

DETERMINANTES DE LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE PUYO - ECUADOR

Veronica Carrasco Salazar✉ veronicaa.carasco@unach.edu.ec
Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador**Tamara Simba Fustillos**✉ lizabethsf201705@gmail.com
Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador**Mariana Puente Riofri**✉ mariana.puente@unach.edu.ec
Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador**Jennyfer Valente Viñan**✉ jennyfer.valente1012@gmail.com
Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue identificar los factores determinantes de la intención emprendedora de los habitantes de la ciudad de Puyo-Ecuador. Se empleó un enfoque cuantitativo, no experimental y transversal, mediante la aplicación de encuestas a una muestra de 374 personas pertenecientes a la Población Económicamente Activa. Para el análisis de los datos se utilizaron modelos econométricos como el Probit y el Logit, con el propósito de evaluar la relación entre la intención emprendedora y variables como la autoeficacia, la actitud, la norma subjetiva y factores sociodemográficos. Los resultados evidenciaron una alta intención de emprender, principalmente en personas jóvenes con niveles educativos medios y superiores. La autoeficacia y la actitud hacia el emprendimiento fueron los factores más significativos, debido a que incrementan la confianza y la valoración positiva hacia la creación de negocios. En contraste, variables como la norma subjetiva, la edad, el nivel educativo y el número de hijos no presentaron significancia estadística. Se concluye que las políticas de fomento al emprendimiento en puyo deben enfocarse principalmente en fortalecer las capacidades personales, la confianza y las competencias emprendedoras, más que en factores contextuales o sociodemográficos.

Palabras clave: intención emprendedora determinantes autoeficacia, actitud, norma subjetiva

ABSTRACT

The objective of this study was to identify the factors determining entrepreneurial intention among residents of the city of Puyo, Ecuador. A quantitative, non-experimental, cross-sectional approach was employed, using surveys administered to a sample of 374 individuals from the economically active population. Econometric models such as Probit and Logit were used to analyze data and evaluate the relationship between entrepreneurial intention and variables including self-efficacy, attitude, subjective norm, and sociodemographic factors. The results showed a high level of entrepreneurial intention, primarily among young people with middle and higher levels of education. Self-efficacy and attitude toward entrepreneurship were the most significant factors, as they increase confidence and a positive view of business creation. In contrast, variables such as subjective norms, age, educational level, and number of children were not statistically significant. It is concluded that policies to promote entrepreneurship in Puyo should focus primarily on strengthening personal capacities, confidence, and entrepreneurial skills, rather than on contextual or sociodemographic factors.

Keywords: entrepreneurial intention determinants, self-efficacy, attitude, subjective norm.

1. INTRODUCCIÓN

El emprendimiento constituye un elemento relevante para el desarrollo económico y social, especialmente en contextos donde existen limitaciones laborales y necesidades de diversificación productiva (Byrne, 2022). En ciudades intermedias como Puyo, el emprendimiento representa una alternativa para transformar recursos turísticos, culturales y naturales en oportunidades de negocio sostenibles.

La intención emprendedora ha sido definida como el compromiso consciente de una persona para desarrollar las acciones necesarias orientadas a la creación de una empresa (Bird, 1988). Diversos estudios sostienen que esta intención constituye uno de los principales predictores del comportamiento emprendedor, debido a que refleja la predisposición individual hacia la creación de negocios.

La literatura científica señala que la intención emprendedora se encuentra influenciada por factores individuales y contextuales. Entre los factores individuales destacan la autoeficiencia, la actitud hacia el emprendimiento y las competencias emprendedoras, mientras que entre los factores contextuales sobresalen las redes de apoyo, el entorno institucional y las normas sociales.

Ajzen (1991) señala que, según la Teoría del Comportamiento Planificado, la intención de comportarse de una determinada manera depende principalmente de la actitud hacia la conducta, la norma subjetiva y el control conductual percibido. Este enfoque se ha utilizado ampliamente para explicar el comportamiento emprendedor en diferentes contextos.

