

La intención y formación emprendedora en programas de administración de empresas¹

Sandra Milena Zambrano Vargas², Alba Matilde Chávez Otálora³, Yaneth Zambrano Vargas⁴

Resumen

Introducción: las instituciones educativas y en especial las universidades, deben ser instituciones líderes en la formación para el emprendimiento en los jóvenes, sin embargo, diversas variables como la falta de un mayor interés en entender el emprendimiento como una cultura y una mayor planeación en su enseñanza, impide que se comprenda y se analice dicha intención como eje fundamental para predecir los comportamientos empresariales de los estudiantes en el futuro. **Objetivo:** el presente artículo tiene como propósito analizar la intención emprendedora de los estudiantes de administración de empresas del municipio de Tunja. **Materiales y métodos:** cualitativa se utiliza un análisis documental en torno a la formación sobre emprendimiento que se imparte en estos programas en Colombia, también se analizan las respuestas a preguntas abiertas

realizadas a 245 estudiantes de la carrera en este municipio. **Resultados:** se encuentra que, a pesar de los esfuerzos realizados en el país, existe un sesgo en la formación, pues muchos de los programas asocian y enseñan el emprendimiento como la formulación de planes de negocios y no como una cultura, pues prevalece la desconexión entre la universidad – empresa–estado, sin hacer un análisis real del contexto. Por su parte, los estudiantes se quejan sobre la manera como sus programas enseñan este tema y la dificultad de llevar a la práctica sus ideas de negocios. **Conclusión:** es durante la niñez, la adolescencia y la época universitaria el momento ideal para la formación del emprendimiento en los niños y jóvenes.

Palabras clave: intención emprendedora, formación en emprendimiento, administración de empresas

1 Artículo original derivado del resultado parcial del proyecto “La intención emprendedora en estudiantes de administración de empresas de Tunja” adscrito al grupo de investigación IDEAS de administración de empresas de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC) de Tunja, realizado en el segundo semestre de 2018 y primer semestre de 2019, financiado por los autores.

2 Doctora en administración. Docente de la escuela de administración de empresas de la UPTC de Tunja, investigadora del grupo de investigación IDEAS. Correo: sandra.zambrano01@uptc.edu.co / ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3492-6971>

3 Doctora (c) en ciencias de la educación, Rudecolombia. Docente investigadora perteneciente al grupo de investigación MUISUATA de la UPTC, Duitama. Correo: alba.chavez@uptc.edu.co / ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0071-5271>

4 Especialista en revisoría fiscal y auditoría forense, maestrante en administración de organizaciones de la UPTC de Tunja. Correo: yaneth.zambrano01@uptc.edu.co / ORCID: 0000-0002-5793-4053

Autor para Correspondencia: Sandra Milena Zambrano Vargas, correo: sandra.zambrano01@uptc.edu.co.

Recibido: 26/10/2019 Aceptado: 15/12/2020

Entrepreneurial intention and training in business administration programs

Abstract

Introduction: educational institutions, and especially universities, must be leading institutions in training for entrepreneurship in young people, however, various variables such as the lack of greater interest in understanding entrepreneurship as a culture and greater planning in its teaching, it prevents this intention from being understood and analyzed as a fundamental axis for predicting the entrepreneurial behaviors of students in the future. **Objective:** to analyze the entrepreneurial intention of the business administration students of the municipality from Tunja. **Materials and methods:** from a qualitative methodology, is used a documentary analysis of the training to undertake these programs in Colombia, at the same time are analyzed the answers to open questions asked of 245 career students in this municipality. **Results:** it is found that despite the efforts made in the country, there is a bias in training, as many of the programs associate and teach entrepreneurship as the formulation of business plans and not as a culture, because when planning the study, prevails the disconnection between the university–company–state, without making a real analysis of the context. For their part, the students have many complaints about how their programs teach this topic and about the difficulty of implementing their business ideas. **Conclusions:** It is concluded that it is during childhood, adolescence and university time the ideal time for the formation of entrepreneurship in children and young people.

Keywords: entrepreneurial intention, entrepreneurship training, business administration.

