134) son de género masculino, lo cual es relevante en el contexto del emprendimiento, dado que Melchor-Duran et al. (2024) y Achiquen et al. (2021) han identificado que las mujeres pueden presentar barreras adicionales al emprender, pero también han desarrollado estrategias de resiliencia que fortalecen su percepción del EE. A diferencia de (Boubker et al., 2021; Lechuga-Nevárez et al., 2022), quien no encuentra diferencias significativas entre ambos géneros.

### **5.4. Situación laboral de los estudiantes**

En cuanto a los resultados plasmados en el gráfico 1, sugieren que una parte significativa de los estudiantes tiene algún grado de experiencia laboral, lo que se relaciona con Rodríguez et al. (2024) y Herrera et al. (2020), que han resaltado que la experiencia laboral puede potenciar la IE al proporcionar habilidades prácticas y contactos en el entorno empresarial. Además, el hecho de que el 6,2% ya esté operando su propio negocio sugiere que algunos estudiantes perciben oportunidades concretas en el mercado, lo que se alinea con la teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 2002).

**Gráfico 1**  
**Situación laboral de los estudiantes**

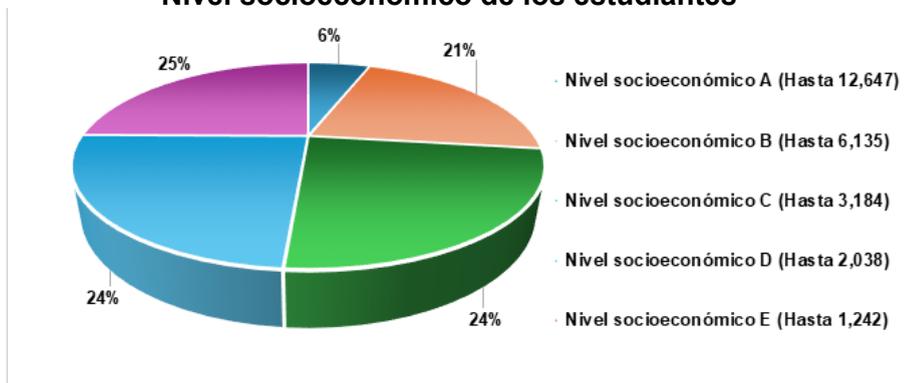


### 5.5. Nivel socioeconómico de los estudiantes

Asimismo, en el gráfico 2, el nivel socioeconómico, muestra que la mayoría de los estudiantes proviene de niveles C, D y E (72,9%). Esto se relaciona con Castillo et al. (2021) y Kong et al., (2020)

quienes manifiestan que el acceso al financiamiento podría ser un factor limitante para el emprendimiento. No obstante, también Qudsia et al. (2022), han evidenciado que, en contextos de recursos limitados, los estudiantes desarrollan mayor creatividad e ingenio para encontrar soluciones innovadoras.

**Gráfico 2**  
**Nivel socioeconómico de los estudiantes**



### 5.6. Nivel educativo de los padres de los estudiantes

En cuanto al nivel educativo de los padres de los encuestados, la mayoría alcanzó estudios secundarios (32.0%, n=103) o superiores universitarios (30.1%, n=97). Además, el 24,8% (n=80) cuenta con formación técnica superior y el 9,9% (n=32) han cursado estudios de posgrado. En contraste, 2,5% (n=8) no recibió educación formal y 0,6% (n=2) solo cursó educación primaria. Los resultados presentados revelarían que la mayoría de los estudiantes provienen de familias con algún nivel de educación superior, lo que podría influir en su percepción sobre el emprendimiento y

