



Imagen de: David Josué Ortíz González

Cultura emprendedora e intención de emprender en estudiantes universitarios. Análisis empírico en una universidad mexicana.

Entrepreneurial culture and entrepreneurial intention in university students. Empirical analysis in a Mexican university.

David Josué Ortíz-González*, Julio César Castañón-Rodríguez²

RESUMEN

Este estudio examina la relación entre la cultura emprendedora universitaria y la intención de emprender en estudiantes de una universidad en Tamaulipas, México, un tema clave para fomentar el desarrollo económico y social. Con un enfoque cuantitativo, se aplicó una encuesta a 334 estudiantes, cuyos resultados indican una relación estadísticamente significativa pero débil entre las variables estudiadas. Este hallazgo sugiere la presencia de otros factores relevantes en la decisión de emprender, como la autoeficacia, el apoyo familiar y el entorno económico. Los resultados destacan la necesidad de rediseñar las estrategias educativas para fortalecer su impacto en la promoción del emprendimiento en las universidades.

PALABRAS CLAVE: intención de emprender, cultura emprendedora, estudiantes universitarios.

ABSTRACT

This study examines the relationship between university entrepreneurial culture and entrepreneurial intention among students at a university in Tamaulipas, Mexico, a key topic for fostering economic and social development. Using a quantitative approach, a survey was administered to 334 students, and the results indicate a statistically significant but weak relationship between the variables studied. This finding suggests the presence of other relevant factors in the decision to start a business, such as Self-efficacy, family support, and the economic environment. The results highlight the need to redesign educational strategies to strengthen their impact on promoting entrepreneurship in universities.

KEYWORDS: entrepreneurial intention, entrepreneurial culture, university students.

*Correspondencia: jcastanon@docentes.uat.edu.mx/Fecha de recepción: 15 de noviembre de 2024/Fecha de aceptación: 02 de diciembre de 2024/Fecha de publicación: 11 de diciembre de 2024.

¹Universidad Politécnica de Victoria, Av. Nuevas Tecnologías 5902, Parque Científico y Tecnológico de Tamaulipas, Carretera Victoria-Soto la Marina, Km. 5.5, C.P. 87138, Ciudad Victoria, Tamaulipas, México. ²Universidad Autónoma de Tamaulipas, Facultad de Comercio y Administración Victoria, Centro Universitario Victoria, C.P. 87149, Ciudad Victoria, Tamaulipas, México.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento ha adquirido una importancia estratégica a nivel global como motor del desarrollo económico y social. En México, este fenómeno ha sido incentivado mediante políticas públicas y programas educativos diseñados para fomentar una mentalidad emprendedora que permita afrontar desafíos como el desempleo juvenil y la baja innovación en sectores productivos (Bae et al., 2014). Sin embargo, persisten debates sobre la eficacia de estas estrategias educativas en la formación de una intención sólida de emprender, lo que evidencia la necesidad de investigaciones empíricas que consideren factores contextuales y culturales específicos.

Por un lado, estudios como los de Soria-Barreto et al. (2016), y Araya-Pizarro (2020), muestran que una educación intensiva en emprendimiento puede aumentar significativamente la probabilidad de que las y los estudiantes decidan emprender, contribuyendo al desarrollo económico a través de nuevas empresas. Por otro lado, autores como Maluk (2014) y Rueda et al. (2012), argumentan que el impacto de la educación emprendedora en la intención de emprender no siempre es positivo o significativo, lo que sugiere la necesidad de explorar factores adicionales, como el entorno cultural y socioeconómico, para comprender este fenómeno de manera integral.

En este contexto, la cultura emprendedora universitaria (CULTEMP) emerge como un factor determinante. Según Hidalgo (2014), la CULTEMP se refiere a un ambiente cultural que fomenta la creación de proyectos emprendedores y la innovación, influenciando las actitudes y comportamientos hacia el emprendimiento. Esta perspectiva es respaldada por Krauss et al. (2018), quienes destacan que el clima emprendedor en las universidades, moldeado por políticas, programas educativos y recursos institucionales, puede incrementar la intención de emprender (INTACT) al proporcionar a las y los estudiantes herramientas y conocimientos necesarios para transformar ideas en iniciativas concretas.