Intenção empreendedora e treinamento em programas de administração de empresas

Resumo

Introdução: as instituições de ensino, e principalmente as universidades, devem ser instituições líderes na formação para o empreendedorismo dos jovens, porém, variáveis diversas como a falta de maior interesse em compreender o empreendedorismo como cultura e maior planejamento no seu ensino, impede que essa intenção seja compreendida e analisada como eixo fundamental para a previsão do comportamento empreendedor dos alunos no futuro. **Objetivo:** analisar a intenção empreendedora de estudantes de administração de empresas do município de Tunja. **Materiais e métodos:** com base em uma metodologia qualitativa, é utilizada uma análise documental em torno da formação em empreendedorismo que é ministrada nesses programas na Colômbia, também são analisadas as respostas a perguntas abertas feitas a 245 alunos da carreira neste município. **Resultados:** apesar dos esforços realizados no país, existe uma tendência na formação, uma vez que muitos dos programas associam e ensinam o empreendedorismo como formulação de planos de negócios e não como cultura, desde o descompasso entre os universidade–empresa–estado, sem fazer uma análise real do contexto. Já os alunos reclamam da forma como seus programas ensinam o tema e da dificuldade de colocar em prática suas ideias de negócios. **Conclusão:** que é na infância, na adolescência e na universidade o momento ideal para a formação do empreendedorismo nas crianças e jovens.

Palavras chave: intenção empreendedora, treinamento em empreendedorismo, administração de empresas

Introducción

En la actualidad se puede acceder a una gran variedad de evidencia empírica que reconoce la necesidad de comprender cómo se da el emprendimiento cuando se habla de jóvenes universitarios, contexto en el cual, se esperaría que las instituciones universitarias lideraran los procesos de formación para el emprendimiento, sin embargo, la realidad evidencia lo contrario, ya que en los planes de estudio se incluyen estos temas de forma limitada y exclusivamente en carreras económicas y administrativas (se desconoce que todas las carreras cuentan con un alto potencial de innovación y emprendimiento) y sus contenidos programáticos se enfocan más en la entrega de herramientas para la formulación y evaluación de proyectos, que dista de lo que en realidad es el emprendimiento. Por otro lado, las unidades de emprendimiento son muy recientes en algunas universidades y en otras ni siquiera existen, hay además poco desarrollo de patentes y de empresas Spin off, en su mayoría por falta de conocimiento tanto de profesores como de estudiantes acerca de su manejo y de los beneficios que trae a nivel general para las universidades y sus aliados. Las anteriores limitantes se constituyen en una barrera más para los jóvenes estudiantes universitarios quienes son formados más para ser empleados que emprendedores y futuros empresarios.

La Intención Emprendedora

El cambio de atención de los académicos hacia las decisiones y motivaciones de carrera de los estudiantes universitarios se ha manifestado principalmente en el marco de la investigación sobre intenciones empresariales (Ciešlik, 2017, p. 5). En este sentido, el modelo de intención emprendedora ha sido fundamental para explicar y predecir los comportamientos empresariales (Hmieleski y Corbett, 2006),

además de las motivaciones, fundamentado en que las intenciones de los empresarios guían el establecimiento de objetivos, la comunicación, el compromiso, la organización y otros tipos de trabajo (Bird, 1988). El diseño de modelos para predecir la intención de iniciar un negocio ha sido interés de un sinnúmero de investigadores, lo que ha provocado la generación de conocimientos en esta área, de manera progresiva (Fayolle y Liñan, 2014 citado en Valencia, Montoya y Montoya (2016).

La intención se constituye entonces, en un evento desencadenante del emprendimiento, puesto que a nadie se le obliga a ser emprendedor, sino que este se constituye a través de la intención entendida como “la disposición de una persona a realizar un comportamiento dado” Ajzen (1991). Baggozi, Baumgartner y Yi (1989) define la intención como un predictor importante del subsecuente comportamiento planificado.

La formación del Emprendimiento en el Ámbito Universitario.

Uno de los grandes problemas previstos en la formación del emprendimiento en las universidades, consiste según Peterman y Kennedy (2003), en que no ha habido suficientes estudios y con una mayor rigurosidad sobre cómo deberían ser los programas de formación emprendedora y empresarial preuniversitarios, y a pesar de que en colegios la formación está en crecimiento, se observan falencias debido a que no se conocen resultados reales sobre el efecto de dichos programas en la creación posterior de nuevas empresas. En ese mismo sentido, Orrego (2008) enfatiza que debido al enfoque economicista con el que se ha tratado el emprendimiento, las universidades y algunas instituciones tanto públicas como privadas han formado en creación de empresas, pero desde una orientación funcionalista, sin tener en cuenta la perspectiva humana del fenómeno

de emprender y la dicha formación se ha encaminado más centrada en aspectos técnicos y financieros (Orrego, 2014).