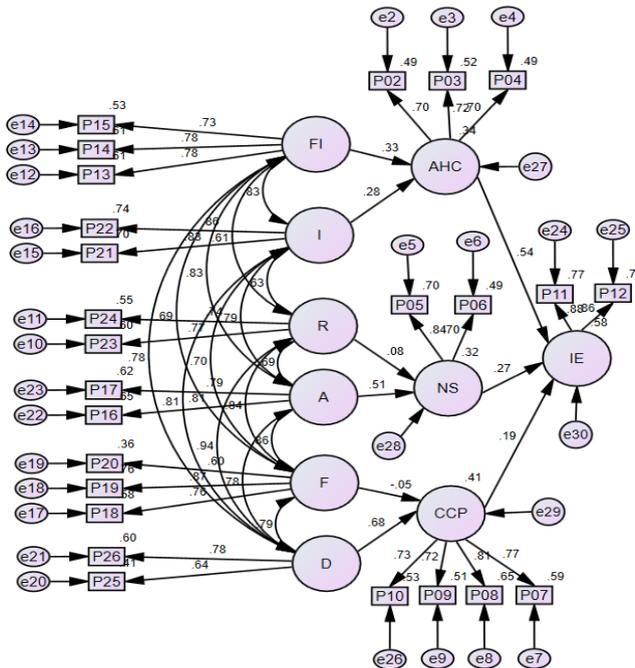
la educación como factor clave en su desarrollo profesional.

### 5.7. Resultados del modelo de ecuaciones estructurales

En esta sección se presentan los resultados del modelo de ecuaciones estructurales (SEM) desarrollado para evaluar las relaciones entre las variables del estudio según el modelo teórico propuesto.

El análisis del modelo estructural propuesto, que se visualiza en el diagrama 2, arrojó los índices de ajuste que siguen: el valor de Chi-cuadrado fue de 0.000, indicando que el modelo se ajusta perfectamente a los datos.

**Diagrama 2**  
**Modelo de ecuaciones estructurales**



Sin embargo, el índice RMSEA presentó un valor de 0.074, lo que sugiere un ajuste moderado, ya que se encuentra dentro del rango aceptable (inferior a 0.08). En cuanto a los índices de ajuste incremental, el CFI logró un valor de 0.900, mientras que el TLI y NFI alcanzaron valores de 0.880 y 0.853, respectivamente, reflejando un ajuste adecuado, aunque cercano al límite inferior de aceptabilidad ( $\geq 0.90$ ). Estos resultados son consistentes con Duong (2023) y Hoang et al. (2022), quienes utilizaron modelos similares para evaluar la relación entre la percepción del EE y la IE.

Respecto a los índices de parsimonia, el PCFI y PNFI mostraron valores de 0.753 y 0.713, denotando un balance adecuado entre el ajuste del modelo y la complejidad del mismo. Además, el AIC fue de 887.910, sugiriendo que el modelo presenta una simplicidad adecuada en comparación con otros modelos alternativos. Por último, el Chi-cuadrado normado (CMIN/

DF) fue de 2.749, ubicándose dentro del rango sugerido ( $1 \leq \text{CMIN/DF} \leq 3$ ), lo cual confirma la aceptabilidad del ajuste del modelo. En resumen, se demuestra que el modelo propuesto es adecuado para explicar las relaciones planteadas.

## 5.8. Pesos de regresión de cada variable

En la tabla 1, se visualizan los pesos de regresión de cada variable. Los resultados indican que la formación e investigación (FI) poseen un efecto positivo y significativo sobre la actitud hacia el comportamiento (AHC) del emprendedor ( $\beta=0,307$ ,  $p=0,037$ ), por lo que se acepta la hipótesis H1, coincidiendo con los aportes de Liu et al. (2022), Prencipe et al. (2020), Rodríguez et al. (2024) y Tseng et al. (2022), que señalan que la formación desarrolla competencias clave para que los estudiantes tomen decisiones más informadas y reduzcan la incertidumbre sobre iniciar un negocio.

**Tabla 1**  
**Pesos de regresión de cada variable**

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
AHC	<---	FI	0.307	0.147	2.087	0.037	par_16
AHC	<---	I	0.25	0.14	1.781	0.075	par_17
NS	<---	R	0.081	0.119	0.681	0.496	par_18
NS	<---	A	0.496	0.116	4.287	***	par_19
CCP	<---	F	-0.042	0.165	-0.253	0.8	par_20
CCP	<---	D	0.661	0.226	2.932	0.003	par_21
IE	<---	AHC	0.61	0.095	6.42	***	par_22
IE	<---	NS	0.266	0.068	3.899	***	par_23
IE	<---	CCP	0.237	0.085	2.775	0.006	par_24

Sin embargo, el impacto de la innovación (I) sobre la actitud hacia el comportamiento (AHC) del emprendedor no resultó significativo ( $\beta=0,25$ ,  $p=0,075$ ), razón para el rechazo de la hipótesis H2. Aunque otros autores como (Bullón-Solís et al., 2023; Duong, 2023; Jaimes et al., 2017; Kong et al., 2020; Narmaditya et al., 2024) sostienen que la innovación mejora la confianza de los emprendedores y permite identificar oportunidades únicas en el mercado.

