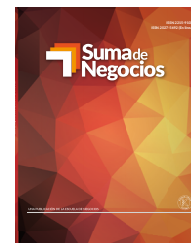




SUMA DE NEGOCIOS



Artículo de investigación

Estudio psicométrico del cuestionario de intenciones emprendedoras en jóvenes mexicanos

Ignacio Norambuena¹ , Felipe Quintano² , Leonor Riquelme³ , José Sepúlveda⁴ ,
Cristina Tavera⁵ , Selene Pérez⁶ , Crisóforo Álvarez⁷ y Roque López⁸

¹ Phd(c) Ciencias Sociales. Profesor, Departamento de Trabajo Social, Universidad de La Frontera, Temuco, Chile. Correo electrónico: ignacio.norambuena@ufroterra.cl

² Magíster en Psicología. Docente, Universidad de La Frontera, Temuco, Chile. Escuela de Psicología, Facultad de Ciencias Sociales y Comunicaciones, Universidad Santo Tomás, Temuco, Chile. Correo electrónico: felipe.quintano@ufroterra.cl

³ Doctora en Ciencias Sociales. Académica, Universidad de La Frontera, Temuco, Chile (autora de correspondencia). Correo electrónico: leonor.riquelme@ufroterra.cl

⁴ Doctor en Psicología. Investigador, Universidad de La Frontera, Temuco, Chile. Correo electrónico: jose.sepulveda@ufroterra.cl

⁵ Magíster en Psicología del Consumidor. Docente, Universidad de Santo Tomás y Universidad Gran Colombia, Bogotá, Colombia. Correo electrónico: ivonitavera@gmail.com

⁶ Doctora en Enseñanza Superior. Profesora investigadora, Universidad Autónoma del Estado de Morelos, Cuernavaca, México. Correo electrónico: selene@uaem.mx

⁷ Magíster en Impuestos. Profesor investigador, Universidad Autónoma del Estado de Morelos, Cuernavaca, México. Correo electrónico: crisof2580@hotmail.com

⁸ Doctor en Derecho. Profesor investigador, Universidad Autónoma del Estado de Morelos, Cuernavaca, México. Correo electrónico: roque_lex@hotmail.com

INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

Recibido: 15 de julio de 2024

Aceptado: 4 de noviembre de 2024

Online: 15 de enero de 2025

Códigos JEL:

A12, A2, B26, B55

Palabras clave:

Emprendimiento,
desarrollo de competencias,
jóvenes universitarios,
educación superior,
psicometría,
intenciones emprendedoras,
medición psicométrica,
validación de escalas.

RESUMEN

Introducción/objetivo: el emprendimiento se ha consolidado como un motor clave para el crecimiento personal y el desarrollo económico en distintos ámbitos. Este estudio tiene como propósito evaluar las propiedades psicométricas de la Escala de Intenciones Emprendedoras en estudiantes universitarios jóvenes.

Metodología: la investigación, de tipo psicométrica, incluyó la participación de 519 estudiantes universitarios del estado de Morelos, México, de los cuales el 40% eran hombres y el 60% mujeres, con edades entre 18 y 29 años ($DE = 4.257$). Se realizaron análisis factoriales exploratorios (AFE) y confirmatorios (AFC) para evaluar la estructura y validez de la escala.

Resultados: los análisis confirmaron una estructura unifactorial consistente con el modelo teórico propuesto. Asimismo, los resultados mostraron indicadores adecuados de confiabilidad (Omega) y validez convergente, respaldando la robustez de la escala.

Conclusiones: los hallazgos sugieren que la Escala de Intenciones Emprendedoras es una herramienta válida y confiable para medir la intención emprendedora en jóvenes. Esto destaca su relevancia como instrumento para investigaciones futuras en diversos contextos educativos y culturales.

Psychometric study of the entrepreneurial intentions questionnaire in Mexican youth

ABSTRACT

Keywords:

Entrepreneurship, competency development, university students, higher education, psychometrics, entrepreneurial intentions, psychometric measurement, scale validation.

Introduction/Objective: entrepreneurship has emerged as a key driver for personal growth and economic development across various fields. This study aimed to evaluate the psychometric properties of the Entrepreneurial Intentions Scale among young university students.

Methodology: this psychometric research included 519 university students from the state of Morelos, Mexico, with 40% male and 60% female participants, aged 18 to 29 years ($SD = 4.257$). Exploratory (EFA) and confirmatory factor analyses (CFA) were conducted to assess the scale's structure and validity.

Results: the analyses confirmed a unifactorial structure consistent with the proposed theoretical model. Additionally, the findings demonstrated adequate reliability (Omega) and convergent validity indicators, supporting the robustness of the scale.

Conclusions: the findings suggest that the Entrepreneurial Intentions Scale is a valid and reliable tool for measuring entrepreneurial intentions in young individuals. Its relevance as an instrument for future research in diverse educational and cultural contexts is underscored.

Introducción

En tiempos recientes, el emprendimiento se ha afianzado como una alternativa crucial para fomentar el crecimiento económico y generar riqueza, impulsando el desarrollo tanto profesional como económico de individuos y sociedades (Ordeñana et al., 2020; Vargas-Martínez et al., 2023). Particularmente, México es un país con una economía emergente, se caracteriza por una elevada tasa de emprendimiento, impulsada por un ecosistema dinámico que involucra la colaboración entre empresas, universidades, incubadoras, fondos de inversión, parques tecnológicos, centros de investigación y organismos gubernamentales. No obstante, aún enfrenta retos, como el insuficiente apoyo educativo y la necesidad de fortalecer los escenarios de competitividad para los emprendedores (Cueva et al., 2021; García et al., 2023; López, 2023).

Desde las universidades, se ha investigado cómo incluir el emprendimiento como una habilidad transversal en los planes de estudio (De Castro & De Castro, 2021; González et al., 2022; Hahn et al., 2020; Hassan, 2020; Reales, 2019). Esto es porque el autoemprendimiento se ha posicionado como una solución viable para fomentar el aspecto socioeconómico, teniendo en cuenta el aumento de nuevas empresas a nivel global (Ahmad & Bajwa, 2023; Raja, 2022; Verma & Mehta, 2022).

Países con altas tasas de desempleo han visto un incremento en el número de emprendedores (De Lourdes et al., 2017; Fuentes et al., 2023; Juárez et al., 2022). Sin embargo, a pesar del aumento constante de emprendedores jóvenes, aún no se ha logrado solucionar el desempleo juvenil (Abzhan et al., 2020; Rodríguez-Puello et al., 2022; Román et al., 2022; Valiente et al., 2020).

El emprendimiento se considera una competencia transversal que incrementa la empleabilidad y la adaptabilidad al mercado laboral, involucrando tanto al sector público como privado en su fomento (García-Álvarez et al., 2022; Iglesias-Sánchez et al., 2019; Meoli et al., 2020). En este contexto, las universidades están asumiendo un papel activo, alineándose con su compromiso social y ético, y respondiendo a las demandas del entorno global (Anjum et al., 2021; Floris et al., 2023; González-Moreno et al., 2019). Este papel va más allá de la mera transmisión de conocimientos, pues implica un reto crucial: fomentar el espíritu emprendedor como motor clave para el desarrollo económico y social (Imanuella et al., 2024).

