

NOMBRE DEL TRABAJO

11009__1718509104P01 Corregido.docx

AUTOR

Ismael_Julio Alexander

RECuento DE PALABRAS

7675 Words

RECuento DE CARACTERES

45296 Characters

RECuento DE PÁGINAS

13 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

353.9KB

FECHA DE ENTREGA

Jun 30, 2024 1:16 AM CST

FECHA DEL INFORME

Jun 30, 2024 1:17 AM CST

● 15% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 12% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 8% Base de datos de trabajos entregados
- 4% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)
- Material citado

Educación económica familiar y la actitud hacia el dinero como predictores de la intención de emprender en estudiantes de secundaria en Perú

*Family economic education and attitude towards money as predictors of
entrepreneurial intention in high school students in Peru*

Resumen

El emprendimiento es un elemento clave en el crecimiento económico, y desde temprana edad se presenta como una herramienta fundamental para el desarrollo personal, social y económico. El objetivo de este trabajo fue analizar la educación económica familiar y la actitud hacia el dinero como predictores de la intención de emprender en estudiantes de secundaria, mediante un estudio cuantitativo, no experimental, de corte transversal, apoyando en el modelo de ecuaciones estructurales. Los sujetos del estudio fueron 452 estudiantes de secundaria de Asociaciones Educativas Adventistas en Perú. De los 3 modelos reportados el que mejores índices logró proporcionar fue el modelo 3. En este se observa que se encontró un CMIN/DF<5, un TLI cercano a 0.90 y un CFI por sobre 0.90, no obstante, también se encontró un RMSEA al límite del punto de corte (RMSEA=0.8), esto permitió comprobar que el modelo es adecuado para este tipo de población que valida el modelo de intención de emprender. En conclusión, la interrelación entre el emprendimiento temprano, la educación financiera familiar y el desarrollo de competencias administrativas es fundamental para la formación de individuos capaces de transformar ideas en proyectos exitosos y sostenibles. Estas dimensiones, abordadas de manera conjunta, no solo potencian las habilidades individuales, sino que también generan un impacto positivo en la economía y la sociedad en general. Por lo tanto, es imperativo que políticas educativas y familiares integren estas áreas para cultivar una nueva generación de emprendedores preparados para liderar el futuro.

Abstract

Entrepreneurship is a key element in economic growth, and from an early age it is presented as a fundamental tool for personal, social and economic development. The objective of this study was to analyze family economic education and attitude towards money as predictors of entrepreneurial intention in high school students, through a quantitative, non-experimental, cross-sectional study, based on structural equation modeling. The study subjects were 452 high school students from Adventist Educational Associations in Peru. Of the 3 models reported, the one that managed to provide the best indexes was model 3. In this model it is observed that a CMIN/DF<5, a TLI close to 0.90 and a CFI above 0.90 were found; however, an RMSEA at the limit of the cut-off point was also found (RMSEA=0.8), this allowed to prove that the model is adequate for this type of population that validates the model of intention to undertake. In conclusion, the interrelation between early entrepreneurship, family financial education and the development of administrative competencies is fundamental for the formation of individuals capable of transforming ideas into successful and sustainable projects. These dimensions, addressed together, not only enhance individual skills, but also generate a positive impact on the economy and society in general. Therefore, it is imperative that educational and family policies integrate these areas to cultivate a new generation of entrepreneurs prepared to lead the future.

Palabras clave

Educación Económica Familiar, Actitud hacia el dinero, intención de emprender, emprendimiento, estudiantes.

Keywords

Family Economic Education, Attitude towards money, entrepreneurial intention, entrepreneurship, students.

1. Solo para uso editorial

Cómo citar: XX,XX. y XX.XX. (2018). Título del artículo. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, X(XX), pp. XX-XX. <https://doi.org/>

Recibido: 00/00/00 **Revisado:** 00/00/00 **Aprobado:** 00/00/00 **Publicado:** 00/00/00

1. Introducción

El Emprendimiento (EM) es un impulsor del desarrollo económico y social a nivel global (Lescano et al., 2022; Neneh, 2019). Este fenómeno no solo impulsa la creación de empleo y la innovación, sino que también contribuye a la diversificación económica y a la resiliencia de las economías frente a crisis y cambios estructurales. La capacidad de emprender permite a individuos y comunidades transformar ideas en proyectos viables, generar valor y promover el progreso (Lescano et al., 2022; Neneh, 2019; Novillo, et al. 2017).

El EM, es más que la creación de empresas; implica una actitud proactiva, una capacidad de asumir riesgos calculados y una habilidad para identificar y aprovechar oportunidades en el entorno. Diversos estudios han demostrado que los países con altos índices de actividad emprendedora tienden a tener economías más dinámicas y adaptativas, capaces de responder eficazmente a las demandas del mercado global (Álvarez & Urbano, 2011; Bernabé et al., 2019; Estrada-Cruz et al., 2024; Global Entrepreneurship Monitor, 2024).

En esto concuerdan Veciana et al., (2005) y Zamora Boza (2017), al señalar que el EM es de interés de la comunidad científica por su contribución al desarrollo económico, generando empleos, mejorando la calidad de vida y promoviendo la innovación en varios países. De tal manera que el EM es un elemento crucial en la inclusión social y económica. Permite a individuos de diversas condiciones socioeconómicas acceder a oportunidades que de otro modo serían inaccesibles, fomentando así la equidad y el desarrollo sostenible. Las nuevas empresas suelen ser más ágiles y adaptativas, lo que les permite innovar y responder con mayor rapidez a los cambios tecnológicos y de mercado.

En tal sentido, la educación financiera en el ámbito familiar y el fortalecimiento de habilidades y competencias para que los estudiantes de nivel medio emerjan como componentes críticos. La educación financiera en la familia establece una base sólida de conocimientos y prácticas económicas que pueden influir significativamente en las decisiones financieras y emprendedoras futuras. Al respecto, Lusardi & Mitchell, (2011) señalan la importancia de la EF, en el hogar y otros entornos, toda vez que es fundamental en la preparación de la seguridad financiera sostenible.

Al fomentar una cultura financiera desde el hogar, se preparan mejor a los jóvenes para enfrentar los desafíos económicos de manera responsable y estratégica. Es por ello que Soyeon Shim, Serido, Joyce y Montalto (2009) expresan que la educación financiera en el hogar tiene un efecto positivo en las decisiones financieras a lo largo de la vida.

De igual forma, es esencial entender la importancia de saber administrar el dinero desde temprana edad. La administración financiera temprana otorga a los jóvenes las habilidades para tomar decisiones económicas informadas, evitar deudas innecesarias y gestionar sus recursos de forma eficiente. Estas competencias no solo son fundamentales para la vida diaria, sino que también son cruciales para cualquier aspiración emprendedora, ya que una gestión financiera sólida es la base de cualquier negocio exitoso. Para ello Aycinena, et al., (2019) resalta la importancia de la (EEF) y su potencial para mejorar las oportunidades familiares para dirigir sus finanzas de manera eficiente.

Asimismo, el fortalecimiento de habilidades y competencias emprendedoras en estudiantes de nivel medio es esencial para desarrollar una mentalidad emprendedora desde una edad temprana. La incorporación de programas educativos que promuevan el pensamiento crítico, creatividad, la resolución de problemas y liderazgo en el currículo escolar puede equipar a los estudiantes con herramientas base para iniciar y administrar sus propios proyectos. Este enfoque no solo amplía sus perspectivas profesionales, sino que también contribuye al desarrollo de una economía fuerte y diversificada.

