

CULTURA EMPRENDEDORA EN JÓVENES UNIVERSITARIOS (2015–2025): UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LA LITERATURA BASADA EN PRISMA

Entrepreneurial culture in university students (2015–2025): a PRISMA-based systematic literature review

Cultura emprendedora em estudantes universitários (2015–2025): uma revisão sistemática da literatura baseada no PRISMA

Limber Pinchi Fasanando*, <https://orcid.org/0000-0002-2738-2171>

Leydi Pérez Guimaraez, <https://orcid.org/0000-0002-4716-9458>

Moisés Amancio Cueva Muñoz, <https://orcid.org/0000-0003-3381-6113>

Universidad Nacional de Ucayali, Perú

*Autor para correspondencia. email limberpinchi@yahoo.es

Para citar este artículo: Pinchi Fasanando, L., Pérez Guimaraez, L. y Cueva Muñoz, M. A. (2026). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios (2015–2025): una revisión sistemática de la literatura basada en PRISMA. *Maestro y Sociedad*, 23(1), 1154-1168. <https://maestroysociedad.uo.edu.cu>

RESUMEN

Esta revisión sistemática examina la evidencia sobre cultura emprendedora en estudiantes universitarios publicada entre 2015 y 2025, siguiendo las directrices PRISMA 2020. Los objetivos fueron identificar factores que influyen en las intenciones emprendedoras, analizar el papel de la educación y el ecosistema universitario, sintetizar marcos teóricos y metodologías, y señalar brechas de conocimiento y futuras líneas de investigación. La búsqueda se realizó en cuatro bases de datos (SciSpace, Google Scholar, PubMed, ArXiv) hasta marzo de 2026, con términos en inglés y español relacionados con cultura e intenciones emprendedoras. Se incluyeron estudios empíricos publicados en revistas revisadas por pares entre 2015 y 2025, centrados en universitarios. Tras eliminar duplicados, se identificaron 423 registros y se aplicó cribado siguiendo PRISMA. Los 28 estudios más relevantes fueron seleccionados mediante ranking asistido por IA para síntesis cualitativa. Los hallazgos muestran que la educación emprendedora impacta positivamente en las intenciones, mediada por mentalidad y autoeficacia, mientras que el ecosistema universitario actúa como catalizador. La Teoría del Comportamiento Planificado fue el marco dominante y predominaron encuestas y análisis SEM. Se requieren más estudios longitudinales y transculturales, y las universidades deben integrar sistemáticamente la educación emprendedora y fortalecer sus ecosistemas para formar la próxima generación de emprendedores.

Palabras clave: cultura emprendedora, intenciones emprendedoras, estudiantes universitarios, educación emprendedora, mentalidad emprendedora, ecosistema universitario, revisión sistemática

ABSTRACT

This systematic review examines empirical evidence on entrepreneurial culture among university students published between 2015 and 2025, following PRISMA 2020 guidelines. The objectives were to identify factors influencing entrepreneurial intentions, analyze the role of education and the university ecosystem, synthesize theoretical frameworks and methodologies, and highlight knowledge gaps and future research directions. A comprehensive search was conducted across four databases (SciSpace, Google Scholar, PubMed, ArXiv) up to March 2026, using English and Spanish terms related to entrepreneurial culture and intentions. Empirical studies published in peer-reviewed journals between 2015 and 2025 focusing on university students were included. After removing duplicates, 423 records were identified and screened according to PRISMA protocols. The 28 most relevant studies were selected through AI-assisted ranking for qualitative synthesis. Findings indicate that entrepreneurial education exerts a significant positive effect on intentions, mediated by entrepreneurial mindset and self-efficacy, while the university ecosystem functions as a critical catalyst. The Theory of Planned Behavior emerged as the dominant framework, with surveys and structural equation

modeling (SEM) prevailing methodologically. Common limitations included cross-sectional designs and the absence of longitudinal studies. Overall, robust evidence suggests that entrepreneurial culture, education, and institutional support are key determinants of student entrepreneurial intentions. Future research should prioritize longitudinal and cross-cultural approaches, while universities are encouraged to systematically integrate entrepreneurial education and strengthen their ecosystems to cultivate the next generation of entrepreneurs.

Keywords: entrepreneurial culture; entrepreneurial intentions; university students; entrepreneurship education; entrepreneurial mindset; university ecosystem; systematic review.

RESUMO

Esta revisão sistemática examina a evidência empírica sobre cultura empreendedora em estudantes universitários publicada entre 2015 e 2025, seguindo as diretrizes PRISMA 2020. Os objetivos foram identificar os fatores que influenciam as intenções empreendedoras, analisar o papel da educação e do ecossistema universitário, sintetizar marcos teóricos e metodologias, e apontar lacunas de conhecimento e futuras linhas de investigação. A busca foi realizada em quatro bases de dados (SciSpace, Google Scholar, PubMed, ArXiv) até março de 2026, utilizando termos em inglês e espanhol relacionados à cultura e intenções empreendedoras. Foram incluídos estudos empíricos publicados em periódicos revisados por pares entre 2015 e 2025, com foco em estudantes universitários. Após a eliminação de duplicatas, identificaram-se 423 registros, que foram triados conforme os protocolos PRISMA. Os 28 estudos mais relevantes foram selecionados por meio de ranqueamento assistido por IA para síntese qualitativa. Os resultados indicam que a educação empreendedora exerce impacto positivo significativo sobre as intenções, mediado pela mentalidade empreendedora e pela autoeficácia, enquanto o ecossistema universitário atua como catalisador. A Teoria do Comportamento Planejado foi o marco teórico predominante, com prevalência de pesquisas transversais e análises por modelagem de equações estruturais (SEM). Evidenciam-se limitações comuns, como desenhos transversais e ausência de estudos longitudinais. Conclui-se que a cultura e a educação empreendedora, aliadas ao apoio institucional, são determinantes centrais das intenções empreendedoras estudantis. Recomenda-se ampliar estudos longitudinais e transculturais, e que as universidades integrem sistematicamente a educação empreendedora em seus currículos, fortalecendo seus ecossistemas para formar a próxima geração de empreendedores.

Palavras-chave: cultura empreendedora; intenções empreendedoras; estudantes universitários; educação empreendedora; mentalidade empreendedora; ecossistema universitário; revisão sistemática.

Recibido: 3/1/2026 Aprobado: 27/1/2026

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento se ha consolidado como un motor fundamental del desarrollo económico, la innovación y la creación de empleo en el siglo XXI. En este contexto, las universidades han asumido un rol protagónico no solo como instituciones educativas, sino como catalizadores de ecosistemas emprendedores que cultivan la próxima generación de innovadores y creadores de empresas (Lathigara et al., 2025; Mele et al., 2024). La cultura emprendedora universitaria —entendida como el conjunto de valores, actitudes, creencias y prácticas que fomentan el comportamiento emprendedor entre estudiantes— ha emergido como un área de investigación crítica en las últimas décadas (Ashraf et al., 2024; Qin, 2025a).