De esta manera, las universidades buscan no solo formar profesionales competentes, sino también impulsar la creación de nuevas iniciativas empresariales, lo que requiere la inclusión de habilidades emprendedoras en los currículos de educación superior (Alonso-Conde et al., 2019). Al hacerlo, no solo mejoran la empleabilidad de sus graduados, sino que también los preparan para ser agentes de cambio y generadores de nuevas oportunidades en el mercado laboral (Anjum et al., 2021; Cai et al., 2020; Chlebiej, 2023; Iglesias-Sánchez et al., 2019; Wathanakom et al., 2020).

Un estudio realizado con población chilena y española evidencia que los emprendedores con formación universitaria o de posgrado tienen una mayor probabilidad de lograr una rápida internacionalización de sus empresas (Baier-Fuentes et al., 2018). Esto se debe a la adquisición de conocimientos especializados que les brindan las habilidades necesarias para abordar situaciones comerciales desafiantes. Además, aquellos con título universitario tienen mayores expectativas en el ámbito empresarial y cuentan con una red de contactos más amplia, tanto social como empresarial (Mohammad-Shafiee et al., 2023; Villanueva-Flores et al., 2023).

En síntesis, el impulso del emprendimiento desde las universidades, no solo favorece el crecimiento económico, sino que también fortalece la capacidad de los jóvenes para afrontar los desafíos del mercado laboral contemporáneo. De esta manera, la educación superior actúa como un factor clave en la creación de nuevas empresas y la generación de oportunidades, consolidando el rol de las universidades como motores del desarrollo socioeconómico.

Emprendimiento en jóvenes

El emprendimiento en la población de jóvenes ha adquirido un papel destacado en las agendas económicas y sociales de múltiples países debido a su capacidad para generar empleo, impulsar la innovación y promover el desarrollo sostenible (Herani et al., 2024). Los jóvenes emprendedores, definidos generalmente como aquellos menores de 30 años, participan activamente en la creación y gestión de empresas que no solo contribuyen al crecimiento económico, sino también a la transformación de sectores clave (She et al., 2023).

El emprendimiento juvenil implica el desarrollo de actividades empresariales por personas en los inicios de su trayectoria profesional. Este proceso incluye la identificación y explotación de oportunidades que generan valor no solo económico, sino también social y cultural, lo que inyecta perspectivas innovadoras y frescas a los mercados y entornos en los que operan (García-Rodríguez et al., 2019; Lai & To, 2020; Salavou et al., 2021).

Variados factores inciden en las decisiones de estos emprendedores jóvenes, entre ellos su nivel educativo, experiencia previa, y el apoyo de redes familiares, sociales y mentores. La existencia de un ecosistema de apoyo institucional y cultural también es fundamental para fomentar su iniciativa empresarial (Malmström & Öqvist, 2021; Vankov et al., 2022).

Más allá de su impacto económico directo, el emprendimiento juvenil puede ser un motor clave en la transición hacia un desarrollo más inclusivo y sostenible, generando no solo oportunidades de empleo, sino también soluciones innovadoras a desafíos sociales. Promover una cultura emprendedora entre los jóvenes puede fortalecer su participación cívica y potenciar su liderazgo dentro de sus comunidades (Aitzhanova et al., 2024; Martínez-González et al., 2019). Por tanto, el emprendimiento juvenil abarca un amplio espectro de enfoques, que incluyen desde *startups* tecnológicas hasta iniciativas sociales, lo que subraya su papel multifacético en el tejido económico y social actual (Aloulou, 2022).

En primer lugar, el emprendimiento por necesidad es común en entornos donde el acceso al empleo asalariado es limitado. Los jóvenes que optan por esta forma de emprendimiento lo hacen como respuesta a la falta de oportunidades laborales. Estos emprendimientos a menudo requieren una inversión inicial baja y pueden abarcar actividades como ventas informales, servicios de pequeña escala o microempresas (Moscoso-Paucarchuco et al., 2023). El emprendimiento por necesidad es una estrategia de supervivencia que, aunque puede brindar autonomía y autoempleo, a menudo carece de un componente significativo de innovación (Audretsch et al., 2022).

En segundo lugar, el emprendimiento por oportunidad se distingue por identificar una brecha en el mercado y desarrollar un nuevo negocio para aprovecharla. Los jóvenes que optan por este tipo de emprendimiento buscan aprovechar una idea innovadora, crear un producto o servicio diferenciado o cubrir una necesidad insatisfecha en el mercado. Este tipo de emprendimiento tiende a ser más arriesgado en términos de inversión inicial y puede generar impactos económicos y sociales significativos (Khanin et al., 2022).

En tercer lugar, el emprendimiento social se orienta hacia la creación de empresas, cuyo propósito fundamental es enfrentar y solucionar problemáticas sociales o ambientales, promoviendo el bienestar colectivo y buscando generar un impacto positivo y sostenible (Ramírez Lozano et al., 2024). Los emprendedores jóvenes buscan crear un impacto positivo en la sociedad mientras generan ingresos. Sus iniciativas pueden abarcar proyectos de sostenibilidad, reducción de la pobreza, acceso inclusivo a la educación y a servicios de salud. El emprendimiento social en jóvenes se caracteriza por su orientación hacia la responsabilidad y la innovación social (Anokhin et al., 2023; Chen, 2023).

En cuarto lugar, el emprendimiento tecnológico se centra en la creación de negocios basados en la innovación tecnológica. Los jóvenes emprendedores tecnológicos desarrollan productos o servicios que se apoyan en avances tecnológicos como aplicaciones móviles, *software*, *hardware* o soluciones digitales. Este tipo de emprendimiento a menudo requiere una sólida base en ciencia, tecnología, ingeniería o matemáticas (STEM, por sus siglas en inglés) y se caracteriza por su potencial de escalamiento rápido y su impacto en la economía digital (Liu et al., 2024; Nikraftar et al., 2022).

Finalmente, el emprendimiento cultural y creativo implica la creación de negocios en sectores relacionados con las industrias culturales y creativas, como el arte, la música, el diseño, la moda, el cine y la gastronomía. Los jóvenes emprendedores culturales y creativos aportan innovación a estas industrias, generando productos y experiencias únicas. Este tipo de emprendimiento es esencial para la promoción de la cultura y la identidad local, así como para la economía creativa (Azis & Salloum, 2023; Van Meerkerk, 2022).

Un estudio reciente realizado por Quintano et al. (2024) en estudiantes universitarios chilenos, daría cuenta de la identificación de cuatro perfiles emprendedores en jóvenes. El primer perfil se llamó emprendedores intrínsecos, puesto que poseen un alto porcentaje de intenciones emprendedoras y que cuentan, en su mayoría, con familiares que tienen un emprendimiento formal. El segundo grupo, denominado emprendedores informales, se caracteriza por un elevado porcentaje de personas con altas calificaciones en intenciones emprendedoras, quienes gestionan emprendimientos informales. El tercer clúster, nombrado emprendedores por necesidad, posee bajas puntuaciones de intenciones emprendedoras y se ha visto motivado por necesidad. Finalmente, nos encontramos con un cuarto grupo, denominado los no emprendedores, que son aquellos que no poseen un emprendimiento, tampoco familiares o conocidos con emprendimientos y con una baja puntuación en intenciones emprendedoras (Quintano et al., 2024).

