

Donato Santos

ARTÍCULO.pdf

 Universidad Peruana Union

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::29566:600748176

Fecha de entrega

17 jun 2026, 8:16 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

17 jun 2026, 8:18 a.m. GMT-5

Nombre del archivo

ARTÍCULO.pdf

Tamaño del archivo

593.1 KB

24 páginas

7741 palabras

44.696 caracteres

8% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 12 palabras)

Fuentes principales

- 6%  Fuentes de Internet
- 3%  Publicaciones
- 5%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Fuentes principales

- 6% Fuentes de Internet
- 3% Publicaciones
- 5% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

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

1	Trabajos entregados	Universidad Tecnologica del Peru on 2025-07-20	<1%
2	Internet	press.religacion.com	<1%
3	Internet	www.ciees.edu.mx	<1%
4	Internet	www.mizumot.com	<1%
5	Internet	www.tdx.cat	<1%
6	Trabajos entregados	uncedu on 2025-08-26	<1%
7	Internet	revista.redipe.org	<1%
8	Trabajos entregados	Escuela Superior Politécnica del Litoral on 2026-04-10	<1%
9	Trabajos entregados	The Chicago School of Professional Psychology on 2024-11-07	<1%
10	Internet	reposit.haw-hamburg.de	<1%
11	Internet	oa.upm.es	<1%

12	Internet	revistaimpulso.org	<1%
13	Trabajos entregados	Blackboard on 2026-05-10	<1%
14	Internet	digibug.ugr.es	<1%
15	Internet	jmis.hums.ac.ir	<1%
16	Internet	tesis.pucp.edu.pe	<1%
17	Publicación	Lucero de Jesús Rodríguez Jasso, Alan Francisco Rodríguez Jasso, Oscar Gálvan M...	<1%
18	Internet	riunet.upv.es	<1%
19	Internet	www.scielo.br	<1%
20	Internet	repositorio.unc.edu.pe	<1%
21	Trabajos entregados	National & Kapodistrian University of Athens on 2025-06-02	<1%
22	Internet	doi.org	<1%
23	Trabajos entregados	Escuela Nacional Superior de Folklore José María Arguedas on 2020-12-09	<1%
24	Publicación	Pedro Gil-Madrona, María Martínez-López, María-Belén Sáez-Sánchez. "Objective ...	<1%
25	Trabajos entregados	Universidad TecMilenio on 2025-09-16	<1%

26 Internet

amidibiblioteca.amidi.mx

<1%

27 Internet

dspace.umh.es

<1%



Rol mediador de la actitud emprendedora en la relación entre autoeficacia e intención emprendedora en estudiantes universitarios peruanos

Santos-Navarro George Donato¹, Soria-Quijaite Juan Jesús²

^{1,2} Escuela de Posgrado, Universidad Peruana Unión, Lima

Perú

Correspondencia: Santos Navarro George Donato. Angamos Oeste 770 Int. 503-Miraflores. Perú.
E-mail: geodonsantosnavarro@gmail.com

© Universidad de Almería and Ilustre Colegio Oficial de la Psicología de Andalucía Oriental (Spain)

Abstract

Introduction: This study aims to analyze and explain the mediating role of entrepreneurial attitude in the relationship between self-efficacy and entrepreneurial intention among undergraduate university students. The theoretical framework is based on Bandura's Social Cognitive Theory and Ajzen's Theory of Planned Behavior, as both emphasize the importance of self-efficacy and attitude in the formation of intentions.

Method: A cross-sectional design was implemented, and the sample consisted of 950 students. The following constructs were measured using Likert-type scales: 10 items for self-efficacy (1–4), 15 items for entrepreneurial attitude (1–4), and 4 items for entrepreneurial intention (1–7). Measurement models were evaluated through factor analysis. Internal reliability was high ($\alpha = .875-.940$; CR = .89–.94), and convergent validity was acceptable (AVE = .51–.64).

Results: The evaluation of the structural model showed excellent fit (CFI = .993, TLI = .992, RMSEA = .018). Self-efficacy had a positive effect on entrepreneurial attitude ($\beta = .46$, $p < .001$) and on entrepreneurial intention ($\beta = .20$, $p < .01$). The mediating role of entrepreneurial attitude on entrepreneurial intention was partially confirmed ($\beta = .26$, $p < .001$).

Discussion and Conclusion: The findings support that entrepreneurial attitude strengthens the relationship between self-efficacy and entrepreneurial intention. This highlights the need for training and educational programs that foster self-confidence and positive entrepreneurial attitudes.

Keywords: *self-efficacy, entrepreneurial attitude, entrepreneurial intention, structural equation modeling, mediation.*

Resumen

Introducción: En este estudio se propone analizar y explicar la mediación de la actitud emprendedora en la relación que existe entre autoeficacia y la intención emprendedora en estudiantes de nivel de pregrado en la universidad. Para este estudio se considera la teoría social cognitiva de Bandura y la teoría del comportamiento planeado de Ajzen debido a que ambas señalan la importancia de la autoeficacia y la actitud en la formación de intenciones.

Método: Un diseño transversal fue implementado y la muestra fue de 950 alumnos. Con escalas tipo Likert se midieron los siguientes ítems: 10 autoeficacia (1–4), 15 actitud emprendedora (1–4) y 4 intención emprendedora (1–7). A través de análisis factorial se evaluaron modelos de medida. La confiabilidad interna fue alta ($\alpha = .875-.940$; CR = .89–.94) y la validez convergente fue aceptable (AVE = .51–.64).

Resultados: La evaluación del modelo estructural fue excelente (CFI = .993, TLI = .992, RMSEA = .018). Se vio que la autoeficacia tuvo una asociación positiva sobre la actitud emprendedora ($\beta = .46$, $p < .001$) y sobre la intención emprendedora ($\beta = .20$, $p < .01$). Se confirmó parcialmente la mediación de la actitud emprendedora sobre la intención emprendedora ($\beta = .26$, $p < .001$).

Discusión y conclusión: Los hallazgos apoyan que la actitud emprendedora fortalece la relación entre autoeficacia e intención emprendedora. Esto subraya la necesidad de programas de capacitación y educación que fomenten la autoconfianza y actitudes emprendedoras positivas.

