

Research Article

Influencia de factores sociales en la intención emprendedora de estudiantes de posgrado

Influence of social factors on entrepreneurial intentions of postgraduate students



Murudumbay-Campoverde, Jake Carlos¹



<https://orcid.org/0000-0001-8920-1674>



jakemurudumbay@ucuenca.edu.ec



Universidad de Cuenca, Ecuador, Cuenca.



Astudillo-Durán, Silvana Vanessa²



<https://orcid.org/0000-0002-3431-2809>



silvana.astudillo@ucuenca.edu.ec



Universidad de Cuenca, Ecuador, Cuenca.



Orellana-Osorio, Iván Felipe³



<https://orcid.org/0000-0001-6279-2734>



ivan.orellanao@ucuenca.edu.ec



Universidad de Cuenca, Ecuador, Cuenca.

Autor de correspondencia²



DOI / URL: <https://doi.org/10.55813/qaea/jessr/v5/n3/200>

Resumen: El objetivo de este trabajo es analizar la influencia del género y los familiares empresarios a través de la deseabilidad, factibilidad e intencionalidad de crear una empresa en los estudiantes de posgrado de una universidad ecuatoriana. Asimismo, se busca determinar si existen diferencias significativas en la intención de emprender entre los distintos programas de posgrado. Se utilizó una prueba no paramétrica para analizar las diferencias entre las variables sociodemográficas y la intención emprendedora y se aplicó un análisis ANOVA para la formación de posgrado. Los resultados evidencian que la presencia de familiares empresarios influye significativamente en la intención de emprender, y el género no tiene influencia. Además, la intencionalidad de crear una empresa muestra diferencias en las áreas de estudio de posgrados. Estos hallazgos sugieren la necesidad fortalecer la educación en emprendimiento dentro de la formación de posgrados; aprovechar el conocimiento y la experiencia de los familiares empresarios para fomentar la capacitación emprendedora; e incorporar la educación en emprendimiento en el diseño curricular de los programas de posgrado, en especial en las áreas de la educación.

Palabras clave: intención emprendedora, posgrado, universidad.



Check for updates

Received: 12/Jun/2025

Accepted: 26/Jul/2025

Published: 31/Jul/2025

Cita: Murudumbay-Campoverde, J. C., Astudillo-Durán, S. V., & Orellana-Osorio, I. F. (2025). Influencia de factores sociales en la intención emprendedora de estudiantes de posgrado. *Journal of Economic and Social Science Research*, 5(3), 15-27. <https://doi.org/10.55813/qaea/jessr/v5/n3/200>

Journal of Economic and Social Science Research (JESSR)

<https://economicsocialresearch.com>

info@editoriagrupo-aea.com

Nota del editor: Editorial Grupo AEA se mantiene neutral con respecto a las reclamaciones legales resultantes de contenido publicado. La responsabilidad de información publicada recae enteramente en los autores.

© 2025. Este artículo es un documento de acceso abierto distribuido bajo los términos y condiciones de la **Licencia Creative Commons, Atribución-NoComercial 4.0 Internacional**.



Abstract:

The aim of this paper is to analyze the influence of gender and family entrepreneurs on the desirability, feasibility, and intentionality of starting a business among graduate students at an Ecuadorian university. It also seeks to determine whether there are significant differences in entrepreneurial intentions across graduate programs. A nonparametric test was used to analyze the differences between sociodemographic variables and entrepreneurial intentions, and an ANOVA was applied to graduate education. The results show that the presence of family entrepreneurs significantly influences entrepreneurial intentions, while gender has no influence. Furthermore, the intention to start a business differs across graduate study areas. These findings suggest the need to strengthen entrepreneurship education within graduate programs; leverage the knowledge and experience of family entrepreneurs to promote entrepreneurial training; and incorporate entrepreneurship education into the curricular design of graduate programs, especially in the areas of education.

Keywords: entrepreneurial intention, postgraduate, university.

1. Introducción

El entorno universitario representa un escenario ideal para que los estudiantes de posgrado desarrollen iniciativas emprendedoras (Coelho y Marín-González, 2022). Por ello, resulta importante analizar su actitud hacia el emprendimiento, con el fin de diseñar estrategias que fortalezcan su espíritu emprendedor (Flórez Orejuela y Solano Herrera, 2018), considerando que la intención emprendedora es un paso previo en la acción de crear un negocio (Sánchez Martínez et al., 2023).