Sin embargo, el entorno en México y América Latina presenta desafíos específicos. Las res-

tricciones estructurales, como el acceso limitado a financiamiento y redes de apoyo, combinadas con un contexto hostil para emprendedores, obligan a desarrollar emprendimientos resilientes y adaptativos (Montiel et al., 2021; Kantis y Federico, 2012). Estas condiciones enfatizan la relevancia de estudiar cómo las universidades pueden optimizar su papel en la promoción del emprendimiento, particularmente mediante el fortalecimiento de la CULTEMP.

La relevancia de la CULTEMP también reside en su capacidad para moldear las actitudes de los estudiantes hacia el emprendimiento. González y Gualteros (2018), señalan que el entorno universitario influye directamente en la intención de emprender, mientras que investigaciones previas, como las de Sánchez et al. (2011), y Borryo et al. (2019), argumentan que las instituciones educativas no solo deben transmitir conocimientos técnicos, sino también fomentar habilidades creativas y actitudes emprendedoras. Estas instituciones desempeñan un papel esencial en la construcción de un ecosistema educativo que integre conocimientos prácticos y apoyo institucional para preparar a los estudiantes como futuros emprendedores.

A pesar de estos hallazgos, la literatura no ha alcanzado un consenso sobre el impacto real de la educación emprendedora en la intención de emprender, especialmente en contextos de alta incertidumbre como el mexicano. Capiené y Ragauskaité (2017) y Moreira et al. (2017), sugieren que, aunque existe una influencia positiva, esta depende de múltiples factores, como la estructura de los programas educativos, las necesidades individuales de los estudiantes y el contexto socioeconómico. Por tanto, resulta fundamental realizar investigaciones que analicen específicamente cómo la CULTEMP interactúa con estos elementos para promover la intención emprendedora.

El presente estudio aborda esta brecha en la literatura mediante un análisis de la relación entre la CULTEMP y la INTACT en estudiantes universitarios de una universidad en Tamaulipas, México. El objetivo principal fue examinar en qué medida la CULTEMP puede influir en la formación

de nuevos emprendedores desde una etapa universitaria. Además, se busca identificar cómo las instituciones de educación superior pueden optimizar su papel en la creación de un entorno favorable para el emprendimiento. A partir de este objetivo, se plantean las siguientes preguntas de investigación: ¿existe una relación significativa entre la CULTEMP y la INTACT en estudiantes universitarios? ¿Qué tan fuerte es esta influencia en comparación con otros factores contextuales?

En línea con estas preguntas, las hipótesis del estudio fueron: (H1) existe una relación positiva entre la CULTEMP y la INTACT en estudiantes universitarios; (H2) la CULTEMP tiene una influencia significativa en la INTACT, aunque limitada en comparación con factores como la autoeficacia y el entorno socioeconómico. Este trabajo no solo contribuirá al debate académico, sino que también servirá como base para diseñar estrategias educativas y políticas públicas que fortalezcan el ecosistema emprendedor en universidades mexicanas.

METODOLOGÍA

Se utilizó un diseño no experimental y transversal, ya que este permite explorar asociaciones entre variables sin manipular deliberadamente las condiciones del entorno, un enfoque adecuado para los objetivos de este estudio y consistente con trabajos previos en el campo del emprendimiento educativo (Saunders et al., 2016).

Se diseñó el instrumento basado en una revisión de literatura, seguido de una validación por contenido con expertos en el área. La validez de constructo se evaluó mediante análisis factorial confirmatorio ($KMO = 0.78$; prueba de Bartlett, $p < 0.001$), y la fiabilidad se confirmó con un alfa de Cronbach de 0.913, quedando conformado por 17 preguntas distribuidas en nueve ítems para la variable de cultura emprendedora y siete ítems para la variable intención de emprender.

En cuanto al tamaño de la muestra, se consideró las recomendaciones de Morales y Morales (2009), para poblaciones finitas, estableciendo una cantidad mínima para la muestra de 308 alumnos, en donde se estimó un valor del 50% (0.50) para la probabilidad a favor de par-

ticipación por parte de la población. No obstante, un total de 334 respuestas fueron obtenidas de manera satisfactoria, por lo que se considera un tamaño de muestra aceptable.

La recolección de datos se realizó mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, seleccionando a estudiantes con acceso al cuestionario en medios electrónicos, lo que podría limitar la representatividad de los resultados.