Este artículo tiene como objetivo analizar la EEF y la Actitud hacia el Dinero (AD) como predictores de la Intención Emprendedora (IE) en estudiantes de secundaria en Perú, destacando su impacto en la economía, la sociedad y el desarrollo individual.

Revisión de literatura

El espíritu empresarial, la creación de nuevos negocios, es lo que sustenta la economía local, respalda el Producto Interno Bruto nacional y ayuda a que el mercado de valores siga creciendo (Carter, 2021). Actualmente se presta mucha atención a diversas instituciones y actores sociales involucrados en el proceso empresarial, así como a las propias universidades, lo que se refleja en los planes de fomento empresarial a todos los niveles (Espíritu & Sastre, 2007), por lo que ha surgido como una evolución de la iniciativa empresarial tradicional (Fichter & Tiemann, 2020; Urbaniec et al., 2022). Cabe mencionar que, para este caso en particular, es importante acercarse a los términos educación económica familiar, actitud hacia el dinero e Intención

Emprendedora (IE).

1.1 Educación económica familiar

En la literatura se ha investigado mucho sobre la educación económica. A veces se confunde con educación financiera, pero la alfabetización económica es, de hecho, un concepto mucho más amplio (Salemi, 2005). A menudo, la cultura financiera se equipara con la cultura económica. La educación financiera trata del dinero: qué es y cómo invertir, ahorrar y gestionar el dinero ahorrar y gestionar el dinero (Salemi, 2005).

Así mismo, la educación financiera familiar se define como el proceso de aprendizaje entre los miembros de la familia, donde adquieren los conocimientos, habilidades y valores relacionados con el manejo del dinero, el ahorro, el gasto responsable, la planificación financiera y la toma de decisiones financieras para promover la estabilidad financiera y el bienestar financiero familiar (Chowa & Despard, 2014). Se refiere al conjunto de prácticas, valores y conocimientos que los padres enseñan a sus hijos sobre cómo administrar el dinero, tomar decisiones financieras responsables y desarrollar hábitos de ahorro y planificación financiera desde una edad temprana para promover su desarrollo a largo plazo. desarrollo saludable. Estabilidad financiera y bienestar familiar (Kim, et al. 2014). Mientras que, la educación económica es la capacidad de aplicar los fundamentos económicos en situaciones de la vida cotidiana (Salemi, 2005). También se refiere al conocimiento financiero requerido para cualquier actividad humana. Es inseparable de los problemas económicos. El principal problema de la economía es el problema de la escasez, por lo que la sociedad tiene que encontrar un método para determinar qué bienes producir, cómo producirlos y para quién. Si la gente es económica racionalmente quieren tomar las decisiones correctas como consumidores, exportadores, inversores y ciudadanos (Febrian & Majid, 2022).

Por lo tanto, de acuerdo con Narmaditya et al. (2023), comprender el comportamiento económico será beneficioso para que los estudiantes gestionen su economía y sus finanzas mientras viven separados de sus padres. En este contexto, para Danes & Haberman, (2007) la educación financiera en el hogar implica el conjunto de prácticas, valores y conocimientos que los padres o tutores enseñan a los niños y jóvenes en el hogar con el objetivo de desarrollar habilidades financieras, promover actitudes responsables hacia el dinero y ayudarlos a tomar decisiones adecuadas. decisiones financieras.

1.2 Actitud hacia el dinero

De acuerdo con Amagir et al. (2020), la AD se refieren a las creencias que las personas tienen sobre sí mismas en el contexto de las finanzas. Con respecto a las actitudes hacia el dinero, Barry (2016) identifica cinco factores: (1) poder/prestigio; (2) planificación financiera; (3) calidad por dinero; (4) importancia del dinero; y (5) adherencia al dinero. Tener la actitud de que, con el dinero, uno es capaz de influir e impresionar a los demás, es característico del factor poder/prestigio. Estas personas ven el dinero como un símbolo de éxito y poder (Barry, 2016). Las actitudes hacia la planificación financiera se relacionan con el hecho de que la gente cree que es importante hacer un presupuesto cuidadoso y gastar dinero, mientras que la asequibilidad significa que la gente cree que es importante comprar el mejor producto incluso si eso significa pagar más. La importancia de los factores monetarios está relacionada con la idea de que el dinero es importante y valioso, mientras que AD implica las actitudes de las personas hacia el precio o el costo de los bienes adquiridos (Barry, 2016). La actitud es importante porque influye en una persona para que se comporte de una determinada manera, sobre todo porque el comportamiento refleja quién es la persona y aún más, para este trabajo resulta interesante determinar cómo esa actitud se asocia a la intención de emprender. En este sentido Meredith (2005), afirma además que la actitud empresarial de los estudiantes puede verse influida por la educación empresarial, que los anima a ser productivos potenciando sus capacidades empresariales, así entonces, podemos inferir que la AD se relaciona con el contexto, pero también con la educación y en consecuencia con la intención de emprender.

1.3 Intención emprendedora

La educación empresarial es un motor esencial para una cultura empresarial más dinámica (Consejo Europeo, 2000). Para ello, Muñoz & Guzmán (2018) define a la IE como las características psicológicas, habilidades y comportamientos que permiten a los individuos reconocer oportunidades, asumir riesgos, innovar y perseguir metas en los negocios y otros contextos de la vida. De igual forma, Hisrich et al., (2017), lo expresa como la capacidad para enfrentar desafíos de manera proactiva, resolver problemas y buscar oportunidades, mostrar iniciativa, resistencia y perseverancia en el logro de sus objetivos comerciales.

Por su parte, Espíritu & Sastre (2007) definen el EM como un estado de alerta ante las oportunidades basado en diferencias cognitivas personales y explica que el valor de un

emprendedor radica en aprovechar las oportunidades de ganancias perdidas al asignar mal los recursos. Es también, un conjunto de actitudes y comportamientos que configuran un perfil personal específico centrado en la confianza, la creatividad, la innovación, la responsabilidad y la gestión de riesgos (Salinas Ramos & Osorio Payter, 2012).

De igual manera, el EM es considerado como el desarrollo de un proyecto que persigue objetivos económicos, políticos o sociales, con algunas características como la incertidumbre e innovación (Formichella, 2004). Mientras que, la IE es la iniciativa de una persona llamada emprendedor que toma una idea, ve una oportunidad de negocio y la convierte en un negocio a través de la innovación y el desarrollo (Cortés Ynzunza & Izar Landeta, 2020). Es también un estado psicológico en el que las personas toman la iniciativa de construir negocios o crear valor agregado para las instituciones, indicando sus tres dimensiones: actitudes personales, normas subjetivas y percepción de control del comportamiento (Osorio & Roldán, 2015).

El EM es una característica estructural de la economía latinoamericana, impulsada en parte por la alta tasa de desempleo en la región y como una alternativa a ganar dinero a través del trabajo por cuenta propia (Zamora Boza, 2017). Desde una perspectiva económica, busca crear valor creando o expandiendo actividad económica e identificando y desarrollando nuevos productos, procesos o mercados (Rexhepi & Kadriu, 2018).

En esta línea, la IE se refiere a las tendencias mentales y conductuales que alientan a una persona a reconocer oportunidades, asumir riesgos calculados, perseguir objetivos incansablemente y demostrar creatividad, innovación y resiliencia frente a los desafíos (Amorós & Bosma, 2014). Además de que las personas tienden a elegir un estado de ánimo al iniciar un nuevo negocio o crear valor en una organización existente (Osorio & Londoño Roldán, 2015).