La educación y la capacitación desempeñan un papel fundamental en la sostenibilidad de los emprendimientos (Navarrete-Zambrano et al., 2025) y el nivel de formación de quienes emprenden se ha asociado frecuentemente con profesionales con estudio de posgrado (Marulanda y Morales, 2016). Además, el estudio de la influencia de los aspectos sociales y culturales en las intenciones emprendedoras ha captado el interés de numerosos investigadores, quienes han realizado estudios en contextos universitarios (Freitas et al. 2025).

Algunos trabajos de investigación analizan en los estudiantes de posgrado la intención emprendedora (IE) y su relación con variables sociodemográficas como el género, los familiares empresarios y el área de estudio del posgrado (Amofah et al., 2020; Gálvez Albarracín et al., 2020; Politis et al., 2016). Los resultados sugieren que estos factores sociodemográficos desempeñan un papel fundamental en la formación de las aspiraciones emprendedoras.

Las universidades desempeñan un rol fundamental en la promoción y el desarrollo de una cultura emprendedora (Sarmiento Suárez et al. 2018), siendo importante

incorporar materias del área de emprendimiento en los programas académicos de posgrado que se acerquen a la realidad empresarial (Flórez Orejuela y Solano Herrera, 2018; Kubberød y Pettersen, 2017), así como generar competencias en innovación y emprendimiento claves para el éxito empresarial (López-Sánchez et al., 2024).

El control conductual percibido se define como “la percepción de la facilidad o dificultad para emprender, un concepto similar a la viabilidad percibida de Shapero y Sokol, 1982” (Liñán, 2009, p. 596). Por su parte la deseabilidad, hace referencia al grado en que un estudiante desea iniciar su propia empresa (Valencia-Arias et al., 2022). Ambos tipos de percepciones están determinadas por factores culturales y sociales (Liñán et al., 2011).

El emprendimiento surge a partir de la intención emprendedora que un estudiante desarrolla, influenciada por sus necesidades o motivaciones personales, así como por factores como el entorno familiar y académico, incluyendo la formación universitaria, entre otros elementos (Garavito-Hernández et al., 2023). Investigaciones sobre la intención de crear una empresa en estudiantes universitarios de pregrado y posgrado evidencian análisis exploratorios que incluyen variables con aspectos sociodemográficos (Astudillo et al., 2021; Martínez et al., 2018; Soria Barreto et al., 2016) y con diferencias de género y de contexto familiar (Affum-Osei et al., 2020).

Con respecto a la intención emprendedora y las áreas de estudio de la formación de posgrado, algunos investigadores señalan diferencias. Los estudiantes de las áreas afines a los negocios no presentan una mayor intención emprendedora (Politis et al., 2016). Por otro parte, otros estudios mencionan que existe una alta intención emprendedora en estudiantes de administración de empresas, contaduría pública y negocios (Messina Scolaro et al., 2024; Sarmiento Suárez et al., 2022; Gálvez Albarracín et al., 2020), lo que sugiere que la formación en emprendimiento puede impactar positivamente a la intención emprendedora en esta área de estudio (Sandoval Álvarez y Bado Zúñiga, 2023). Asimismo, los estudiantes que se inscriben en posgrados de áreas de negocios pueden ser resultado de haber crecido en una familia de empresarios (Zainuddin y Mukhtar, 2022).

En relación al género, existe una relación con la intención emprendedora de los posgradistas (Bouhaleb, 2020; Tarapuez et al., 2019; Tarapuez et al., 2018; Mohamad, 2015). No obstante, otras investigaciones han determinado que no existe una diferencia significativa en la intención emprendedora entre estudiantes de posgrado mujeres y hombres. (Papadopoulou y Phillips, 2020; Pejic et al., 2018; Politis et al., 2016; Yaghmaei et al., 2015).

Las redes sociales empresariales basadas en la familia fomentan las intenciones empresariales (Shahriar et al., 2024). Estudios señalan que los estudiantes que provienen de familias emprendedoras tienen mayores aptitudes y capacidades de emprendimiento además tienen mayores probabilidades de aumentar la intención emprendedora (López Noriega et al., 2024; Tarapuez-Chamorro et al., 2018). Otros

autores evidencian una influencia moderada de tener familia empresaria con la intención emprendedora (Bouhaleb, 2020).