En resumen, el emprendimiento juvenil actúa como un motor fundamental para el progreso económico y social, promoviendo la innovación y el cambio en distintos sectores. Reconocer la diversidad de perfiles emprendedores y fortalecer los ecosistemas de apoyo resulta clave para maximizar su impacto y empoderar a los jóvenes como agentes de transformación en sus comunidades.

Antecedentes de la intención emprendedora

El emprendimiento puede concebirse como un proceso que evoluciona a lo largo del tiempo (Rajković et al., 2023; Syed et al., 2020). Dentro de este proceso, las intenciones emprendedoras representan un paso inicial en la creación de empresas, un camino que se caracteriza por su continua transformación. Estas intenciones se configuran como precursoras esenciales de los comportamientos emprendedores que, con el tiempo, pueden materializarse (Gieure et al., 2019).

Es fundamental resaltar que la intención para emprender, entendida como la disposición para llevar a cabo acciones emprendedoras, está condicionada por una variedad de factores. Elementos como las necesidades, valores, deseos, hábitos y creencias desempeñan un papel crucial en la configuración de esta intención (Liñán & Chan, 2009). Estos factores no solo son personales, sino que también interactúan con aspectos contextuales que, en muchos casos, ejercen una influencia significativa sobre las aspiraciones emprendedoras. Los factores externos, como la presión social, la complejidad de las tareas y las limitaciones temporales, son ejemplos de cómo el entorno puede moldear las actitudes hacia el emprendimiento (Mahmood et al., 2020; Soomro et al., 2021).

En este contexto, la Teoría de la Acción Planificada (TAP), desarrollada por Ajzen en 1991, ha sido ampliamente aplicada en el ámbito de la psicología social y se ha establecido como el modelo principal para predecir las intenciones emprendedoras. Este enfoque teórico se sustenta en tres componentes clave: la actitud hacia la conducta, la norma subjetiva y el control conductual percibido (Ajzen, 1991; Nayak et al., 2024).

Según el modelo de la expectativa-valor de las actitudes (Fishbein & Ajzen, 1975), las actitudes se forjan a partir de las creencias individuales, que a su vez se multiplican por el valor subjetivo atribuido a estas. Cada creencia asocia la conducta con determinados resultados o características, lo que genera actitudes positivas cuando se prevén consecuencias favorables, y actitudes negativas cuando los resultados son percibidos como indeseables.

Siguiendo esta lógica, la intención emprendedora de una persona puede explicarse en términos del modelo que incluye las variables de expectativas y valor de las actitudes. Una persona que perciba el emprendimiento como una vía hacia la autonomía, el éxito financiero y la realización personal, es más propenso a desarrollar una actitud positiva hacia esta conducta (Al-Qadasi et al., 2024). Por el contrario, si percibe altos riesgos financieros o la posibilidad de fracaso, su actitud hacia emprender puede volverse negativa. Esto sugiere que el proceso de toma de decisiones para emprender está mediado por una evaluación subjetiva de los riesgos y beneficios percibidos (Nsereko, 2020).

Además de las actitudes, la norma subjetiva, que incluye las expectativas de personas cercanas como la familia, está relacionada con las intenciones de emprender. Estas creencias normativas se refieren a la probabilidad de que personas o grupos relevantes aprueben o desapruében una conducta específica (Ajzen, 1991). En este sentido, la percepción de presión social para emprender o seguir una carrera determinada puede afectar significativamente las decisiones individuales (Durán et al., 2009). Sin embargo, algunos estudios sugieren que la norma subjetiva tiene una menor influencia en comparación con otros componentes del modelo (Liñán & Chan, 2009; Tunio et al., 2021).

Por último, el control conductual percibido, que se refiere a la percepción de tener los recursos y habilidades necesarios para emprender, es otro factor decisivo en la formación de la intención emprendedora (Ajzen, 1991). Esta percepción se basa en experiencias previas, información de otras personas, y en la evaluación de las oportunidades y obstáculos presentes. Así, cuando las personas perciben que tienen los recursos y capacidades necesarios, su intención de emprender tiende a fortalecerse (Yang et al., 2024).

Además de estos factores individuales, es esencial considerar los elementos contextuales que influyen en el emprendimiento. En este sentido, el modelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM), descrito por Reynolds (2017), ha desempeñado un papel clave en la medición del emprendimiento a nivel global. Este enfoque multinivel no solo evalúa la intención emprendedora y la percepción de oportunidades, sino que también incorpora factores como el miedo al fracaso y las condiciones del entorno, tales como el acceso a financiamiento y las políticas gubernamentales (Reynolds, 2024).

En esta línea, autores como Franke y Lüthje (2004) han subrayado la importancia de los factores personales y ambientales en la construcción de las intenciones en el ámbito de emprendimiento. Su investigación, centrada en universitarios, destaca cómo variables como la autoeficacia, junto con un entorno universitario favorable, pueden potenciar el deseo de emprender. La presencia de recursos académicos, redes de contacto y experiencias prácticas en el contexto universitario actúan como facilitadores clave para que los estudiantes desarrollen confianza y persigan proyectos emprendedores. Asimismo, un estudio destaca el impacto de la movilidad global en la identificación de oportunidades en las intenciones emprendedoras (Vandor & Franke, 2016). Ambos entornos, universitario e intercultural, brindan recursos únicos que potencian las capacidades emprendedoras, facilitando tanto el deseo como la identificación efectiva de oportunidades para iniciar proyectos innovadores.

Por otra parte, Fiet (2002) ha abordado el emprendimiento desde una perspectiva más centrada en la información y la búsqueda sistemática de oportunidades. De acuerdo con Fiet, la habilidad de un emprendedor para reconocer oportunidades de negocio no es fruto del azar, sino el resultado de un proceso meticuloso en el que la recopilación y el análisis de información desempeñan un rol fundamental. De esta manera, los emprendedores que enfrentan circunstancias desafiantes, como la pobreza, y adoptan un enfoque disci-

plinado y resiliente en la búsqueda de oportunidades, tienen más probabilidades de desarrollar rasgos como la persistencia y el optimismo, lo que les permiten identificar opciones viables y sostenibles en el mercado, aumentando significativamente sus probabilidades de éxito (Sajjad & Talat, 2024).

A pesar de los avances en el estudio de las intenciones emprendedoras, la investigación en jóvenes universitarios, especialmente en México, sigue siendo escasa (Senaratne et al., 2021; Sepúlveda-Maldonado et al., 2017). Este estudio utiliza la Escala de Intenciones Emprendedoras, una herramienta validada en estudios internacionales (Batista-Canino et al., 2024; Laguía et al., 2017; Liñán & Chen, 2009; Rueda et al., 2015). El instrumento ha demostrado su capacidad para reflejar tanto factores personales como sociales y culturales que influyen en la intención emprendedora. Asimismo, se realiza un análisis riguroso de la validez y confiabilidad del instrumento, sentando una base sólida para futuras investigaciones.

El objetivo del presente estudio es evaluar las propiedades psicométricas de la Escala de Intenciones Emprendedoras en jóvenes universitarios mexicanos, mediante la aplicación de análisis factoriales exploratorios y confirmatorios para validar su estructura unifactorial y establecer su confiabilidad y validez. Esto permitirá comprobar la adecuación del cuestionario en esta población y sentar las bases para futuras investigaciones.