Los estudios más recientes demuestran que la autoeficacia emprendedora es uno de los factores que más influye en la intención de emprender, ya que incide directamente sobre la confianza personal en la identificación de oportunidades, la asunción de riesgos y la gestión de negocios. También, una actitud positiva hacia el emprendimiento incrementa la disposición para iniciar actividades empresariales.

El emprendimiento en Ecuador tiene particularidades: A pesar de que el país muestra altos niveles de actividad emprendedora, muchos emprendimientos nacen por necesidad y no por oportunidad, lo que limita su sostenibilidad y crecimiento. Si bien el interés por el emprendimiento en Ecuador va en aumento, todavía hay evidencia empírica limitada sobre los factores que determinan la intención emprendedora en ciudades intermedias de la Amazonía como Puyo.

En este sentido, el objetivo de la presente investigación fue identificar los factores determinantes de la intención emprendedora de los habitantes de la ciudad de Puyo-Ecuador.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación se desarrolló bajo un diseño no experimental, debido a que las variables independientes no fueron manipuladas deliberadamente, sino observadas tal como se presentan en la población. Asimismo, el estudio tuvo un enfoque transversal, ya que la recolección de datos se realizó en un único momento del tiempo.

Para la medición de los constructos

centrales se utilizó íntegramente el cuestionario validado por Laguía et al. (2017). Este instrumento se fundamenta en la Teoría de la Acción Planificada, ampliamente utilizada y validada en estudios sobre emprendimiento. Investigaciones desarrolladas por Liñán y Chen (2009), Fayolle et al. (2014) y Moriano et al. (2012) han demostrado su utilidad para predecir la intención emprendedora en diferentes contextos de Europa, América Latina y Asia. En consecuencia, este enfoque teórico garantiza coherencia conceptual y comparabilidad con la literatura científica internacional.

Adicionalmente, los ítems relacionados con características sociodemográficas, acceso al financiamiento e influencias sociales fueron adaptados de instrumentos regionales previamente consolidados, como el estudio desarrollado por Vélez et al. (2020).

Población y Muestra

Para esta investigación se consideró como población de estudio a la Población Económicamente Activa (PEA) de Puyo, conformada por 13.854 habitantes según el INEC (2021). A partir de esta población se determinó una muestra representativa de 374 personas, utilizando un margen de error del 5% y aplicando la fórmula para muestras finitas propuesta por Murray y Larry (2009).

Técnicas de recolección de información.

La recolección de información se fundamentó en la Teoría de la Acción Planificada de Ajzen (1991), la cual sostiene que la intención de emprender está influida por factores como la autoeficacia,

la actitud, la norma subjetiva y variables contextuales, entre ellas la educación y el acceso a recursos financieros. Con base en este enfoque, se aplicó un cuestionario estructurado compuesto por preguntas cerradas y escalas Likert de siete puntos, con valores comprendidos entre 1 (“totalmente improbable/ineficaz” o “nada de acuerdo”) y 7 (“totalmente probable/eficaz” o “totalmente de acuerdo”), permitiendo uniformidad en las respuestas y facilitando el análisis cuantitativo.

Técnicas de análisis de datos.

Para evaluar la consistencia interna de las escalas se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach. Nunnally (1978) establece que valores superiores a 0.70 son aceptables, mientras que Cronbach (1951) señala que coeficientes elevados reflejan una adecuada relación entre los ítems y una menor presencia de error de medición. Los resultados evidenciaron altos niveles de fiabilidad en las dimensiones analizadas: Actitud ($\alpha = 0.9556$), Norma Subjetiva ($\alpha = 0.9283$), Autoeficacia Emprendedora ($\alpha = 0.9756$) e Intención Emprendedora ($\alpha = 0.9780$), indicando una excelente coherencia interna. Estos resultados coinciden con lo planteado por DeVellis (2012) respecto a la confiabilidad de escalas consolidadas en estudios de comportamiento y psicología organizacional.