En el Ecuador, existe información limitada sobre el rol de las variables sociodemográficas a través del comportamiento del control percibido: deseabilidad, factibilidad, e intención emprendedora en estudiantes de posgrado. Por ello, Cuenca es un caso interesante para este estudio, dado que cuenta con un ecosistema emprendedor dinámico, especialmente entre personas con educación superior (Guamán Carchipulla et al., 2021) y presenta un nivel medio de desarrollo emprendedor (GEIAL, 2024).

Por lo que, el objetivo de este trabajo es analizar la intención emprendedora en los estudiantes de maestría de la Universidad de Cuenca, Ecuador y determinar si existe una relación con aspectos sociodemográficos como el género y los familiares empresarios, así también analizar la intención de crear una empresa entre las áreas de estudio de la oferta académica de posgrado, con la finalidad de comprender el comportamiento emprendedor y promover el espíritu empresarial.

2. Materiales y métodos

La población objeto de estudio corresponde a 500 estudiantes de 49 programas de maestría de la Universidad de Cuenca, institución de educación superior pública, que tiene una mayor matrícula en la ciudad con aproximadamente 18.000 estudiantes, una cifra relevante a nivel nacional. La muestra fue de 314 estudiantes a través de un muestreo probabilístico aleatorio simple, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 3,40%.

Este estudio posee un carácter exploratorio con una perspectiva cuantitativa. Para la formulación de las preguntas del cuestionario se realizó una revisión de la literatura empírica con base en estudios de Astudillo et al., 2021; Gálvez Albarracín et al, 2020; Politis et al., 2016; Díaz-Casero et al., 2007, Genescà y Veciana, 1984. La encuesta se realizó de manera personal y a través de formularios en línea a los posgradistas.

Las variables se representaron en una escala nominal (género, familia, deseabilidad, factibilidad y las áreas de estudio de los programas de posgrado) y la variable intención emprendedora se presentó en una escala de Likert del 1 al 5. Para validar la consistencia interna de los ítems de cada pregunta, se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach, logrando valores mayores a 0,759, lo que indica una consistencia interna adecuada.

Para el análisis de los datos se aplicó la prueba Chi cuadrado de Pearson para determinar la relación entre la intención emprendedora y las variables género y familiares empresarios. Además, se utilizó un análisis de varianza (ANOVA) para identificar diferencias de la intención a emprender entre las áreas de oferta académica de posgrado de la universidad objeto de estudio y posterior se utilizó el test de Tukey.

El análisis y la gestión de los datos se llevaron a cabo utilizando el software SPSS, versión 24.

3. Resultados

3.1. Caracterización de la muestra

La muestra se conformó por el 60% de estudiantes mujeres y el 40% de estudiantes hombres; el 80% tienen edades comprendidas entre 26 y 42 años; el 79,6% reside en la provincia del Azuay, el 20,4% en las otras provincias del Ecuador. El 72% de la muestra cursó su carrera de pregrado en una universidad pública, mientras que el 28% estudió en una universidad privada. Además, el 92,4% de la muestra cuenta con experiencia laboral y el 60% no tiene empresarios familiares.

El porcentaje de estudiantes de la muestra que cursaron programas de posgrado en las áreas de las ciencias de la educación corresponde al 7,1%; en artes y humanidades el 7,4% en las ciencias sociales y de la administración, legislación y servicios el 22%, en las ciencias de las ingenierías 18,5% y en salud y bienestar el 45%. Con respecto a la deseabilidad, el 89% de los estudiantes de posgrado desean crear una empresa.

El 34,4% de la muestra que es más fácil crear una empresa y el 65,6% de los posgradistas manifiesta que es más difícil crear una empresa que en años anteriores. Con respecto a la intencionalidad, el 24,5% tiene un firme propósito de fundar una empresa, el 31,2% sí seriamente; el 36,9% presenta una vaga intención emprendedora; el 1,9%, no piensa, pero lo considera; y el 5,5% no tiene la idea de crear una empresa.

3.2. Formación

La Tabla 1 señala la media de la intención emprendedora por área de estudios de posgrado y un análisis de varianza (ANOVA) en donde la variable dependiente es la intención emprendedora para determinar diferencias entre las áreas de estudio. Este análisis permite identificar si existen diferencias de la intención a emprender según la oferta académica recibida, lo que puede orientar a estrategias para el fomento de la educación emprendedora en las distintas disciplinas del conocimiento.