Palabras clave: *autoeficacia, actitud emprendedora, intención emprendedora, modelado de ecuaciones estructurales, mediación.*

Introducción

Se han reconocido diversas áreas sobre las cuales el emprendimiento genera impactos positivos en el crecimiento económico, la creación de más empleos, la innovación y la creación de empresas, particularmente en el ámbito socio-cultural. La motivación de los jóvenes para emprender ha sido investigada por varios autores como, Iglesias-Sánchez (2016). La intención emprendedora se entiende como la expresión más clara de los instintos de una persona en el proceso de convertirse en empresario, en este caso, se tiene un claro y consciente objetivo de hacerlo en el futuro (Aga, M., 2023; Kusmintarti, A. et al., 2017)

Las variables psicológicas han sido particularmente enfatizadas en varios estudios. La autoeficacia, o la creencia de un individuo en su propia capacidad de emprender las acciones requeridas para lograr los resultados deseados, se asocia tanto con la intención emprendedora como con la actitud emprendedora (Doanh, D. C., 2021). Al mismo tiempo, la actitud emprendedora, que se describe como la disposición positiva hacia la actividad emprendedora, ha sido vista como un intermediario en la relación entre la autoeficacia y la intención, aumentando así la probabilidad de que un individuo convierta su capacidad creída en planes de acción (Diez, S. & Guevara, R., 2020; Duong, C. D., 2023; Kusmintarti, A. et al., 2017; Taneja, M. et al., 2023)

Si bien la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991) incorpora tres antecedentes de la intención —la actitud hacia la conducta, la norma subjetiva y el control conductual percibido—, el presente estudio delimita su análisis a la actitud emprendedora y la autoeficacia, en tanto que ambas han demostrado consistentemente mayor poder predictivo sobre la intención emprendedora en contextos universitarios (Kusmintarti et al., 2017; Taneja et al., 2023; Wardana et al., 2020). La norma subjetiva, aunque reconocida como un componente relevante dentro del marco teórico original, presenta una influencia menos estable y más dependiente del contexto cultural y del entorno familiar en poblaciones latinoamericanas (Diez & Guevara, 2020; Romero-Colmenares & Reyes-Rodríguez, 2022), lo que justifica su exclusión del modelo propuesto. Asimismo, la autoeficacia es conceptualmente afín al control conductual percibido y ha sido operacionalizada como una medida más específica de la capacidad percibida para emprender (Ajzen, 1991; Newman et al., 2019; Zhao et al., 2005), lo que refuerza su inclusión como variable exógena central del modelo. La incorporación de la norma subjetiva como elemento del modelo representa una línea de investigación futura pertinente para este contexto.

Este estudio parte de dos enfoques teóricos y metodológicos que poseen un amplio reconocimiento. En primer lugar, tenemos la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen,

1991), en la que la intención de realizar un acto está asociada con la actitud hacia el acto, la norma subjetiva y el control que se posea sobre el acto. Y, en segundo lugar, la Teoría Social Cognitiva (Bandura, 1989), que establece que dentro del constructo autoeficacia se produce una asociación significativa, dado que se considera a la autoeficacia un determinante de la motivación y el comportamiento. Ambas teorías permiten sostener que las creencias en la capacidad personal, en el caso de los estudiantes, se transforman en intenciones emprendedoras, y que esto se da acompañado de una actitud favorable hacia el emprendimiento.

Desde esta perspectiva integradora, el presente estudio propone un modelo mediacional en el que la autoeficacia constituye la variable exógena —es decir, el punto de origen de la cadena causal—, pues determina en qué medida el estudiante se percibe capaz de llevar a cabo acciones emprendedoras. Esta creencia de capacidad no se traduce directamente en intención de emprender, sino que lo hace de manera preferente a través de un mecanismo evaluativo intermedio: la actitud emprendedora. Dicho mecanismo actúa como mediador porque la autoeficacia condiciona primero la valoración cognitiva y afectiva que el sujeto hace de la actividad emprendedora —incluyendo su percepción del riesgo, la viabilidad y el atractivo del emprendimiento—, y es esta valoración actitudinal la que a su vez activa la intención de emprender. Así, las dos teorías que fundamentan este estudio —la Teoría Social Cognitiva (Bandura, 1989) y la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991)— se integran de forma coherente: la primera explica cómo las creencias de autoeficacia regulan la motivación y la cognición, y la segunda establece cómo la actitud resultante se convierte en el antecedente proximal de la intención conductual. La articulación de ambos marcos permite sostener que la autoeficacia opera como un recurso cognitivo que alimenta la actitud, y la actitud como el canal privilegiado a través del cual dicho recurso se transforma en intención emprendedora (Al-Qadasi et al., 2023; Newman et al., 2019; Yousaf et al., 2021).

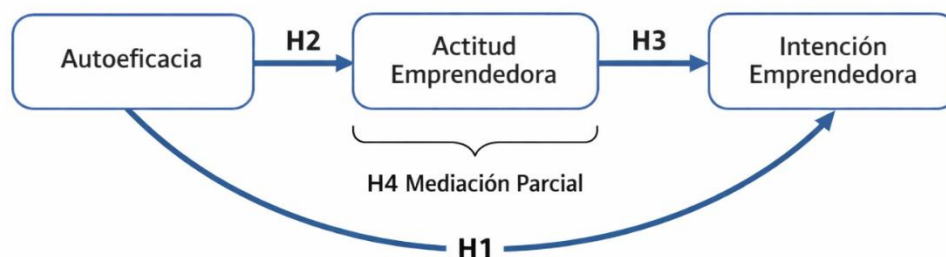
A esta fecha y a pesar de los esfuerzos realizados en el área de estudio por la cual la presente investigación se intenta posicionar, la mayoría de los estudios se han realizado en el área de los países desarrollados. En el caso de la investigación en el área de las universidades de América Latina, se cuenta con un número de estudios que deseen analizar el fenómeno de las intenciones emprendedoras, y de los procesos psicológicos que los sustentan, son escasos. Por lo tanto, la investigación en el contexto de las universidades en América Latina, se traduce en una necesidad para el análisis de este fenómeno desde una perspectiva teórica.

En este contexto, el presente estudio tiene como objetivo explicar el rol mediador de la actitud emprendedora en la relación entre la autoeficacia y la intención emprendedora en estudiantes universitarios de pregrado de universidades peruanas.

Hipótesis

- Hipótesis 1 (H1): La autoeficacia se relaciona positiva y significativamente con la intención emprendedora en estudiantes universitarios de pregrado.
- Hipótesis 2 (H2): La autoeficacia se relaciona positiva y significativamente con la actitud emprendedora en estudiantes universitarios de pregrado.
- Hipótesis 3 (H3): La actitud emprendedora se relaciona positiva y significativamente con la intención emprendedora en estudiantes universitarios de pregrado.
- Hipótesis 4 (H4): La actitud emprendedora ejerce un rol mediador parcial en la relación entre la autoeficacia y la intención emprendedora en estudiantes universitarios de pregrado.

Figura 1. Modelo teórico propuesto



Nota. Las flechas representan las relaciones hipotetizadas entre los constructos. H1: relación directa autoeficacia → intención emprendedora; H2: autoeficacia → actitud emprendedora; H3: actitud emprendedora → intención emprendedora; H4: mediación parcial de la actitud emprendedora.