Para el análisis de los determinantes de la intención emprendedora se emplearon modelos econométricos Ordinal Logit y Ordinal Probit, considerando la naturaleza ordinal de la variable dependiente medida en escala Likert de 1 a 7. Como variables independientes se incorporaron las dimensiones centrales de la Teoría de la Acción Planificada: autoeficacia emprendedora, actitud hacia el

emprendimiento y norma subjetiva, todas medidas mediante promedios en escala de 1 a 7. Estas variables permitieron estimar cómo los cambios en las percepciones individuales modifican la probabilidad de ubicarse en niveles superiores de intención emprendedora, preservando los distintos grados de predisposición a emprender.

$$P\left(\frac{Y = j}{X}\right) = P\left(\frac{Y \leq j}{X}\right) - P\left(\frac{Y \leq j - 1}{X}\right)$$

Donde:

Y es la Intención Emprendedora en siete niveles (1 = "Totalmente improbable" ... 7 = "Totalmente probable")

τ_j son los umbrales (cut points) que definen la frontera entre categoría j y j+1

$\beta=(\beta_1, \dots, \beta_k)$ son los coeficientes de las variables explicativas

$X=(X_1, \dots, X_k)$ es el vector de predictoras (Autoeficacia, Actitud, Norma Subjetiva, Número de hijos, Nivel educativo, Edad).

Para el modelo Ordinal Probit, la misma lógica acumulada se expresa con la función de distribución normal estándar Φ :

$$P\left(\frac{Y \leq j}{X}\right) = \Phi(k_j - X\beta), \quad j = 1, 2, \dots, 6,$$

y de nuevo

$$P\left(\frac{Y = j}{X}\right) = \Phi(k_j - X\beta) - \Phi(k_{j-1} - X\beta)$$

Donde:

Φ = Función de distribución acumulativa de la distribución.

k_j = son los umbrales (puntos de corte) de la escala latente normal

El resto de la notación coincide con la del

Ordinal Logit.

En ambos casos, β_0 (intercepto) esta absorbido por el primer umbral, de modo que solo se estiman los k coeficientes β y los seis τ_j o k_j . Este planteamiento preserva la información ordinal completa y permite evaluar para cada predictor cómo cambia la probabilidad de situarse en cualquier nivel de intención emprendedora.

En los modelos Ordinal Logit y Ordinal Probit, los efectos marginales ya no se calculan sobre una sola probabilidad acumulada, sino sobre la probabilidad de cada categoría j. Para una variable X_k , el efecto marginal en la probabilidad de $Y=j$ es

$$\frac{\partial P(Y = j | X)}{\partial X_k} = \begin{cases} \beta_k [f(\tau_1 - X\beta)], & j = 1, \\ \beta_k [f(\tau_j - X\beta) - f(\tau_{j-1} - X\beta)], & 2 \leq j \leq 6, \\ -\beta_k [f(\tau_6 - X\beta)], & j = 7, \end{cases}$$

Donde:

- β_k es el coeficiente de X_k ,
- τ_j son los umbrales entre categorías,
- $f(\square)$ es la densidad de la función de enlace:
- $f(u) = e^u / (1 + e^u)^2$ para Logit (densidad logística),
- $f(u) = \phi(u)$ (densidad normal estándar) para Probit.

Es decir, el cambio infinitesimal en X_k "redistribuye" la probabilidad entre las categorías contiguas, en proporción a la densidad del enlace evaluada en los puntos de corte. Esto permite ver, por ejemplo, cuánto aumenta la probabilidad de responder "7 = Totalmente probable" y en qué medida disminuye simultáneamente la de las demás categorías.

Este enfoque de efectos marginales en

modelos ordenados es el recomendado cuando se trabaja con escalas tipo Likert extensas (Williams, 2012), pues conserva toda la información ordinal y facilita interpretaciones basadas en puntos porcentuales de probabilidad para cada nivel.

Nº	Variable	Signo esperado
1	Variable Dependiente Intención Emprendedora (IE)	
	Variables Independientes	
2	Autoeficacia	+ (Positivo)
3	Actitud	+ (Positivo)
4	Norma subjetiva	+ (Positivo)
5	Número de hijos	- / + (Ambiguo)
6	Nivel educativo	+ (Positivo)
7	Edad	∩ (Curvilíneo)

Tabla 1. Variables empleadas
Fuente. Realizado por autor.

3. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La muestra de 374 habitantes de Puyo evidencia una población predominantemente joven, ya que el 83,69 % se encuentra entre los 15 y 35 años, mientras que únicamente el 16,31 % supera esta edad. En términos educativos, más del 97 % posee al menos educación secundaria y el 60,96 % ha accedido a educación superior, lo que refleja una base formativa favorable para el desarrollo de actividades emprendedoras. Respecto a la estructura familiar, el 51,34 % no tiene hijos y el 33,42 % tiene uno, indicando que la mayoría de los participantes presenta una baja carga familiar.

En conjunto, estos resultados muestran un perfil caracterizado por un nivel educativo elevado, limitada responsabilidad familiar y predominio de población joven, factores

que podrían influir positivamente en la autoeficacia y en la percepción de viabilidad para emprender en Puyo.

Intención de emprender en el Puyo-Ecuador Actitud

En relación con la dimensión de actitud hacia el emprendimiento, los resultados indican que los habitantes de Puyo presentan mayor predisposición hacia la autonomía y la innovación que hacia la generación de empleo o la asunción de riesgos. El ítem “Ser propio jefe (independiente)” registró el mayor porcentaje de respuestas positivas, alcanzando un 44,11 % en las categorías más altas de valoración, seguido de “Ser creativo e innovar” con un 40,64 %. Por el contrario, “Crear empleo para otras personas” presentó el nivel más bajo de aceptación, con apenas un 34,96 % en las categorías superiores y un 24,06 % en las inferiores.

Asimismo, variables como “Enfrentarse a nuevos retos” y “Tener altos ingresos económicos” mostraron resultados similares, con aproximadamente el 40 % de los encuestados ubicándose en las categorías más altas de valoración. En contraste, “Asumir riesgos calculados” reflejó mayores niveles de cautela, debido a que únicamente el 38,50 % manifestó una valoración alta, mientras que el 21,12 % se ubicó en las categorías inferiores.

Por tanto, los resultados sugieren que los habitantes de Puyo valoran principalmente la independencia y la creatividad como motivaciones para emprender, aunque mantienen ciertas reservas frente al riesgo y la responsabilidad de generar empleo.

Norma subjetiva

Los resultados de la dimensión Norma Subjetiva evidencian que el principal apoyo hacia el emprendimiento proviene de la familia directa. Aproximadamente el 55 % de los encuestados manifestó estar “bastante de acuerdo” o “totalmente de acuerdo” con recibir respaldo familiar para emprender. En contraste, el apoyo percibido por parte de amigos íntimos y colegas se situó alrededor del 44 % y 43 %, respectivamente.

Asimismo, el nivel de desacuerdo frente al emprendimiento fue menor en el entorno familiar, mientras que entre amigos y colegas se observó una mayor ambivalencia y neutralidad.

Autoeficacia emprendedora

La dimensión de autoeficacia muestra una percepción predominantemente positiva respecto a las capacidades personales para emprender. Los mayores niveles de confianza se registraron en la identificación de oportunidades y en la capacidad para relacionarse con personas clave, donde cerca del 48 % de los participantes se consideró “muy eficaz” o “totalmente eficaz”. Esto refleja habilidades favorables para detectar oportunidades de negocio y construir redes estratégicas.

De igual manera, alrededor del 47 % de los encuestados afirmó poseer alta capacidad para crear y ejecutar emprendimientos, mientras que el 44,12 % manifestó confianza en sus habilidades de negociación. Sin embargo, las dimensiones relacionadas con la planificación y el control del proceso emprendedor presentaron niveles ligeramente inferiores, especialmente en

la definición de estrategias y el control del emprendimiento, lo que podría asociarse a limitaciones de experiencia o formación técnica.

Aunque la percepción general es favorable, entre el 13,9 % y el 15,5 % de los participantes indicó sentirse poco eficaz o ineficaz en algunas dimensiones. Este resultado es relevante debido a que la autoeficacia constituye un predictor directo del comportamiento emprendedor; por tanto, fortalecer estas capacidades puede incrementar la probabilidad de iniciar emprendimientos reales.