Tabla 1
Análisis Anova

Áreas de estudio de posgrados	Descriptivos Media IE	ANOVA p-valor
1.Ciencias de la Educación	3,09	
2. Artes, Idiomas, Filosofía	3,70	
3. Administración, Derecho, Servicios	3,86	0,015*
4.Ingenierías	3,86	
5. Salud y Bienestar	3,60	
Total	3,68	

Nota: Significancia estadística < 0,05 (Autores, 2025).

La media de la intención emprendedora más alta es de 3,86 en las áreas de estudios de las ciencias sociales: administración, derecho, y servicios, así como en el área de las ingenierías: civil, eléctrica, química, matemáticas, arquitectura, agricultura, información y comunicación, entre otras. La media más baja se presenta en las ciencias de la educación con una media de 3,06. A través del análisis ANOVA, se evidencia que existe una diferencia significativa en la media de la intención emprendedora entre los cinco grupos de las áreas de estudio de la oferta académica de posgrado. A continuación, en la Tabla 2 se presentan los resultados de la prueba de post hoc de Tukey para determinar esta diferencia.

Tabla 2
Test de Tukey

Áreas de estudio de posgrados	Subconjunto para alfa = 0.05		
	N	1	2
1. Ciencias de la Educación	23	3,09	
2. Artes, Idiomas, Filosofía	140	3,60	3,60
3. Administración, Derecho, Servicios	23	3,70	3,70
4. Ingenierías	69		3,86
5. Salud y Bienestar	59		3,86
*Significancia estadística<0,05		,063	,778

Nota: (Autores, 2025).

Mediante el test de Tukey, la diferencia significativa entre las medias de la intención emprendedora se explica por la existencia de subconjuntos de grupos, uno compuesto por las áreas de ciencias de la educación, artes y humanidades, y las ciencias sociales. El otro grupo, se conforma por todas las áreas: ciencias sociales, ingenierías, salud y bienestar, artes y humanidades, excepto las ciencias de la educación.

3.3. Género y Familiares empresarios

Para profundizar los resultados de la investigación, se presentan las Tablas 3 a 8, que muestran el análisis de las variables género y familiares empresarios y su influencia en la deseabilidad, la factibilidad y la intención de emprender, tres elementos que forman la base para entender el comportamiento emprendedor. Estas tablas permiten evaluar cómo los factores sociales influyen en las motivaciones emprendedoras de los estudiantes de posgrado.

Tabla 3
Deseabilidad y género

Deseabilidad	(% Estudiantes de Posgrado)	
	Sí	No
Hombre	35,7	4,4
Mujer	54,1	5,8
Deseabilidad	89,8	10,2
x² p-valor	0,892	

Nota: Significancia estadística<0,05 (Autores, 2025).

La Tabla 3 expresa que dentro del porcentaje del 89% de deseabilidad de crear una empresa, las estudiantes mujeres posgradistas de la muestra desean emprender en un mayor porcentaje que los estudiantes hombres (54,15% vs 35,7%). Los resultados manifiestan que el deseo de emprender no varía según el género, lo que indica que

tanto los estudiantes de posgrado hombres como las estudiantes mujeres presentan la misma inclinación hacia el emprendimiento.

Tabla 4

Factibilidad y género

Factibilidad	Estudiantes de posgrado (%)		
	Más fácil	Más difícil	Total
Hombre	15,6	24,5	40,1
Mujer	18,8	41,1	59,9
Factibilidad	34,4	65,6	100
x² p-valor	0,170		

Nota: Significancia estadística < 0,05 (Autores, 2025).

De acuerdo con la Tabla 4, los estudiantes hombres posgradistas de la muestra consideran que es más difícil crear una empresa en un 24,5%; mientras que, las estudiantes mujeres consideran que es más difícil en un 41,1%. Así mismo, los estudiantes hombres posgradistas manifiestan que es más fácil en un 15,6% y las estudiantes mujeres un 18,8%. De acuerdo al test bivariado de Chi cuadrado de Pearson, el género no influye en la percepción de la factibilidad para crear una empresa.