Método

Diseño

El estudio psicométrico siguió un diseño cuantitativo, no experimental y transversal (Cea, 1996; Hernández et al., 2010). Esto se fundamenta al establecer una investigación que pretende observar un momento determinado del tiempo y que no posee grupos ni variables de control. Lo anterior se enmarca dentro de una tradición epistemológica empírica que busca el acercamiento a la realidad social a través de la medición de fenómenos sociales.

Participantes

La selección de la muestra se realizó mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, estableciendo como criterios de inclusión tener entre 18 y 29 años de edad y residir en estado de Morelos, México. La muestra estuvo conformada por 519 participantes, de los cuales el 60% se identificó como mujer y el 40% como hombre. La edad promedio fue de 21.17 años (DE = 4.257). Además, el 94% declaró no tener hijos, el 87.3% reportó estar soltero, y el 55.2% señaló pertenecer a un nivel socioeconómico medio (véase tabla 1).

Tabla 1. Características sociodemográficas

Variables	Categorías	n (%)
Sexo	Mujer	60.0%
	Hombre	40.0%
Estado civil	Soltero/a	87.3%
	Casado/a	2.50%
	Conviviente civil	0.80%
	En pareja	8.30%
	Separado/a	0.60%
	Divorciado/a	0.20%
	Viudo/a	0.40%
Nivel socioeconómico	Bajo	8.90%
	Medio bajo	28.2%
	Medio	55.2%
	Medio alto	7.50%
Etnicidad	Alto	0.20%
	Indígenas (Nahualt)	0.40%
	No indígenas	99.2%

Fuente: elaboración propia.

Instrumentos

Con la finalidad de cumplir con los objetivos de la investigación, se emplearon los siguientes instrumentos: un cuestionario sociodemográfico, que recopiló datos sobre los participantes, como su edad, género, estado civil, nivel educativo, origen étnico, entre otros aspectos.

Cuestionario de Intención Emprendedora (Rueda et al., 2015). Con relación a los ítems del cuestionario presentan un formato de respuesta tipo Likert de siete puntos. Este cuestionario incluye un factor que evalúa la actitud hacia la conducta emprendedora, medido a través de seis ítems que exploran las percepciones del individuo sobre lo que implicaría ser emprendedor. Las respuestas se califican en una escala que va de 1 (totalmente en desacuerdo) a 7 (totalmente de acuerdo). Para obtener la puntuación global del cuestionario, se multiplica la calificación de cada expectativa relacionada con la intención de emprender por su nivel de deseabilidad, y luego se divide el resultado total entre siete. Las puntuaciones más altas reflejan una actitud positiva hacia las intenciones emprendedoras (Laguía et al., 2017).

Este cuestionario ha sido desarrollado y validado en España (Rueda et al., 2015) y se ha aplicado previamente en una muestra de 316 estudiantes universitarios colombianos. La fiabilidad de esta escala fue muy satisfactoria (Alfa de Cronbach = 0.91), puesto que supera el valor recomendado de 0.7 (Laguía et al., 2017; Nunnally, 1978).

Procedimiento

Los datos se recolectaron mediante un cuestionario en línea alojado en la plataforma QuestionPro. El equipo de investiga-

ción envió correos electrónicos para invitar a los participantes a formar parte del estudio. Aquellos que aceptaron unirse al estudio recibieron un correo electrónico del equipo de investigación, que incluía una copia del formulario de consentimiento informado y un enlace al cuestionario en línea. El formulario describía de manera general los objetivos del estudio y las pautas éticas, destacando el carácter voluntario de la participación, la confidencialidad de los datos, el anonimato de los participantes, la ausencia esperada de riesgos físicos o psicológicos, y el derecho de los participantes a retirarse del estudio en cualquier momento. El cuestionario fue completado en línea, y los datos se recopilaron durante un periodo de cuatro meses.

Plan de análisis

La muestra se dividió en dos partes: la primera con 260 participantes y la segunda con 259. Con la primera muestra se realizó un análisis factorial exploratorio (AFE), en el cual se utilizó el programa FACTOR 12 (Lorenzo-Seva & Ferrando, 2006), utilizando análisis de datos categóricos, con el método de estimación de mínimos cuadrados no ponderados (ULS) y la matriz policórica de correlación.

Con la segunda muestra se llevó a cabo un análisis factorial confirmatorio (CFA) utilizando el software MPLUS v.8.6 (Muthén & Muthén, 2017). Se empleó el método de estimación de máxima verosimilitud con errores estándar robustos y una estadística de prueba ajustada tanto a la media como a la varianza (MLMV) para el modelo CFA, ya que este enfoque es eficiente en escalas que tienen más de cinco opciones de respuesta. Con el fin de evaluar el modelo, se tomaron en cuenta los siguientes índices de ajuste: el Índice de Ajuste Comparativo (CFI), el Índice Tucker Lewis (TLI) y el Error Cuadrático Medio de Aproximación (RMSEA). Para CFI y TLI se contemplaron valores razonables, valores

iguales o mayores a 0.90 (Schumacker & Lomax, 2016). Para RMSEA se consideró un ajuste razonable valores menores o iguales a 0.080 (Browne & Cudeck, 1993). Para la estimación de fiabilidad se utilizó el coeficiente Omega de McDonald's (ω) > 0.70 (McDonald, 1999). Finalmente, la validez convergente se estimó mediante cargas factoriales estadísticamente significativas > 0.50 y varianza media extraída (AVE) > 0.50 (Hair et al., 2006).

Resultados

Análisis descriptivo

En lo que respecta al análisis descriptivo de la escala para medir intenciones emprendedoras en jóvenes, se calculó a partir de la distribución media observada en cada una de las categorías de ítems. Las medias de los ítems varían entre 5.04 (DE = 1.50) y 5.30 (DE = 1.48); estos valores indican que los jóvenes obtuvieron niveles superiores a una media de 3.5 considerando la escala de respuesta en un rango de 1 a 7 (véase tabla 2).

Análisis factorial exploratorio

El análisis factorial exploratorio muestra un índice KMO de 0.902 y una prueba de esfericidad de Bartlett con un valor de $p < 0.00001$. El análisis paralelo da cuenta de un solo factor dentro del constructo, el cual acumula el 86% de la variabilidad de los datos. Estos resultados dan cuenta de la factibilidad en la reducción de dimensiones. Los seis ítems que componen la escala están altamente identificados con el constructo, donde se aprecia una comunalidad no inferior a 0.645 (véase tabla 3).

Tabla 2. Estadísticos descriptivos ítems escala intenciones emprendedoras

No.	Ítem	N	Media	Mínimo	Máximo	DE	Asimetría	Curtosis
1	Estoy dispuesto/a a realizar cualquier cosa para ser un/a emprendedor/a.	519	5.11	1	7	1.43	-0.54	0.29
2	Mi objetivo profesional es convertirme en un/a emprendedor/a.	519	5.04	1	7	1.50	-0.49	0.02
3	Haré todo el esfuerzo posible para comenzar y llevar a cabo mi propia empresa.	519	5.19	1	7	1.45	-0.59	0.24
4	Estoy decidido/a a crear una empresa en el futuro.	519	5.09	1	7	1.51	-0.51	-0.04
5	Tengo pensado muy seriamente iniciar un negocio.	519	5.23	1	7	1.48	-0.68	0.30
6	Tengo la firme intención de comenzar una empresa algún día.	519	5.30	1	7	1.48	-0.68	0.26

Fuente: elaboración propia.