En cuanto a la relación entre las redes (R) y las normas subjetivas (NS), los resultados no evidencian un efecto significativo ( $\beta=0,081$ ,  $p = 0,496$ ), lo que lleva a rechazar la hipótesis H3. En contraposición, (Esquivel et al., 2023; Melchor-Duran et al., 2024; Rodríguez et al., 2024; Rubio-Rodríguez et al., 2019; Tseng et al., 2022) comprobaron que las redes sociales, así como las profesionales, facilitan acceder a recursos financieros y mentorías.

No obstante, el asesoramiento (A) tiene un impacto positivo y significativo sobre las normas subjetivas (NS) ( $\beta=0,496$ ,  $p<0,001$ ), permitiendo aceptar la hipótesis H4, coincidiendo con Astuty et al. (2022); Hoang et al. (2022); Kong et al. (2020) y Prencipe et al. (2020), que sostienen que la asesoría reduce la incertidumbre, potenciando la toma de decisiones e incrementando la confianza en la viabilidad del emprendimiento.

Respecto al control comportamental percibido (CCP), los hallazgos indican que la financiación (F) no afecta de forma significativa ( $\beta=-0,042$ ,  $p = 0,8$ ), lo que lleva a rechazar la hipótesis H5. En cambio, Astuty et al. (2022); Liu et al. (2022); Idrovo et al. (2020); Prencipe et al. (2020) y Liñán et al. (2011) enfatizan que el respaldo financiero propio o de crédito es clave para materializar nuevas iniciativas empresariales.

Por otro lado, la difusión (D) sí incide de manera positiva y significativa en el control comportamental percibido (CCP) ( $\beta=0,661$ ,  $p = 0,003$ ), permitiendo aceptar la hipótesis H6. Igualmente, Melchor-Duran et al. (2024); Esquivel et al. (2023); Qudsia et al. (2022) y Achiquen et al. (2021) hallaron que la difusión sobre emprendimiento reduce el miedo al fracaso y mejora la planificación estratégica.

En relación con la IE, se confirma que la actitud hacia el comportamiento (AHC) tiene un efecto positivo y significativo sobre la IE ( $\beta=0,61$ ,  $p < 0,001$ ), por lo que se acepta la hipótesis H7, lo que es consistente con Bullón-Solís et al. (2023), Duong (2023), Castillo et al. (2021) y Herrera et al. (2020), quienes refieren que las percepciones positivas sobre el emprendimiento impulsan el anhelo de independencia financiera y búsqueda de oportunidades.

Asimismo, se evidencia un efecto positivo y significativo de las normas (NS) subjetivas sobre la "IE" ( $\beta=0,266$ ,  $p < 0,001$ ), permitiendo la aceptación de la hipótesis H8, concordando con Melchor-Duran et al. (2024); Liu et al. (2022); Castillo et al. (2021); Herrera et al. (2020) y Turulja et al. (2020), quienes destacan que la validación social de la familia, amigos y docentes disminuye la aversión al riesgo y fortalece la confianza de los emprendedores.

Finalmente, se encuentra una relación positiva y significativa entre el control comportamental percibido (CCP) y la IE ( $\beta=0,237$ ,  $p = 0,006$ ), confirmando la hipótesis H9. Lo que se alinea con Achiquen et al. (2021), Bazkiaei et al. (2020), Idrovo et al. (2020) y Liñán et al. (2011), quienes argumentan que la autoeficacia y la percepción de viabilidad son factores clave en la intención de iniciar un emprendimiento.