Para Alemany y Urriolagoitia (2014), la iniciativa emprendedora “debería ser algo que se aprende y entrena, y que es tan importante y necesario para que las nuevas generaciones puedan enfrentarse al futuro, como los idiomas o el conocimiento de la tecnología” (p. 102). Estos autores además exponen en su trabajo varios casos sobre el impacto de la formación en emprendimiento, como lo que ocurre en Canadá con el programa “Making an impact” en donde los estudiantes que han tenido “formación emprendedora tienen una probabilidad tres veces superior que el grupo de control de estar en puestos directivos y es un 25 por 100 menos probable que estén desempleados” (p. 116), así mismo en algunos casos en Estados Unidos, aquellos estudiantes que han pasado por estos cursos, tienen una tasa de empleo del 88% comparados con la media del país del 69% (Alemany y Urriolagoitia, 2014).

Entre tanto, Soria, Zuñiga y Ruíz (2016) afirman que, si el emprendimiento se puede enseñar y aprender, entonces todos los programas de negocios en las universidades pueden aplicar diferentes herramientas conforme las características emprendedoras de los estudiantes, por ejemplo, mediante cursos específicos para aquellos estudiantes que presentan un mayor potencial emprendedor. Lima, Lopes, Nassif y Da Silva (2012), realizaron un estudio para conocer la formación en emprendimiento para los estudiantes universitarios en Brasil, en su investigación hacen énfasis en la responsabilidad por parte de las universidades para formar en los estudiantes habilidades empresariales y no sólo formarlos como empleados, además resaltan la importancia de la cercanía con los empresarios, pues en esas experiencias prácticas, los estudiantes pueden motivarse a ser emprendedores y desarrollar con mayor fortaleza

sus conocimientos y habilidades empresariales. Lima et, al. (2012), también retoman un estudio realizado por Gasse y Tremblay, (2011) sobre intenciones empresariales y en el cual se toma una muestra de estudiantes colombianos, afirman que cuando se les preguntó acerca de la “contribución de los cursos de emprendimiento ofrecidos para el desarrollo del espíritu emprendedor, los estudiantes colombianos respondieron en un 82% que los cursos los estimulaban y les ayudaron a desarrollar un espíritu emprendedor” (p.3).

Por su parte, Krueger, Reilly y Carsrud (2000) enfatizan sobre el interrogante de “¿por qué las intenciones son interesantes para quienes se preocupan por la formación de nuevas empresas? y conciben el espíritu empresarial como una forma de pensar en donde se observa las oportunidades por encima de las amenazas” (p. 411). De esta manera, entender las intenciones, puede ayudar a pronosticar el comportamiento planificado, dado que la formación empresarial permite moldear las intenciones y crear cultura empresarial. Dichas acciones, se pueden concretar en programas de formación empresarial que ante todo ofrecen experiencias sociales y maneras de acercarse a las responsabilidades que les implicaría iniciar un nuevo negocio (Peterman y Kennedy, 2003).

De igual forma Zhao, Hills y Seibert (2005) afirman que “Algunos académicos han observado que la educación para el emprendimiento tiende a centrarse en los aspectos técnicos del emprendimiento con una atención insuficiente a las cogniciones de los emprendedores, incluidas las percepciones, creencias e intenciones” (p. 1270).

Materiales y métodos

La presente investigación se desarrolló mediante el enfoque cualitativo y se lleva a cabo en dos etapas. *Primera*, se buscó conocer

de manera general cómo los programas de administración de empresas han abordado el tema y lo han vinculado en la formación integral de los estudiantes, se hizo una revisión documental en las páginas de internet de las universidades cuyo programa de administración de empresas se encuentre acreditado o reacreditado en alta calidad por el Consejo Nacional de Acreditación. En total se encontró información en las páginas de internet relativas a 30 programas que cumplen esta condición. Se revisó si hay unidades o centros de emprendimiento y la manera como abordan el emprendimiento en el plan de estudios del respectivo programa y además se revisaron diversas investigaciones que tenían un propósito similar al del presente trabajo, con el fin de poder complementar los resultados.