Tabla 3. Comunalidades

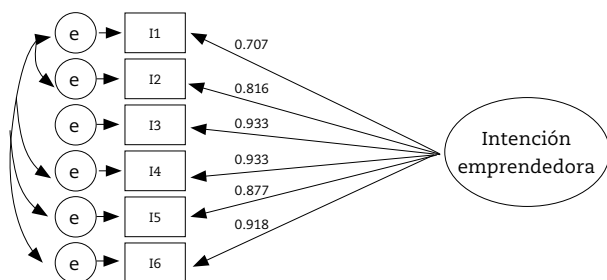
Ítem	Comunalidades
P1	0.64
P2	0.83
P3	0.93
P4	0.92
P5	0.86
P6	0.86

Fuente: elaboración propia.

Análisis factorial confirmatorio

Tras realizar el análisis factorial exploratorio, se procedió con el análisis factorial confirmatorio (AFC) utilizando una segunda muestra de 259 participantes. Los índices de bondad de ajuste del AFC indicaron un modelo adecuado, con los siguientes resultados: RMSEA = 0.078, IC 90% = 0.031 - 0.127; CFI = 0.999; y TLI = 0.997.

Cabe mencionar que mediante una revisión de los índices de modificación se agregaron *paths* de covarianza entre los errores de los ítems, según se observa en la figura 1, dado que presentaban un índice de modificación superior a 10.0 (Cole et al., 2005). Esto ha permitido mejorar el ajuste del modelo.

**Figura 1. Modelo de un factor**

Fuente: elaboración propia.

Evidencia de confiabilidad y validez

La escala presentó elevados índices de fiabilidad con un valor Omega de 0.947 y se demostró su validez convergente al presentar todos los ítems cargas factoriales estadísticamente significativas > 0.50 y una varianza media extraída (AVE) de > 0.753.

Discusión

La evaluación psicométrica de la Escala de Intenciones Emprendedoras en una muestra de jóvenes mexicanos representa un aporte significativo a la literatura existente sobre la medición de intenciones emprendedoras en América Latina. Al demostrar ser un instrumento fiable y adecuado para el contexto mexicano, esta investigación permite una comprensión más detallada de los elementos que afectan la disposición de los jóvenes hacia el emprendimiento. Los

resultados obtenidos no solo son consistentes con estudios previos que han validado la escala en otros países (Laguía et al., 2017; Liñán & Chen, 2009), sino que también ofrecen una base para futuras investigaciones en contextos similares, donde se busca evaluar estas intenciones emprendedoras.

El aporte del presente estudio a la educación superior es especialmente relevante, dado que la validación rigurosa de un instrumento de medición permite a las instituciones académicas evaluar de manera más precisa la efectividad de sus programas orientados a fomentar competencias emprendedoras. Estudios previos han destacado la importancia de incluir el emprendimiento como una competencia transversal en los planes de estudio universitarios (González et al., 2022; Hahn et al., 2020), y este instrumento puede facilitar la evaluación de dichas iniciativas al medir las intenciones de los jóvenes de crear sus propias empresas. De este modo, se contribuye a mejorar los programas de formación y a optimizar las políticas de fomento al emprendimiento en el ámbito educativo, particularmente en México, donde el emprendimiento juvenil es una estrategia clave para el desarrollo económico y social (Cueva et al., 2021).

Además, la metodología utilizada en este estudio puede ser replicada en otros contextos latinoamericanos. La validación de la escala en México abre la puerta a investigaciones comparativas en otros países de la región, ampliando la aplicabilidad del instrumento y contribuyendo a la creación de nuevos instrumentos adaptados a diferentes realidades culturales. Esto es particularmente importante, dado el creciente interés en medir las intenciones emprendedoras como un factor clave en el desarrollo de políticas de emprendimiento juvenil (Fuentes et al., 2023; Ordeñana et al., 2020). Futuros estudios podrían avanzar en el análisis de esta escala mediante la evaluación de su validez discriminante.

En resumen, este estudio contribuye de manera significativa al campo de las intenciones emprendedoras en jóvenes universitarios mexicanos, validando una herramienta que puede ser utilizada tanto en investigaciones académicas como en la evaluación de programas de emprendimiento. Al mismo tiempo, alinea sus hallazgos con teorías como la Teoría de la Acción Planificada (Ajzen, 1991) y el Modelo Global de Emprendimiento (Reynolds, 2017), proporcionando un marco teórico que respalda la utilidad del instrumento en contextos educativos y políticos.

Conclusión

Este estudio ofrece un avance significativo al validar la Escala de Intenciones Emprendedoras en jóvenes universitarios mexicanos, lo que tiene importantes implicaciones tanto para la investigación como para la educación superior. La escala se posiciona como una herramienta fiable para medir las intenciones emprendedoras, lo que permitirá a las universidades y otras instituciones evaluar de manera más efectiva sus programas orientados al emprendimiento juvenil.

Además, los resultados obtenidos abren la puerta a futuras investigaciones en otros países, posibilitando estudios comparativos y la adaptación del instrumento a diferentes contextos culturales. Esto no solo ampliará el conocimiento

to sobre el emprendimiento juvenil, sino que también contribuirá a la creación de nuevas herramientas de medición ajustadas a realidades locales.

En un sentido práctico, las instituciones educativas pueden emplear esta herramienta para optimizar sus programas académicos de emprendimiento, adaptándose de manera más precisa a las particularidades y necesidades de sus estudiantes. Además, esta investigación resalta la importancia del emprendimiento como una competencia esencial para abordar los retos socioeconómicos actuales, respaldando el desarrollo de políticas públicas que promuevan la creación de emprendimientos y el crecimiento económico inclusivo.

Financiación

El presente estudio no cuenta con financiamiento.

Conflicto de intereses

En el presente estudio, los autores afirman que no tienen conflictos de interés. Se considera un conflicto de interés cualquier situación que pueda afectar el juicio profesional de forma inapropiada, ya sea con respecto al interés principal (como el bienestar y la validez de la investigación) o a intereses secundarios (como beneficios económicos, búsqueda de reconocimiento, prestigio u oportunidades de promoción profesional).

Ninguno de los autores ha recibido compensaciones monetarias ni beneficios en especie, ni tiene vínculos financieros con organizaciones que pudieran influir en el desarrollo de esta investigación. Del mismo modo, no existen relaciones personales o profesionales que puedan afectar los resultados o la interpretación de los datos presentados.

Finalmente, garantizamos que el diseño del estudio, la recolección y análisis de los datos, así como la elaboración y revisión del manuscrito, se han llevado a cabo de manera independiente, sin interferencias externas que puedan comprometer la integridad científica o ética de este trabajo.

Agradecimientos

A la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo (ANID) «Programa de Becas/Doctorado becas Chile».