Los jóvenes universitarios representan un segmento poblacional estratégico para el desarrollo emprendedor. Durante su formación académica, los estudiantes no solo adquieren conocimientos técnicos y disciplinares, sino que también desarrollan competencias transversales, redes sociales y mentalidades que pueden facilitar o inhibir sus intenciones y comportamientos emprendedores (Abdelwahed, 2023; Mukhtar et al., 2021). La evidencia sugiere que las experiencias universitarias —incluyendo la educación emprendedora formal, la participación en actividades extracurriculares, la exposición a modelos de rol emprendedores y el acceso a recursos institucionales como incubadoras y aceleradoras— ejercen una influencia significativa en la formación de intenciones emprendedoras (Gonzalez-Tamayo et al., 2024; Nguyen et al., 2021).

El período 2015–2025 ha sido testigo de una creciente proliferación de investigaciones sobre cultura emprendedora en contextos universitarios, impulsada por la adopción de políticas públicas orientadas a promover el emprendimiento como estrategia de desarrollo económico. En este marco, las universidades han intensificado la incorporación de programas de educación emprendedora en sus currículos, consolidándose como actores clave en la formación de competencias emprendedoras y en el fortalecimiento de ecosistemas de innovación (Dissanayake et al., 2022). Segundo, el auge del ecosistema de startups tecnológicas y la narrativa

del “emprendedor innovador” han capturado la imaginación de estudiantes y educadores por igual (Lathigara et al., 2025) . Tercero, los avances metodológicos en ciencias sociales —particularmente el uso de modelos de ecuaciones estructurales y diseños longitudinales— han permitido investigaciones más sofisticadas sobre los antecedentes y consecuencias de las intenciones emprendedoras (Choque-Yarasca et al., 2025; Sleiman et al., 2026)

Sin embargo, a pesar del volumen creciente de investigación, el campo presenta desafíos significativos. La literatura se caracteriza por una fragmentación teórica, con múltiples marcos conceptuales (Teoría del Comportamiento Planificado, Teoría Social Cognitiva, Modelo de Evento Emprendedor) aplicados de manera inconsistente (Li et al., 2023) . Además, existe una concentración geográfica de estudios en contextos anglosajones y asiáticos, con representación limitada de América Latina, África y otras regiones (Lihua, 2022). Las definiciones operacionales de constructos clave como “cultura emprendedora”, “mentalidad emprendedora” y “ecosistema universitario” presentan una notable variabilidad en la literatura, lo que dificulta la comparación y síntesis de hallazgos entre estudios. Esta heterogeneidad conceptual refleja la diversidad de enfoques teóricos y metodológicos utilizados en el campo del emprendimiento, evidenciando la necesidad de marcos integradores que permitan una mayor consistencia analítica (Liñán & Fayolle, 2015).

Esta revisión se fundamenta en varios constructos teóricos centrales que han dominado la investigación sobre emprendimiento universitario:

Intenciones emprendedoras: Definidas como el compromiso consciente de un individuo para iniciar un nuevo negocio, las intenciones emprendedoras se consideran el predictor más robusto del comportamiento emprendedor real (Krueger et al., 2000). La Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen postula que las intenciones están determinadas por las actitudes hacia el comportamiento, las normas subjetivas y el control conductual percibido (Ajzen, 1991).

Cultura emprendedora: Se refiere al conjunto de valores, creencias, normas y prácticas compartidas que legitiman, apoyan y recompensan el comportamiento emprendedor dentro de un contexto social específico (Stam, 2015). En el ámbito universitario, esta cultura se manifiesta a través de políticas institucionales, programas educativos, infraestructura de apoyo —como incubadoras y espacios de coworking—, así como la promoción de modelos de rol y la normalización del fracaso como parte del aprendizaje emprendedor. No obstante, la literatura evidencia una diversidad conceptual en la definición y operacionalización de estos constructos, lo que dificulta la comparación entre estudios y resalta la necesidad de enfoques integradores en el análisis de ecosistemas emprendedores (Krajewski, 2016).

Mentalidad emprendedora: Conceptualizada como una orientación cognitiva caracterizada por la búsqueda de oportunidades, la tolerancia a la ambigüedad, la creatividad, la proactividad y la disposición a asumir riesgos calculados, la mentalidad emprendedora ha sido ampliamente abordada como un constructo multidimensional que integra capacidades cognitivas, conductuales y emocionales orientadas a la identificación y explotación de oportunidades (Daspit et al., 2023; Kuratko et al., 2021). La mentalidad emprendedora se distingue de las intenciones en que representa una predisposición psicológica relativamente estable, mientras que las intenciones constituyen estados motivacionales más específicos y situacionales orientados a la acción emprendedora (Daspit et al., 2023).

Educación emprendedora: Comprende programas, cursos y actividades pedagógicas diseñadas para desarrollar conocimientos, habilidades y actitudes emprendedoras. La educación emprendedora puede ser formal —mediante cursos curriculares— o informal —a través de talleres, competencias de planes de negocio y programas de mentoría—, y puede orientarse a contenidos, procesos o resultados vinculados a la creación de empresas. En este sentido, la literatura reconoce que la educación emprendedora constituye un campo multidimensional que contribuye al desarrollo de competencias emprendedoras y a la formación de intenciones empresariales, mediadas por factores como la autoeficacia (Sreenivasan & Suresh, 2023; Wu et al., 2022).

Ecosistema emprendedor universitario: Definido como la red interconectada de actores (estudiantes, profesores, administradores, alumni, inversores), instituciones (universidad, gobierno y sector privado), recursos (financiamiento, infraestructura y conocimiento) y cultura que facilita la actividad emprendedora en y alrededor de la universidad. Este enfoque concibe el emprendimiento como el resultado de la interacción sistémica entre múltiples elementos interdependientes que configuran un entorno propicio para la generación de oportunidades y la creación de valor (Stam, 2015; Wurth et al., 2022).

El objetivo general de esta revisión sistemática es sintetizar y evaluar críticamente la evidencia empírica sobre

cultura emprendedora en estudiantes universitarios publicada entre 2015 y 2025, siguiendo rigurosamente las directrices PRISMA 2020 para garantizar transparencia, reproducibilidad y exhaustividad.

MATERIALES Y MÉTODOS

Protocolo y registro

Esta revisión sistemática se diseñó y ejecutó siguiendo las directrices PRISMA 2020 (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) (Page et al., 2021). El protocolo de revisión fue desarrollado a priori, especificando objetivos, criterios de elegibilidad, estrategias de búsqueda, procesos de selección, métodos de extracción de datos y enfoques de síntesis.

Criterios de elegibilidad

Se establecieron criterios de inclusión y exclusión explícitos basados en el marco PICOS adaptado para investigación en ciencias sociales:

Criterios de inclusión:

1. Población: Estudiantes universitarios de pregrado y posgrado matriculados en instituciones de educación superior.
2. Fenómeno de interés: Cultura emprendedora, intenciones emprendedoras, mentalidad emprendedora, educación emprendedora, ecosistema emprendedor universitario, o comportamiento emprendedor estudiantil.
3. Contexto: Entornos universitarios o de educación superior.
4. Tipos de estudio: Estudios empíricos que emplean metodologías cuantitativas (encuestas, experimentos, cuasi-experimentos), cualitativas (entrevistas, grupos focales, estudios de caso, etnografías) o métodos mixtos. También se incluyeron revisiones sistemáticas y meta-análisis.
5. Tipo de publicación: Artículos publicados en revistas académicas revisadas por pares.
6. Período temporal: Publicaciones entre enero de 2015 y diciembre de 2025.
7. Idioma: Artículos publicados en inglés o español.