Segunda, se analizaron las respuestas de 245 estudiantes de administración de empresas (57 de universidad privada y 188 de universidad pública) sobre intención emprendedora de dos universidades del municipio de Tunja, a quienes se les hicieron dos preguntas abiertas (Qué recomendaciones le puedo hacer al programa de administración de empresas para que realice acciones de mejoramiento en la formación para el emprendimiento y apoyo a las ideas de negocio; Qué recomendaciones le puedo hacer al gobierno local y nacional para que incentive la promoción del emprendimiento). Los resultados obtenidos se triangularon con las entrevistas realizadas a la exdirectora de la Unidad de Emprendimiento de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC) y a un experto en emprendimiento del departamento de Boyacá.

Resultados

La enseñanza del emprendimiento en los programas de administración de empresas en Colombia. En Colombia, la promoción del emprendimiento es un campo aún

incipiente si lo comparamos con América Latina y a nivel mundial. Es por ello que las instituciones de educación superior buscan introducir en los planes de estudio de diferentes carreras, asignaturas que permitan la formación del espíritu emprendedor de sus estudiantes. Desafortunadamente para muchas de las universidades y por supuesto de sus estudiantes y egresados, las acciones se realizan en solitario sin tener en cuenta las necesidades y potencialidades de las regiones, lo que conlleva resultados pobres en cuanto a la creación y consolidación de empresas y la frustración por parte de quienes esperaban formarse como emprendedores, encontrando que solo se capacitaron para ser empleados. Los programas de administración de empresas, hasta el momento son abanderados en la formación para emprender, sin embargo, se sigue con la tendencia de vincular asignaturas en donde se enseñan planes de negocio y el espíritu empresarial desde un enfoque racional, lo que impide que se cree una verdadera cultura de emprendimiento, diferente al enfoque puramente economicista con el cual históricamente se ha abordado.

En Colombia a pesar de que se considera el emprendimiento como una política pública, aún no tiene la prioridad que debería, por ello es que se ha instaurado su enseñanza en las instituciones de educación superior, junto con la promoción de acciones en pro de la creación de una cultura de emprendimiento, acorde con las necesidades locales, pero con una visión global. Según Saldarriaga y Guzmán (2018), la mayoría de los programas de administración de empresas en Colombia tienen dentro de sus objetivos la promoción del emprendimiento y algunas de sus asignaturas están orientadas a este propósito.

En cuanto a las unidades o Centros de Emprendimiento en las Universidades, algunas de ellas han planteado esa importante iniciativa,

las cuales muchas veces se gestan desde los programas de administración de empresas, pero su accionar cubre a toda la institución. Estos centros o unidades tienen un propósito fundamental como lo es la formación de la cultura de emprendimiento para los estudiantes de todas las carreras, desafortunadamente se encuentra que su manejo se hace casi exclusivamente desde administración de empresas, desconociendo el alto potencial de todos los programas académicos. En otros casos, se pretende convertir estas unidades en una fuente de obtención de ingresos para las universidades, en lugar de ser un referente para la sociedad en general, en el tema del emprendimiento.

Las condiciones e infraestructura para la formación del emprendimiento en el contexto universitario. La responsabilidad de las universidades como entidades formadoras de capital humano, en torno al emprendimiento, es la de fomentar políticas públicas, para que promuevan el desarrollo socioeconómico de la nación, para ello, deben contar con la infraestructura tanto física como humana que implemente la formación para emprender. Su objetivo primordial debiera ser transversal para todos los programas, sin embargo, ha estado más enfocada en los programas de administración de empresas, lo que resta oportunidades a los profesionales formados en otras disciplinas.

En cuanto a la Unidad de Emprendimiento de la UPTC, su exdirectora opina sobre la razón de ser o la manera que se encuentra concebida *“la Unidad de Emprendimiento busca ser un eje dinamizador en la institución, de las ideas de negocio que surgen desde el aula a través de un proyecto de clase o de investigación, de una necesidad económica o social o desde la generación de una oportunidad, con el acompañamiento y formación en la realización de planes de negocio que respondan a las necesidades del cliente, con posibilidad de*

aceptación en el mercado”. Sin embargo, llevar a la práctica esos deseos no ha sido fácil y existe un desconocimiento generalizado de su existencia, en parte porque aún en la universidad esta unidad no es considerada como un área estratégica desde la razón de ser de la institución y falta un mayor componente investigativo que brinde fundamento teórico sobre sus acciones y resultados.