La muestra se conformó por la participación de mujeres en un 46.8% y de hombres en un 53.2%. Para el tratamiento de datos se implementó un análisis de regresión lineal simple. La variable independiente fue la cultura emprendedora y la intención de emprender como variable dependiente. El resumen del análisis de regresión se siguió con lo indicado por Vilà et al. (2019), cumpliendo con los criterios de linealidad, independencia, homocedasticidad, normalidad y no colinealidad de las variables. Todos los datos fueron procesados empleando el Software Estadístico para Ciencias Sociales (IBM SPSS, 2024) versión 29.

El estudio contó con la aprobación de un comité ético universitario, y todos las y los participantes proporcionaron su consentimiento informado antes de participar en la investigación.

RESULTADOS

En el análisis de regresión realizado se investigó la relación entre la intención de emprender y la cultura emprendedora, en donde antes de su ejecución se comprobaron los supuestos establecidos por Vilà et al. (2019). En primer lugar, se confirmó que la relación entre las variables fuera lineal, cumpliéndose este supuesto, con una correlación positiva observada, en continuación, se verificó la independencia de errores, mediante el estadístico Durbin-Watson, que se situó en un rango aceptable que confirmó que los errores en la medición de las variables no presentaron dependencia entre sí, lo que respalda la autonomía de los errores del modelo.

El tercer supuesto comprobado fue la homocedasticidad, en el que se determinó que la varianza de los errores es constante a lo lar-

go de las observaciones, garantizando una distribución uniforme de los residuos, esto mediante la medida Kaiser-Meyer-Olkin y la prueba de esfericidad de Barlett, los cuales indicaron que las variables están adecuadamente relacionadas y que se cumple con lo requerido.

La normalidad de las variables fue evaluada utilizando gráficos de probabilidad normal y otras representaciones gráficas que permiten identificar posibles desviaciones. Adicionalmente, se aplicaron pruebas estadísticas complementarias para confirmar que los datos cumplen con este supuesto fundamental para el análisis de regresión.

Para finalizar el análisis de los supuestos se evaluó la no colinealidad entre variables en el que se observó que no existe una multicolinealidad significativa, con valores de tolerancia y el factor de inflación de la varianza dentro de los rangos aceptables, indicando au-

sencia de correlaciones fuertes entre variables. Estos análisis confirmaron los supuestos requeridos para un análisis de regresión siendo cumplidos satisfactoriamente, dando una base sólida para la interpretación de la relación entre la cultura emprendedora y la intención de emprender.

Los resultados obtenidos del análisis de regresión se detallan en las Tablas 1, 2 y 3, en las que se observan los siguientes hallazgos. El valor de correlación (Tabla 1) R es de .159, que sugiere una relación baja entre la variable dependiente y la independiente. El coeficiente de R cuadrado resultó de .025, lo que indica que el modelo es explicado aproximadamente en un 2.5% sobre la variabilidad en la INTACT. Ajustando por el número de predictores en el modelo, el R cuadrado es .022, lo que refleja un ajuste modesto del modelo. Se muestra además un error típico de la estimación de 6.49633, que proporciona una medida de la precisión del modelo en la predicción de la INTACT.

■ **Tabla 1. Resumen del modelo**

Table 1. Model summary

R	R cuadrado	R cuadrado-correctada	Error típ. de la estimación
.159a	.025	.022	6.49633

Nota. Datos obtenidos en IBM SPSS (2024).

El análisis ANOVA, visto en la Tabla 2, revela que la suma de cuadrados del modelo es 325.451 con un grado de libertad y una media cuadrática de 325.451. El estadístico F es de 7.712 con

una significancia de .006, lo que sugiere que el modelo estadísticamente es significativo y que la CULTEMP tiene un efecto en la INTACT.

■ **Tabla 2. Análisis ANOVA**

Table 2. ANOVA analysis

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	325.451	1	325.451	7.712	.006b
Residual	12534.081	297	42.202		
Total	12859.532	298			

Nota. a. Variable dependiente: INTACT, b. Variables predictoras: (Constante), CULTEMPR. Resultados obtenidos en IBM SPSS (2024).