Contribuciones de los autores

Ignacio Norambuena Paredes: conceptualización, curación de datos, investigación, administración del proyecto, supervisión, redacción (borrador original); Felipe Quintano Méndez: curación de datos, análisis formal, investigación, software, redacción (revisión y edición); Leonor Riquelme Segura: análisis formal, software, validación, redacción (bo-

rrador original); José Sepúlveda-Maldonado: supervisión. Cristina Tavera-Cuéllar: investigación, supervisión; Selene Pérez-Ramírez: investigación; Crisóforo Álvarez-Violante: investigación; Roque López-Tarango: investigación.

Referencias

- Abzhan, Z., Bekzhanova, T., Nukesheva, A., Abdurakhmanov, M., Aitkhodzina, L., & Bulkhairova, Z. (2020). Peculiarities of youth unemployment: A case study. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(4), 3438-3454. [http://doi.org/10.9770/jesi.2020.7.4\(57\)](http://doi.org/10.9770/jesi.2020.7.4(57))
- Ahmad, S., & Bajwa, I. A. (2023). The role of social entrepreneurship in socio-economic development: A meta-analysis of the nascent field. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 15(1), 133-157. <https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2021-0165>
- Aitzhanova, D., Begentayev, M., Mukhanova, G., Antoni, A., Csiszárík-Kocsir, Á., Orazymbetova, A., & Kiss, F. (2024). Success factors of youth entrepreneurship projects based on fuzzy analytic hierarchy method on the example of Kazakhstan. *Acta Polytechnica Hungarica*, 21(11).
- Ajzen, I. (1991). La teoría del comportamiento planificado. *Comportamiento Organizacional y Procesos de Decisión Humana*, 50(2), 179-211.
- Alonso-Conde, A. B., Rentas, S., & Rojo-Suárez, J. (2019). Analysis of the role of business incubators in the entrepreneurial ecosystem: The case of the United States and Spain. In *12th Annual International Conference of Education, Research and Innovation* (pp. 11171-11175). IATED. <https://doi.org/10.21125/iceri.2019.2759>
- Aloulou, W. J. (2022). The influence of institutional context on entrepreneurial intention: Evidence from the Saudi young community. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 16(5), 677-698.
- Al-Qadasi, N., Zhang, G., Al-Jubari, I., Al-Awlaqi, M. A., & Aamer, A. M. (2024). Entrepreneurship education and entrepreneurial behaviour: Do self-efficacy and attitude matter? *The International Journal of Management Education*, 22(1), 100945. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.100945>
- Anjum, T., Farrukh, M., Heidler, P., & Tautiva, J. A. D. (2021a). Entrepreneurial intention: Creativity, entrepreneurship, and university support. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 11. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010011>
- Anjum, T., Heidler, P., Amoozegar, A., & Anees, R. T. (2021b). The impact of entrepreneurial passion on the entrepreneurial intention; moderating impact of perception of university support. *Administrative Sciences*, 11(2), 45. <https://doi.org/10.3390/admsci11020045>
- Anokhin, S., Morgan, T., Jones Christensen, L., & Schulze, W. (2023). Local context and post-crisis social venture creation. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 17(1), 40-60.
- Audretsch, D. B., Belitski, M., Chowdhury, F., & Desai, S. (2022). Necessity or opportunity? Government size, tax policy, corruption, and implications for entrepreneurship. *Small Business Economics*, 58(4), 2025-2042.
- Aziz, M. R., & Salloum, C. (2023). How cultural leadership ideals shape entrepreneurship? *European Business Review*, 35(5), 797-813.
- Baier-Fuentes, H., Hormiga, E., Amorós, J., & Urbano, D. (2018). The influence of human and relational capital on the rapid internationalization of firms: A comparative study between Spain and Chile. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 31(4), 679-700. <https://doi.org/10.1108/ARLA-12-2016-0333>
- Batista-Canino, R. M., Santana-Hernández, L., & Medina-Brito, P. (2024). A holistic literature review on entrepreneurial Intention: A scientometric approach. *Journal of Business Research*, 174, 114480. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114480>