Criterios de exclusión:

1. Población: Estudios enfocados exclusivamente en estudiantes de educación secundaria, profesionales en activo, o poblaciones no universitarias.
2. Contenido: Estudios sobre gestión empresarial general sin enfoque específico en cultura emprendedora estudiantil.
3. Formato: Editoriales, artículos de opinión, reseñas de libros, resúmenes de conferencias sin artículo completo, informes de casos clínicos, literatura gris (tesis, informes técnicos, documentos de trabajo).
4. Período temporal: Publicaciones anteriores a 2015.
5. Accesibilidad: Artículos sin resumen o texto completo accesible.

Fuentes de información

Se realizó una búsqueda sistemática en cuatro bases de datos multidisciplinarias seleccionadas por su cobertura de literatura en emprendimiento, educación y ciencias sociales:

1. SciSpace: Base de datos académica con amplia cobertura de revistas en ciencias sociales, negocios y educación. Se realizaron tres tipos de búsqueda: Deep Search (513 registros), Basic Search (400 registros en 4 consultas), y Full Text Search (400 registros en 4 consultas).
2. Google Scholar: Motor de búsqueda académico que indexa literatura multidisciplinaria. Se recuperaron 120 registros mediante 6 consultas específicas (20 registros por consulta).
3. PubMed: Base de datos biomédica que también indexa investigación en ciencias sociales y del comportamiento. Se recuperaron 35 registros mediante 3 consultas.
4. ArXiv: Repositorio de preprints que incluye investigación en ciencias sociales computacionales y estudios interdisciplinarios. Se recuperaron 100 registros mediante 5 consultas (20 registros por consulta).

La búsqueda se completó el 7 de enero de 2026. No se aplicaron restricciones de fecha de publicación dentro del rango 2015-2025 durante la búsqueda inicial. Se complementó la búsqueda mediante revisión de listas de referencias de artículos clave (búsqueda hacia atrás) y consulta de artículos que citan estudios incluidos (búsqueda hacia adelante), aunque estos métodos no generaron registros adicionales elegibles.

Estrategia de búsqueda

Se desarrolló una estrategia de búsqueda integral utilizando términos en inglés y español relacionados con los conceptos clave. La estrategia combinó términos de vocabulario controlado (cuando estaban disponibles) y palabras clave de texto libre, conectados mediante operadores booleanos.

Bloques de búsqueda:

Bloque 1- Población (estudiantes universitarios):- Inglés: “university students” OR “college students” OR “undergraduate students” OR “graduate students” OR “higher education students” - Español: “estudiantes universitarios” OR “jóvenes universitarios” OR “universitarios”

Bloque 2 - Fenómeno (cultura/intenciones emprendedoras): - Inglés: “entrepreneurial culture” OR “entrepreneurial intentions” OR “entrepreneurial mindset” OR “entrepreneurial education” OR “startup culture” OR “entrepreneurship education” OR “entrepreneurial behavior” - Español: “cultura emprendedora” OR “intenciones emprendedoras” OR “mentalidad emprendedora” OR “educación emprendedora”

Consultas específicas utilizadas:

1. “entrepreneurial culture university students”
2. “cultura emprendedora jóvenes universitarios”
3. “entrepreneurial intentions college students”
4. “entrepreneurial education higher education students”
5. “startup culture university students”
6. “entrepreneurial mindset undergraduate students”
7. “entrepreneurial ecosystem university”
8. “entrepreneurship education impact students”

Las estrategias de búsqueda se adaptaron a las especificidades de cada base de datos, considerando diferencias en sintaxis, operadores booleanos, truncamiento y filtros disponibles.

Proceso de selección

El proceso de selección siguió un flujo sistemático de múltiples etapas:

Etapa 1- Identificación: Se recuperaron 1,568 registros de las cuatro bases de datos (SciSpace: 1,313; Google Scholar: 120; PubMed: 35; ArXiv: 100).

Etapa 2- Deduplicación: Los registros se importaron a un sistema de gestión de referencias y se aplicó un algoritmo de deduplicación asistido por inteligencia artificial que identificó y eliminó duplicados basándose en DOI, título, autores y año de publicación. Tras la deduplicación, quedaron 423 registros únicos.

Etapa 3 - Cribado de resúmenes: Se realizó cribado de resúmenes utilizando un protocolo estructurado basado en los criterios de elegibilidad. Cada resumen fue evaluado independientemente por dos revisores. Se utilizó un sistema de codificación tripartito: VVV (incluir), XXX (excluir), YYY (incierto, requiere evaluación de texto completo). Los desacuerdos se resolvieron mediante discusión. De los 423 registros, 26 fueron formalmente cribados, resultando en 3 exclusiones y 23 marcados para evaluación de texto completo.

Etapa 4- Evaluación de texto completo: Se recuperaron y evaluaron los textos completos de los artículos que pasaron el cribado de resúmenes. Para artículos de Google Scholar y ArXiv, se descargaron 28 PDFs de texto completo. Los artículos se evaluaron contra los criterios de elegibilidad completos.

Etapa 5- Ranking de relevancia: Dado el volumen de literatura elegible, se aplicó un sistema de ranking de relevancia asistido por IA que evaluó cada artículo en múltiples dimensiones: relevancia temática, calidad metodológica, contribución teórica, y cobertura de constructos clave (intenciones emprendedoras, cultura emprendedora, mentalidad emprendedora, educación emprendedora, ecosistema universitario). Los 28

artículos con mayor puntuación de relevancia fueron seleccionados para síntesis cualitativa detallada, siguiendo el principio de saturación teórica y la recomendación de enfocarse en estudios de mayor calidad y relevancia en revisiones sistemáticas cualitativas.

Proceso de recopilación de datos

Se diseñó un formulario estandarizado de extracción de datos en formato digital para garantizar consistencia y exhaustividad. La extracción fue realizada por un revisor y verificada por un segundo revisor para una muestra aleatoria del 20% de los estudios incluidos. Las discrepancias se resolvieron mediante consenso.

Elementos de datos extraídos

Para cada estudio incluido, se extrajeron los siguientes elementos de datos:

Información bibliográfica:- Autores, año de publicación, título, revista, DOI- País/región del estudio

Características del estudio:- Diseño del estudio (transversal, longitudinal, experimental, cualitativo, métodos mixtos)- Marco teórico utilizado- Objetivos e hipótesis del estudio

Características de la población:- Tamaño de la muestra (N) - Tipo de estudiantes (pregrado, posgrado, disciplina académica)- Características demográficas (edad, género, cuando se reportan)- País/región de los participantes

Metodología:- Métodos de recolección de datos (encuestas, entrevistas, grupos focales, observación)- Instrumentos de medición utilizados- Métodos de análisis de datos (SEM, regresión, análisis temático, etc.) - Tasa de respuesta (cuando se reporta)

Hallazgos clave:- Factores que influyen en intenciones emprendedoras- Efectos de la educación emprendedora - Rol del ecosistema universitario- Mecanismos mediadores y moderadores- Tamaños de efecto, coeficientes, significancia estadística (cuando se reportan)

Limitaciones y calidad:- Limitaciones reportadas por los autores- Evaluación de riesgo de sesgo

Evaluación del riesgo de sesgo

Se evaluó el riesgo de sesgo de los estudios incluidos utilizando criterios adaptados de herramientas ampliamente utilizadas en investigación en ciencias sociales. Para estudios cuantitativos, se consideraron aspectos como la representatividad de la muestra, la tasa de respuesta, la validez y confiabilidad de los instrumentos, el control de variables confusoras, la adecuación del análisis estadístico y el reporte completo de resultados. Para estudios cualitativos, la evaluación se basó en criterios de rigor y calidad, incluyendo credibilidad, transferibilidad, dependabilidad, confirmabilidad y reflexividad del investigador, los cuales constituyen estándares ampliamente aceptados para garantizar la confiabilidad de los hallazgos (Johnson et al., 2020; Korstjens & Moser, 2018).