## 6. Conclusiones

El estudio confirma que la formación e investigación, el asesoramiento y la difusión de información son factores clave que influyen en la IE de los estudiantes. Esto refuerza la necesidad de diseñar programas educativos más prácticos y orientados a la realidad empresarial local, incorporando metodologías tales como el aprendizaje basado en proyectos y la incubación de negocios universitarios, permitiendo fomentar espacios de interacción con emprendedores, fortalecer programas de mentoría, formación en habilidades empresariales y desarrollo de competencias blandas que incrementan la confianza en los jóvenes emprendedores.

Asimismo, se verifica que una actitud positiva con relación al comportamiento emprendedor, las normas subjetivas y el control comportamental percibido son determinantes directos para la IE, aumentando significativamente la probabilidad de emprender, pues los estudiantes que se sienten capaces de emprender tienen mayor intención de hacerlo, independientemente de las condiciones del EE.

A pesar de que la falta de financiamiento no es vista como un obstáculo para emprender, los resultados sugieren que la motivación y el entorno social que rodea al estudiante tienen un peso mayor en su decisión de emprender. Por ello, las universidades deben fomentar un EE que valore el emprendimiento como una vía indispensable para el desarrollo profesional.

## Referencias

Achiquen, J., Horacio, V., Genaro, E., y Muñoz, M. (2021). El Ecosistema

Emprendedor en las Principales Instituciones de Enseñanza e Investigación Agrícola de México. *J. Technol. Manag. Innov.*, 16(3). <https://doi.org/10.4067/S0718-27242021000300021>

Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)

Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior1. *Journal Of Applied Social Psychology*, 32, 665–683. <https://doi.org/10.1111/J.1559-1816.2002.TB00236.X>

Aliedan, M. M., Elshaer, I. A., Alyahya, M. A., & Sobaih, A. E. E. (2022). Influences of University Education Support on Entrepreneurship Orientation and Entrepreneurship Intention: Application of Theory of Planned Behavior. *Sustainability (Switzerland)*, 14(20). <https://doi.org/10.3390/su142013097>

Astuty, E., Yustian, O. R., & Ratnapuri, C. I. (2022). Building Student Entrepreneurship Activities Through the Synergy of the University Entrepreneurship Ecosystem. *Frontiers in Education*, 7. <https://doi.org/10.3389/educ.2022.757012>

Bazkiaei, H. A., Heng, L. H., Khan, N. U., Saufi, R. B. A., & Kasim, R. S. R. (2020). Do entrepreneurial education and big-five personality traits predict entrepreneurial intention among universities students? *Cogent Business and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1801217>

Boubker, O., Douayri, K., Aatar, A., & Rharzouz, J. (2021). Determinants of the entrepreneurial intention among moroccan women. *Revista*