Tabla 5

Intención y género

Intención emprendedora	Estudiantes de maestría (%)		
	Hombre	Mujer	Intención
No, nunca	1,0	4,5	5,5
No, sin embargo, lo considero	0,3	1,6	1,9
Sí, vagamente	14,6	22,3	36,9
Sí, seriamente	14,6	16,6	31,2
Sí, tengo el firme propósito de fundar una empresa	9,6	15,0	24,5
x² p-valor	0,141		

Nota: Significancia estadística < 0,05 (Autores, 2025).

Como se ilustra en la Tabla 5, las estudiantes mujeres posgradistas presentan un mayor porcentaje de intención firme de crear una empresa en comparación con los estudiantes hombres, con un 15% frente a un 9,6% en la variable "sí tengo el firme propósito de fundar una empresa". Sin embargo, al analizar la influencia del género en la intención de emprender de manera general, no se encontró una relación significativa entre esta variable y la propensión a emprender.

Tabla 6

Deseabilidad y familiares empresarios

Deseabilidad	Estudiantes de posgrado (%)	
	Sí	No
Familiares empresarios	36,6	3,5
Familiares no empresarios	53,2	6,7
	89,8	10,2
x² p-valor	0,606	

Nota: Significancia estadística < 0,05 (Autores, 2025).

La Tabla 6 señala que el 89,9% de la muestra tienen la deseabilidad de emprender. De este porcentaje, el 36,6% de los posgradistas que tienen familiares empresarios desean emprender, mientras que los posgradistas que no tienen familiares empresarios tienen un porcentaje más alto en la deseabilidad de emprender (53,2%). Al aplicar el test estadístico, el deseo de crear una empresa no se relaciona con los antecedentes de familiares empresarios.

Tabla 7
Factibilidad de emprender y familiares empresarios

Factibilidad	Estudiantes de posgrados (%)		
	Más fácil	Más difícil	Total
Familiares empresarios	15,3	24,8	40,1
Familia no empresarios	19,1	40,8	59,9
Factibilidad Total	34,4	65,6	100
x² p-valor	0,258		

Nota: Significancia estadística < 0,05 (Autores, 2025).

En cuanto a la factibilidad de creación de empresas expresada en la Tabla 7, se observa que no existe influencia de los familiares empresarios en la factibilidad de crear una empresa. Los estudiantes de posgrados que no tienen familiares empresarios manifiestan que es más difícil emprender que en años anteriores, en comparación a lo que sí tienen familiares empresarios (40,8% vs 24,8%). Así mismo, para los estudiantes que no tienen familiares empresarios es más fácil crear una empresa (19,1%).

Tabla 8
Intencionalidad de emprender y familiares empresarios

Intención de Emprender	Estudiantes de posgrado (%)		
	Familiares empresarios	Familiares no empresarios	Intención
No, nunca	1,3	4,1	5,5
No, sin embargo, lo considero	1,0	1,0	1,9
Sí, vagamente	10,8	26,1	36,9
Sí, seriamente	13,1	18,2	31,2
Sí, tengo el firme propósito de fundar una empresa	14,0	10,5	24,5
x² p-valor	0,002*		

* Nota: Significancia estadística < 0,05 (Autores, 2025).

La Tabla 8 evidencia que el 14% de los estudiantes que tienen familiares empresarios afirman tener el firme propósito de fundar una empresa, en comparación con un 10,5% de quienes no cuentan con familiares empresarios. Del 36,9% de los estudiantes que tienen una vaga intención de emprender, el 26,1% corresponde a los estudiantes que no tienen familiares empresarios. La influencia de los familiares empresarios en la intención de crear una empresa entre los estudiantes de posgrado resulta estadísticamente significativa.

4. Discusión

La intención emprendedora difiere entre las áreas del estudio de la oferta académica de posgrado, resultados que se corroboran con Politis et al., 2016. El área de las ciencias sociales como la administración de empresas y negocios tiene una mayor intención emprendedora, hallazgos que se corroboran con las investigaciones de Messina Scolaro et al., 2024; Sandoval Álvarez y Bado Zúñiga, 2023; Sarmiento Suárez et al., 2022; Gálvez Albarracín et al., 2020.