Intención de emprender

Más del 52 % de los encuestados considera altamente probable tener como objetivo convertirse en emprendedor y tomar la decisión de emprender en el futuro, evidenciando una orientación favorable hacia esta actividad como proyecto de vida y desarrollo profesional.

Asimismo, la disposición al esfuerzo mostró niveles significativos, ya que más del 54 % manifestó estar dispuesto a invertir tiempo, recursos y energía en un emprendimiento. De igual forma, cerca del 49 % consideró probable o muy probable crear un negocio propio, aunque este porcentaje refleja una percepción más moderada frente a posibles limitaciones económicas o de acceso a recursos.

No obstante, entre el 17,85 % y el 21,13 % de los participantes presentó bajos niveles de intención emprendedora. Aunque corresponde a una proporción minoritaria, este grupo podría enfrentar limitaciones relacionadas con la confianza, la motivación o las condiciones estructurales

para emprender. Por ello, se destaca la necesidad de implementar políticas y programas orientados al financiamiento, la capacitación y la mentoría, con el propósito de fortalecer la inclusión emprendedora en la población de Puyo.

Determinantes de la intención emprendedora

Variable	Logit Coef. (SE)	Probit Coef. (SE)
AUTOEFICACIA	0.99*** (0.10)	0.46*** (0.05)
SUBJETIVA	0.14* (0.08)	0.06 (0.04)
ACTITUD	0.28*** (0.08)	0.19*** (0.04)
Número de hijos	-0.37 (0.33)	-0.18 (0.20)
Nivel educativo	-0.12 (0.20)	-0.05 (0.11)
Edad	0.49 (0.36)	0.22 (0.21)

Tabla 2. Modelo Logit y Probit Ordinal
Nota. *** $p < 0.01$; ** $p < 0.05$; * $p < 0.10$

En Puyo, la autoeficacia se identificó como el principal factor determinante de la intención emprendedora, debido a que refleja la confianza de los individuos en sus capacidades para crear, planificar y gestionar un negocio. A medida que esta percepción aumenta, disminuye la aversión al riesgo y el emprendimiento se percibe como una meta alcanzable, lo que explica los coeficientes obtenidos en los modelos Logit (0.99) y Probit (0.46), así como el incremento de entre 12 y 14 puntos porcentuales en la probabilidad de presentar una máxima intención emprendedora.

De igual forma, la actitud hacia el emprendimiento mostró un efecto positivo significativo, ya que una valoración favorable sobre los beneficios y oportunidades de emprender incrementa la disposición a invertir esfuerzo y recursos. Este comportamiento se refleja en los coeficientes de 0.28 en el modelo Logit y 0.19 en el modelo Probit, asociados a un

aumento de entre 4 y 5 puntos porcentuales en la probabilidad de alcanzar altos niveles de intención emprendedora.

Por otro lado, la norma subjetiva presentó una influencia limitada y poco consistente entre ambos modelos, lo que sugiere que la aprobación social de familiares o amigos no constituye un factor decisivo en la intención de emprender dentro de un contexto urbano heterogéneo como Puyo. Asimismo, variables sociodemográficas como la edad, el nivel educativo y el número de hijos no mostraron significancia estadística, indicando que las creencias personales y la percepción individual tienen mayor peso que las condiciones demográficas o familiares. Estos resultados coinciden con lo señalado por (Hayton et al., 2002), (Zhao et al., 2005; Liñán, 2008), quienes destacan que factores como la experiencia práctica, la tolerancia al riesgo y la percepción de capacidad influyen más directamente en la intención emprendedora.

En conjunto, los hallazgos evidencian que las estrategias de fortalecimiento del emprendimiento en Puyo deben centrarse en desarrollar la confianza individual y promover actitudes positivas hacia el emprendimiento mediante talleres prácticos, mentorías y experiencias de éxito, priorizando así el fortalecimiento de las capacidades personales sobre factores demográficos o de presión social.