Es importante resaltar que los factores IE son un paso que precede al proceso de establecimiento de un negocio y es ideal para comprender los impulsos y barreras empresariales, reflejando la preferencia por hacer negocios expresada como una actividad más o menos comercial en el objeto de investigación (Sharahiley, 2020). En este contexto, las teorías más utilizadas en línea con el EM es la Teoría de Comportamiento Planificado (TCP) de Ajzen (1991) y el modelo social del evento emprendedor (SEE) de Shapero & Sokol (1982). La TCP ejemplificada por el control conductual percibido y la actitud, puede explicar el aspecto psicológico (Acikgoz et al., 2023). También han utilizado la teoría del comportamiento planificado para identificar diferencias de nivel e interrelaciones entre las actitudes empresariales relacionadas con el género, el control conductual percibido y las intenciones empresariales (Vamvaka et al., 2020). Sin embargo, el primer modelo de IE fue desarrollado Shapero & Sokol (1982) denominado Entrepreneurial Event Model (EMM), según este modelo, la elección de un individuo de iniciar un nuevo negocio depende de tres conjuntos de factores: percepción de aspiraciones, percepción de viabilidad y propensión a aprovechar nuevas oportunidades (Chambi Condori, 2017).

Así también, se encontraron antecedentes de investigaciones de EM que se ven influenciadas por la educación económica y la AD proveniente del entorno familiar como se presenta a continuación:

En el estudio de Suratno et al., (2021) los resultados indicaron que tanto la EEF los grupos de pares están relacionados positivamente con la educación y la voluntad financiera del EM estudiantil.. Este resultado puede explicarse por el hecho de que la mayoría de los estudiantes provenían de familias de empresarios. Así también, el estudio de Narmaditya, (2013) muestra que la EEF influye significativa y positivamente en la conducta de consumo, en la alfabetización económica y al estilo de vida.

También, el estudio de Denanyoh et al. (2015), mostró que las intenciones empresariales de los encuestados se vieron afectadas por el apoyo de sus familiares y amigos. De igual manera, Dian et al. (2016), estudiaron si la EEF influye en el estilo de vida del estudiante en sus resultados obtuvieron que el nivel de EEF se encuentra en la categoría regular con un total de 60.78% de los estudiantes, significando que la mayoría de los estudiantes han recibido educación económica de su familia. Sin embargo, existe la baja tendencia de los estudiantes universitarios a iniciar el EM como una opción profesional, las instituciones de educación superior incluyen cada vez más temas específicos relacionados con este tema en sus programas de estudio (Espíritu & Sastre, 2007), de la misma forma hace falta mucho trabajo en el impulso al emprendimiento desde la educación básica hasta media superior.

En este sentido, el modelo de evento empresarial reconoce que la familia juega un papel e influye en la IE de un niño (Farrukh et al., 2017), toda vez que las circunstancias familiares pueden afectar la carrera de una persona, incluida la oportunidad de sus hijos de ser emprendedores en el futuro (Owusu et al., 2018).

Las finanzas del hogar es un concepto propuesto por John Campbell, quien propuso que las finanzas del hogar preguntan cómo las familias usan los instrumentos financieros para lograr sus metas (Campbell, 2006). Para ello, Tufano (2009) especificó las funciones financieras que necesitan los hogares, que son mover fondos, gestionar riesgos, adelantar fondos del futuro al hoy y adelantar fondos desde hoy hasta una fecha posterior. Estas funciones pueden expresarse de manera concisa como pagar, asegurar, pedir prestado y ahorrar.

De cara al EM, el contexto familiar y la actitud hacia el dinero juegan un papel fundamental, por lo que Fazli Sabri & Farhana Zakaria (2015), afirman que una actitud positiva hacia el dinero ayuda a las personas a tener cuidado al gastar su dinero mediante la elaboración de presupuestos y la planificación de sus necesidades financieras futuras.

Así mismo, desde varios aspectos de la educación familiar de los hijos, la comprensión económica tiene una fuerte influencia en el proceso de maduración de los niños hacia una vida independiente y próspera (Dian et al. 2016). Para ello, Rahmatullah et al. (2020), señala que las características de la EEF se pueden observar en varios aspectos, a saber, dar consejos verbales, participar en las compras, habituarse al ahorro, limitar el dinero de bolsillo y escala de prioridades para satisfacer las necesidades, por tanto, este trabajo propone las siguientes hipótesis, por tanto, este trabajo propone las siguientes hipótesis.

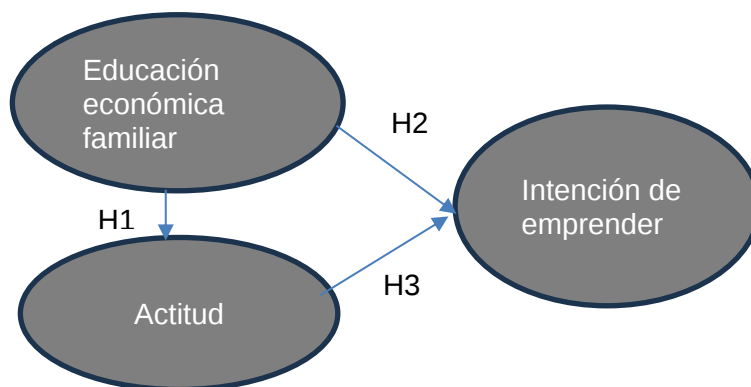
Ho1 La educación económica familiar tiene influencia significativa sobre la actitud hacia el dinero en estudiantes de secundaria en Perú

Ho2 La educación económica familiar tiene influencia significativa sobre la intención de emprender en estudiantes de secundaria en Perú

Ho3 La actitud hacia el dinero tiene influencia significativa sobre la intención de emprender en estudiantes de secundaria en Perú.

Figura 1.

Modelo teórico



2. Materiales y método

Este estudio se ha desarrollado bajo la perspectiva metodológica para una investigación de tipo básica, cuantitativa, de diseño transversal y de tipo explicativo. Es de tipo no experimental porque se encarga de fenómenos que ya se dieron, pues se recogieron los datos en un momento dado y no se manipularon las variables. "Los diseños de investigación transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único" (Liu, 2008 y Tucker, 2004) y su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (Behar Rivero, 2008; Hernández Sampieri, et al. 2014).

Por otro lado, es una investigación del tipo explicativo ya que se busca indagar las causas o factores determinantes de una de las variables de estudio; en cuanto a la procedencia y obtención de la información esta investigación es de campo ya que se utilizó la técnica de la encuesta (Muñoz, 2015).

De la misma manera para el análisis se utilizó la técnica de modelo de Ecuaciones Estructurales, que es una herramienta potente para estudiar relaciones causales en datos no experimentales (Medrano & Muñoz-Navarro, 2017).

El presente estudio tiene como población estudiantes de secundaria de Asociaciones Adventistas en Perú, en este sentido Cortés Cortés & León Iglesias (2004), señalan que la población es aquel conjunto de personas donde se va realizar estudio y las cuales brindaran el apoyo, es el conjunto en general. La muestra de este estudio se determinó utilizando un muestreo no probabilístico por conveniencia, que permite considerar como participantes de un estudio a personas con características que ayudan a conseguir el objetivo trazado (González

Hernández, 2021), para ellos los sujetos de estudios fueron 452 estudiantes, considerando como criterios de inclusión: estudiantes de 4 y 5 de secundaria, hombres y mujeres, ubicados en Perú, matriculados en el primer semestre de 2024, excluyendo estudiantes que no pertenezcan a Asociaciones educativas adventistas.