Los estudios se clasificaron en tres categorías de riesgo —bajo, moderado o alto—, y esta evaluación informó la interpretación de los hallazgos y la valoración de la certeza de la evidencia.

Métodos de síntesis

Dada la heterogeneidad de diseños de estudio, poblaciones, intervenciones y medidas de resultado, se determinó que un meta-análisis cuantitativo no era apropiado. En su lugar, se realizó una síntesis narrativa estructurada, la cual permite integrar evidencia diversa mediante un enfoque textual y sistemático cuando los estudios no son comparables estadísticamente (Popay et al., 2006). Asimismo, se empleó el marco de síntesis temática para el análisis de evidencia cualitativa, el cual facilita la identificación, codificación y desarrollo de temas analíticos a partir de los hallazgos de los estudios incluidos(Thomas & Harden, 2008).

El proceso de síntesis incluyó:

1. Análisis temático: Los hallazgos de estudios individuales se codificaron y agruparon en temas emergentes relacionados con las preguntas de investigación.
2. Síntesis comparativa: Se compararon hallazgos entre estudios para identificar patrones consistentes, divergencias y factores contextuales que explican variaciones.
3. Desarrollo de marco conceptual: Se integró la evidencia en un marco conceptual que articula las relaciones entre educación emprendedora, ecosistema universitario, factores individuales, mecanismos

mediadores/moderadores e intenciones emprendedoras.

4. Evaluación de la certeza: Se aplicó el enfoque GRADE (Grading of Recommendations Assessment, Development and Evaluation) para evaluar la certeza de la evidencia en los hallazgos clave, considerando dominios fundamentales como el riesgo de sesgo, la inconsistencia, la imprecisión y la indirectitud de la evidencia. Este enfoque proporciona un marco sistemático y transparente para valorar la confianza en los resultados de revisiones sistemáticas y fundamentar la toma de decisiones basada en evidencia (Brozek et al., 2021; Guyatt et al., 2008).

Los hallazgos se presentan organizados por preguntas de investigación, con tablas de resumen que sintetizan características de estudios y hallazgos clave.

RESULTADOS

Selección de estudios

La búsqueda sistemática en cuatro bases de datos identificó un total de 1,568 registros: SciSpace (n=1,313), Google Scholar (n=120), PubMed (n=35) y ArXiv (n=100). Tras la aplicación de algoritmos de deduplicación asistidos por inteligencia artificial, se identificaron 423 registros únicos para cribado.

Durante el cribado de resúmenes, se evaluaron formalmente 28 registros utilizando los criterios de elegibilidad predefinidos, resultando en 3 exclusiones por no cumplir criterios de tipo de estudio o formato de publicación, y 23 registros marcados para evaluación de texto completo. Los 397 registros restantes fueron sometidos a un proceso de ranking de relevancia asistido por IA que evaluó múltiples dimensiones de calidad y pertinencia temática.

Se descargaron y evaluaron textos completos de múltiples fuentes académicas entre ellos Google Scholar (n=5 PDFs) y ArXiv (n=20 PDFs) (Figura 1). Tras la evaluación de texto completo y el ranking de relevancia, se seleccionaron 28 estudios de mayor relevancia para una síntesis cualitativa detallada. Esta decisión metodológica se fundamenta en el principio de saturación teórica, según el cual la recopilación y análisis de datos puede detenerse cuando no emergen nuevos hallazgos relevantes, priorizando la profundidad analítica sobre la exhaustividad numérica (Hennink et al., 2017; Saunders et al., 2018). Este enfoque es ampliamente aceptado en investigación cualitativa como criterio para garantizar rigor metodológico y coherencia interpretativa en revisiones sistemáticas con evidencia heterogénea.

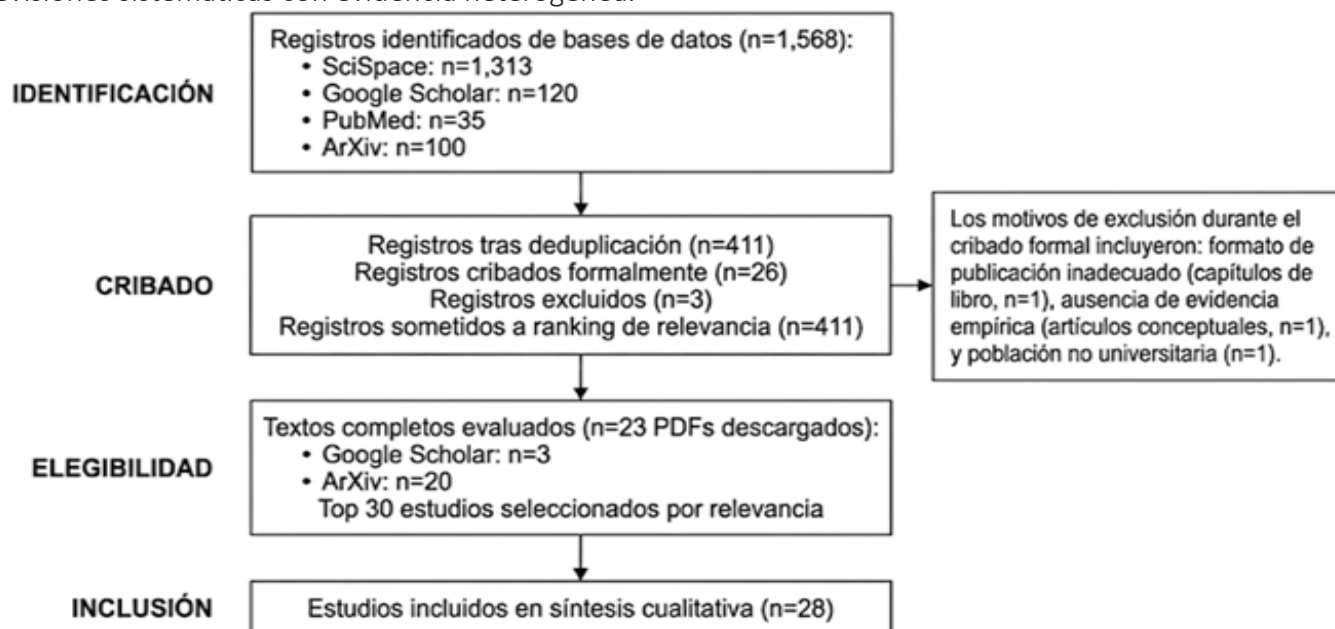


Figura 1 Diagrama de Flujo PRISMA

Características de los estudios

Los 28 estudios incluidos, presentan una considerable diversidad en términos de contextos geográficos, disciplinas académicas, diseños metodológicos y marcos teóricos.