Por otra parte, la deseabilidad, la factibilidad y la intencionalidad de crear una empresa no se relacionan con el género, criterio que se corrobora en los estudios de Papadopoulou y Phillips, 2020; Pejic et al., 2018; Politis et al., 2016; Yaghmaei et al., 2015. Estas investigaciones coinciden que la participación de estudiantes hombres y mujeres en la actividad empresarial es importante y no depende del género, también confluyen en que las estudiantes mujeres tienen una mayor decisión de emprender que los estudiantes hombres.

En referencia a la influencia de familiares empresarios, la deseabilidad y la factibilidad de emprender no se ven afectadas, mientras que tener familiares empresarios influye positivamente en la intención de crear una empresa en los estudiantes de posgrado, criterio similar al de Shahriar et al., 2024; López Noriega et al., 2024; Garavito-Hernández et al., 2023; Tarapuez-Chamorro et al., 2018. Por lo tanto, el entorno de familiares empresarios contribuye a la creación de empresas y conocimientos empresariales.

5. Conclusiones

El objetivo de estudio fue analizar la influencia de variables sociodemográficas como el género y la existencia de empresarios familiares en la intención de emprender de los estudiantes de posgrado en la Universidad de Cuenca, Ecuador, así como identificar las diferencias en la intención emprendedora según las distintas áreas de estudio dentro de la formación académica de posgrado ofrecida por esta institución de educación superior.

Los resultados evidencian diferencias significativas en la intención emprendedora entre las áreas de estudio de la formación de posgrado. Se observó que el área de educación presenta el promedio más bajo de intención emprendedora, en contraste con las áreas de ciencias sociales enfocadas en la administración, así como las áreas de las ingenierías, que muestran las medias más altas. Lo que sugiere que las áreas administrativas y de formación técnica muestran mayores competencias relacionadas con la capacidad emprendedora que impulsa esta intención.

Respecto a la variable género, no se encontraron diferencias significativas en la deseabilidad, la factibilidad ni la intencionalidad de emprender en la muestra de estudiantes de posgrado. Por otro lado, la presencia de familiares empresarios influye

positivamente en la intencionalidad de emprender; aunque no afecta en la deseabilidad ni la factibilidad para crear empresas. Los estudiantes que no poseen familiares empresarios consideran más difícil crear una empresa.

Los resultados revelan que, dado que los posgradistas presentan una intención emprendedora vaga, es necesario potenciar la formación en emprendimiento, especialmente en las áreas de estudio de posgrado con menor intención emprendedora, como las ciencias de la educación. Asimismo, se recomienda insertar la cátedra de emprendimiento y otras estrategias, como simuladores de negocios y desafíos empresariales, entre otras, en el diseño curricular de la oferta de formación de posgrado de máster, con el fin de fomentar la creación de empresas y el autoempleo.

Una limitación del estudio es que no contempla otros aspectos sociales como la edad, la experiencia previa, o la pertenencia a asociaciones, entre otros, los cuales podrían ser considerados en investigaciones futuras. Sin embargo, un aporte relevante a esta investigación es la inclusión de la variable área de estudio de la formación de posgrado, un aspecto poco explorado en otras investigaciones. Como línea futura de investigación sería interesante realizar un análisis de la intención emprendedora en estudiantes de posgrado con otras universidades del país.

CONFLICTO DE INTERESES

“Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses”.

Referencias Bibliográficas

- Affum-Osei, E., Goto, S. G., Yeung, J. C., Wang, R., Lam, H., Abdul-Nasiru, I., & Chan, D. K. S. (2020). Examining the Factorial Validity of the Entrepreneurial Career Motives Scale: A Five-Nation Comparison. *Journal of Career Development*, 48(5), 715–732. <https://doi.org/10.1177/0894845319898870>
- Amofah, K., Saladríguez, R., & Akwaa-Sekyi, E. K. (2020). Entrepreneurial intentions among MBA students. *Cogent Business & Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1832401>
- Astudillo, S., Bermeo, V., Serrano, A., & Andrade, R. (2021). Intención Emprendedora en los Estudiantes de una Universidad Pública y una Universidad Privada en el Ecuador. *Revista Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 15(2), 90–103. <https://doi.org/10.3232/GCG.2021.V15.N2.04>
- Bouhaleb, A. (2020). Antecedents of entrepreneurial intention: the moderating effect of the family entrepreneurial background. *Journal of Enterprising Culture*, 28(2), 147-169, <https://doi.org/10.1142/s0218495820500077>
- Coelho, H., & Marín González, F. (2022). Programa de Formación para Emprendedores desde la formación de posgrado en la Península de