Los datos fueron recolectados físicamente durante los meses de febrero y marzo de 2024, tomando como base los siguientes instrumentos: Actitud hacia el dinero, elaborado por Amagir et al. (2020) constituido por 23 ítems, educación económica familiar, diseñado por Suratno et al. (2021), con 28 ítems, y el instrumento de "intención emprendedora" por Costa et al. (2022), con 21 ítems. Es importante señalar que todos los indicadores de dichos instrumentos tienen una carga factorial superior a 0,7, que de acuerdo con Cohen, et al., (2013), un α de Cronbach es mínimamente fiable entre 0,60-0,69, fiable entre 0,70-0,79, y altamente fiable entre 0,80-0,90, Para ello, se realizó una traducción del idioma inglés a español, con el apoyo de un traductor certificado y posteriormente una adaptación al contexto peruano.

3. Resultados y discusión

La tabla 1 muestra que del 100 % de los resultados el 50.2 % son varones y el 49.8 % son mujeres, la mayoría de los encuestados provienen de la región selva representado por el 50.7 %. Se encuestaron a adolescentes y jóvenes con edades de 14 a 17 con promedio de 16 años y una desviación estándar de 0.645 años; los cuales están en 4to (51.3 %) y 5to (48.7 %) año de secundaria. Además, el 75.4 % de los estudiantes no tomaron cursos de educación financiera, solo el 32.5 % ha tomado cursos para iniciar un negocio, de los cuales solo el 45.4% menciona que si ha realizado algún negocio.

Tabla 1

Variables generales de la muestra

Variables	Categorías	Frecuencias	% del Total
Genero	Femenino	225	49.8 %
	Masculino	227	50.2 %
Región	Costa	165	36.5 %
	Selva	229	50.7 %
	Sierra	58	12.8 %
Años de estudios	4to	232	51.3 %
	5to	220	48.7 %
¿Ha tomado cursos de educación financiera?	No	341	75.4 %
	Si	111	24.6 %
¿Ha tomado cursos para iniciar un negocio?	No	305	67.5 %
	Si	147	32.5 %
¿Ha realizado algún negocio?	No	247	54.6 %
	Si	205	45.4 %

La tabla 2 describe la media cuantificada de la AD, la EEFy la intención de emprender, de las cuales la AD tiene mayor promedio a comparación del resto de variables. Se observa que la intención de emprender es la escala que mayor fiabilidad tiene para medir el constructo; no obstante, la AD y la educación económica familiar está su viabilidad sobre 0.8 de alfa y McDonald. Asimismo, se pudo reportar la correlación entre las variables, en la que la AD y la educación económica familiar tienen relación ($r=0.36$), al igual que con la intención de emprender ($r=0.27$) y la relación de estas dos últimas de forma significativa ($r=0.67$).

Tabla 2

Descriptivos, fiabilidad y correlación

Variables	M	DE	Min	Max	g1	g2	Shapiro-Wilk	α	ω	p	1	2	3
1. Attitude towards money	82	11	32	110	-	2.016	0.965	0.83	0.86	<.001	1		

2. Family

Economic 59 10 22 80 - 0.42 0.0439 0.985 0.84 0.85 <.001 0.36 1
Education

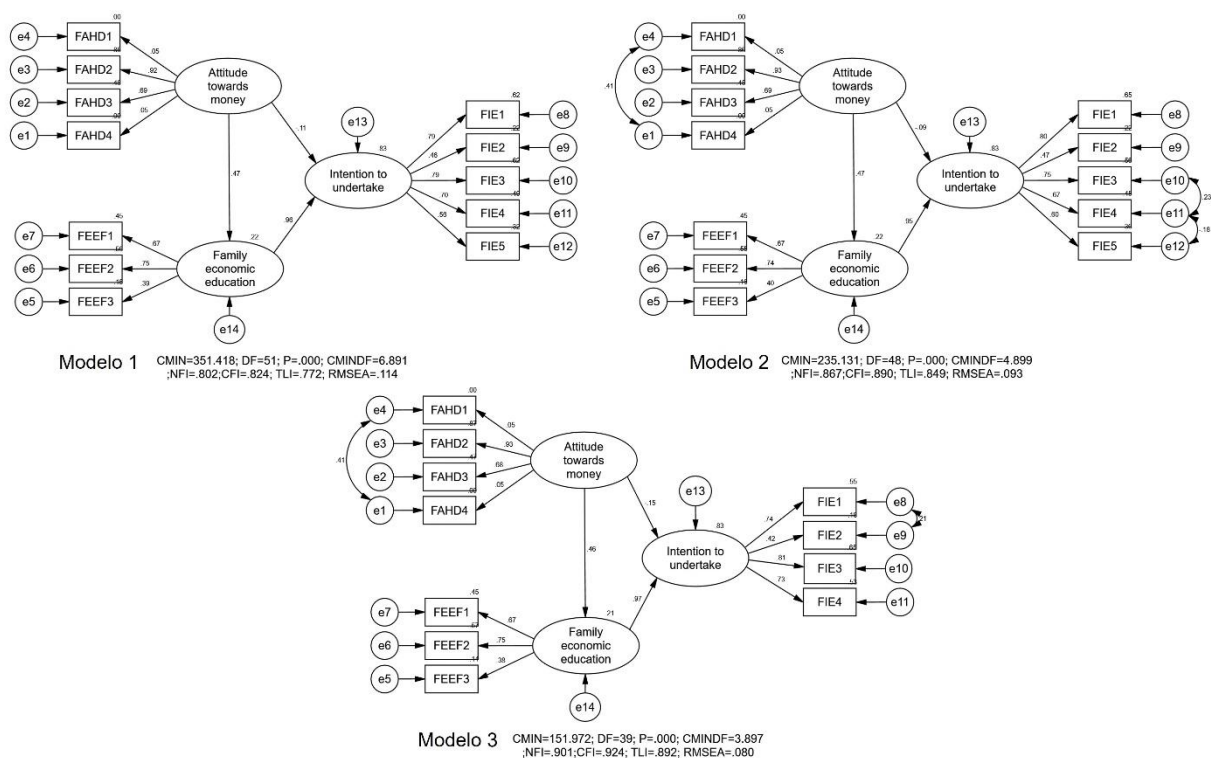
3. Intention to undertake 76 14 29 103 -0.4 -0.079 0.985 0.92 0.92 <.001 0.27 0.67 1

Media (M), Desviación estándar (DE), Mínimo (Min), Máximo (Max), Asimetría (g1), Curtosis (g2), α de Cronbach; ω de McDonald

La correlación de las variables permitió enfocarse en un análisis más sofisticado y se procedió a elaborar el modelo de medida por cada uno de los constructos y consigo el modelo de ruta estructural (Figura 1). La figura 1 muestran los modelos estructurales generados, donde el modelo 1 inicial con todos los indicadores, la AD evidencia cuatro indicadores definidos, la educación económica familiar se ve explicada por tres indicadores y la intención de emprender se ve reflejada claramente por cinco indicadores; se probó el modelo estructural 1 y se observó indicadores no significativos, es por ello, que se procedió a covariar las variables observables generando un modelo 2, el cual no satisface los índices de bondad de ajuste (ver tabla 4). Luego de tuvo que eliminar la variable observable FIE5 y se cambió la covarianza del error 10 y 11 al 8 y 9, lo cual proporcionó un mejor resultado en el modelo 3.