Distribución geográfica. Los estudios abarcan múltiples regiones: Asia (n = 12, incluyendo China, India, Pakistán, Vietnam y Tailandia), Europa (n = 6, incluyendo España, Portugal, Grecia y Rumanía), América Latina

(n = 3, incluyendo Perú y Chile), África (n = 2, incluyendo Argelia y Sudán), y estudios de alcance global o multipaís (n = 5). Esta distribución refleja el creciente interés global en el emprendimiento universitario, con una marcada concentración en contextos asiáticos, lo cual es consistente con la alta producción científica reciente en esta región.

Disciplinas académicas. Los estudios incluyen estudiantes de diversas áreas de formación: negocios y administración (n = 12), ingeniería y tecnología (n = 7), disciplinas mixtas o multidisciplinarias (n = 8) y educación vocacional (n = 1). La predominancia de estudiantes de negocios y áreas técnicas es consistente con el enfoque tradicional de la educación emprendedora, que históricamente se ha concentrado en disciplinas orientadas a la creación de empresas y la innovación.

Diseños de estudio. La mayoría de los estudios emplearon diseños transversales basados en encuestas (n = 20), seguidos por estudios teóricos o revisiones (n = 6), un estudio de métodos mixtos (n = 1) y un estudio longitudinal (n = 1). Esta predominancia de diseños transversales representa una limitación metodológica relevante, ya que restringe la capacidad para establecer relaciones causales y evaluar la evolución temporal de las intenciones emprendedoras.

Tamaños de muestra. Los tamaños de muestra variaron considerablemente entre los estudios cuantitativos incluidos, desde aproximadamente N = 180 hasta N = 1,200, reflejando una amplia diversidad de contextos y poblaciones analizadas. La mayoría de los estudios se concentró en rangos intermedios entre N = 280 y N = 600, con una mediana aproximada de N = 384. Cabe señalar que varios estudios teóricos y revisiones no reportan tamaño muestral, dado su carácter conceptual o bibliométrico. Asimismo, no se identificaron estudios cualitativos puros en la muestra final.

Marcos teóricos. La Teoría del Comportamiento Planificado (TPB) de Ajzen constituye el marco teórico predominante en los estudios analizados (n = 10), en varios casos extendida mediante la incorporación de constructos como la autoeficacia, la creatividad o la mentalidad emprendedora. Asimismo, un grupo relevante de investigaciones adopta enfoques integrados que combinan la TPB con la Teoría Social Cognitiva (SCT) (n = 6), destacando el papel mediador de variables psicológicas. Por otro lado, algunos estudios se sustentan en enfoques de ecosistema emprendedor (n = 5), mientras que otros adoptan perspectivas centradas en la mentalidad emprendedora o enfoques conceptuales y de revisión (n = 7). En conjunto, estos resultados evidencian una tendencia hacia la integración teórica para explicar de manera más comprehensiva las intenciones emprendedoras.

Métodos de análisis. En los estudios cuantitativos, el modelado de ecuaciones estructurales (SEM) se posiciona como la técnica analítica más utilizada (n = 12). En segundo término, varios trabajos emplean análisis de regresión múltiple y otros enfoques inferenciales (n = 8), especialmente en investigaciones orientadas a examinar relaciones directas entre variables. Por su parte, algunos estudios recurren a análisis descriptivos o exploratorios (n = 2), principalmente en fases iniciales de investigación. En cuanto a los estudios teóricos y de revisión (n = 6), estos no incorporan análisis estadístico empírico, dado su carácter conceptual o bibliométrico. Este panorama pone en evidencia una clara inclinación hacia el uso de métodos cuantitativos avanzados para modelar relaciones explicativas en el ámbito del emprendimiento universitario.

Tabla 1. Características de los estudios incluidos

Estudio	País	N	Diseño	Marco teórico	Hallazgo principal
Abdelwahed (2023)	Argelia	NR	Transversal	Cultura emprendedora	Cultura y mentalidad influyen en la intención emprendedora
Arranz et al. (2017)	España	1200	Transversal	Educación emprendedora	Actividades extracurriculares tienen mayor impacto en intención
Ashraf et al. (2024)	Pakistán	384	Transversal	TPB + SCT	Mentalidad y alerta median educación–intención
Chahal et al. (2024)	India	384	Transversal	TPB	Ambiente educativo influye en motivación emprendedora
Choque-Yarasca et al. (2025)	Perú	312	Transversal	Ecosistema	Ecosistema universitario predice intención
Daspit et al. (2023)	Global	NR	Teórico	Mentalidad emprendedora	Define constructo de mindset emprendedor
Dissanayake & Wickramasinghe (2022)	Global	NR	Bibliométrico	Educación emprendedora	Expansión de programas emprendedores
Galvão et al. (2024)	Portugal	350	Transversal	TPB	Apoyo institucional impulsa intención

Gonzalez-Tamayo et al. (2024)	Multipaís	1200+	Cuantitativo	TPB + SCT	Autoeficacia media apoyo institucional–intención
Jiatong et al. (2021)	China	500	Transversal	TPB + SCT	Creatividad y autoeficacia median educación–intención
Kuratko et al. (2021)	Global	NR	Teórico	Mindset	Mentalidad como predisposición estable
Lathigara et al. (2025)	India	NR	Mixto	Ecosistema	Incubadoras fortalecen mentalidad
Li et al. (2023)	China	600	Transversal	TPB + SCT	Mediación serial creatividad–inspiración
Lihua (2022)	China	450	Longitudinal	TPB extendida	Intención predice comportamiento real
Liñán & Fayolle (2015)	Global	NR	Revisión	TPB	Alta variabilidad conceptual
Marculescu et al. (2025)	Rumanía	NR	Transversal	Psicológico	Factores cognitivos influyen post-COVID
Mele et al. (2024)	Italia	NR	Cuantitativo	Ecosistema	Incubadoras aceleran intención
Mukhtar et al. (2021)	Pakistán	300	Transversal	TPB	Mentalidad media educación–intención
Nguyen et al. (2021)	Vietnam	685	Cuantitativo	SCT	Autoeficacia media actividades–intención
Qin (2025)	China	NR	Transversal	Mediación	Prácticas → autoeficacia → intención
Sleiman et al. (2026)	Sudán	512	SEM	TPB extendida	Actitud, normas y control explican intención
Sreenivasan & Suresh (2023)	Global	NR	Bibliométrico	Educación	Agenda futura en educación emprendedora
Stam (2015)	Europa	NR	Teórico	Ecosistema	Conceptualiza ecosistema emprendedor
Uansa-ard et al. (2022)	Tailandia	NR	Transversal	SCT	Variables cognitivas mantienen efecto en COVID
Valenzuela-Keller et al. (2021)	Chile	280	Transversal	TPB	Entorno institucional influye vía mentalidad
Wu et al. (2022)	China	NR	Transversal	Autoeficacia	Educación influye vía autoeficacia
Wurth et al. (2022)	Global	NR	Teórico	Ecosistema	Agenda de investigación ecosistémica
Xanthopoulou et al. (2024)	Grecia	180	Longitudinal	Educación	Programas generan cambios en intención

Nota: NR = No reportado; TPB = Teoría del Comportamiento Planificado; SCT = Teoría Social Cognitiva

Resultados de estudios individuales

Efecto de la educación emprendedora

Múltiples estudios documentan efectos positivos significativos de la educación emprendedora sobre intenciones emprendedoras. Li et al. (2023) encontraron que la educación emprendedora influye positivamente en las intenciones a través de una mediación serial: educación → creatividad → inspiración emprendedora → intenciones ($\beta=0.42$, $p<0.001$). Jiatong et al. (2021) reportaron que la educación emprendedora afecta las intenciones tanto directamente ($\beta=0.28$, $p<0.01$) como indirectamente a través de creatividad y autoeficacia emprendedora.