- Venezolana de Gerencia, 26(Special Issue 6), 520–538. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.e6.32>
- Bullón-Solís, O., Carhuancho-Mendoza, I., Valero-Palomino, F. R., & Moreno-Rodríguez, R. Y. (2023). University youth entrepreneurship: approach from attitude, education and behavioral control. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(9), 377–389. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e9.24>
- Castillo, E., Reyes, C., Ayala, C., y Arroyo, E. (2021). Escala de perfil emprendedor en estudiantes universitarios peruanos. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 840–858. <https://doi.org/10.52080/rvgluzv26n94.21>
- Deza-Loyaga, W. F., Aparicio-Ballena, J. A., Pérez-Arboleda, P. A., & Hidalgo-Lama, J. A. (2021). Entrepreneurship competencies in university students in peru: Methodology for their development. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(96), 1172–1188. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.96.11>
- Díez-Echavarría, L., Arias, A. V., Bermúdez-Hernández, J., Pérez, F. O. M., Marín, M. L. U., & Velásquez, J. A. T. (2019). Extension of the Systemic Entrepreneurship Intention Model in university students. *Serbian Journal of Management*, 14(2), 277–297. <https://doi.org/10.5937/sjm14-17336>
- Duong, C. D. (2023). A moderated mediation model of perceived barriers, entrepreneurial self-efficacy, intentions, and behaviors: A social cognitive career theory perspective. *Oeconomia Copernicana*, 14(1), 355–388. <https://doi.org/10.24136/oc.2023.010>
- Esquivel, F. A., García, J. R., & Aldape, L. A. (2023). University entrepreneurship in Latin America. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(104), 1685–1700. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.104.19>
- Herrera, D., Mora, R., y Leiva. (2020). Ecosistema Emprendedor Universitario Costarricense y su vínculo con la intención emprendedora. *TEC Empresarial*, 14, 64–3. <https://doi.org/10.18845/te.v14i2.5121>
- Hoang, G., Luu, T. T., Le, T. T. T., & Tran, A. K. T. (2022). Dark Triad traits affecting entrepreneurial intentions: The roles of opportunity recognition and locus of control. *Journal of Business Venturing Insights*, 17. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2022.e00310>
- Idrovo, F., Verdesoto, O., Valencia, E., y Córdova, V. (2020). Modelo de ecuaciones estructurales para determinar la intención de emprendimiento de estudiantes de posgrado. *Diciembre*, 2020(30). <https://doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.3715>
- Jaimes, F., Jaramillo, M., y Pérez, M. (2017). Factores que inciden en la intención emprendedora de estudiantes del Centro Universitario Temascaltepec1. *Revista Venezolana de Gerencia*, 78(22), 210–231. <https://doi.org/10.37960/revista.v22i78.22875>
- Kong, F., Zhao, L., & Tsai, C. H. (2020). The Relationship Between Entrepreneurial Intention and Action: The Effects of Fear of Failure and Role Model. *Frontiers in Psychology*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00229>
- Kusumojanto, D. D., Wibowo, A., Kus-tiandi, J., & Narmaditya, B. S. (2021). Do entrepreneurship education and environment promote students' entrepreneurial intention? the role of entrepreneurial attitude. *Cogent*

- Education*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2021.1948660>
- Laguía, A., Moriano, J. A., Molero, F., y Gámez, J. A. (2017). Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora en una muestra de estudiantes universitarios de Colombia. *Universitas Psychologica*, 16(1). [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-92672017000100060&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-92672017000100060&script=sci_arttext)
- Lechuga-Nevárez, M. D. R., Vázquez-Rueda, L., Ovalles-Toledo, L. V., & Meriño Córdoba, V. H. (2022). University Entrepreneurship from a gender perspective. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(100), 1685–1701. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.100.24>
- León-Mendoza, J. C. (2019). Business entrepreneurship and economic growth in Peru. In *Estudios Gerenciales*, 35(153), 429–439. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2019.153.3331>
- Liñán, F., Urbano, D., & Guerrero, M. (2011). Regional variations in entrepreneurial cognitions: Start-up intentions of university students in Spain. *Entrepreneurship and Regional Development*, 23(3–4), 187–215. <https://doi.org/10.1080/08985620903233929>
- Liu, M., Gorgievski, M. J., Qi, J., & Paas, F. (2022). Perceived university support and entrepreneurial intentions: Do different students benefit differently? *Studies in Educational Evaluation*, 73. <https://doi.org/10.1016/j.stueduc.2022.101150>
- Maheshwari, G., & Kha, K. L. (2022). Investigating the relationship between educational support and entrepreneurial intention in Vietnam: The mediating role of entrepreneurial self-efficacy in the theory of planned behavior. *International Journal of Management Education*, 20(2). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100553>
- Mei, H., Ma, Z., Zhan, Z., Ning, W., Zuo, H., Wang, J., & Huang, Y. (2022). University Students' Successive Development From Entrepreneurial Intention to Behavior: The Mediating Role of Commitment and Moderating Role of Family Support. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.859210>
- Melchor-Duran, I. L., Pinzon Castro, S. Y., Cheyne-Garcia, A., & Alvarado-Carrillo, A. (2024). It Is Not Enough: The Moderation Effect of Entrepreneurship Education in Mexican University Students. *Administrative Sciences*, 14(10). <https://doi.org/10.3390/admsci14100235>
- Montes, J., Ávila, L., Hernández, D., Apodaca, L., Zamora-Bosa, S., & Cordova-Buiza, F. (2023). Impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of university students in Latin America. *Cogent Business and Management*, 10(3). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2282793>
- Mukhtar, S., Wardana, L. W., Wibowo, A., & Narmaditya, B. S. (2021). Does entrepreneurship education and culture promote students' entrepreneurial intention? The mediating role of entrepreneurial mindset. *Cogent Education*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2021.1918849>
- Narmaditya, B. S., Wardoyo, C., Wibowo, A., & Sahid, S. (2024). Does Entrepreneurial Ecosystem drive entrepreneurial intention and Students' business preparation? Lesson from Indonesia. *Journal on Efficiency and Responsibility in Education and Science*, 17(2),