Figura 1

Modelos para la intención emprendedora



Precisar que, en todos los modelos generados, se observó que la AD tenía un efecto sobre la educación económica familiar pero está no era suficientemente significativa ($\beta 1=0.466$; $p>0.33$); asimismo se observó que la AD tenía una relación causal negativa sobre la intención de emprender pero es no significativo ($\beta 1=-0.105$; $p>0.39$; sin embargo, se logró observar que la educación económica familiar tiene una relación causal con la intención de emprender ($\beta 1=0.956$; $p<0.000$) siendo está muy significativa.

Tabla 3

Modelos y relación causal

Modelos	Relación causal			$\beta 1$	$\beta 2$	S.E.	C.R.	P
Modelo 1	Family Economic Education	<---	Attitude towards money	0.466	2.66	2.73	0.973	0.33
	Intention to	<---	Attitude towards	-	-	1.63	-	0.39

	undertake		money	0.105	1.416		0.867	
	Intention to undertake	<---	Family Economic Education	0.956	2.253	0.31	7.174	***
Modelo 2	Family Economic Education	<---	Attitude towards money	0.467	2.985	3.29	0.907	0.36
	Intention to undertake	<---	Attitude towards money	0.091	-1.38	1.77	-0.781	0.44
	Intention to undertake	<---	Family Economic Education	0.95	2.243	0.31	7.333	***
Modelo 3	Family Economic Education	<---	Attitude towards money	0.456	2.937	3.45	0.851	0.4
	Intention to undertake	<---	Attitude towards money	0.154	-2.282	2.75	-0.829	0.41
	Intention to undertake	<---	Family Economic Education	0.974	2.244	0.33	6.777	***

Nota. Estimados estandarizado (β 1), estimador no estandarizado (β 2), Error Estándar (S.E.), razón crítica (C.R.), valor de probabilidad (P)

De los 3 modelos reportados el que mejores índices logró proporcionar fue el modelo 3. En este se observa que se encontró un CMIN/DF<5, un TLI cercano a 0.90 y un CFI por sobre 0.90, no obstante, también se encontró un RMSEA al límite del punto de corte (RMSEA=0.8), esto permitió comprobar que el modelo es adecuado para este tipo de población que valida el modelo de intención de emprender.

Tabla 4.

Modelos e índices de bondad de ajuste

Modelos		Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3
CMIN	NPAR	39	42	38
	CMIN	351.42	235.13	151.97
	DF	51	48	39
	P	0	0	0
	CMIN/DF	6.89	4.90	3.90
Baseline Comparisons	NFI	0.80	0.87	0.90
	RFI	0.74	0.82	0.86
	IFI	0.83	0.89	0.93
	TLI	0.77	0.85	0.89
	CFI	0.82	0.89	0.92
RMSEA	RMSEA	0.11	0.09	0.08
	LO 90	0.10	0.08	0.07
	HI 90	0.13	0.11	0.09
	PCLOSE	0	0	0

Discusión

Los resultados de este estudio afirman que la EEF tiene influencia significativa sobre la AD, en línea con Aycinena, et al., (2019), quienes señalan que la EEF tiene un impacto significativo en los conocimientos financieros y en el comportamiento de ahorro.

Por su parte, Dian Theodora et al., (2016), concluyen que la EEF afecta significativamente el estilo de vida de los estudiantes, de la misma forma Shahid & Ahsen, (2021) revelan que educar para el EM tiene un mayor efecto en la IE de los estudiantes con mayores necesidades de rendimiento académico que aquellos con menores necesidades. De igual forma, afirma que Aldrich & Cliff (2003), la experiencia empresarial de los miembros de la familia influye en las intenciones empresariales

Así también en este estudio se comprueba que la EEF tiene influencia significativa sobre la intención de emprender, en este orden de ideas, en un estudio aplicado a estudiante universitarios por Zhang et al. (2014), evidenció que la educación emprendedora influye en la IE mediante el incremento de conocimientos y habilidades.

Del mismo modo, Ndofirepi, (2020) identificaron correlaciones positivas significativas entre las variables de educación empresarial y la necesidad de logro, el apetito por el riesgo, el locus de control intrínseco y las intenciones empresariales. Al mismo tiempo, Hanlon & Saunders (2007), señala que tener familiares o amigos que dirigen un negocio puede ayudar a las personas a percibir la actividad empresarial como atractiva y factible y puede ayudarles a sentir que pueden obtener apoyo emocional o técnico si es necesario.

De igual forma, Denanyoh et al. (2015), señala que en un contexto de educación económica de familias campesinas, la educación económica se lleva a cabo mediante la comprensión y de manera ejemplar enseñando a los niños a administrar adecuadamente sus necesidades y finanzas, para que se conviertan en actores económicos sabios. Por lo que, Soyeon Shim, Serido, Joyce y Montalto, (2009) concluyen que la socialización financiera en la familia influye en el comportamiento financiero de los jóvenes.

También a partir de los resultados se comprueba que, la AD tiene influencia significativa sobre la IE. Para ello, Joo & Grable, (2004) concluyen que la AD se refiere a cómo una persona administra sus finanzas, incluidos los hábitos de gasto, ahorro, inversiones y toma de decisiones financieras. Las AD pueden influir en el comportamiento financiero de una persona.

En lo anterior, concuerdan Giraldo Pérez & Otero Gómez, (2019), quienes señalan que las AD se definen como percepciones, pensamientos o sentimientos sobre el dinero, su importancia, usos y virtudes. La AD puede impactar en múltiples aspectos del proceso emprendedor, desde la toma de decisiones financieras hasta la motivación y la ética empresarial. Es importante que los emprendedores reflexionen sobre sus creencias y valores en relación con el dinero y cómo estas influencias pueden afectar su éxito y satisfacción en el mundo empresarial (Shahid & Ahsen, 2021).

Definitivamente la AD tiene crucial importancia en el EM, al respecto (Bird, 1988), expresa que no habrá actividades emprendedoras si no existe IE. Así mismo, Baron (2007), señala que una actitud positiva hacia el dinero puede motivar a los emprendedores a perseverar a pesar de los desafíos financieros. Ven los obstáculos como oportunidades para aprender en lugar de como barreras insuperables. Los emprendedores con una actitud más positiva hacia el dinero pueden estar dispuestos a asumir mayores riesgos financieros en busca de oportunidades de negocio. Ven la inversión como una oportunidad para crecer y expandirse en lugar de simplemente como un gasto (Shane, 2003).

La AD puede influir en la definición de éxito financiero para un emprendedor. Algunos pueden ver el éxito como acumular grandes riquezas, mientras que otros pueden valorar más la estabilidad financiera o el impacto social de su empresa (Cassar, 2010), y a su vez puede influir en la ética empresarial de un emprendedor, toda vez que quienes que valoran el dinero sobre todo pueden verse tentados a tomar decisiones éticamente cuestionables en busca de mayores ganancias, mientras que aquellos con una actitud más equilibrada pueden priorizar la integridad y la responsabilidad social en sus operaciones comerciales (Trevino & Nelson, 2016).