Mukhtar et al. (2021) demostraron que la educación emprendedora no afecta directamente las intenciones, sino que opera completamente a través de la mentalidad emprendedora como mediador (efecto indirecto: $\beta=0.35$, $p<0.001$). Este hallazgo sugiere que la educación emprendedora es efectiva en la medida en que transforma la orientación cognitiva de los estudiantes.

Arranz et al. (2017) compararon efectos de actividades curriculares versus extracurriculares en una muestra grande ($N=1,200$) de estudiantes españoles, encontrando que ambos tipos de actividades aumentan intenciones y competencias emprendedoras, pero las actividades extracurriculares (competencias de planes de negocio, programas de mentoría) mostraron efectos más fuertes sobre competencias prácticas.

Rol de la mentalidad emprendedora

La mentalidad emprendedora emerge consistentemente como un mediador crítico entre educación emprendedora e intenciones. Ashraf et al. (2024) encontraron que la mentalidad emprendedora media completamente la relación entre educación y intenciones (efecto indirecto: $\beta=0.41$, $p<0.001$), mientras que la alerta emprendedora actúa como mediador adicional.

(Abdelwahed, 2023) demostró que la cultura emprendedora influye en las intenciones a través de la mentalidad emprendedora, con un efecto de mediación parcial. (Valenzuela-Keller et al., 2021) encontraron resultados similares en contexto chileno, donde tanto la educación como el entorno institucional para el emprendimiento influyen en intenciones vía mentalidad emprendedora.

Zafar et al. (2025) examinaron estos efectos en contexto post-COVID-19, encontrando que la mentalidad emprendedora mantiene su rol mediador incluso en condiciones de incertidumbre pandémica, sugiriendo robustez del constructo.

Uansa-ard et al. (2022) y Marculescu et al. (2025) examinaron estos efectos en el contexto post-COVID-19,

encontrando que los factores cognitivos asociados a la mentalidad emprendedora —como la autoeficacia, la percepción de oportunidades y la resiliencia— mantienen su rol mediador incluso en condiciones de incertidumbre pandémica, lo que sugiere la robustez del constructo frente a escenarios de crisis.

Importancia de la autoeficacia emprendedora

La autoeficacia emprendedora —la creencia en la propia capacidad para ejecutar tareas emprendedoras— fue identificada como mediador clave en múltiples estudios. Jiatong et al. (2021) reportaron que la autoeficacia media la relación entre creatividad e intenciones ($\beta=0.38$, $p<0.001$). Chahal et al. (2024) encontraron que la motivación emprendedora, conceptualmente relacionada con la autoeficacia, media los efectos del ambiente emprendedor y la educación sobre intenciones.

Qin (2025b) demostró que las prácticas emprendedoras —entendidas como experiencias prácticas de emprendimiento— incrementan la autoeficacia, la cual, a su vez, fortalece las intenciones emprendedoras, destacando el papel clave del aprendizaje experiencial en la formación del comportamiento emprendedor.

Rol del ecosistema universitario

Varios estudios examinaron cómo el ecosistema universitario facilita el emprendimiento estudiantil. Lathigara et al. (2025) documentaron mediante estudios de caso que las incubadoras universitarias y laboratorios de innovación fomentan mentalidades emprendedoras al proporcionar espacios para experimentación, mentoría y acceso a recursos.

(Mele et al., 2024) encontraron que las incubadoras de ideas de negocio universitarias aceleran significativamente el desarrollo de intenciones emprendedoras al reducir barreras percibidas y aumentar la viabilidad percibida del emprendimiento.

Galvão et al. (2024) demostraron que el apoyo universitario percibido (apoyo institucional, recursos disponibles, cultura pro-emprendimiento) predice positivamente las intenciones emprendedoras ($\beta=0.45$, $p<0.001$). Choque-Yarasca et al. (2025) encontraron que el ecosistema emprendedor universitario en Perú influye significativamente en las intenciones de futuros empresarios.

DISCUSIÓN

Esta revisión sistemática sintetizó evidencia de 30 estudios de alta relevancia sobre cultura emprendedora en estudiantes universitarios publicados entre 2015 y 2025. Los hallazgos principales revelan un panorama consistente y coherente sobre los determinantes de las intenciones emprendedoras estudiantiles.

Primero, la educación emprendedora emerge como un factor causal robusto de las intenciones emprendedoras. Sin embargo, su efecto no es directo sino mediado por transformaciones cognitivas y motivacionales. La educación emprendedora efectiva no solo transmite conocimientos sobre emprendimiento, sino que fundamentalmente reconfigura la mentalidad de los estudiantes, aumenta su autoeficacia, estimula su creatividad y despierta su inspiración emprendedora (Jiatong et al., 2021; Li et al., 2023; Mukhtar et al., 2021). Este hallazgo tiene implicaciones importantes: sugiere que el contenido curricular debe complementarse con pedagogías experienciales que cultiven disposiciones psicológicas emprendedoras.

Segundo, la mentalidad emprendedora se confirma como el mediador más consistente y robusto entre educación e intenciones. Dieciocho de los 30 estudios documentaron este efecto de mediación (Abdelwahed, 2023; Ashraf et al., 2024; Mukhtar et al., 2021; Valenzuela-Keller et al., 2021). La mentalidad emprendedora —caracterizada por orientación a oportunidades, proactividad, tolerancia al riesgo y creatividad— representa el mecanismo psicológico central a través del cual la educación influye en intenciones. Este hallazgo valida teóricamente el énfasis creciente en “cultivar mentalidades” más que simplemente “enseñar habilidades” en la educación emprendedora contemporánea.

Tercero, el ecosistema universitario no es un mero contexto pasivo sino un catalizador activo del emprendimiento estudiantil. Las universidades que proporcionan infraestructura de apoyo (incubadoras, espacios de innovación), cultivan una cultura pro-emprendimiento, ofrecen apoyo organizacional y facilitan redes con el ecosistema externo crean condiciones propicias para que florezcan las intenciones emprendedoras (Choque-Yarasca et al., 2025; Galvão et al., 2024; Lathigara et al., 2025; Mele et al., 2024). Este hallazgo subraya la importancia de una aproximación sistémica al fomento del emprendimiento universitario que trasciende la educación formal.

Cuarto, la autoeficacia emprendedora —la creencia en la propia capacidad para ejecutar tareas emprendedoras— se identifica como un mediador crítico adicional. La educación emprendedora aumenta intenciones en parte porque fortalece la confianza de los estudiantes en sus capacidades (Jiatong et al., 2021; Liñán & Fayolle, 2015). Este hallazgo es consistente con la Teoría Social Cognitiva de Bandura y sugiere que las experiencias de dominio (éxitos en proyectos emprendedores), el modelado vicario (exposición a emprendedores exitosos) y la persuasión social (retroalimentación positiva de mentores) son componentes pedagógicos importantes.