En cuanto a los coeficientes del modelo (Tabla 3), la constante es de 22.297, lo que representa el valor promedio de la variable dependiente cuando la variable independiente es cero. El coeficiente para CULTEMP es .123, indicando que por cada

unidad que aumenta, se espera que la INTACT en .123 unidades. El valor t para CULTEMP es 2.777, con una significancia de .006, lo que apunta que es un predictor significativo de la INTACT.

■ **Tabla 3. Coeficientes^a**

Table 3. Coefficients

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	325.451	1	325.451	7.712	.006b
Residual	12534.081	297	42.202		
Total	12859.532	298			

Nota. Variable dependiente: INTACT. Resultados obtenidos en IBM SPSS (2024).

Si bien el modelo presenta una relación estadísticamente significativa entre la CULTEMP y la INTACT ($p = .006$), su capacidad explicativa es limitada, con un R^2 ajustado de solo 2.2%. Esto sugiere la influencia de factores adicionales, como la autoeficacia, las redes sociales y la experiencia previa en emprendimientos (Krueger et al., 2000). Futuros estudios deberían explorar estas variables complementarias para lograr una comprensión más integral de los determinantes de la intención de emprender.

DISCUSIONES Y CONCLUSIONES

El presente estudio logró cumplir con su objetivo principal de analizar la relación entre la cultura emprendedora universitaria (CULTEMP) y la intención de emprender (INTACT) en estudiantes universitarios de Tamaulipas, México. Los resultados confirman la existencia de una relación positiva y significativa entre estas variables, respondiendo afirmativamente a la primera pregunta de investigación planteada. Sin embargo, la baja capacidad explicativa del modelo (R^2 ajustado = 2.2%) sugiere que otros factores contextuales, como la autoeficacia o el entorno socioeconómico, influyen de manera más sustancial en la INTACT, respondiendo parcialmente la segunda pregunta. En relación con las hipótesis, se valida la H1, ya que se confirma la relación positiva entre CULTEMP e INTACT, pero

se observa que la H2 también se cumple, al constatar que la influencia de la CULTEMP es limitada en comparación con otros posibles factores.

El coeficiente de determinación ajustado (R^2 ajustado de .022), nos indica que solo el 2.2% de la varianza en la IE es explicada por la CULTEMP, lo que sugiere que otros factores no incluidos en el modelo influyen también en la IE de los jóvenes.

Esto podría estar relacionado con variables como la autoeficacia, el entorno económico, la experiencia previa en emprendimiento, la necesidad del logro económico o hasta la influencia de los amigos o familiares, que han sido identificados como determinantes clave en la literatura (Krueger et al., 2000; Hernández-Chavarría y Lechuga-Névarez, 2023; Mota Arellano y Díaz Gómez, 2021; Saavedra y Camarena, 2020; Sánchez et al., 2023; Maluk, 2014).

Los hallazgos son consistentes con investigaciones previas (Bae et al., 2014; Nabi et al., 2017), que han documentado la influencia positiva pero limitada de la CULTEMP en la intención de emprender. Estudios recientes (Hernández-Chavarría y Lechuga-Névarez, 2023; Mota Arellano y Díaz Gómez, 2021), también han destacado que factores como la autoeficacia y el apoyo social desempeñan roles determinantes

en la formación de la INTACT. En este sentido, la capacidad explicativa del modelo refuerza la necesidad de un enfoque multifactorial en la promoción del emprendimiento universitario. Estos resultados sugieren que las instituciones de educación superior deben complementar sus estrategias centradas en la CULTEMP con el desarrollo de competencias transversales, como la resiliencia, el liderazgo y la creatividad, lo que concuerda con los hallazgos recientes de Fayolle y Benoit (2015), y Welsh. et al. (2016).

En estudios como el de Bravo et al. (2021), demuestran que la percepción del apoyo universitario y la exposición a programas específicos de formación en emprendimiento son factores clave para potenciar la intención de emprender debido a que el control conductual se ve impactado a través del conocimiento adquirido. Sin embargo, al igual que en este trabajo, sus resultados subrayan que el impacto de estas iniciativas puede ser limitado si no están alineados con las necesidades individuales y contextuales de los estudiantes. Esto refuerza la idea de que la CULTEMP debe integrarse en un marco más amplio que considere las características demográficas y las expectativas de los participantes para maximizar su efectividad.