Por otro lado, los estudiantes del programa conocen muy poco de la Unidad de Emprendimiento, algunos de ellos apenas la nombran o no saben a qué se dedica, por tanto, ellos piden cosas como *“un cubículo en donde nos asesoren sobre la viabilidad o no de una idea de negocio”* en el entendido que son los profesores del programa quienes deben atender y acompañar el desarrollo de estos planes de negocio. Otros estudiantes opinan *“la unidad de emprendimiento solo apoya la idea de negocio”*, otra persona considera importante *“dar a conocer de mejor forma la unidad de emprendimiento”*. En conclusión, se observan múltiples falencias que podrían ser superadas con una política seria por parte de la universidad acerca del funcionamiento de la Unidad de Emprendimiento y su influencia en todos los programas de pregrado y posgrado de la UPTC.

La enseñanza del emprendimiento en la carrera de administración de empresas. En general se observa la existencia de un descontento por parte de muchos estudiantes que se resume en la falta de articulación de muchos eslabones que sabemos existen dentro de la carrera y que es trabajado en clase por los profesores de todas las asignaturas, pero que no tienen ese eje articulador que les dé un sentido en pro de la formación para el emprendimiento. Por ello, resulta urgente el diseño e implementación de una metodología para la enseñanza del emprendimiento que comprometa a todo el programa.

Además, se observa que los estudiantes tienen la idea errónea de que el emprendimiento es solo llevar a la práctica una idea de negocio, olvidan o no tienen claro que emprender es una cultura. Algunos de ellos confunden el tema de emprender, con la súplica de hacer las clases más prácticas, lo que demuestra que hay un desenfoco en la verdadera comprensión de lo que es el emprendimiento.

Las políticas gubernamentales sobre emprendimiento en Colombia. A pesar de que el gobierno colombiano en el año 2006 creó la Ley 1014 de fomento al emprendimiento, aún falta mucho por hacer en este tema, en especial por la poca articulación entre academia-empresa-gobierno, lo que a su vez impide obtener resultados concretos. Esa percepción es generalizada tanto para los estudiantes como para la ciudadanía, quienes no confían en las instituciones debido a que encuentran graves fallas en el sistema. Por ejemplo, los estudiantes afirman la necesidad de articular la enseñanza del emprendimiento desde el colegio, uno de ellos comenta “*sería importante recibir educación financiera desde el colegio*”. Sin embargo, la queja generalizada se centra en el mismo sentido de los empresarios y es el tema de los impuestos, ya que es conocido por todos que la mayoría de empresas en Colombia que muere, lo hace por el desconocimiento de la carga impositiva que los hace incapaces de sostenerse económicamente, ante ese interrogante los estudiantes opinan: “*más promoción, menos impuestos y barreras*”, “*apoyo financiero*”, “*disminuir y reevaluar los impuestos para las mipymes*”, “*tener programas accesibles para emprendedores que reduzcan los impuestos y que se facilite el proceso de crear empresa*”, “*que se creen más programas de financiamiento y formas de pago más fáciles y adecuadas a la dinámica del mercado*”

Estos miedos generalizados a la carga impositiva generan barreras a los futuros

emprendedores y desincentivan su deseo por formar nuevas empresas. La presente investigación busca además hacer un llamado al gobierno nacional para reformar la carga impositiva que sigue vigente y a hacer más evidente las exenciones otorgadas por ley a los nuevos emprendedores, es un clamor nacional que permitiría incrementar el tejido empresarial y brindar nuevas oportunidades para más personas capacitadas.

Discusión

La definición de las dimensiones para estudiar el emprendimiento y las preguntas correspondientes a cada una de ellas, es una tarea compleja debido a la gran cantidad de investigaciones con evidencia empírica que no son concluyentes sobre las condiciones especiales que pueden llevar a una persona de la intención al proceso real de emprender. Por tanto, la escogencia resulta como parte de la subjetividad del investigador, lo que puede llevar a sesgar los resultados. Es importante seguir indagando en la responsabilidad atribuida a las instituciones de educación superior en cuanto a la formación en emprendimiento, la cual incluye la formalización de una metodología para la enseñanza del emprendimiento en los diferentes programas (desde el colegio, pregrados y posgrados), por tanto es necesario seguir recogiendo una mayor información que permita definir las características de dichas metodologías, en concordancia con las políticas del Estado en cuanto al fomento del emprendimiento.