Método

Participantes

El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, de tipo no experimental y diseño transversal. La muestra se obtuvo mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, conformada por 950 estudiantes de pregrado de dos universidades peruanas: una pública (Universidad Nacional del Centro del Perú, UNCP) y una privada (Universidad Peruana

Unión, UPeU). Los participantes fueron mayores de 18 años, de ambos sexos y pertenecientes a distintas carreras. La distribución y caracterización fue la siguiente:

Tabla 1. *Distribución de participantes por universidad, sede y carrera*

Universidad	Sede	Facultad	N
UNCP	Huancayo	Ciencias Empresariales	288
		Educación y Humanidades	23
		Ciencias de la Salud	12
	Lima	Ciencias Empresariales	379
		Educación y Humanidades	29
		Ciencias de la Salud	19
UPeU	Juliaca	Ciencias Empresariales	90
		Educación y Humanidades	8
		Ciencias de la Salud	6
	Tarapoto	Ciencias Empresariales	83
		Educación y Humanidades	7
		Ciencias de la Salud	6
Total			950

Tabla 2: *Características de la muestra*

MUESTRA	n= 950
Edad(18-26): Mediana	19
Sexo:	
Masculino:	494(52%)
Femenino:	456(48%)
Universidad:	
Pública:	323(34%)
Privada:	627(66%)
Facultad:	
Ciencias Empresariales:	836(88%)
Educación y Humanidades:	67(7%)
Ciencias de la Salud:	47(5%)

Instrumentos

Los siguientes instrumentos de medición fueron utilizados:

- Escala de Autoeficacia, basada en Doanh, D. C., (2021), con 10 ítems en una escala de Likert de 1 (totalmente en desacuerdo) a 4 (totalmente de acuerdo). Mide cómo los

estudiantes perciben su capacidad para afrontar desafíos en el ámbito emprendedor. Un ejemplo del ítem es: "Confío en mi capacidad para resolver problemas complejos."

- Escala de Actitud Emprendedora, basada en Kusmintarti et al., (2017), con 15 ítems en una escala de 1 (totalmente en desacuerdo) a 4 (totalmente de acuerdo). Mide actitudes hacia el emprendimiento, por ejemplo: "Estoy emocionado con la idea de gestionar mi propio negocio."
- Escala de Intención Emprendedora, construida por Aga, M., (2023), con 4 ítems en una escala de Likert de 1 (totalmente en desacuerdo) a 7 (totalmente de acuerdo). Mide el nivel de intención de convertirse en emprendedor con ítems como: "Estoy decidido a iniciar mi propio negocio en el futuro."

Las escalas mostraron niveles adecuados de fiabilidad y validez en este estudio (α entre .875 y .940; CR entre .89 y .94; AVE entre .51 y .64).

Procedimiento

Del mes de marzo a agosto de 2025 se realizó la recolección de datos mediante la aplicación de un cuestionario en línea dirigido a estudiantes universitarios de pregrado, este fue elaborado en Google Forms y distribuido mediante el correo institucional de cada universidad, así como a través de grupos de WhatsApp y redes sociales de las facultades participantes, con el apoyo de docentes coordinadores de cada facultad. La participación fue completamente voluntaria y se obtuvo el consentimiento informado de todos los participantes, garantizándose la confidencialidad de la información, el anonimato de los encuestados y la participación sin riesgo alguno.

El estudio fue evaluado y aprobado por el Comité de Ética de la Escuela de Posgrado de la Universidad Peruana Unión, autorizándose la ejecución y publicación de los resultados mediante la aprobación N.º 2024-CE-EPG-000027. Asimismo, el desarrollo de la investigación se realizó en concordancia con los principios éticos establecidos en la Declaración de Helsinki para investigaciones con seres humanos.

Análisis de Datos

Los datos fueron tratados con el software de SPSS (versión 26) y AMOS Graphics (versión 26). Para analizar la validez de cada modelo de medida, se llevaron a cabo Análisis Factoriales Confirmatorios (AFC), y para la evaluación de la fiabilidad (alfa de Cronbach y CR), la

validez convergente (AVE) y la validez discriminante (criterio de Fornell-Larcker). Posteriormente, se utilizó un enfoque de modelado de ecuaciones estructurales (SEM) para analizar las relaciones entre las variables autoeficacia, actitud emprendedora e intención emprendedora. Para analizar el ajuste, se calcularon las medidas más comunes en la literatura (χ^2/df , CFI, TLI, RMSEA y SRMR) con el uso de estimadores robustos. Para analizar la significancia de las asociaciones indirectas, se utilizó la técnica de bootstrapping con 5,000 réplicas. Cabe señalar que, al haberse aplicado el AFE y el AFC sobre la misma muestra ($n = 950$), el AFC no constituye una validación completamente independiente de la estructura factorial identificada en el AFE; esta limitación metodológica se reconoce y se propone como área de mejora en investigaciones futuras mediante el uso de validación cruzada o muestras divididas.

Marco Teórico Sobre SEM

El modelado de ecuaciones estructurales (SEM, por sus siglas en inglés) es una técnica multivariada que combina el análisis factorial confirmatorio (AFC) y modelos de regresión para analizar simultáneamente relaciones entre variables observadas y latentes (Ferrer, 2009). En el presente estudio, el modelo SEM se compone de dos partes: (a) el modelo de medida, que evalúa la relación entre los ítems y sus respectivos constructos latentes —autoeficacia, actitud emprendedora e intención emprendedora—, y (b) el modelo estructural, que examina las relaciones directas e indirectas entre dichos constructos. La autoeficacia opera como variable exógena —es decir, no es explicada por otras variables del modelo— mientras que la actitud emprendedora y la intención emprendedora funcionan como variables endógenas, en coherencia con los marcos teóricos de Bandura (1989) y Ajzen (1991).

Para evaluar el ajuste global del modelo se utilizaron los índices recomendados por Hair et al. (2022) y Kline (2016): el cociente chi-cuadrado/grados de libertad ($\chi^2/df < 3$), el Índice de Ajuste Comparativo ($CFI \geq .95$), el Índice Tucker-Lewis ($TLI \geq .95$), y la Raíz del Error Cuadrático Medio de Aproximación ($RMSEA \leq .05$, con valores $\leq .08$ considerados aceptables). Adicionalmente, se calcularon el AIC (Criterio de Información de Akaike) y el BIC (Criterio de Información Bayesiano) como indicadores de parsimonia para la comparación de modelos alternativos. La validez convergente se evaluó mediante la Varianza Media Extraída ($AVE \geq .50$), y la validez discriminante se verificó con el criterio de Fornell y Larcker (1981). Las relaciones indirectas se estimaron mediante bootstrapping con 5,000 réplicas e intervalos de confianza al 95 %, siguiendo las recomendaciones de Preacher y Hayes (2008). Todo el análisis se

realizó con IBM SPSS Amos, versión 26, software ampliamente utilizado en ciencias sociales por su integración con SPSS y su capacidad de representación visual de modelos SEM (Ferrer-García et al., 2021).

Uso del software AMOS

El análisis se realizó con IBM SPSS Amos (versión 26), que permite representar gráficamente los modelos SEM, calcular estimaciones estandarizadas y realizar bootstrapping para evaluar asociaciones indirectas. Su elección se justifica por la integración con SPSS, la facilidad de manejo visual y la robustez en muestras grandes, lo que lo convierte en una herramienta ampliamente usada en ciencias sociales (Ferrer-García, et al., 2021)

Resultados

Paso 1. Modelo de medida

Descriptivos y fiabilidad de las variables latentes

Previo a la estimación del modelo de medida, se calcularon los estadísticos descriptivos de los tres constructos analizados por tipo de universidad y por facultad. La consistencia interna global de las escalas fue alta en todos los casos (α de Cronbach entre .875 y .940). Los valores detallados se presentan en la Tabla 3.