4. Conclusiones

El emprendimiento es fundamental en el crecimiento económico, y desde temprana edad se presenta como instrumento primordial para el desarrollo personal, social y económico. Fomentar una mentalidad emprendedora en los jóvenes no solo les proporciona las habilidades para crear y gestionar sus propios negocios, sino que también los prepara para enfrentar los retos del presente. La capacidad de innovar, asumir riesgos calculados y aprovechar oportunidades son competencias que, desarrolladas desde una edad temprana, pueden transformar a los jóvenes en agentes de cambio y motores de desarrollo sostenible.

La EEF desempeña un papel fundamental para impulsar el emprendimiento. Las familias que inculcan prácticas de administración financiera saludable en sus hijos crean las bases sobre la cual los jóvenes pueden construir su futuro emprendedor. La comprensión temprana de conceptos como: ahorro, inversión, planificación financiera y la gestión del riesgo están relacionadas con la actitud hacia el dinero, esto permitirá a los futuros emprendedores tomar decisiones informadas y estratégicas. Esto no solo mejora sus perspectivas económicas personales, sino que también contribuye al desarrollo de negocios más sólidos y resilientes.

El EM es más que una simple estrategia de negocios, es una oportunidad para transformar a las personas en sujetos más creativos, proactivos e innovadores, lo que debería ser parte de la formación de los estudiantes, independientemente del nivel académico. Por lo que, mediante un enfoque multidisciplinario, se puede ofrecer una visión integral de la forma en que el emprendimiento, apoyado por la EEF y académica, puede convertirse en una herramienta que permita afrontar los desafíos contemporáneos y promover un crecimiento sostenible.

De tal manera que, el fortalecimiento de habilidades y competencias específicas en educación económica en el ámbito educativo es esencial. Por lo que es importante desarrollar programas educativos que integran la educación económica y fomenten el desarrollo de competencias que preparen a los estudiantes para enfrentar la realidad mediante el emprendimiento. Estos programas deben enfocarse en el pensamiento crítico, creativo, resolución de problemas y liderazgo, ofreciendo herramientas prácticas que permitan gestionar eficientemente sus futuros emprendimientos.

En conjunto, el emprendimiento desde temprana edad, apoyado por una EEF y el desarrollo de competencias administrativas, se erige como una estrategia integral para fomentar el desarrollo económico y social. Los jóvenes preparados en estos aspectos no solo están mejor equipados para iniciar y mantener negocios exitosos, sino que también contribuyen a la creación de economías más diversificadas y resilientes. Además, al promover una cultura de emprendimiento y administración responsable de los recursos sientan las bases para un crecimiento inclusivo y sostenido.

Las empresas creadas por emprendedores pueden atraer inversionistas e impactar significativamente en la economía. Las empresas generan empleo y contribuyen al crecimiento económico. Además, el espíritu empresarial puede proporcionar beneficios más allá de las expectativas económicas, como el desarrollo empresarial sostenible. Así entonces, la educación económica y financiera se ha convertido en un factor importante para moldear un comportamiento económico y financiero responsable en los estudiantes para que puedan alcanzar una vida financiera saludable.

En conclusión, la interrelación entre el emprendimiento temprano, la EEF y el desarrollo de capacidades administrativas es fundamental para que los estudiantes sean capaces de transformar ideas en proyectos exitosos y sostenibles. Estas dimensiones, abordadas de manera conjunta, no solo potencian las habilidades individuales, sino que también generan un impacto positivo para el desarrollo económico. Así entonces, es imperativo que políticas educativas y familiares integren estas áreas para cultivar una nueva generación de emprendedores preparados para liderar el futuro.

Para futuras investigaciones se recomienda abordar estudiar la actitud emprendedora en estudiantes de nivel medio, nivel superior y estudios comparativos, así también analizar políticas públicas y educativas en torno a esta. Así también, es importante señalar que no se tuvieron limitaciones en el estudio.

36 Código de proyecto: No se incluye en versión anonimizada

Referencias

- Acikgoz, F., Elwalda, A., & De Oliveira, M. J. (2023). Curiosity on Cutting-Edge Technology via Theory of Planned Behavior and Diffusion of Innovation Theory. *International Journal of Information Management Data Insights*, 3(1). <https://doi.org/10.1016/j.jjimei.2022.100152>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Aldrich, H. E., & Cliff, J. E. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship: toward a family embeddedness perspective. *Journal of Business Venturing*, 18(5), 573–596. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00011-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00011-9)
- Álvarez, C., & Urbano, D. (2011). Una década de investigación basada en el gem: Logros y retos. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 46, 16–37.
- Amagir, A., Groot, W., van den Brink, H. M., & Wilschut, A. (2020). Financial literacy of high school students in the Netherlands: knowledge, attitudes, self-efficacy, and behavior. *International Review of Economics Education*, 34(April 2019), 100185. <https://doi.org/10.1016/j.iree.2020.100185>
- Amorós, J., & Bosma, N. (2014). *Global Entrepreneurship Monitor 2013 Global Report*.
- Aycinena, Diego; Alatas, Vivi; Chandrasekhar, Arun G; Singh, N. (2019). The Effects of Financial Education in the Family: Evidence from a Field Experiment. *Management Science*, 65(5), 2183–2202.
- Baron, R. A. (2007). Behavioral and cognitive factors in entrepreneurship: entrepreneurs as the active element in new venture creation. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1–2), 167–182. <https://doi.org/10.1002/sej.12>
- Barry, D. (2016). Measurement of Young Adults' Attitudes Towards Money. In *International Handbook of Financial Literacy* (pp. 449–464). Springer Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-10-0360-8_30