- Paraguaná-Venezuela. *Revista de ciencias sociales*, (3), 413-429. <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i3.38484>
- Díaz-Casero, J. C., Hernández-Mogollón, R.; Barata-Raposo, M. L. (2007). *Estudiantes universitarios y creación de empresas. Un análisis comparativo entre España y Portugal*. En: Ayala Calvo, J. (coord.) Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro, Universidad de La Rioja, pp.1338-1355. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2234363.pdf>
- Flórez Orejuela, E. A., & Solano Herrera, E. A. (2018). Estrategias para el fomento de la mentalidad y cultura emprendedora en los estudiantes de posgrado de la corporación universitaria minuto de dios Bucaramanga. *FACE: Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 18 (2), 5-14. <https://doi.org/10.24054/01204211.v2.n2.2018.3038>
- Freitas, C., Franco, M., Gonçalves F., Almeida, A. Social-Cultural influence on University graduate's entrepreneurial Intention: Evidence from a Portuguese university, *Social Sciences & Humanities Open*, 11, 1016227. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.101627>
- Gálvez Albarracín, E. J., Guauña Aguilar, R. A., & Ravina Ripoll, R. (2020). Actitud e intención emprendedora en estudiantes de administración de empresas y de contaduría pública. *Revista Universidad y Empresa*, 22 (38), 79–105. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7230>
- Garavito-Hernández, Y., García-Méndez, S., Ramírez-Torres, W. E., & Avellaneda-Rueda, C. (2023). Influencia de las características personales y factores del entorno en la intención emprendedora en estudiantes universitarios. *INNOVA Research Journal*, 8(1), 89–107. <https://doi.org/10.33890/innova.v8.n1.2023>
- GEIAL (Grupo de Ecosistemas Inteligentes de América Latina). (2024). *Reporte GEIAL 2024. Universidad de Cuenca y Universidad Católica de Cuenca*. No. 1 <https://geial.com/cuenca/>
- Genescà, E.; Veciana, J. M. (1984). *Actitudes hacia la creación de empresas*. Información Comercial Española, Vol. 611, pp. 147-164. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10630>
- Guamán Carchipulla, G., Asanza Rivera, K., & Orellana Quezada, D. (2021). El aporte de los emprendimientos a la economía cuencana en tiempos de pandemia. *Boletín de Coyuntura*, (31), 5-13. <https://doi.org/10.31243/bcoyu.31.2021.1460>
- Kubberød, E., & Pettersen, I. B. (2017). Exploring situated ambiguity in students' entrepreneurial learning. *Education+ Training*, 59 (3), 265-279. <https://doi.org/10.1108/et-04-2016-0076>
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 593-617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C., & Rueda-Cantuche, J. M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. *International*

- entrepreneurship and management Journal*, 7, 195-218. <https://doi.org/10.1007/s11365-010-0154-z>
- López Noriega, M. D., Contreras Avila, A., & Peraza Pérez, L. A. (2023). Los antecedentes familiares y los rasgos de emprendimiento de los estudiantes universitarios. *Desarrollo sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación*, 5(45), 29-43. <https://doi.org/10.51896/rilcods.v5i45.232>
- López-Sánchez, J. A., Mesa-Gallego, C., Hernández-Ortiz, J., & Rojas-Arias, J. P. (2024). Tendencias en competencias de innovación y emprendimiento en IES. *Journal of Economic and Social Science Research*, 4(3), 165-181. <https://doi.org/10.55813/gaea/jessr/v4/n3/115>
- Martínez, M., García, F., & Duarte, M. (2018). Influence of the university environment in the entrepreneurial intention in public and private universities. *RAUSP Management Journal*, 53 (1), 122–133. <https://doi.org/10.1016/j.rauspm.2017.12.009>
- Marulanda, F., & Morales, S. (2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Revista EAN* (81), 12-28. <https://doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1556>
- Messina Scolaro, M. D., Hernández Sánchez, B., & Sánchez García, J. C. (2024). La intención emprendedora de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y de Administración de la Universidad de la República. *IE Revista de Investigación Educativa de la REDIECH*, 15, 1-25. https://doi.org/10.33010/ie_rie_rediech.v15i0.1946
- Mohamad, M. (2015). A Study on Entrepreneurship Barriers and Entrepreneurial Inclination Among Malaysian Postgraduate Students. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/SSRN.2697879>
- Murudumbay, J. (2022). Intención emprendedora en los estudiantes de posgrado de una universidad pública del Ecuador [Master's thesis, Universidad de Cuenca], Universidad de Cuenca. <https://dspace-test.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/39575?locale=es>
- Navarrete-Zambrano, C. M., Boné-Andrade, M. F., & Arboleda-Salazar, C. S. (2025). Innovación y emprendimiento en Ecuador como factores clave para el desarrollo económico sostenible. *Journal of Economic and Social Science Research*, 5(2), 177-188. <https://doi.org/10.55813/gaea/jessr/v5/n2/196>
- Papadopoulou, K. A., & Phillips, R. A. (2020, June 2). The Value of an Enterprise Postgraduate Research Programme for creating business start-ups in the UK. *6th International Conference on Higher Education Advances (HEAd'20)*. <https://doi.org/10.4995/HEAd20.2020.11122>
- Pejic, M., Aleksic, A., & Merkac-Skok, M. (2018). Examining determinants of entrepreneurial intentions in Slovenia: applying the theory of planned behaviour and an innovative cognitive style. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 31 (1), 1453–1471. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2018.1478321pi>
- Politis, K., Ketikidis, P., Diamantidis, A. D., & Lazuras, L. (2016). An investigation of social entrepreneurial intentions formation among South-East European