Tabla 3. Resumen estadístico descriptivo

Variable	α	Facultad	Universidad Privada: M (DE)	Universidad Pública: M (DE)
Autoeficacia	0.895	Ciencias Empresariales	2.621 (0.613)	2.655 (0.642)
		Educación y Humanidades	2.559 (0.652)	2.765 (0.546)
		Ciencias de la Salud	2.687 (0.614)	2.700 (0.854)
Actitud emprendedora	0.940	Ciencias Empresariales	2.406 (0.733)	2.474 (0.732)
		Educación y Humanidades	2.288 (0.802)	2.501 (0.752)
		Ciencias de la Salud	2.443 (0.651)	2.200 (0.836)
Intención emprendedora	0.875	Ciencias Empresariales	4.128 (1.569)	4.043 (1.532)
		Educación y Humanidades	3.886 (1.770)	3.750 (1.597)
		Ciencias de la Salud	4.363 (1.408)	4.062 (1.679)

Nota. M = media; DE = desviación estándar; α = fiabilidad interna (α de Cronbach).

Análisis factorial exploratorio

Un análisis factorial exploratorio (AFE) se realizó de forma independiente para cada uno de los tres componentes: autoeficacia, actitud emprendedora e intención emprendedora, para estudiar su estructura interna y dimensionar empíricamente cada componente de la teoría. En cada uno de los casos, y para la estimación de factores latentes, se ha utilizado el método de máxima verosimilitud, que se dice el más adecuado bajo el supuesto de normalidad intermedia, y se utilizó rotación varimax para simplificar y maximizar la varianza del factor que se retiene. En concordancia con la escala y la evidencia unidimensional de trabajos previos, se retiene el criterio de un factor por escala.

En los tres instrumentos se evidencia la adecuación de la matriz de correlaciones para la factorización. A cada uno de ellos, el índice KMO, que se ubicó por encima de .80, le otorga un nivel de adecuación muestral notable. El nivel de significancia de la prueba de esfericidad de Bartlett, $P < .001$, indica que, efectivamente, existen correlaciones entre los ítems. Es en lo estrictamente analítico donde la pertinencia del análisis factorial justifica la técnica utilizada.

A cada escala, solo se encontró un factor dominante, alineándose con el modelo teórico propuesto para cada constructo. Este factor representó alrededor del 58% al 67% de la varianza total, lo que se considera adecuado en la investigación psicológica y educativa. Las cargas factoriales fueron todas positivas y superiores a .60, indicando relaciones fuertes y estables de cada ítem con su factor latente asociado. Además, las comunalidades oscilaron entre .38 y .78, indicando que los ítems tenían un nivel adecuado de varianza y una representación justa del factor común subyacente a cada constructo. Las cargas factoriales y las comunalidades por ítem se presentan detalladamente en la Tabla 4, lo que permite una evaluación más fina del comportamiento psicométrico de cada reactivo.

Tabla 4. *Cargas factoriales y comunalidades (AFE)*

Ítem	Carga factorial	Comunalidad	Factor
AT1	0.754	0.569	Autoeficacia
AT2	0.782	0.611	Autoeficacia
AT3	0.733	0.537	Autoeficacia
AT4	0.698	0.487	Autoeficacia
AT5	0.715	0.511	Autoeficacia
AT6	0.621	0.386	Autoeficacia
AT7	0.67	0.449	Autoeficacia
AT8	0.692	0.479	Autoeficacia
AT9	0.728	0.53	Autoeficacia

AT10	0.751	0.564	Autoeficacia
AE1	0.869	0.755	Actitud emprendedora
AE2	0.884	0.781	Actitud emprendedora
AE3	0.873	0.762	Actitud emprendedora
AE4	0.857	0.734	Actitud emprendedora
AE5	0.843	0.711	Actitud emprendedora
AE6	0.832	0.692	Actitud emprendedora
AE7	0.818	0.67	Actitud emprendedora
AE8	0.796	0.634	Actitud emprendedora
AE9	0.781	0.61	Actitud emprendedora
AE10	0.76	0.578	Actitud emprendedora
AE11	0.742	0.551	Actitud emprendedora
AE12	0.721	0.52	Actitud emprendedora
AE13	0.71	0.504	Actitud emprendedora
AE14	0.695	0.483	Actitud emprendedora
AE15	0.683	0.467	Actitud emprendedora
IE1	0.842	0.709	Intención emprendedora
IE2	0.876	0.767	Intención emprendedora
IE3	0.861	0.741	Intención emprendedora
IE4	0.851	0.725	Intención emprendedora

Nota. Solo se muestran las cargas $\geq .40$. Todos los ítems presentaron cargas significativas en un único factor correspondiente a cada constructo.

Análisis factorial confirmatorio

Para confirmar la estructura factorial encontrada en el AFE, se realizó un análisis factorial confirmatorio (AFC) por separado para cada constructo utilizando el método de máxima verosimilitud en el software AMOS (versión 26). Los tres modelos mostraron índices de ajuste satisfactorios y evidencia adecuada de validez convergente y consistencia interna.

En la escala de autoeficacia (AT), el modelo inicial con 10 ítems tuvo un ajuste aceptable ($\chi^2/g.l = 2.406$; CFI = .988; TLI = .984; RMSEA = .038; PClose = .964). Las cargas factoriales variaron de .425 a .755, con un ítem (AT4) que exhibió una carga factorial baja de (.425) y disminuyó el AVE a .47. Sin embargo, la fiabilidad global del constructo (CR = .90) y el alfa de Cronbach ($\alpha = .895$) fueron aceptables. relaciones directas e indirectos. Tras una evaluación conjunta de los criterios estadísticos y teóricos, se procedió a la eliminación del ítem AT4. Desde el punto de vista estadístico, la carga factorial de AT4 fue la más baja del instrumento (.425), valor inferior al umbral mínimo de .50 recomendado para modelos de ecuaciones estructurales (Hair et al., 2022), y su presencia redujo el AVE del constructo a .47, valor por debajo del criterio de validez convergente aceptable (Fornell & Larcker, 1981). Desde el punto de vista teórico, el contenido de AT4 presentaba una superposición conceptual con otros ítems de la escala de autoeficacia —en particular con ítems relacionados con la confianza general ante situaciones novedosas—, lo que generaba redundancia semántica y debilitaba la

especificidad del constructo según el marco de Doanh (2021). En consecuencia, su eliminación resulta justificada tanto psicométrica como conceptualmente. Tras la exclusión de AT4, el AVE aumentó a .52, y la fiabilidad del constructo se mantuvo alta ($CR = .91$; $\alpha = .898$). Se recomienda reportar el modelo sin este ítem como la versión definitiva del instrumento de autoeficacia

. El modelo de actitud emprendedora (AE) mostró un ajuste sobresaliente ($\chi^2/gl = 1.438$; $CFI = .995$; $TLI = .994$; $RMSEA = .021$; $PClose = 1.000$). Todas las cargas factoriales fueron significativas ($p < .001$) y variaron de .631 a .800.