- Behar Rivero, D. S. (2008). Introducción a la Metodología de la investigación. In Arch. argent. dermatol (Ediciones).
- Bernabé Argandoña, Lorena Carolina; Hidalgo Arriaga, Jorge Xavier; Rodas Hidalgo, F. J. (2019). Indicadores del emprendimiento. Análisis de 12 países latinoamericanos. Organización y Dirección de Empresas, 3(9). <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/418>
- Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. Academy of Management Review, 13(3), 442–453. <https://doi.org/10.5465/amr.1988.4306970>
- Campbell, J. (2006). "Household finance." The Journal of Finance, 61(4), 1533–1604.
- Carter, T. (2021). Por qué el espíritu empresarial es el motor del desarrollo económico. Entrepreneur. <https://www.entrepreneur.com/es/emprendedores/por-que-el-espiritu-empresarial-es-el-motor-del/405093>
- Cassar, G. (2010). Are individuals entering self-employment overly optimistic? An empirical test of plans and projections on nascent entrepreneur expectations. Strategic Management Journal, 31(8), 822–840.
- Chambi Condori, J. A. (2017). Estudio comparativo de las intenciones emprendedoras en estudiantes de administración UNA-PUNO / UANCV - Puno 2016 [Universidad Nacional del Altiplano]. http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14082/5638/Chambi_Condori_Juan_Alberto.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chowa, G. A. N., & Despard, M. R. (2014). The Influence of Parental Financial Socialization on Youth's Financial Behavior: Evidence from Ghana. Journal of Family and Economic Issues, 35(3), 376–389. <https://doi.org/10.1007/s10834-013-9377-9>
- Cohen, L., Manion, L., Morrison, K. (2013). Research methods in education (Council for Economic Education (ed.)). National Standar for Financial Literacy.
- Consejo Europeo. (2000). Conclusiones de la Presidencia. Lisboa, 23 y 24 de marzo de 2000. N.º 5/1/00 Rev 1.
- Cortés Cortés, M. E., & León Iglesias, M. (2004). Generalidades sobre Metodología de la Investigación.
- Cortés Ynzunza, C. B., & Izar Landeta, J. M. (2020). Entrepreneurial intention among young university students. A case study in Queretaro, Mexico. Economía Coyuntural, 5, 161–202. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2415-06222020000400008&lang=pt
- Costa, N., Neto, J. S., Oliveira, C., & Martins, E. (2022). Students Entrepreneurial Intention in Higher Education at ISLA - Instituto Politecnico de Gestao e Tecnologia. Procedia Computer Science, 204, 825–835. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.08.100>
- Danes, S., & Haberman, H. (2007). Teen Financial Knowledge, Self-Efficacy, and Behavior: A Gendered View. Journal of Financial Counseling and Planning, 18.
- Denanyoh, R., Kwabena, A., & Nyemekye, G. (2015). Factors That Impact on Entrepreneurial Intention of Tertiary Students in Ghana. International Journal of Business and Social Research, 5(3), 19–29. <http://www.thejournalofbusiness.org/index.php/site>
- Dian Theodora, B., Marti, S., Nangka No, J., Tanjung Barat, C., & Selatan, J. (2016). The Effect of Family Economic Education towards Lifestyle Mediated by Financial Literacy History Article. Dinamika Pendidikan, 11(1), 18–25. <https://doi.org/10.15294/dp.v11i1.8697>
- Espíritu, R., & Sastre, M. A. (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. Cuadernos de Estudios Empresariales, 17(January 2007), 95–116. <http://revistas.ucm.es/index.php/CESE/article/view/10265%5Cnhttp://revistas.ucm.es/index.php/CESE/article/view/CESE0707110095A>
- Estrada-Cruz, M., Mira-Solves, I., & Martinez-Mateo, J. (2024). Entrepreneurship and environments of international crisis: a bibliometric analysis approach. Future Business Journal, 10(1). <https://doi.org/10.1186/s43093-024-00343-3>
- Farrukh, M., Khan, A. A., Shahid Khan, M., Ravan Ramzani, S., & Soladoye, B. S. A. (2017). Entrepreneurial intentions: the role of family factors, personality traits and self-efficacy. World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development, 13(4), 303–317. <https://doi.org/10.1108/WJEMSD-03-2017-0018>
- Fazli Sabri, M., & Farhana Zakaria, N. (2015). The influence of financial literacy, money attitude, financial strain and financial capability on young employees' financial well-being. Pertanika Journal Social Sciences & Humanities, 23(4), 827–848. <https://www.researchgate.net/publication/284738423>

- Febrian, R., & Majid, S. A. (2022). The Problem of Scarcity Within the Framework of Islamic Economics. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 221–231.
- Fichter, K., & Tiemann, I. (2020). Impacts of promoting sustainable entrepreneurship in generic business plan competitions. *Journal of Cleaner Production*, 267, 122076. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122076>
- Formichella, M. M. (2004). El Concepto de Emprendimiento y su Relación con la Educación, El Empleo y El Desarrollo Local. In *Chacra Experimental Integrada Barrow* (pp. 1–14).
- Giraldo Pérez, W., & Otero Gómez, M. C. (2019). Influencia de la actitud hacia el dinero en la intención de compra infantil. *Suma de Negocios*, 10(21), 45–52. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2019.V10.N21.A6>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2024). GEM 2023-2024: 25 years and growing. Global Entrepreneurship Research Association, London Business School, 1, 242. <https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report>
- González Hernández, O. (2021). An approach to the different types of nonprobabilistic sampling. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 37(3), 6–8.
- Hanlon, D., & Saunders, C. (2007). Marshaling Resources to Form Small New Ventures: Toward a More Holistic Understanding of Entrepreneurial Support. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(4), 619–641. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00191.x>
- Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos; Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6a edición).
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Joo, S., & Grable, J. E. (2004). An Exploratory Framework of the Determinants of Financial Satisfaction. *Journal of Family and Economic Issues*, 25(1), 25–50. <https://doi.org/10.1023/B:JEEI.0000016722.37994.9f>
- Kim, J., Chatterjee, S., & Kim, J. (2014). Financial socialization of first-year college students: The roles of parents, work, and education. *Journal of Youth Studies*, 17(3), 356–376.
- Lescano, Y., Pinedo, G., Cruz-Tarrillo, J., & Haro-Zea, K. (2022). Emprendimiento Social: Diferencias demográficas y género en estudiantes universitarios/as. *Revista Prisma Social*, 1–22.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2011). Financial literacy around the world: an overview. *Journal of Pension Economics and Finance*, 10(4), 497–508. <https://doi.org/10.1017/S1474747211000448>
- Medrano, L. A., & Muñoz-Navarro, R. (2017). Aproximación conceptual y práctica a los modelos de ecuaciones estructurales. *Revista Digital de Investigación En Docencia Universitaria*, 219–239. <https://doi.org/10.19083/ridu.11.486>
- Meredith, G. G. (2005). *Kewirausahaan: Teori dan Praktek* (terjemahan). PT Pustaka Binaman Passindo.
- Muñoz, A., & Guzmán, J. (2018). Entrepreneurial attitudes: The Role of Family Background. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(2), 432–453.
- Muñoz Rocha, C. (2015). *Metodología de la investigación*. Oxford University Press México.
- Narmaditya, B. S. (2013). Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga Terhadap Perilaku Konsumsi Dimediasi Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2011. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 1(1). <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v1i1.12757>
- Narmaditya, B. S., Sahid, S., & Hussin, M. (2023). How does family economic education foster students' economic behavior? The mediating role of economic and entrepreneurial literacy. *Heliyon*, 9(5), e15608. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e15608>
- Ndofirepi, T. M. (2020). Relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial goal intentions: psychological traits as mediators. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 2. <https://doi.org/10.1186/s13731-020-0115-x>
- Neneh, B. N. (2019). From entrepreneurial alertness to entrepreneurial behavior: The role of trait competitiveness and proactive personality. *Personality and Individual Differences*, 138, 273–279. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.10.020>
- Novillo, E., Sarmiento, C., & Espinosa, M. (2017). Análisis del desarrollo de la actitud emprendedora en estudiantes universitarios al participar en la asignatura de emprendimiento. *Espacios*, 38(45), 1–15.
- Osorio, F. F., & Londoño Roldán, J. C. (2015). Intención emprendedora de estudiantes de educación media: extendiendo la teoría de comportamiento planificado mediante el efecto exposición. *Cuadernos de Administración*, 28(51), 103–131.