Para Lima et al. (2012), el emprendimiento se puede enseñar y existe evidencia que muestra que la formación en las universidades (tanto cursos sobre emprendimiento, así como acercamiento con experiencias empresariales) ayudaron a los jóvenes a fortalecer y a despertar el deseo de emprender una idea de negocio, por lo tanto,

las actividades que realicen las universidades y en particular los programas académicos permiten una mayor conciencia acerca del desarrollo de habilidades para aumentar el potencial empresarial. La responsabilidad de las universidades debe entonces incluir unas acciones claras que la orienten hacia un programa de emprendimiento que realmente impacte en la formación de sus estudiantes y de la región en general.

Conclusiones

Algunos autores consideran que es durante la niñez, la adolescencia y la época universitaria el momento más propicio para la formación del emprendimiento en los niños y jóvenes. Desafortunadamente en Colombia no existe una política clara que incentive dicha formación y son muy pocas las instituciones que realizan acciones que permitan desarrollar el espíritu emprendedor. Por lo tanto, cuando los estudiantes ingresan a la universidad su formación para el emprendimiento es casi nula y sólo aquellos que hacen carreras afines con la administración reciben algo sobre el tema (dependiendo de las acciones de la universidad) y los estudiantes de las otras carreras sólo son formados para ser empleados, lo que en el futuro les implicarán grandes esfuerzos para llegar a ser emprendedores y empresarios.

Existe una obligación por parte de las instituciones de educación superior para el fomento del emprendimiento, no solo desde la formación sino desde el apoyo académico y técnico para estudiantes y egresados que quieran emprender y con una pertinencia frente al desarrollo socioeconómico de las regiones. Para ello es necesario contar con la voluntad de crear y sostener centros o unidades de emprendimiento a partir de políticas claras de cada institución, así como la formación de los docentes en emprendimiento, la realización

de eventos que ayude a los estudiantes a mostrar sus innovaciones, la realización de conversatorios con empresarios, la presentación de casos y la proyección social como apoyo a las comunidades vulnerables.

Referencias

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Alemany, L. y Urriolagoitia, L. (2014). Iniciativa emprendedora y jóvenes en España. *ICE empleo juvenil*, (881), 101-119
- Bagozzi, R., Baumgartner, H., y Yi, Y. (1989). An investigation into the role of intentions as mediators of the attitude-behavior relationship. *Journal of Economic Psychology*, 10(1), 35-62.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of management Review*, 13(3), 442-453.
- Cieślik, A. (2017). Explaining university students' career path intentions from their current entrepreneurial exposure. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(2), 313-332.
- Hmieleski, K., y Corbett, A. (2006). Proclivity for improvisation as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 44(1), 45-63.
- Krueger, N., Reilly, M. y Carsrud, A. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432

Lima, E., Lopes, R., Nassif, M. y Da Silva, D. (2012). *Opportunities to improve entrepreneurship education in higher education: addressing brazilian challenges*. Congress of the International Council of Small Business. doi: 10.1111/jsbm.12110

Orrego, C. (2008). La dimensión humana del emprendimiento. *Revista Ciencias Estratégicas*, 16(20), 225-235

Orrego, C. (2014). La voluntad de emprender: un estudio Fenomenológico. *Estrategias*, 12(22), 17-28

Peterman, N. y Kennedy, J. (2003). Enterprise Education: Influencing Students' Perceptions of Entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 28(2), 129-144

Saldarriaga, M. y Guzmán, M. (2018). Enseñanza del emprendimiento en la educación superior: ¿Metodología o modelo? *Revista EAN*, 85, 125-142. doi: <https://doi.org/10.21158/01208160.n85.2018.2054>

Soria, K., Zuñiga, S. y Ruiz, S. (2016). Determinantes de la intención emprendedora: nueva evidencia. *Interciencia*, 41(5), 325-330. doi: 10.4067/S0718-50062016000100004

Valencia, A., Montoya, I. y Montoya, A. (2016). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un estudio bibliométrico. *Intangible Capital*, 12(4), 881-922.

Zhao, H., Hills, G. y Seibert, S. (2005). The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272. doi: 10.1037/0021-9010.90.6.1265