La confianza se mantuvo en un nivel excelente ($\alpha = .940$; $CR = .94$), y la validez convergente se mantuvo en un nivel aceptable ($AVE = .51$). El modelo de intención emprendedora (IE) presenta un ajuste global aceptable ($CFI = .992$; $TLI = .977$; $RMSEA = .088$; $\chi^2/gl = 8.425$). Aunque esta cifra fue elevada, la literatura indica que esto es común en escalas breves, y no afecta la validez del modelo. Las cargas factoriales fueron considerables (.770–.810), la confiabilidad fue alta ($\alpha = .875$; $CR = .89$), y la validez convergente fue sólida ($AVE = .64$).

En conjunto, los resultados del AFC confirman que las tres escalas en conjunto poseen una estructura unidimensional, que su confiabilidad es alta y que la validez convergente es aceptable, por lo cual se concluye que los modelos de medición son adecuados y pertinentes para el análisis estructural.

Tabla 5. *Índices de ajuste y fiabilidad de los modelos de medida (AFC)*

Constructo	Ítems finales	α	CR	AVE	Rango λ	CFI	TLI	RMSEA
Autoeficacia (AT)	9 (sin AT4)	0.898	0.91	0.52	.63 – .75	0.988	0.984	0.038
Actitud emprendedora (AE)	15	0.94	0.94	0.51	.63 – .80	0.995	0.994	0.021
Intención emprendedora (IE)	4	0.875	0.89	0.64	.77 – .81	0.992	0.977	0.088

Con el propósito de evaluar la validez discriminante de los constructos, se aplicó el criterio de Fornell y Larcker (1981), el cual establece que la raíz cuadrada del AVE de cada constructo debe ser mayor que sus correlaciones con los demás constructos del modelo. Los resultados, presentados en la Tabla 5b, muestran que los valores en la diagonal —correspondientes a las raíces cuadradas del AVE— superan en todos los casos a las correlaciones entre constructos, lo que confirma la validez discriminante adecuada del modelo de medida. Este

hallazgo indica que cada constructo captura una proporción de varianza única y diferenciada de los demás, lo que respalda la idoneidad de su inclusión independiente en el modelo estructural.

Tabla 5b. Validez discriminante — Criterio de Fornell-Larcker

Constructo	Autoeficacia	Actitud emprendedora	Intención emprendedora
Autoeficacia	0.721		
Actitud emprendedora	.460	0.714	
Intención emprendedora	.379	.560	0.800

Nota. Los valores en negrita sobre la diagonal corresponden a la raíz cuadrada del AVE de cada constructo. Los valores fuera de la diagonal son las correlaciones entre constructos. El criterio de Fornell y Larcker (1981) se cumple cuando la raíz cuadrada del AVE (diagonal) supera a todas las correlaciones de la misma fila y columna. AVE: Autoeficacia = .52 $\rightarrow \sqrt{\text{AVE}} = .721$; Actitud emprendedora = .51 $\rightarrow \sqrt{\text{AVE}} = .714$; Intención emprendedora = .64 $\rightarrow \sqrt{\text{AVE}} = .800$.

Los resultados de AFE y AFC corroboraron que las tres escalas utilizadas (autoeficacia, actitud y la intención emprendedora) tienen estructuras unidimensionales, alta consistencia interna y buena validez convergente. Los índices de ajuste se situaron en los valores recomendados, y todas las cargas factoriales fueron significativas y superiores al umbral mínimo aceptable. Por tanto, los modelos de medida estructuraron sus comportamientos psico métricos de manera sólida, por lo que se avanzó al análisis del modelo estructural general, diseñado para contrastar las relaciones hipotetizadas entre los constructos principales.

Paso 2. Modelo estructural

Para efectos de contrastar las citadas relaciones, se procedió a evaluar el modelo estructural completo utilizando el método de máxima verosimilitud en el software AMOS (versión 26). Este modelo ofrece la posibilidad de evaluar de manera simultánea las relaciones directas e indirectas entre constructos y de establecer el rol mediador que cumple la actitud emprendedora entre la relación de autoeficacia e intención emprendedora.

Ajuste global del modelo estructural

La evaluación del modelo propuesto presentó resultados positivos en cuanto a los niveles de ajuste mostrados en los niveles estándares en medición de ecuaciones estructurales (Hair et al., 2022; Kline, 2016). El cociente de chi cuadrado y grados de libertad fue relativamente bajo ($\chi^2 = 452.408$; $gl = 347$; $\chi^2/gl = 1.304$). En cuanto a los índices de ajuste, los comparativos CFI = .993; TLI = .992; IFI = .993; NFI = .969 supera el 0.90, que es el estándar requerido.

Para el valor de ajuste RMSEA se presenta un valor bajo de .018 ($PClose = 1.000$), que sugiere poca discrepancia entre los datos observados y el modelo teórico.

Los criterios de información ($AIC = 626.408$; $BIC = 631.892$) y los índices de parsimonia ($PNFI = .890$; $PCFI = .911$) mantienen valores adecuados, lo que apoya la adecuación general del modelo.

Tabla 6. Resumen de los índices de bondad de ajuste del modelo estructural

Índice	Valor
χ^2 (Chi-cuadrado)	452.408
gl (grados de libertad)	347
χ^2/gl	1.304
CFI (Índice de ajuste comparativo)	0.993
TLI (Índice Tucker-Lewis)	0.992
IFI (Índice incremental de ajuste)	0.993
NFI (Índice normalizado de ajuste)	0.969
RMSEA (Raíz cuadrada media del error de aproximación)	0.018
$PClose$	1
PNFI (Índice de parsimonia normalizado)	0.89
PCFI (Índice de parsimonia comparativo)	0.911
AIC (Criterio de información de Akaike)	626.408
BIC (Criterio de información bayesiano)	631.892

Nota. CFI = Comparative Fit Index; TLI = Tucker–Lewis Index; IFI = Incremental Fit Index; NFI = Normed Fit Index; RMSEA = Root Mean Square Error of Approximation; AIC = Akaike Information Criterion; BIC = Bayesian Information Criterion. Valores de χ^2/gl menores de 3 y RMSEA por debajo de .05 indican un ajuste adecuado del modelo.

Relaciones directas e indirectas

Las estimaciones estandarizadas de los modelos estructurales mostraron que existía una relación positiva y estadísticamente significativa entre los tres constructos analizados. En primer lugar, la autoeficacia se relacionó positivamente con la actitud emprendedora ($\beta = .46$, $p < .001$), los estudiantes que tienen mayor confianza en sus habilidades son los que más tienen actitudes positivas hacia el emprendimiento. Igualmente, la actitud emprendedora tiene una relación directa y fuerte con la intención emprendedora ($\beta = .56$, $p < .001$), al considerar que una actitud positiva hacia el emprendimiento se asocia con la intención de emprender.