- <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cao28-51.ieee>
- Osorio, F. F., & Roldán, J. C. L. (2015). Intenção empreendedora de estudantes de educação média: Estendendo a teoria de comportamento planejado mediante o efeito exposição. *Cuadernos de Administracion*, 28(51), 103–131. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cao28-51.ieee>
- Owusu, G. M. Y., Essel-Anderson, A., Ossei Kwakye, T., Bekoe, R. A., & Ofori, C. G. (2018). Factors influencing career choice of tertiary students in Ghana. *Education + Training*, 60(9), 992–1008. <https://doi.org/10.1108/ET-04-2017-0050>
- Rahmatullah, R., Inanna, I., & Ampa, A. T. (2020). How Informal Education Fosters Economic Awareness in Children. *Dinamika Pendidikan*, 15(2), 202–214. <https://doi.org/10.15294/dp.v15i2.25285>
- Rexhepi, S., & Kadriu, M. (2018). The Importance of Resource Assessment for Entrepreneurship and Local Economic Development in Kosovo. *European Journal of Economics and Business Studies*, 4(1), 121–133. <https://doi.org/10.2478/ejes-2018-0012>
- Salemi, M. K. (2005). Teaching economy literacy: why, what and how. *International Review of Economics Education*, 4(2), 46–57.
- Salinas Ramos, F., & Osorio Bayter, L. (2012). Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 75, 129–151.
- Shahid, M. S., & Ahsen, S. R. (2021). Linking entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: an interactive effect of social and personal factors. *International Journal of Learning and Change*, 13(1), 14. <https://doi.org/10.1504/IJLC.2021.111670>
- Shane, S. A. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-opportunity Nexus*. E. Elgar. https://books.google.com.mx/books?id=0Fxo_Wsh30kC
- Shapiro, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C. Englewood (Ed.), *Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 72–90). Prentice-Hall.
- Sharahiley, S. M. (2020). Examining Entrepreneurial Intention of the Saudi Arabia's University Students: Analyzing Alternative Integrated Research Model of TPB and EEM. *Global Journal of Flexible Systems Management*, 21(1), 67–84. <https://doi.org/10.1007/s40171-019-00231-8>
- Soyeon Shim, Serido, Joyce y Montalto, C. (2009). The Influence of Family Financial Socialization on Youth Financial Behavior. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 20(1), 25–43.
- Suratno, Narmaditya, B. S., & Wibowo, A. (2021a). Family economic education, peer groups and students' entrepreneurial intention: the mediating role of economic literacy. *Heliyon*, 7(4), e06692. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06692>
- Suratno, Narmaditya, B. S., & Wibowo, A. (2021b). Family economic education, peer groups and students' entrepreneurial intention: the mediating role of economic literacy. *Heliyon*, 7(4). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06692>
- Trevino, L. K., & Nelson, K. A. (2016). *Managing Business Ethics: Straight Talk about How to Do It Right*. Wiley. <https://books.google.com.mx/books?id=w0uMDgAAQBAJ>
- Tufano, P. (2009). Consumer finance. *Annual Review Financial Economics*, 1(1), 227–247.
- Urbaniec, M., Sołtysik, M., Prusak, A., Kułakowski, K., & Wojnarowska, M. (2022). Fostering sustainable entrepreneurship by business strategies: An explorative approach in the bioeconomy. *Business Strategy and the Environment*, 31(1), 251–267. <https://doi.org/10.1002/bse.2885>
- Vamvaka, V., Stoforos, C., Palaskas, T., & Botsaris, C. (2020). Attitude toward entrepreneurship, perceived behavioral control, and entrepreneurial intention: dimensionality, structural relationships, and gender differences. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 5. <https://doi.org/10.1186/s13731-020-0112-0>
- Veciana, J. M., Aponte, M., & Urbano, D. (2005). University Students' Attitudes Towards Entrepreneurship: A Two Countries Comparison. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(2), 165–182. <https://doi.org/10.1007/s11365-005-1127-5>
- Zamora Boza, C. S. (2017). La Importancia del Emprendimiento: el caso de Ecuador. *Espacios*, 39(1). <https://doi.org/10.31948/travesiaemprendedora.vol6-1.art17>
- Zhang, J., Cao, W., & Zeng, P. (2014). A study on the relationship among entrepreneurship education, social capital and college students' entrepreneurial intention. 2014 IEEE International Conference on Granular Computing (GrC), 367–373. <https://doi.org/10.1109/GRC.2014.6982866>

● 15% de similitud general

Principales fuentes encontradas en las siguientes bases de datos:

- 12% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 8% Base de datos de trabajos entregados
- 4% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

FUENTES PRINCIPALES

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC on 2023-07-17 Submitted works	1%
2	hdl.handle.net Internet	1%
3	researchgate.net Internet	<1%
4	repositorio.unap.edu.pe Internet	<1%
5	fundacionkoinonia.com.ve Internet	<1%
6	repositorio.uia.ac.cr:8080 Internet	<1%
7	programadelfin.org.mx Internet	<1%
8	digibug.ugr.es Internet	<1%

9	prezi.com Internet	<1%
10	coursehero.com Internet	<1%
11	eumed.net Internet	<1%
12	e-spacio.uned.es Internet	<1%
13	Boglárka Zsótér. "Alma a fájától... A fiatalok pénzügyi szocializációját b... Crossref posted content	<1%
14	Carlos García-Guiu, Fernando Molero, Juan A. Moriano. "Authentic lead... Crossref	<1%
15	Fundación Universitaria del Area Andina on 2021-10-19 Submitted works	<1%
16	Universidad Autónoma de Bucaramanga,UNAB on 2023-11-15 Submitted works	<1%
17	Universidad Anahuac México Sur on 2023-10-11 Submitted works	<1%
18	Universidad ESAN -- Escuela de Administración de Negocios para Grad... Submitted works	<1%
19	consultoriadeserviciosformativos on 2024-06-15 Submitted works	<1%
20	repositorio.pucesa.edu.ec Internet	<1%

21	repositorio.uc.cl Internet	<1%
22	tesis.unsm.edu.pe Internet	<1%
23	investigarmqr.com Internet	<1%
24	Cáceres, Adriana Pérez. "Modelo Causal de Creación de Valor Económi..." Publication	<1%
25	Escuela Politecnica Nacional on 2024-01-08 Submitted works	<1%
26	Universidad de Sevilla on 2019-09-17 Submitted works	<1%
27	blogs.konradlorenz.edu.co Internet	<1%
28	issuu.com Internet	<1%
29	pesquisa.bvsalud.org Internet	<1%
30	Universidad Católica de Santa María on 2024-05-03 Submitted works	<1%
31	Universidad Europea de Madrid on 2024-06-17 Submitted works	<1%
32	Universidad de Cádiz on 2021-11-18 Submitted works	<1%

33	caracas.eluniversal.com Internet	<1%
34	repositorio.unsaac.edu.pe Internet	<1%
35	repositorio.xoc.uam.mx Internet	<1%
36	retos.ups.edu.ec Internet	<1%
37	entrepreneur.com Internet	<1%
38	grafiati.com Internet	<1%
39	mindmeister.com Internet	<1%
40	przetargi.info Internet	<1%
41	uaa.cl Internet	<1%
42	Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2019-06-26 Submitted works	<1%
43	Universidad Internacional de la Rioja on 2024-05-09 Submitted works	<1%
44	Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurimac on 2022-02-16 Submitted works	<1%

45	Universidad Nacional de Colombia on 2014-12-10 Submitted works	<1%
46	Universidad de Guadalajara on 2023-09-19 Submitted works	<1%
47	University of Bath on 2012-09-13 Submitted works	<1%
48	cybertesis.unmsm.edu.pe Internet	<1%
49	d.documentop.com Internet	<1%
50	eber.uek.krakow.pl Internet	<1%
51	editorial.urosario.edu.co Internet	<1%
52	gredos.usal.es Internet	<1%
53	kerwa.ucr.ac.cr Internet	<1%
54	nileuniversity on 2024-02-27 Submitted works	<1%
55	repositorio.upse.edu.ec Internet	<1%
56	tesis.usat.edu.pe Internet	<1%

57	unifranz on 2024-05-07 Submitted works	<1%
58	view.genial.ly Internet	<1%
59	elsiglodedurango.com.mx Internet	<1%
60	gemconsortium.org Internet	<1%
61	scielo.br Internet	<1%
62	scielo.org.mx Internet	<1%
63	tdx.cat Internet	<1%