Las medidas de ajuste evidencian que ambos modelos ordinales presentan resultados robustos y comparables, aunque el modelo Ordinal Logit muestra un desempeño ligeramente superior. El Pseudo R² alcanzó un valor de 0.22 en el Logit y de 0.19 en el Probit, lo que indica una mayor capacidad explicativa del

Medida	Ordinal Logit	Ordinal Probit
Número de observaciones	374	374
Log likelihood (null)	-651.81	-651.81
Log likelihood (model)	-511.33	-528.17
LR chi ² (6)	280.96 ***	247.27 ***
Pseudo R ²	0.22	0.19
AIC	1046.65	1080.34
BIC	1093.74	1127.43

Tabla 3. Medidas de ajuste y de bondad
Nota. *** $p < 0.01$; ** $p < 0.05$; * $p < 0.10$

primero sobre la variabilidad de la intención emprendedora.

En síntesis, aunque ambos enfoques ordinales ofrecen resultados consistentes, el modelo Ordinal Logit proporciona un mejor desempeño estadístico y una mayor capacidad para explicar los niveles de intención emprendedora.

Variable	Logit ΔPr (SE)	Probit ΔPr (SE)
Autoeficacia	+0.14 *** (0.01)	+0.12 *** (0.01)
SUBJETIVA	+0.02 * (0.01)	+0.01 (0.01)
ACTITUD	+0.04 *** (0.01)	+0.05 *** (0.01)
Número de hijos	-0.05 (0.05)	-0.05 (0.05)
Nivel educativo	-0.02 (0.03)	-0.01 (0.03)
Edad	+0.07 (0.05)	+0.06 (0.06)

Tabla 4. Efectos marginales en la probabilidad de "Totalmente probable" (Y = 7)
Nota. *** $p < 0.01$; ** $p < 0.05$; * $p < 0.10$

Los efectos marginales promedio muestran que únicamente la Autoeficacia y la Actitud influyen significativamente en la probabilidad de alcanzar el nivel máximo de intención emprendedora (Y = 7). Un incremento en la autoeficacia aumenta esta probabilidad en 14 puntos porcentuales en el modelo Logit y en 12 puntos en el Probit, mientras que la actitud incrementa entre 4 y 5 puntos porcentuales. En contraste, la Norma Subjetiva presentó

un efecto reducido y poco consistente, y variables como edad, nivel educativo y número de hijos no mostraron significancia estadística ($p > 0.12$). El análisis se centró en la categoría "7 = Totalmente probable", aunque en el Anexo se incluyen los efectos marginales completos.

En Puyo persiste una brecha entre la intención de emprender y la creación efectiva de negocios. Aunque la población es mayoritariamente joven y con un nivel educativo relativamente alto, factores como el acceso limitado al financiamiento, la escasez de espacios de comercialización y la falta de redes de apoyo dificultan la materialización de los emprendimientos. En este contexto, la autoeficacia y la actitud funcionan como factores clave para superar las barreras iniciales; sin embargo, se requiere complementar estas capacidades con programas de mentoría, financiamiento accesible y formación práctica. Tal como señalan Sheeran & Webb (2016) y Gollwitzer (1999), la intención emprendedora necesita apoyo estructural para transformarse en acción empresarial sostenible.

4. CONCLUSIONES

Los resultados de la investigación permitieron identificar que la autoeficacia y la actitud hacia el emprendimiento constituyen los principales factores determinantes de la intención emprendedora en los habitantes de la ciudad de Puyo-Ecuador. La confianza en las propias capacidades para identificar oportunidades, gestionar recursos y desarrollar un negocio incrementa significativamente la predisposición para emprender.

Asimismo, se evidenció que una valoración positiva del emprendimiento influye

favorablemente en la intención de crear negocios, debido a que las personas perciben esta actividad como una alternativa de desarrollo personal y profesional. En contraste, variables sociodemográficas como la edad, el nivel educativo y el número de hijos no presentaron una influencia estadísticamente significativa sobre la intención emprendedora.