El vínculo directo entre la autoeficacia y la intención emprendedora fue estadísticamente significativo, pero la magnitud fue la más débil ($\beta = .20$, $p = .009$), sugiriendo que la percepción de competencia personal tiene una relación directa adicional sobre la intención emprendedora más allá de lo que funciona a través de la actitud. El análisis de mediación se realizó mediante la técnica de bootstrapping con 5,000 réplicas y un intervalo de confianza (IC) del 95 %, siguiendo las recomendaciones de Preacher y Hayes (2008). Los resultados confirmaron la existencia de una asociación indirecta estadísticamente significativa de la autoeficacia sobre la intención emprendedora, mediado por la actitud emprendedora ($\beta = .26$, IC 95 % = [.18, .35], $p < .001$). Dado que el intervalo de confianza no incluye el valor cero, se rechaza la hipótesis nula de ausencia de mediación. Adicionalmente, la relación directa de la autoeficacia sobre la intención emprendedora se mantuvo estadísticamente significativo tras controlar por la actitud emprendedora ($\beta = .20$, IC 95 % = [.05, .34], $p = .009$), lo que permite concluir que la mediación es de carácter parcial —también denominada mediación complementaria— según el criterio de Preacher y Hayes (2008). En este modelo, la actitud emprendedora explica una proporción sustancial, aunque no la totalidad, de la asociación de la autoeficacia sobre la intención emprendedora, lo que refuerza la pertinencia del modelo mediacional propuesto.

Tabla 7. Coeficientes estandarizados y relaciones del modelo estructural

Relación estructural	β	p	IC 95 % LI	IC 95 % LS	Tipo de asociación
<i>Autoeficacia → Actitud emprendedora</i>	.46	<.001	.33	.59	Directo
<i>Actitud emprendedora → Intención emprendedora</i>	.56	<.001	.43	.69	Directo
<i>Autoeficacia → Intención emprendedora</i>	.20	.009	.05	.34	Directo
<i>Autoeficacia → Actitud → Intención (indirecto)</i>	.26	<.001	.18	.35	Indirecto (mediación parcial)
<i>Autoeficacia → Intención emprendedora (total)</i>	.46	<.001	.31	.61	Total

Nota. β = coeficiente estandarizado; IC 95 % = intervalo de confianza al 95 % obtenido mediante bootstrapping con 5,000 réplicas; LI = límite inferior; LS = límite superior. Las asociaciones fueron estimadas siguiendo el criterio de Preacher y Hayes (2008): se concluye mediación significativa cuando el IC 95 % no incluye el cero. La mediación parcial se confirma dado que la relación directa de la autoeficacia sobre la intención emprendedora se mantiene significativo tras controlar por la actitud emprendedora.

Desde la perspectiva de la capacidad explicativa, el modelo obtuvo un R^2 de 0.21 en actitud emprendedora y un 0.63 en intención emprendedora. Estas cifras nos muestran que existe un nivel de explicación moderada hacia la actitud emprendedora, mientras que, hacia la intención emprendedora, la explicación es de nivel alto. Esto sugiere que la combinación de actitud y autoeficacia como constructos, resultan ser un conjunto predictor de alta relevancia. En conclusión, las cifras obtenidas reflejan la capacidad explicativa del modelo respecto a los objetivos planteados y el nivel de variabilidad que fue posible captar en torno a los constructos dependientes.

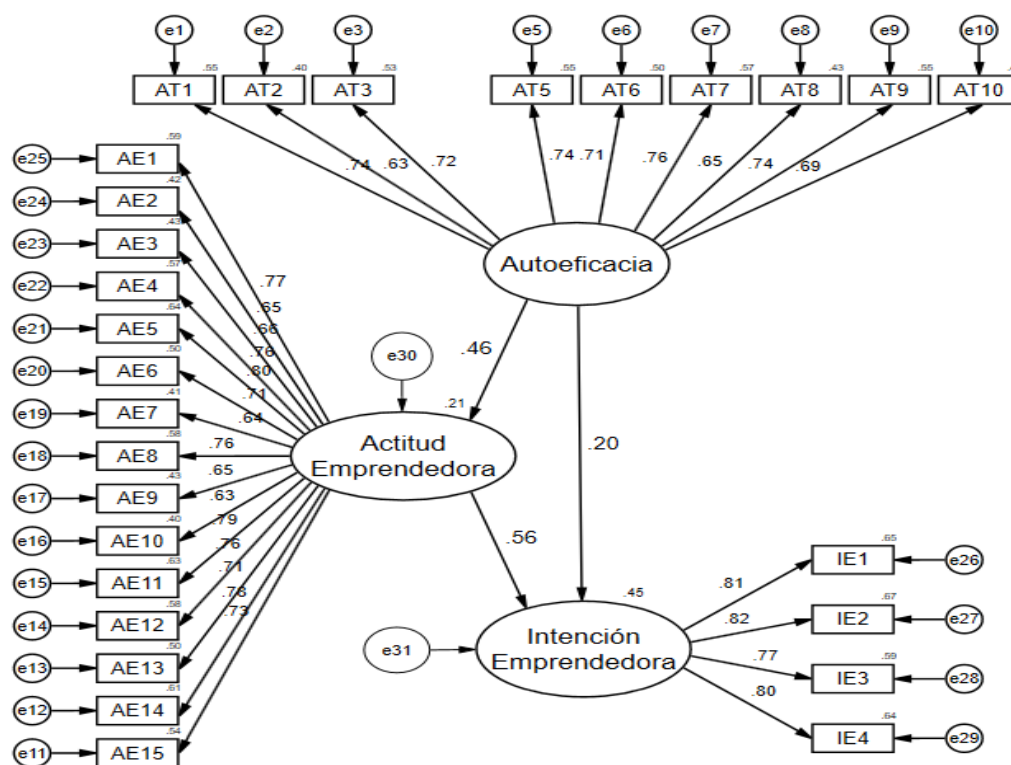


Figura 2. Modelo de ecuaciones estructurales con coeficientes estandarizados.

La figura 2 resume las aproximaciones finales del modelo estructural y las relaciones causales entre los constructos. Las trayectorias observadas muestran que la autoeficacia es un factor importante para la generación de actitudes favorables hacia el emprendimiento, las cuales influyen de manera directa y significativa en la intención de emprender. Estas relaciones favorecen la línea de investigación que sugiere que las creencias de competencia o capacidad personal preceden las evaluaciones actitudinales y estas, a su vez, anteceden a la generación de intenciones de conducta.