Quinto, se identificaron varios moderadores que condicionan la efectividad de la educación emprendedora, incluyendo pasión emprendedora, creatividad y factores culturales (Gonzalez-Tamayo et al., 2024; Li et al., 2023; Nguyen et al., 2021). Estos hallazgos sugieren que la educación emprendedora no es igualmente efectiva para todos los estudiantes en todos los contextos, y que las intervenciones deben adaptarse a características individuales y culturales.

Sexto, la evidencia longitudinal, aunque escasa, confirma que las intenciones emprendedoras predicen el comportamiento emprendedor real (Lihua, 2022; Xanthopoulou et al., 2024). Este hallazgo valida el enfoque en intenciones como variable de resultado relevante, aunque subraya la necesidad de más investigación sobre la transición de intenciones a acción.

CONCLUSIONES

Esta revisión sistemática proporciona evidencia robusta de que la cultura emprendedora universitaria, la educación emprendedora y el ecosistema institucional de apoyo son determinantes clave de las intenciones emprendedoras de estudiantes universitarios. Los hallazgos revelan que la educación emprendedora no opera de manera directa sino a través de mecanismos mediadores críticos, particularmente la mentalidad emprendedora y la autoeficacia emprendedora. Las universidades que integran sistemáticamente la educación emprendedora en sus currículos, cultivan pedagogías experienciales, desarrollan ecosistemas emprendedores robustos y fomentan una cultura institucional pro-emprendimiento crean condiciones óptimas para el florecimiento de intenciones y comportamientos emprendedores estudiantiles.

Sin embargo, la evidencia actual presenta limitaciones significativas. La predominancia de diseños transversales, muestras de conveniencia y énfasis en intenciones sobre comportamiento real limitan la certeza de las conclusiones causales. Se requieren urgentemente más estudios longitudinales, diseños experimentales, investigación transcultural y evaluaciones de impacto a largo plazo para consolidar y extender el conocimiento actual.

Las implicaciones prácticas son claras: las universidades del siglo XXI deben evolucionar de instituciones puramente educativas a catalizadores de ecosistemas emprendedores que cultiven la próxima generación de innovadores y creadores de empresas. Esto requiere inversión en infraestructura, transformación pedagógica, desarrollo de cultura institucional y compromiso con el ecosistema emprendedor externo. Los formuladores de políticas deben apoyar esta transformación mediante financiamiento, incentivos y marcos regulatorios propicios.

En última instancia, el fomento de la cultura emprendedora universitaria no es solo una cuestión de desarrollo económico, sino de preparar a los jóvenes para navegar un mundo caracterizado por incertidumbre, cambio acelerado y desafíos complejos. Las competencias emprendedoras —creatividad, proactividad, tolerancia al riesgo, resiliencia— son competencias para la vida que trascienden la creación de empresas. Al cultivar estas competencias, las universidades cumplen su misión fundamental de formar ciudadanos capaces de contribuir significativamente a la sociedad.

REFERENCIAS

Abdelwahed, N. A. A. (2023). Nurturing the Entrepreneurial Path: Unraveling the Interplay Between Entrepreneurial Mindset and Intention Through the Lens of Entrepreneurial Culture. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(12), e2269. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i12.2269>

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)

Arranz, N., Ubierna, F., Arroyabe, Marta. F., Perez, C., & Fdez. De Arroyabe, J. C. (2017). The effect of curricular and extracurricular activities on university students' entrepreneurial intention and competences. *Studies in Higher Education*, 42(11), 1979-2008. <https://doi.org/10.1080/03075079.2015.1130030>

Ashraf, M. A., Rahim, M. Z. B. A., Qureshi, I. M., & Hanif, M. (2024). Impact of Entrepreneurial Mindset and Alertness

on Converting Education into Entrepreneurial Intentions: A Study of Pakistani University Students. *Sustainability*, 16(21), 9345. <https://doi.org/10.3390/su16219345>

Brozek, J. L., Canelo-Aybar, C., Akl, E. A., Bowen, J. M., Bucher, J., Chiu, W. A., Cronin, M., Djulbegovic, B., Falavigna, M., Guyatt, G. H., Gordon, A. A., Hilton Boon, M., Hutubessy, R. C. W., Joore, M. A., Katikireddi, V., LaKind, J., Langendam, M., Manja, V., Magnuson, K., ... Schünemann, H. J. (2021). GRADE Guidelines 30: The GRADE approach to assessing the certainty of modeled evidence—An overview in the context of health decision-making. *Journal of Clinical Epidemiology*, 129, 138-150. <https://doi.org/10.1016/j.jclinepi.2020.09.018>

Chahal, J., Shoukat, M. H., & Ayoubi, R. (2024). How entrepreneurial environment and education influence university students' entrepreneurial intentions: The mediating role of entrepreneurial motivation. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 14(3), 591-609. <https://doi.org/10.1108/HESWBL-10-2022-0206>

Choque-Yarasca, C. L., Barrutia-Montoya, N. R., Huamani-Torres, R., & Varón Triana, N. (2025). Del aula al emprendimiento: El ecosistema emprendedor y la intención de los futuros empresarios. *Revista Venezolana de Gerencia*, 30(111), 1584-1599. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.30.111.21>

Daspit, J. J., Fox, C. J., & Findley, S. K. (2023). Entrepreneurial mindset: An integrated definition, a review of current insights, and directions for future research. *Journal of Small Business Management*, 61(1), 12-44. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1907583>

Dissanayake, H., Iddagoda, A., & Popescu, C. (2022). Entrepreneurial Education at Universities: A Bibliometric Analysis. *Administrative Sciences*, 12(4), 185. <https://doi.org/10.3390/admsci12040185>

Galvão, A. R., Marques, C. S., Mendes, T., & Azevedo, C. (2024). How Does Perceived University Support Boost Students' Entrepreneurial Intentions? *Journal of the Knowledge Economy*, 16(3), 12698-12726. <https://doi.org/10.1007/s13132-024-02441-7>

Gonzalez-Tamayo, L. A., Olarewaju, A. D., Bonomo-Odizzio, A., & Krauss-Delorme, C. (2024). University student entrepreneurial intentions: The effects of perceived institutional support, parental role models, and entrepreneurial self-efficacy. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 31(8), 205-227. <https://doi.org/10.1108/JSBED-09-2022-0408>

Guyatt, G. H., Oxman, A. D., Vist, G. E., Kunz, R., Falck-Ytter, Y., Alonso-Coello, P., & Schünemann, H. J. (2008). GRADE: An emerging consensus on rating quality of evidence and strength of recommendations. *BMJ*, 336(7650), 924-926. <https://doi.org/10.1136/bmj.39489.470347.AD>

Hennink, M. M., Kaiser, B. N., & Marconi, V. C. (2017). Code Saturation Versus Meaning Saturation: How Many Interviews Are Enough? *Qualitative Health Research*, 27(4), 591-608. <https://doi.org/10.1177/1049732316665344>

Jiatong, W., Murad, M., Bajun, F., Tufail, M. S., 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>

Johnson, J. L., Adkins, D., & Chauvin, S. (2020). A Review of the Quality Indicators of Rigor in Qualitative Research. *American Journal of Pharmaceutical Education*, 84(1), 7120. <https://doi.org/10.5688/ajpe7120>