En relación con los objetivos planteados, la investigación confirmó que los factores individuales poseen mayor incidencia que las condiciones sociodemográficas o la presión social del entorno. Por ello, el fortalecimiento de competencias personales, habilidades emprendedoras y percepciones positivas hacia el emprendimiento resulta fundamental para promover la creación de iniciativas sostenibles en contextos urbanos intermedios como Puyo.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Ajzen, I. (1991a). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/074959789190020T>
2. Asimakopoulos, G., Hernández, V., & Peña Miguel, J. (2019). Entrepreneurial Intention of Engineering Students: The Role of Social Norms and Entrepreneurial Self-Efficacy. *Sustainability*, 11(16), Article 16. <https://doi.org/10.3390/su1114314>
3. Bandura, A. (1986). Fearful expectations and avoidant actions as coeffects of perceived self inefficacy. <https://psycnet.apa.org/fulltext/1987-09389-001.html>
4. Bandura, A., & Adams, N. E. (1977). Analysis of self-efficacy theory of behavioral change. *Cognitive Therapy and of Rural Entrepreneurship. Sustainability*, 13(16), Article 16. <https://doi.org/10.3390/su13169247>
5. Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. (1994). The Influence of Self-Efficacy on the Development of Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63-77. <https://doi.org/10.1177/104225879401800404>
6. Byrne, Z. S. (2022). *Understanding employee engagement: Theory, research, and practice*. Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781003171133/understanding-employee-engagement-zinta-byrne>
7. Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of business venturing*, 13(4), 295-316. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902697000293>
8. Contractor, F., Foss, N. J., Kundu, S., & Lahiri, S. (2019). Viewing global strategy through a microfoundations lens. <https://doi.org/10.1002/gsj.1329>
9. *Global Strategy Journal*, 9(1), 3-18. Do Nguyen, Q., & Nguyen, H. T. (2023). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention: The mediating role of entrepreneurial capacity. *The International Journal of Management Education*, 21(1), 100730. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S147281172200132X?origsite=gscholar&cbl=35934>
10. Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of business*

- research, 67(5), 663-666. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296313003949>
11. Fayolle, A., Liñán, F., & Moriano, J. A. (2014). Beyond entrepreneurial intentions: Values and motivations in entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(4), 679-689. <https://doi.org/10.1007/s11365-014-0306-7>
 12. Fernandes, C., Ferreira, J. J., Raposo, M., Sanchez, J., & Hernandez-Sanchez, B. (2018). Determinants of entrepreneurial intentions: An international cross-border study. *International Journal of Innovation* <https://doi.org/10.1108/IJIS-02-2017-0017> Science, 10(2), 129-142.
 13. Giler, S., Álava, D., & Mora, V. (2025). Sector informal y pobreza 2019-2023: Un análisis socioeconómico desde Ecuador. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10892442> Revista InveCom, 5(1).
 14. Hill, S., Ionescu-Somers, A., Coduras Martínez, A., Guerrero, M., Menipaz, E., Boutaleb, F., Zbierowski, P., Schøtt, T., Sahasranamam, S., & Shay, J. (2023). Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 Global Report: Adapting to a "New Normal". Global Entrepreneurship <https://strathprints.strath.ac.uk/84402> Research Association.
 15. Huyler, D., & McGill, C. M. (2019). Book Review: Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches, by CreswellJohn and CreswellJ. David. Thousand Oaks, CA: Sage Publication, Inc. 275 pages, \$67.00 (Paperback). New Horizons in Adult Education and Human Resource Development, 31(3), 75-77. <https://doi.org/10.1002/nha3.20258>
 16. Kaki, R. S., Mignouna, D. B., Aoudji, A. K. N., & Adéoti, R. (2023). Entrepreneurial Intention among Undergraduate Agricultural Students in the Republic of Benin. *Journal of African Business*. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15228916.2022.2031584>
 17. Kautonen, T., Van Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Robustness of the Theory of Planned Behavior in Predicting Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655-674. <https://doi.org/10.1111/etap.12056>
 18. Kör, B., Wakkee, I., & Mutlutürk, M. (2020). An Investigation of Factors Influencing Entrepreneurial Intention amongst University Students. *Journal of Higher Education Theory and Practice*, 20(1), 70-86. <https://doi.org/10.33423/jhetp.v20i1.2777>
 19. Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000a). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 15(5-6), 411-432. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902698000330> Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000b). Competing models of entrepreneurial intentions.
 20. Laguía, A., Moriano, J., Molero, F., & Gámez, J. (2017b). Validación del Cuestionario de Intención
 21. Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X., Izquierdo, E., Villa, R., & Coello, R. (2017). Global entrepreneurship monitor (GEM) ecuador 2017. Guayaquil: ESPAE, ESPOL, ISSN No13903047.