Discusión

Desde una perspectiva integradora, fundamentada en la Teoría del Comportamiento Planificado y la Teoría Cognitiva Social, el presente estudio examinó el rol mediador de la actitud emprendedora en la relación entre la autoeficacia y la intención emprendedora en estudiantes universitarios. Los resultados mostraron que la autoeficacia tuvo un efecto positivo y significativo sobre la actitud emprendedora ($\beta = .46, p < .001$) y un efecto directo más débil, aunque igualmente significativo, sobre la intención emprendedora ($\beta = .20, p = .009$), mientras que la actitud emprendedora ejerció el efecto más fuerte sobre la intención emprendedora ($\beta = .56, p < .001$). Además, el efecto indirecto de la autoeficacia sobre la intención emprendedora a través de la actitud emprendedora fue estadísticamente significativo ($\beta = .26, IC\ 95\ \% [.18, .35]$), confirmando un efecto de mediación parcial. Estos hallazgos respaldan las hipótesis propuestas, particularmente el rol mediador de la actitud emprendedora (H4), y refuerzan la relevancia de los modelos mediacionales para explicar la intención emprendedora.

Estos resultados son consistentes con investigaciones previas que sugieren que la intención emprendedora es el resultado de la interacción entre la autoeficacia y la actitud emprendedora. En contextos de educación superior, se ha demostrado que la educación emprendedora fortalece ambos constructos, contribuyendo a modelos explicativos más robustos (Wardana, et al., 2020; Boldureanu, et al., 2020). Desde una perspectiva metodológica, los modelos estructurales han identificado consistentemente a la autoeficacia como un mecanismo clave que vincula los procesos educativos con la intención emprendedora (Zhao, et al., 2005), mientras que estudios más recientes confirman la estabilidad y replicabilidad de estas relaciones en poblaciones universitarias (Ferreras-García, et al., 2021; Hutasuht, et al., 2023).

La relación positiva entre la autoeficacia y la intención emprendedora encontrada en este estudio refuerza su papel como predictor central. Los individuos con mayores niveles de capacidad percibida tienen mayor probabilidad de involucrarse en actividades emprendedoras, debido a que demuestran mayor confianza en su capacidad para afrontar los desafíos asociados (Elnadi, M. & Gheith, 2021; Mensah, et al., 2021). En concordancia con la Teoría Cognitiva Social, la autoeficacia influye en el comportamiento mediante la regulación del esfuerzo, la persistencia y las respuestas frente a la adversidad (Bandura, 1989).

Al mismo tiempo, los resultados destacan el rol central de la actitud emprendedora como variable mediadora. El efecto más fuerte de la actitud emprendedora sobre la intención

emprendedora ($\beta = .56$) sugiere que las evaluaciones actitudinales representan el determinante más próximo del comportamiento emprendedor, en coherencia con la Teoría del Comportamiento Planificado. La evidencia empírica en distintos contextos respalda la idea de que la actitud explica una proporción sustancial de la varianza de la intención emprendedora, superando frecuentemente a otros determinantes (Liu, Q. & Peng, M., 2025; Barba-Sánchez, V. & Mitre-Aranda, M., 2022; Romero-Colmenares & Reyes-Rodríguez, 2022).

El efecto mediador identificado en este estudio indica que la autoeficacia opera tanto de manera directa como indirecta a través de la actitud emprendedora. Aunque la capacidad percibida contribuye directamente a la intención emprendedora, su efecto se fortalece significativamente cuando se traduce en una valoración favorable de la actividad emprendedora. Este hallazgo es consistente con modelos integradores que combinan la Teoría Cognitiva Social y la Teoría del Comportamiento Planificado, en los cuales la autoeficacia moldea la actitud y la actitud posteriormente determina la intención (Al-Qadasi, N et al., 2023; Jiatong, W. et al., 2021). Asimismo, los resultados sugieren que altos niveles de autoeficacia por sí solos no son suficientes para garantizar la intención emprendedora en ausencia de una orientación actitudinal positiva (Wadood, F. et al., 2025; Yousaf, U. et al., 2021).

En términos de capacidad explicativa, el modelo explicó una proporción sustancial de la varianza de la intención emprendedora ($R^2 = .63$), lo que indica un alto nivel de capacidad predictiva. Este resultado refuerza la relevancia del modelo propuesto y destaca la importancia combinada de la autoeficacia y la actitud emprendedora como determinantes clave de la intención emprendedora.

Desde una perspectiva aplicada, estos hallazgos sugieren que los programas educativos deberían adoptar un enfoque integral orientado al fortalecimiento tanto de la autoeficacia como de la actitud emprendedora. Estrategias como el aprendizaje experiencial, el aprendizaje basado en problemas y el desarrollo de competencias emocionales han sido identificadas como efectivas para potenciar estos constructos (Taneja, et al., 2023; Fernández-Pérez, et al., 2019; Xie, & Wang, 2025). La incorporación de estos elementos puede contribuir a incrementar la disposición de los estudiantes para involucrarse en actividades emprendedoras.

A pesar de estos aportes, deben reconocerse algunas limitaciones. En primer lugar, el uso de un muestreo no probabilístico por conveniencia limita la generalización de los hallazgos.

En segundo lugar, la alta concentración de participantes pertenecientes a Ciencias Empresariales puede introducir un sesgo de selección, debido a que estos estudiantes tienen mayor probabilidad de estar expuestos a contenidos relacionados con el emprendimiento (Boldureanu, G. et al., 2020; Hutasuht, S. et al., 2023). En tercer lugar, el diseño transversal impide establecer relaciones causales, por lo que los resultados deben interpretarse como asociaciones y no como relaciones de causalidad (Ajzen, I., 1991; Newman, A. et al., 2019).

13 Futuras investigaciones deberían considerar diseños longitudinales que permitan examinar la evolución de estos constructos a lo largo del tiempo, así como muestras más diversas y representativas entre disciplinas y regiones. Además, la inclusión de variables como la norma subjetiva podría contribuir a ampliar la capacidad explicativa del modelo.

Conclusión

Los resultados del estudio permiten concluir que la intención emprendedora en estudiantes universitarios se configura a partir de la interacción entre creencias de autoeficacia, actitudes hacia el emprendimiento y procesos formativos, evidenciando que la autoeficacia cumple un rol central tanto directo como indirecto en dicho proceso. Asimismo, se confirma que la actitud emprendedora constituye el predictor más potente de la intención, actuando como el principal canal a través del cual las creencias de capacidad personal se transforman en decisiones intencionales de emprender. De manera integrada, los hallazgos muestran que la autoeficacia no actúa de forma aislada, sino que se articula con procesos cognitivos y emocionales que fortalecen la valoración del emprendimiento como una opción viable y deseable. En conjunto, el estudio aporta evidencia que respalda la pertinencia de modelos mediacionales para comprender la formación de la intención emprendedora y subraya la importancia de enfoques educativos integrales que promuevan simultáneamente la confianza personal, las actitudes positivas y el desarrollo de competencias emprendedoras.

Cabe reconocer, no obstante, que los alcances de este estudio están delimitados por el uso de un diseño transversal y un muestreo no probabilístico por conveniencia, factores que limitan tanto la causalidad inferida como la generalización de los resultados al conjunto de la población universitaria peruana. La concentración de participantes en Ciencias Empresariales, si bien refleja la lógica del fenómeno estudiado, puede haber introducido un sesgo de selección que sobreestime la prevalencia de actitudes e intenciones emprendedoras. En consecuencia, se recomienda que investigaciones futuras adopten diseños longitudinales con muestras probabilísticas y representativas de distintas disciplinas, regiones y tipos de institución educativa, a fin

de ampliar la validez externa de los modelos mediacionales propuestos y contribuir al desarrollo de políticas educativas basadas en evidencia más robusta.