- postgraduate students. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(4), 1120–1141. <https://doi.org/10.1108/JSBED-03-2016-0047>
- Sánchez-Martínez, D., Aguirre-Llanes, C. E., & Galván-Gaytán, A. J. (2023). Intención emprendedora en estudiantes universitarios. Un modelo a partir de la Teoría del Comportamiento Planificado. *Vinculatégica EFAN*, 9(1), 17-33. <https://doi.org/10.29105/vtga9.1-369>
- Sandoval Álvarez, C., & Bado Zúñiga, G. (2023). Impacto de la formación educativa emprendedora en la intención emprendedora: un enfoque cognitivo. *Contaduría y administración*, 67(4), 1-27. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2022.3269>
- Sarmiento Suárez, J. E., Reyes Rodríguez, J. F., Ramírez Montañez, J. C. (2022). Intención emprendedora en estudiantes de la Universidad Pontificia Bolivariana: exploración de un modelo basado en la teoría del comportamiento planeado. *Revista CEA*, 8 (17), e2018. <https://doi.org/10.22430/24223182.2018>
- Shahriar, M. S., Hassan, M. S., Islam, M. A., Sobhani, F. A., & Islam, M. T. (2024). Entrepreneurial intention among university students of a developing economy: the mediating role of access to finance and entrepreneurship program. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2322021>
- Soria-Barreto, K., Zuniga-Jara, S., & 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>
- Tarapuez, E., García, M. D., & Castellano, N. (2018). Aspectos socioeconómicos e intención emprendedora en estudiantes universitarios del Quindío (Colombia). *Innovar*, 28(67), 123–135. <https://doi.org/10.15446/innovar.v28n67.68618>
- Tarapuez-Chamorro, E., Flórez-Laiseca, A. M., & Giraldo-Correa, M. P. (2019). Intención emprendedora en Colombia: el caso de los estudiantes de Maestría en Administración. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 86, 93–113. <https://doi.org/10.21158/01208160.n86.2019.2292>
- Valencia-Arias, A., Andrea Rodríguez-Correa, P., Andrés Cárdenas-Ruiz, J., & Gómez-Molina, S. (2022). Factores que influyen en la intención emprendedora de estudiantes de psicología de la modalidad virtual. *Retos, Revista de Ciencias Administrativas y Económicas*, 12(23). <https://doi.org/10.17163/ret.n23.2022.01>
- Yaghmaei, O., Ghasemi, I., & Assadian, S. (2015). Relationship among Influential Factors of Entrepreneurial Intention in Terms of Gender: Case of Postgraduate Students in Malaysia. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6 (3), 195-199. <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n3p195>
- Zainuddin, M. N., & Mukhtar, D. (2022). Postgraduate entrepreneurship education: can entrepreneurial passion be deloved?. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 1-21. <https://doi.org/10.1108/JEEE-06-2021-0237>