- Browne, M. W., & Cudeck, R. (1993). Alternative ways of assessing model fit. In Bollen, K. A., & Long, J. S. (Eds.), *Testing structural equation models* (pp. 136-162). Sage.
- Cai, Y., Ma, J., & Chen, Q. (2020). Higher education in innovation ecosystems. *Sustainability*, 12(11), 4376. <https://doi.org/10.3390/su12114376>
- Cea, M. (1996). *Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social*. Proyecto Editorial: Síntesis Sociología. https://www.trabajosocial.unlp.edu.ar/uploads/docs/metodologia_cuantitativa_estrategias_y_tecnicas_de_investigacion_social_cea_d_ancona.pdf
- Chen, W. D. (2023). Crowdfunding for social ventures. *Social Enterprise Journal*, 19(3), 256-276.
- Chlebiej, J. (2023). Entrepreneurial competences of management students. *European Management Studies*, 20(4), 110-134. <https://doi.org/10.7172/1644-9584.98.5>
- Cole, J. C., Motivala, S. J., Khanna, D., Lee, J. Y., Paulus, H. E., & Irwin, M. R. (2005). Validation of single-factor structure and scoring protocol for the health assessment questionnaire-disability index. *Arthritis & Rheumatism*, 53(4), 536-542. <https://doi.org/10.1002/art.21325>
- Cueva, A. B. C., Álvarez, P. M., & González-Morales, O. (2021). Las políticas de emprendimiento en México. *Revista Internacional de Política Económica*, 3(1), 63-75. <https://doi.org/10.7203/IREP.3.1.21248>
- De Castro, A. B. C., & De Castro, S. A. (2021). Educação econômica e financeira: proposta de diretrizes pedagógicas para o ensino superior tecnológico economic and financial education. Proposed pedagogical guidelines for technological higher education. *Brazilian Journal of Development*, 7(9), 90691-90706.
- De Lourdes Cárcamo-Solís, M., del Pilar Arroyo-López, M., del Carmen Álvarez-Castañón, L., & García-López, E. (2017). Developing entrepreneurship in primary schools. The Mexican experience of "My first enterprise: Entrepreneurship by playing". *Teaching and Teacher Education*, 64, 291-304. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2017.02.013>
- Del Arco, I., & Muñoz, M. (2024). Construction and validation of an entrepreneurship measurement instrument for nursing students. *Investigación y Educación en Enfermería*, 42(1), e12. <https://doi.org/10.17533/udea.iee.v42n1e12>
- Durán, M., Alzate, M., & Sabucedo, J. M. (2009). La influencia de la norma personal y la teoría de la conducta planificada en la separación de residuos. *Medio Ambiente y Comportamiento Humano*, 10(1-2), 27-39.
- Fiet, J. O. (2002). *The systematic search for entrepreneurial discoveries*. Bloomsbury Publishing USA.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior*. Addison-Wesley.
- Floris, M., Dettori, A., & Reginato, E. (2023). Budding entrepreneurs. The role of university in spreading early entrepreneurial mindset in school kids. *National Accounting Review*, 5(1), 86-107. <https://hdl.handle.net/11584/357602>
- Franke, N., & Lüthje, C. (2004). Entrepreneurial intentions of business students—A benchmarking study. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 1(03), 269-288. <https://doi.org/10.1142/S0219877004000209>
- Fuentes, R., Lagarda, A. M., & Anaya, Y. Z. (2023). Entrepreneurship by necessity and opportunity in the Mexican states during the COVID-19 crisis. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 28(04), 2350028. <https://doi.org/10.1142/S1084946723500280>
- García, K. M. G., Espinosa, M. A., & Argumedo, E. A. (2023). El aprendizaje basado en retos como estrategia para el desarrollo de habilidades enfocadas al emprendimiento. *Atenas*, (61). <https://atenas.umcc.cu/index.php/atenas/article/view/639>
- García-Álvarez, J., Vázquez-Rodríguez, A., Quiroga-Carrillo, A., & Priegue Caamaño, D. (2022). Transversal competencies for employability in university graduates: A systematic review from the employers' perspective. *Education Sciences*, 12(3), 204. <https://doi.org/10.3390/educsci12030204>
- García-Rodríguez, F. J., Gutiérrez-Taño, D., & Ruiz-Rosa, I. (2019). Analysis of the potential of entrepreneurship education in young children. *Entrepreneurship Research Journal*, 9(1). <https://doi.org/10.1515/erj-2017-0064>
- Gieure, C., del Mar Benavides-Espinosa, M., & Roig-Dobón, S. (2019). Entrepreneurial intentions in an international university environment. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(8), 1605-1620. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-12-2018-0810>
- González-Moreno, Á., López Muñoz, L., & Pérez Morote, R. (2019). The role of higher education in development of entrepreneurial competencies: Some insights from Castilla-La Mancha university in Spain. *Administrative Sciences*, 9(1), 16. <https://doi.org/10.3390/admsci9010016>
- González, D. C. C., Sagahón, F. J. V., & Negrete, L. E. Z. (2022). Análisis de factores determinantes de emprendimiento social en jóvenes universitarios. *Apuntes Universitarios*, 12(3), 326-348. <https://doi.org/10.17162/au.v12i3.1134>
- Hahn, D., Minola, T., Bosio, G., & Cassia, L. (2020). The impact of entrepreneurship education on university students' entrepreneurial skills: A family embeddedness perspective. *Small Business Economics*, 55, 257-282. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00143-y>
- Hair, J., William, B., Barry, B., & Rolph, A. (2006). *Multivariate data analysis*. Prentice-Hall.
- Hassan, H. K. (2020). Intention towards social entrepreneurship of university students in an emerging economy: The influence of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurship education. *On the Horizon*, 28(3), 133-151.
- Herani, R., Angela, J., & Nastiti, T. (2024). Paving the path to youth green entrepreneurship: Activism, education or both? *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 29(01), 2450005. <https://doi.org/10.1142/S1084946724500055>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Nacimiento de un proyecto de investigación cuantitativa, cualitativa o mixta: la idea*. Metodología de la investigación (5ª. ed.). McGraw-Hill.
- Iglesias-Sánchez, P. P., Jambrino-Maldonado, C., & de las Heras-Pedrosa, C. (2019). Training entrepreneurial competences with open innovation paradigm in higher education. *Sustainability*, 11(17), 4689. <https://doi.org/10.3390/su11174689>
- Imanuella, S. F., Idris, A., & Kamaruddin, N. (2024). Social entrepreneurship and rural development in post-independence Indonesia. *Social Enterprise Journal*, Vol. ahead-of-print - No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/SEJ-12-2023-0155>
- Juárez, N. C., Urdal, H., & Vadlamannati, K. C. (2022). The significance of age structure, education, and youth unemployment for explaining subnational variation in violent youth crime in Mexico. *Conflict Management and Peace Science*, 39(1), 49-73.
- Khanin, D., Rosenfield, R., Mahto, R. V., & Singhal, C. (2022). Barriers to entrepreneurship: Opportunity recognition vs. opportunity pursuit. *Review of Managerial Science*, 16(4), 1147-1167.
- Laguía, A., Moriano, J. A., Molero, F., & Gámez, J. A. (2017). Validación del Cuestionario de Intención Emprendedora en una muestra de estudiantes universitarios de Colombia. *Universitas Psychologica*, 16(1), 60-73. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy16-1.vcie>
- Lai, L. S., & To, W. M. (2020). E-Entrepreneurial intention among young Chinese adults. *Asian Journal of Technology Innovation*, 28(1), 119-137.
- 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.1540-6520.2009.0031>
- Liu, J., Hu, J., Wu, D., & Chen, J. (2024). Patterns of technological entrepreneurship and their determinants: Evidence from technology-based manufacturing firms in China. *Entrepreneurship Research Journal*, 14(3), 1259-1278. <https://doi.org/10.1515/erj-2021-0256>
- López, P. G. L. (2023). Las políticas públicas y el emprendimiento en el ámbito educativo. *Revista de Climatología*, 23 (edición especial Ciencias Sociales), 3963-3971. https://rclimatol.eu/wp-content/uploads/2024/05/Articulo-RCLIMCS23_Patricia.pdf