.

Referencias

- Aga, M. (2023). The mediating role of perceived behavioral control in the relationship between entre-preneurship education and entrepreneurial intentions of university students in Ethiopia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1).
<https://doi.org/10.1186/s13731-023-00297-w>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Al-Qadasi, N, Zhang, G., Al-Awlaqi M., Alshebami, A., & Aamer, A. (2023). Factors influencing entrepreneurial intention of university students in Yemen: The mediating role of entrepreneurial self-efficacy. *Frontiers in Psychology*, 14, 1111934.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1111934>
- Bandura, A. (1989). Human agency in social cognitive theory. *American Psychologist*, 44(9), 1175-1184. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.44.9.1175>
- Barba-Sánchez, V., & Mitre-Aranda, M. (2022). The entrepreneurial intention of university students: An environmental perspective. *European Research on Management and Business Economics*, 28(1), 100184. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2021.100184>
- Boldureanu, G., Ionescu, A., & Bercu, A. (2020). Entrepreneurship education through successful entrepreneurial models in higher education institutions. *Sustainability*, 12(3), 1267. <https://doi.org/10.3390/su12031267>
- Diez, S., & Guevara, R. (2020). Incidencia de la actitud conductual en las intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios. *Contaduría y administración*, 65(2).
<https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2019.2074>
- Doanh, D. C. (2021). The moderating role of self-efficacy on the cognitive process of entrepreneurship: An empirical study in Vietnam. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 17(1), 147-174. <https://doi.org/10.7341/20211715>
- Duong, C. D. (2023). A serial mediation model of the linkage between entrepreneurial education, self-efficacy, attitudes and intentions: Does gender matter? A multi-group analysis. *On the Horizon. Scopus, Scopus*. <https://doi.org/10.1108/OTH-01-2023-0002>
- Elnadi, M., & Gheith, M. H. (2021). Entrepreneurial ecosystem, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intention in higher education: Evidence from Saudi Arabia. *International Journal of Management Education*, 19(3), 100458.
<https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100458>

- Fernández-Pérez, V., Montes-Merino, A., Rodríguez-Ariza, L., & Galicia, P. (2019). Emotional competencies and cognitive antecedents in shaping students' entrepreneurial intention: The moderating role of entrepreneurship education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(2), 281-305. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0438-7>
- Ferrer, C. (2009). Ecuaciones estructurales como modelos predictivos de la autoeficacia emprendedora en una muestra de jóvenes mexicanos y españoles. *Apuntes de Psicología*, 21(1), 65-78. <https://doi.org/10.55414/1s9ba114>
- Ferreras-García, R., Sales-Zaguirre, J., & Serradell-López, E. (2021). Developing entrepreneurial competencies in higher education: A structural model approach. *Education + Training*, 63(2), 214-231. <https://doi.org/10.1108/ET-09-2020-0257>
- Hutasuhut, S., Thamrin, T., & Ridwan, M. (2023). A creative model of entrepreneurship learning to improve self-efficacy, entrepreneurial intention, and student achievement. *Creativity Studies*, 16(2), 1-15. <https://doi.org/10.3846/cs.2023.13468>
- Iglesias-Sánchez P. (2016). Impact of entrepreneurship programmes on university students. *Education + Training*, 58(2), 209-228. <https://doi.org/10.1108/ET-01-2015-0004>
- Jiatong, W., Murad, M., Bajun, F., Tufail, M., Mirza, F., & Rafiq, M. (2021). Impact of entrepreneurial education, mindset, and creativity on entrepreneurial intention: Mediating role of entrepreneurial self-efficacy. *Frontiers in Psychology*, 12, 724440. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.724440>
- Kusmintarti, A., Asdani, A., & Riawajanti, N. I. (2017). The relationship between creativity, entrepreneurial attitude and entrepreneurial intention (case study on the students of State Polytechnic Malang). *International Journal of Trade and Global Markets*, 10(1), 28. <https://doi.org/10.1504/IJTGM.2017.082379>
- Liu, Q., & Peng, M. (2025). Exploring factors influencing university students' entrepreneurial intentions: The role of attitudes, beliefs, and environmental support. *PLOS ONE*, 20(2). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0316392>
- Mensah, I. A., Zeng, G., Luo, C., Xiao, Z., & Lu, M. (2021). Exploring the predictors of Chinese college students' entrepreneurial intention. *SAGE Open*, 11(2), 21582440211029941. <https://doi.org/10.1177/21582440211029941>
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations,

- measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future re-search. *Journal of Vocational Behavior*, 110, 403-419. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.05.012>
- Preacher, K., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40(3), 879-891. <https://doi.org/10.3758/BRM.40.3.879>
- Rodríguez, F., Lozano, J., & Rodríguez, A. (2018). Relaciones entre autoeficacia emprendedora y otras variables psicoeducativas en uni-versitarios. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*, 8(2), 91-102. <https://doi.org/10.30552/ejihpe.v8i2.247>
- Romero-Colmenares L., & Reyes-Rodríguez, J. (2022). Sustainable entrepreneurial intentions: Exploration of a model based on the theory of planned behaviour among university students in north-east Colombia. *The International Journal of Management Education*, 20(3), 100627. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100627>
- Taneja, M., Kiran, R., & Bose, S. (2023). Assessing entrepreneurial intentions through experiential learning, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial attitude. *Studies in Higher Education*, 49(1), 98-118. <https://doi.org/10.1080/03075079.2023.2223219>
- Wadood, F., Luner, M., & Akbar, F. (2025). Role of entrepreneurial education and family support in shaping entrepreneurial intention: Mediating effects of self-efficacy and attitude toward entrepreneurship. *Journal of Asian Development Studies*, 14(3), 35-49. <https://doi.org/10.62345/jads.2025.14.3.35>
- Wardana, L., Narmaditya, B., Wibowo, A., Mahendra, A. M., Wibowo, N. A., Harwida, G., & Rohman, A. N. (2020). The impact of entrepreneurship education and students' entrepreneurial mindset: The mediating role of attitude and self-efficacy. *Heliyon*, 6(9), e04922. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04922>
- Xie, Y., & Wang, S. (2025). Generative artificial intelligence in entrepreneurship education enhances entrepreneurial intention through self-efficacy and university support. *Scientific Reports*, 15, 9545. <https://doi.org/10.1038/s41598-025-09545-3>
- Yousaf, U., Ali, S., Ahmed, M., Usman, B., & Sameer, I. (2021). From entrepreneurial education to entrepreneurial intention: A sequential mediation of self-efficacy and entrepreneurial attitude. *International Journal of Innovation Science*, 13(2), 155-174. <https://doi.org/10.1108/IJIS-09-2020-0133>
- Zhao, H., Seibert, S., & Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265-1272. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265>