Por otro lado, investigaciones como la de Hernández-Chavarria y Lechuga-Névarez (2023), han señalado que la presencia de factores como la oportunidad e innovación puede amplificar significativamente el impacto de la CULTEMP en la INTACT. Este hallazgo sugiere que las universidades podrían implementar programas de mentoría sobre estas variables estructurados como parte de sus estrategias para fomentar el emprendimiento. Tales programas podrían ayudar a los estudiantes a identificar oportunidades de negocio dentro de su entorno, promoviendo la innovación como un motor clave en el proceso emprendedor.

Finalmente, la inclusión de un enfoque de género en los estudios sobre emprendimiento es relevante para abordar brechas persistentes en este campo. Trabajos recientes han encontrado que las mujeres enfrentan barreras específicas, las actitudes tradicionales conservadoras o falta de cooperación de la familia (Alvarado et al., 2022). Estos factores podrían influir en la eficacia de la CULTEMP y deben ser considerados en futuros estudios para garantizar que las políticas universitarias y los programas educativos sean inclusivos y equitativos.

Cabe mencionar la importancia de señalar que la investigación se limitó a un grupo específico de estudiantes, lo que puede limitar la generalización de los resultados. Futuros estudios podrían explorar las relaciones en diferentes contextos o poblaciones, incorporando una variedad más amplia de variables predictoras para obtener una comprensión más completa de los factores que influyen en la INTACT.

En conclusión, este estudio confirma que la CULTEMP tiene una influencia positiva pero limitada en el INTACT de los estudiantes universitarios mexicanos. Aunque la relación es significativa, la baja varianza explicada evidencia la necesidad de incluir factores adicionales, como la autoeficacia, el entorno económico y el acceso a redes de apoyo, en futuros modelos analíticos. Desde una perspectiva práctica, estos hallazgos subrayan la importancia de que las universidades diseñen programas integrales que combinen la promoción de la CULTEMP con el desarrollo de competencias transversales y el acceso a recursos financieros y de mentoría. Futuras investigaciones deben explorar estas relaciones en diferentes contextos culturales y considerar el uso de diseños longitudinales para comprender mejor las dinámicas causales.

REFERENCIAS

Alvarado, A., Valdivia, M., De la Torre, H. y Araiza, M. A. (2022). Estudio de género sobre la intención emprendedora en la universidad tecnológica El Retoño, México. *Telos*, 24(3), 749-769. <https://doi.org/10.36390/telos243.18>

Araya-Pizarro, S. C. (2020). Impact of Entrepreneurship Education on University Students with Entrepreneurial Intentions. *Revista Educación*, 45(2), 593-611. <https://doi.org/10.15517/revedu.v45i1.43748>

- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C. y Fiet, J. O. (2014). The Relationship between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review. *Theory and Practice*, 38(2), 217-254. <https://doi.org/10.1111/etap.12095>
- Borrayo, C. L., Valdez, A. y Delgado, B. (2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. *Revista de Ciencias Sociales*, XXV(3), 72-87. <https://www.redalyc.org/journal/280/28060161005/html/>
- Bravo, I. F., Bravo, M. X., Preciado, J. D. y Mendoza, M. M. (2021). Educación para el emprendimiento y la intención de emprender. *Revista Economía y Política*, (33), 133-155. <https://doi.org/10.25097/rep.n33.2021.08>
- Capiene, A. y Ragauskaitė, A. (2017). Entrepreneurship education at university: Innovative models and current trends. *Research for Rural Development*, 2, 284-291. <https://doi.org/10.22616/rrd.23.2017.080>
- Fayolle, A. y Benoit, G. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75-93. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12065>
- González, J. D. y Gualteros, S. I. (2018). *Informe GUESSS 2018 - Universidad de Sevilla*. Sevilla: GUESSS - Universidad de Sevilla. https://www.researchgate.net/publication/340819620_Informe_GUESSS_2018_-_Universidad_de_Sevilla
- Hernández-Chavarría, C. J. y Lechuga-Névarez, M. D. (2023). Actitud y cultura emprendedora en los emprendedores universitarios del municipio Victoria de Durango. *REGPE Entrepreneurship and Small Business Journal*, 12(1), e2067. <https://doi.org/10.14211/regepe.esbj.e2067>
- Hidalgo, L. F. (2014). La Cultura del Emprendimiento y su Formación. *Rev. Alternativas UCSG*, 15(1), 46-50. <https://editorial.ucsg.edu.ec/alternativas/alternativas/article/view/8>
- IBM SPSS. (2024). *Software Estadístico para Ciencias Sociales*, versión 29.
- Kantis, H. y Federico, J. (2012). *Entrepreneurial Ecosystem in Latin America: the role of policies*. Liverpool: Ewing Marion Kauffman Foundation's International Research & Policy Roundtable.
- Krauss, C., Franco, J. P., Bonomo, A., Mandirrola, N. y Platas, A. L. (2018). Intención emprendedora en estudiantes de ciencias de la salud de la Universidad Católica del Uruguay. *Enfermería (Montevideo)*, 7(1), 43-56. <https://doi.org/10.22235/ech.v7i1.1541>
- Krueger, N. F., Reilly, M. D. y Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Maluk, O. (2014). Variables explicativas de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios y la importancia de la materia emprendimiento como un factor. *Compendium: Cuadernos de Economía y Administración*, 1(1), 62-85. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5803765>
- Montiel, O. J., Flores, A., Avila, E. y Sierra, S. J. (Enero-Abril de 2021). "Tengo que sobrevivir": Relato de vida de tres jóvenes microemprendedores bajo COVID-19. *Telos: revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 23(1), 67- 81. <https://doi.org/10.36390/telos231.06>
- Morales, C. J. y Morales, C. A. (2009). *Proyectos de Inversión. Evaluación y Formulación*. Mc Graw Hill.
- Moreira, A. S., Loiola, E. y Guedes, S. M. (2017). Individual and contextual predictors of entrepreneurial intention among undergraduates: a literature review. *Cadernos EBAPE.BR*, 15(2), 292-308. <https://doi.org/10.1590/1679-395159595>
- Mota Arellano, T. M. y Díaz Gómez, E. R. (2021). Intención de Emprender y Autoeficacia en Estudiantes. *Revista Latinoamericana de Investigación Social*, 4(2), 1-10. <https://repositorio.lasalle.mx/handle/lasalle/2596?show=full>
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N. y Walmsley, A. (2017). The Impact of Entrepreneurship Education in Higher Education: A Systematic Re-

view and Research Agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277-299. <https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026>

Journal of Innovation & Knowledge, 1(3), 125-132. https://www.researchgate.net/publication/301941757_Entrepreneurship_education_Process_method_or_both

Rueda, I., Fernández-Laviada, A. y Herro, A. (2012). Estudiantes universitarios y emprendimiento: determinantes psicológicos de la intención de creación de un negocio propio. *FAEDPYME International Review*, 1(2), 9-15. https://www.researchgate.net/publication/274275357_Estudiantes_universitarios_y_emprendimiento_determinantes_psicologicos_de_la_intencion_de_creacion_de_un_negocio_propio

Saavedra, M. L. y Camarena, M. E. (2020). Intención de emprendimiento en los estudiantes de la Ciudad de México. *Revista Academia & Negocios*, 5(2), 85-98. <https://www.redalyc.org/journal/5608/560861700004/html/>

Sánchez, J. C., Caggiano, V. y Hernández, B. (2011). Competencias emprendedoras en la educación universitaria. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 3(1) 19-28. <https://www.redalyc.org/pdf/3498/349832330001.pdf>

Sánchez, L. M., Ortiz, D. J. y Sánchez, M. N. (2023). Intersection between the need for academic achievement and entrepreneurial intentions in Mexican university students. *Revista De Ciencias Sociales*, 29(4), 64-75. <https://doi.org/10.31876/rcs.v29i4.41237>

Saunders, M., Lewis, P. y Thornhill, A. (2016). *Research Methods for Business Students*. 7th Edition. Pearson.

Soria-Barreto, K., Zuñiga-Jara, S. y Ruiz-Campo, S. (2016). Educación e intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un caso de estudio. *Formación Universitaria*, 9(1), 25-34. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062016000100004>

Vilà, R., Torrado-Fonseca, M. y Reguant, M. (2019). Análisis de regresión lineal múltiple con SPSS: un ejemplo práctico. *REIRE Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 12(2), 1-10. <http://doi.org/10.1344/reire2019.12.222704>

Welsh, H.B., Tullar, W. L. y Nemati, H. (2016). Entrepreneurship education: Process, method or both?