- 178–186. <https://doi.org/10.7160/ERIESJ.2024.170207>
- Neneh, B. N. (2019). From entrepreneurial alertness to entrepreneurial behavior: The role of trait competitiveness and proactive personality. *Personality and Individual Differences*, 138, 273–279. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.10.020>
- Pérez, A., Rojas, I., & Martínez, D. M. (2022). Entrepreneurship among young university students in Mexico Summary. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(8), 1009–1023. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.8.18>
- Prencipe, A., Corsi, C., Rodríguez-Gulías, M. J., Fernández-López, S., & Rodeiro-Pazos, D. (2020). Influence of the regional entrepreneurial ecosystem and its knowledge spillovers in developing successful university spin-offs. *Socio-Economic Planning Sciences*, 72. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2020.100814>
- Qudsia, H., Munawar, S., Ahmed, M., & Rehman, S. (2022). The effect of entrepreneurial education on entrepreneurial intention: The moderating role of culture. *International Journal of Management Education*, 20(3). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100712>
- Rodríguez, C. M., Alcalá, A. T., y Alderete, J. J. (2024). Ecosistema emprendedor y su impacto en la consolidación de emprendimientos en Lima Metropolitana. *Revista Venezolana de Gerencia*, 29(Especial 1), 1680–1698. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.29.e12.50>
- Rubio-Rodríguez, G., Rodríguez, M., Flórez, M., y Molina, A. (2019). Perfil emprendedor en estudiantes: divergencias entre dos universidades colombianas. *Revista Venezolana de Gerencia*, 2(24), 456–473. <https://doi.org/10.37960/revista.v24i2.31503>
- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., & Bogatyreva, K. (2016). Exploring the intention–behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal*, 34(4), 386–399. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2015.12.007>
- Sieger, P., Raemy, L., Zellweger, T., Fueglistaller, U., & Hatak, I. (2023). Student Entrepreneurship 2023: Insights From 57 Countries GUESSS Global Report. *St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU-U*. [www.guesssurvey.org](http://www.guesssurvey.org).
- Syed, I., Butler, J. C., Smith, R. M., & Cao, X. (2020). From entrepreneurial passion to entrepreneurial intentions: The role of entrepreneurial passion, innovativeness, and curiosity in driving entrepreneurial intentions. *Personality and Individual Differences*, 157. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.109758>
- Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(3), 669–694. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00321.x>
- Torres, J. (2020). Construcción y validación de escalas de personalidad emprendedora y ecosistema de emprendimiento en una muestra de estudiantes secundarios en Chile. *Revista Espacios*, 41(30). [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.revistaespacios.com/a20v41n30/a20v41n30p16.pdf](https://www.revistaespacios.com/a20v41n30/a20v41n30p16.pdf)
- Tseng, T. H., Wang, Y. M., Lin, H. H., Lin, S. jeng, Wang, Y. S., & Tsai, T. H. (2022). Relationships between locus of control, theory of planned behavior, and cyber entrepreneurial

- intention: The moderating role of cyber entrepreneurship education. *International Journal of Management Education*, 20(3). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100682>
- Turulja, L., Veselinovic, L., Agic, E., & Pasic-Mesihovic, A. (2020). Entrepreneurial intention of students in Bosnia and Herzegovina: what type of support matters? *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 33(1), 2713–2732. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1730216>
- Valencia-Arias, A., & Restrepo, L. A. M. (2020). Entrepreneurial intentions among engineering students: Applying a theory of planned behavior perspective. *Periodica Polytechnica Social and Management Sciences*, 28(1), 59–69. <https://doi.org/10.3311/PPso.12731>