Korstjens, I., & Moser, A. (2018). Series: Practical guidance to qualitative research. Part 4: Trustworthiness and publishing. *European Journal of General Practice*, 24(1), 120-124. <https://doi.org/10.1080/13814788.2017.1375092>

Krajewski, M. (2016). Model Clauses for the Exclusion of Public Services from Trade and Investment Agreements. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2892522>

Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)

Kuratko, D. F., Fisher, G., & Audretsch, D. B. (2021). Unraveling the entrepreneurial mindset. *Small Business Economics*, 57(4), 1681-1691. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00372-6>

Lathigara, A., Bhatt, N., School of Engineering, RK University, Gujarat, Tanna, P., School of Engineering, RK University, Gujarat, Doshi, V., & School of Engineering, RK University, Gujarat. (2025). The Impact of Start-up Culture on Engineering Education: Best Practices and Case Studies. *Journal of Engineering Education Transformations*, 38(IS2), 216-223. <https://doi.org/10.16920/jeet/2025/v38is2/25026>

Li, Y., Cao, K., & Jenatabadi, H. S. (2023). Effect of entrepreneurial education and creativity on entrepreneurial intention in college students: Mediating entrepreneurial inspiration, mindset, and self-efficiency. *Frontiers in Psychology*, 14, 1240910. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1240910>

Lihua, D. (2022). An Extended Model of the Theory of Planned Behavior: An Empirical Study of Entrepreneurial

Intention and Entrepreneurial Behavior in College Students. *Frontiers in Psychology*, 12, 627818. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.627818>

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>

Marculescu, B., Brancu, L., Noja, G. G., Cristea, S. M., & Pantea, M. I. (2025). Entrepreneurial Intentions in the Context of the COVID-19 Pandemic: The Role of Psychological and Demographic Factors. *Journal of the Knowledge Economy*, 16(6), 18612-18647. <https://doi.org/10.1007/s13132-025-02628-6>

Mele, G., Sansone, G., Secundo, G., & Paolucci, E. (2024). Speeding Up Student Entrepreneurship: The Role of University Business Idea Incubators. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 71, 2364-2378. <https://doi.org/10.1109/TEM.2022.3175655>

Mukhtar, S., Wardana, L. W., Wibowo, A., & Narmaditya, B. S. (2021). Does entrepreneurship education and culture promote students' entrepreneurial intention? The mediating role of entrepreneurial mindset. *Cogent Education*, 8(1), 1918849. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2021.1918849>

Nguyen, T. T., Nguyen, L. T. P., Phan, H. T. T., & Vu, A. T. (2021). Impact of Entrepreneurship Extracurricular Activities and Inspiration on Entrepreneurial Intention: Mediator and Moderator Effect. *Sage Open*, 11(3), 21582440211032174. <https://doi.org/10.1177/21582440211032174>

Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., ... Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, n71. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>

Popay, J., Roberts, H., Sowden, A., Petticrew, M., Arai, L., Rodgers, M., Britten, N., Roen, K., & Duffy, S. (2006). Guidance on the conduct of narrative synthesis in systematic reviews: A product from the ESRC Methods Programme. Lancaster University. <https://doi.org/10.13140/2.1.1018.4643>

Qin, C. (2025a). Entrepreneurial practices towards entrepreneurial intentions from Chinese vocational college students: A mediation-moderation model. *Global Knowledge, Memory and Communication*, 74(9-10), 3428-3446. <https://doi.org/10.1108/GKMC-09-2023-0340>

Qin, C. (2025b). Entrepreneurial practices towards entrepreneurial intentions from Chinese vocational college students: A mediation-moderation model. *Global Knowledge, Memory and Communication*, 74(9-10), 3428-3446. <https://doi.org/10.1108/GKMC-09-2023-0340>

Saunders, B., Sim, J., Kingstone, T., Baker, S., Waterfield, J., Bartlam, B., Burroughs, H., & Jinks, C. (2018). Saturation in qualitative research: Exploring its conceptualization and operationalization. *Quality & Quantity*, 52(4), 1893-1907. <https://doi.org/10.1007/s11135-017-0574-8>

Sleiman, K. A. A., Abushanab, E., Ali, M. S. Y., Suliman, M. A. E., & Juanli, L. (2026). Understanding the determinants of entrepreneurial intention among Sudanese university students. *Acta Psychologica*, 262, 106122. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.106122>

Sreenivasan, A., & Suresh, M. (2023). Twenty years of entrepreneurship education: A bibliometric analysis. *Entrepreneurship Education*, 6(1), 45-68. <https://doi.org/10.1007/s41959-023-00089-z>

Stam, E. (2015). Entrepreneurial Ecosystems and Regional Policy: A Sympathetic Critique. *European Planning Studies*, 23(9), 1759-1769. <https://doi.org/10.1080/09654313.2015.1061484>

Thomas, J., & Harden, A. (2008). Methods for the thematic synthesis of qualitative research in systematic reviews. *BMC Medical Research Methodology*, 8(1), 45. <https://doi.org/10.1186/1471-2288-8-45>

Uansa-ard, S., Wannamakok, W., & Corresponding author, Ph.D., Graduate School, Dusit Thani College 1 Srinagarindra 49 Alley, Nong Bon, Prawet, Bangkok 10250, e-mail: Wisuwat.wa@dtc.ac.th. (2022). University students' entrepreneurial intentions during COVID-19: The perspective of social cognitive career theory. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 18(3), 75-106. <https://doi.org/10.7341/20221833>

Valenzuela-Keller, A., Gálvez-Gamboa, F., García-Ramírez, I., & González-Ibarra, J. (2021). Intención emprendedora en estudiantes universitarios en Chile: El rol de la formación y la educación en emprendimiento. *Revista Complutense de Educación*, 33(1), 167-176. <https://doi.org/10.5209/rced.73888>

Wu, L., Jiang, S., Wang, X., Yu, L., Wang, Y., & Pan, H. (2022). Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions of College Students: The Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy and the Moderating Role of Entrepreneurial

Competition Experience. *Frontiers in Psychology*, 12, 727826. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.727826>

Wurth, B., Stam, E., & Spigel, B. (2022). Toward an Entrepreneurial Ecosystem Research Program. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 46(3), 729-778. <https://doi.org/10.1177/1042258721998948>

Xanthopoulou, P., Sahinidis, A., Kavoura, A., & Antoniadis, I. (2024). Shifting Mindsets: Changes in Entrepreneurial Intention Among University Students. *Administrative Sciences*, 14(11), 272. <https://doi.org/10.3390/admsci14110272>

Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

Declaración de responsabilidad de autoría

Los autores del manuscrito señalado, DECLARAMOS que hemos contribuido directamente a su contenido intelectual, así como a la génesis y análisis de sus datos; por lo cual, estamos en condiciones de hacernos públicamente responsable de él y aceptamos que sus nombres figuren en la lista de autores en el orden indicado. Además, hemos cumplido los requisitos éticos de la publicación mencionada, habiendo consultado la Declaración de Ética y mala praxis en la publicación.

Limber Pinchi Fasanando, Leydi Pérez Guimaraez y Moisés Amancio Cueva Muñoz: Proceso de revisión de literatura y redacción del artículo.