22. Liñán, F., & Chen, Y. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
23. Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: Citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907-933. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5>
24. Moriano, J. A., Topa, G., Molero, F., Entenza, A. M., & Mangin, J. P. L. (2012). Autoeficacia para el liderazgo emprendedor. Adaptación y validación de la escala CESE en España. *Anales de Psicología/Annals of Psychology*, 28(1), 171-179. <https://revistas.um.es/analesps/article/view/140642>
25. Mukherjee, D., Kumar, S., Mukherjee, D., & Goyal, K. (2022). Mapping five decades of international business and management research on India: A bibliometric analysis and future directions. *Journal of Business Research*, 145, 864-891. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296322002399>
26. Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. (2019). The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges and key themes. *Research Policy*, 48(8), 103773. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0048733319300812>
27. Pinto, A., Lopes, J. M., Carvalho, C., Vieira, B., & Lopes, J. (2021). Econometric Modeling to Measure the Social and Economic Factors in the Success of Entrepreneurship. *Sustainability*, 14(13), Article 13. <https://doi.org/10.3390/su14137573>
28. Rusu, V. D., Roman, A., & Tudose, M. B. (2022). Determinants of Entrepreneurial Intentions of Youth: The Role of Access to Finance. *Engineering Economics*, 33(1), Article 1. <https://doi.org/10.5755/j01.ee.33.1.28716>
29. Satriadi, S., Ausat, A. M. A., Heryadi, D. Y., Widjaja, W., & Sari, A. R. (2022). Determinants of Entrepreneurial Intention: A Study on Indonesian Students. *BISNIS & BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 29(3). <https://doi.org/10.20476/jbb.v29i3.1323>
30. Shahid, S., & Reynaud, E. (2022). Individuals' sustainability orientation and entrepreneurial intentions: The mediating role of perceived attributes of the green market. *Management Decision*, 60(7), 1947-1968. <https://doi.org/10.1108/MD-01-2021-0151>
31. Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1497759
32. Entrepreneurship. Shrestha, P. M. (2024). Exploring the Determinants of Entrepreneurial Intention of University Students. *Journal of Entrepreneurship & Management Studies*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.3126/jems2.v1i2.67785>

- 21(2), 103-127.
33. Tomal, M., & Szromnik, A. (2022). Determinants of entrepreneurial intentions of university students in selected post-communist countries in Europe: Investigating cross-cultural differences. *Journal of Business Economics and Management*, 23(1), Article 1. <https://doi.org/10.3846/jbem.2021.15546>
34. Van Gelderen, M., Kautonen, T., & Fink, M. (2015). From entrepreneurial intentions to actions: Self-control and action-related doubt, fear, and aversion. *Journal of Business Venturing*, 30(5), 655-673. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0883902615000142>
35. Vasquez, J., Ochoa, F., & Carhuas, Y. (2025). El turismo como motor del desarrollo económico en la Amazonía. Una revisión de literatura. *Revista ESPACIOS*, 46(04). <https://www.revistaespacios.com/a25v46n04/a25v46n04p07.pdf>
- Vélez, C. I., Bustamante, M. A., Loor, B. A., & Afcha, S. M. (2020). La educación para el emprendimiento como predictor de una intención emprendedora de estudiantes universitarios. *Formación universitaria*, https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S071850062020000200063&script=sci_arttext 13(2), 63-72.
36. Vodă, A. I., & Florea, N. (2019). Impact of Personality Traits and Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intentions of Business and Engineering Students. *Sustainability*, 11(4), Article 4. <https://doi.org/10.3390/su11041192>
37. Yousafzi, S., Lindgreen, A., Saeed, S., & Henry, C. (2018). *Contextual Embeddedness of Women's Entrepreneurship*. Routledge
- London. <https://api.taylorfrancis.com/content/books/mono/download?identifierName=doi&identifierValue=10.4324/9781315574042&type=goglepdf>