- Lorenzo-Seva, U., & Ferrando, P. J. (2006). FACTOR: A computer program to fit the exploratory factor analysis model. *Behavior Research Methods*, 38(1), 88-91. <https://doi.org/10.3758/BF03192753>
- Mahmood, T. M. A. T., Mamun, A. A., & Ibrahim, M. D. (2020). Attitude towards entrepreneurship: A study among Asnaf Millennials in Malaysia. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(1), 2-14.
- Malmström, M., & Öqvist, A. (2021). Constructing an entrepreneurial identity: How enterprise intentions among young people are motivationally formed. *Entrepreneurship Research Journal*, 14(1), 187-224. <https://doi.org/10.1515/erj-2017-0165>
- Martínez-González, J. A., Kobylinska, U., García-Rodríguez, F. J., & Nazarko, L. (2019). Antecedents of entrepreneurial intention among young people: Model and regional evidence. *Sustainability*, 11(24), 6993.
- McDonald, R. (1999). *Test theory: A unified treatment*. Lawrence Erlbaum.
- Meoli, A., Fini, R., Sobrero, M., & Wiklund, J. (2020). How entrepreneurial intentions influence entrepreneurial career choices: The moderating influence of social context. *Journal of Business Venturing*, 35(3), 105982. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2019.105982>
- Mohammad-Shafiee, M., Warkentin, M., & Motamed, S. (2023). Do human capital and relational capital influence knowledge-intensive firm competitiveness? The roles of export orientation and marketing knowledge capability. *Journal of Knowledge Management*, 28(1). <https://doi.org/10.1108/JKM-11-2022-0921>
- Moscoso-Paucarchuco, K. M., Gutiérrez-Gómez, E., Beraún-Espíritu, M. M., González-Ríos, R. C., & Cárdenas-Bustamante, M. A. (2023). Emprendimiento juvenil universitario en el Perú: capacidades potenciales y efectivas. *Universidad y Sociedad*, 15(S2), 677-687.
- Muthén, B., & Muthén, L. (2017). Mplus. In *Handbook of item response theory* (pp. 507-518). Chapman and Hall/CRC.
- Nayak, P. M., Nayak, M., & Joshi, H. G. (2024). Exploring entrepreneurial intentions: Integrating Kolb's experiential learning theory with Ajzen's theory of planned behaviour. *Cogent Social Sciences*, 10(1), 2382283. <https://doi.org/10.1080/2311886.2024.2382283>
- Nikraftar, T., Hosseini, E., & Mohammadi, E. (2022). The factors influencing technological entrepreneurship in nanotechnology businesses. *Revista de Gestão*, 29(1), 76-99.
- Nsereko, I. (2020). Conditional resource and social entrepreneurial action: The mediating role of social entrepreneurial intent. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(5), 1057-1079. <https://doi.org/10.1108/JEEE-05-2020-0106>
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. McGraw-Hill.
- Ordeñana, X., Vera-Gilces, P., Zambrano-Vera, J., & Amaya, A. (2020). Does all entrepreneurship matter? The contribution of entrepreneurial activity to economic growth. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 33(1), 25-48. <https://doi.org/10.1108/ARLA-11-2018-0256>
- Quintano-Méndez, F., Morales-Pizarro, J., Balmaceda-Gallardo, I., Manríquez-Bravo, G., & Riquelme-Segura, L. (2024). Perfil emprendedor en estudiantes de educación superior chilenos. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 23(1), 1-24. https://www.researchgate.net/publication/387210996_Perfil_emprendedor_en_estudiantes_de_educacion_superior_chilenos
- Raja, M. W. (2022). A comparative content analysis on the determinants of social and commercial entrepreneurs: A qualitative approach on Nvivo. *Reviews of Management Sciences*, 4(2), 50-68. <https://doi.org/10.53909/rms.04.02.0184>
- Rajković, J., Nikolić, M., Brtko, V., Terek, E., Kovačić, S., & Tasić, I. (2023). Big Five, entrepreneurial orientation and entrepreneurial intentions. *European Journal of International Management*, 20(3), 475-507.
- Ramírez Lozano, J. P., Marquina Feldman, P. S., & Peñafior Guerra, R. (2024). Characteristics of the leaders of social and environmental enterprises in Latin America and the relationship with the success of their businesses. *Management Research. Journal of the Iberoamerican Academy of Management*, 22(3). <https://doi.org/10.1108/MRJIAM-02-2023-1382>
- Reales, M. M. (2019). Marketing individual: herramienta para el emprendimiento de jóvenes universitarios. *CICAG. Revista del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales*, 16(2), 3-16.
- Reynolds, P. D. (2017). Global entrepreneurship monitor (GEM) program: Development, focus, and impact. In *Oxford Research Encyclopedia of Business and Management*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190224851.013.156>
- Reynolds, P. D. (2024). Gender and business creation: Similarities and differences. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 16(4). <https://doi.org/10.1108/IJGE-05-2024-0182>
- Rodríguez-Puello, G., Chávez, A., & Trujillo, M. P. (2022). Youth unemployment during economic shocks: Evidence from the metal-mining prices super cycle in Chile. *Resources Policy*, 79, 102943. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2022.102943>
- Román, H., Gaete, J. M., Alegría, M., & Ilabaca, P. (2022). Barriers to studying and working: A new look at the NEET concept in Chile. *International Journal of Lifelong Education*, 41(2), 183-198. <https://doi.org/10.1080/02601370.2022.2041746>
- Rueda, S., Moriano, J. A., & Liñán, F. (2015). Validating a theory of planned behavior questionnaire to measure entrepreneurial intentions. In *Developing, shaping and growing entrepreneurship* (pp. 60-78). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781784713584.00010>
- Sajjad, A., & Talat, A. (2024). Underdog entrepreneurship: A model to predict the success of poor entrepreneurs. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. Vol. ahead-of-print - No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JEEE-07-2023-0262>
- Salavou, H. E., Chalkos, G., & Lioukas, S. (2021). Linkages between entrepreneurial intentions and entrepreneurship education: New evidence on the gender imbalance. *Education+ Training*, 63(6), 906-919.
- Schumacker, E., & Lomax, G. (2016). *A beginner's guide to structural equation modeling* (4th Ed.). Routledge.
- Senaratne, M., Zimbardo, A., & Stevens, J. T. (2021). An instrument to assess Blue Economy entrepreneurship ecosystems: A case study from the Seychelles. *Journal of the Indian Ocean Region*, 17(2), 205-223. <https://doi.org/10.1080/19480881.2021.1969516>
- Sepúlveda, J., Denegri, M., Orellana, L., Criado, N., Mendoza, J., Salazar, P., & Yung, G. (2017). Características emprendedoras personales y alfabetización económica: una comparación entre estudiantes universitarios del sur de Chile. *Interdisciplinaria*, 34(1), 107-124. <https://www.redalyc.org/journal/180/18052925007/html/>
- She, L., Waheed, H., Lim, W. M., & E-Vahdati, S. (2023). Young adults' financial well-being: Current insights and future directions. *International Journal of Bank Marketing*, 41(2), 333-368.
- Soomro, B. A., Memon, M., & Shah, N. (2021). Attitudes towards entrepreneurship among the students of Thailand: An entrepreneurial attitude orientation approach. *Education+ Training*, 63(2), 239-255.
- 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, 109758.
- Tunio, M. N., Chaudhry, I. S., Shaikh, S., Jariko, M. A., & Brahmi, M. (2021). Determinants of the sustainable entrepreneurial engagement of youth in developing country—An empirical evidence from Pakistan. *Sustainability*, 13(14), 7764.
- Valiente, O., Zancajo, A., & Jacovkis, J. (2020). The coordination of skill supply and demand in the market model of skill formation: Testing the assumptions for the case of Chile. *International Journal of Lifelong Education*, 39(1), 90-103. <https://doi.org/10.1080/02601370.2019.1678692>

- Van Meerkerk, E. (2022). The cultural entrepreneurship scorecard: An instrument for assessing cultural institutions. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 52(4), 231-248.
- Vandor, P., & Franke, N. (2016). See Paris and... found a business? The impact of cross-cultural experience on opportunity recognition capabilities. *Journal of Business Venturing*, 31(4), 388-407. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.03.003>
- Vankov, D., Kozma, D., Galanternik, M., Chiers, J., Vankov, B., & Wang, L. (2022). Understanding the predictors of entrepreneurial intentions of young people from Argentina, Belgium, Bulgaria, China, and Romania. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 9(3), 384.
- Vargas-Martínez, M. R., Tavárez-De Henríquez, J. C., Colón-Flores, N. D. J., & Domínguez-Valerio, C. M. (2023). Business environment, attitudes and entrepreneurial intentions as antecedents of entrepreneurial inclination among university students. *Sustainability*, 15(16), 12280. <https://doi.org/10.3390/su151612280>
- Verma, S., & Mehta, M. (2022). Corporate entrepreneurship and leadership theories: Conceptual review. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 14(5), 902-925. <https://doi.org/10.1108/JEEE-08-2021-0329>
- Villanueva-Flores, M., Hernández-Roque, D., Fernández-Alles, M., & Díaz-Fernández, M. (2023). The international orientation of academic entrepreneurship: The role of relational, human and psychological capital. *Journal of Intellectual Capital*, 24(3), 683-709. <https://doi.org/10.1108/JIC-06-2021-0157>
- Wathanakom, N., Khlaisang, J., & Songkram, N. (2020). The study of the causal relationship between innovativeness and entrepreneurial intention among undergraduate students. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9, 1-13. <https://doi.org/10.1186/s13731-020-00125>
- Yang, L., Mu, X., & Xu, Y. (2024). Influence of entrepreneurship curriculum experience on entrepreneurial intention. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 52(7), 1-17. <https://doi.org/10.2224/sbp.13032>