

# EFFECTO DE LA MODERACIÓN DEL CURRÍCULO ACADÉMICO UNIVERSITARIO EN LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA DE JÓVENES CON ANTECEDENTE DE FAMILIA EMPRESARIA

## EFFECT OF MODERATION OF THE UNIVERSITY ACADEMIC CURRICULUM ON THE ENTREPRENEURIAL INTENTION OF YOUNG PEOPLE WITH A FAMILY BACKGROUND IN BUSINESS

Rivas Vargas Kassandra Lisbeth<sup>1</sup>, Zurita Castro Dayana Salomé<sup>2</sup>, Santamaría Freire Edwin Javier<sup>3</sup>

{krivas8703@uta.edu.ec<sup>1</sup>, dzurita6603@uta.edu.ec<sup>2</sup>, edwinjsantamaria@uta.edu.ec<sup>3</sup>}

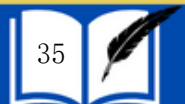
Fecha de recepción: 14/04/2026 / Fecha de aceptación: 09/05/2026 / Fecha de publicación: 12/05/2026

**RESUMEN:** La intención emprendedora en el ámbito universitario emerge de la interacción entre factores individuales y contextuales; en este marco, el estudio analiza el rol del antecedente de familia empresaria y el efecto moderador del ecosistema universitario. Esto se sustenta en la Teoría del Comportamiento Planificado y en enfoques de socialización emprendedora, con el fin de explicar cómo los factores familiares y académicos inciden en la predisposición a emprender. La investigación adopta un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo correlacional, mediante la aplicación de un cuestionario estructurado a estudiantes de administración de empresas, utilizando escalas validadas para medir las variables de estudio. El análisis de la información se realizó mediante técnicas estadísticas que permitieron identificar la relación entre los constructos y evaluar el efecto moderador planteado. Los resultados evidencian una elevada intención emprendedora, influida significativamente por el entorno familiar y fortalecida por la formación universitaria. En este sentido, se observa que el 45,42% de los estudiantes cuenta con antecedentes de empresas familiares, de los cuales el 25,90% pertenece a la familia extendida y el 19,52% a la familia nuclear, mientras que el 54,58% no presenta este tipo de antecedentes. Asimismo, el 53,58% de los encuestados no ha participado en negocios familiares; sin embargo, entre quienes, si lo han hecho, el 29,48% se involucró en actividades operativas y 16,73% en procesos estratégicos. Estos resultados sugieren que la exposición a modelos empresariales en el núcleo y entorno familiar contribuya al desarrollo de actitudes favorables hacia el emprendimiento. De igual manera, el ecosistema universitario, a través del currículo, actividades co-curriculares y redes de apoyo, potencia las capacidades emprendedoras, fortalece la autoeficacia y reduce la percepción de riesgo. Se concluye que la universidad desempeña un papel determinante en la consolidación de la intención

<sup>1</sup>Universidad Técnica de Ambato (UTA), <https://orcid.org/0009-0007-7737-3832>

<sup>2</sup>Universidad Técnica de Ambato (UTA), <https://orcid.org/0009-0005-8060-1790>

<sup>3</sup>Universidad Técnica de Ambato (UTA), <https://orcid.org/0000-0003-2636-9685>



empresarial, actuando como un agente clave en la formación de futuras iniciativas empresariales.

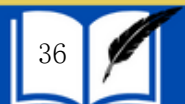
*Palabras clave: intención emprendedora, empresa familiar, emprendimiento juvenil, ecosistema universitario*

**ABSTRACT:** Entrepreneurial intention in the university setting emerges from the interaction between individual and contextual factors. Within this framework, the study analyzes the role of a family background in business and the moderating effect of the university ecosystem. This is based on the Theory of Planned Behavior and approaches to entrepreneurial socialization, in order to explain how family and academic factors influence the predisposition to become entrepreneurs. The research adopts a quantitative, descriptive-correlational approach, using a structured questionnaire administered to business administration students, employing validated scales to measure the study variables. Data analysis was conducted using statistical techniques that allowed for the identification of relationships between constructs and the evaluation of the proposed moderating effect. The results demonstrate a high level of entrepreneurial intention, significantly influenced by the family environment and strengthened by university education. In this regard, it is observed that 45.42% of students have a background in family businesses, of which 25.90% belong to the extended family and 19.52% to the nuclear family, while 54.58% do not have this type of background. Likewise, 53.58% of respondents have not participated in family businesses; however, among those who have, 29.48% were involved in operational activities and 16.73% in strategic processes. These results suggest that exposure to business models within the family and its surrounding environment contributes to the development of favorable attitudes toward entrepreneurship. Similarly, the university ecosystem, through its curriculum, co-curricular activities, and support networks, enhances entrepreneurial skills, strengthens self-efficacy, and reduces the perception of risk. It is concluded that the university plays a decisive role in consolidating entrepreneurial intentions, acting as a key agent in the formation of future business initiatives.

*Keywords: entrepreneurial intention, family business, youth entrepreneurship, university ecosystem*

## INTRODUCCIÓN

El emprendimiento constituye uno de los motores fundamentales del desarrollo económico contemporáneo al favorecer la innovación, la generación de empleo y la diversificación productiva (1). En este contexto, las universidades, además de la función formativa tradicional, desempeñan un papel estratégico en la configuración de ecosistemas de innovación capaces de estimular la creación de nuevas empresas y la transferencia de conocimiento hacia el sector productivo. En el campo de investigación del emprendimiento, la intención emprendedora se ha consolidado como uno de los enfoques analíticos más utilizados para explicar el surgimiento del comportamiento empresarial. Este concepto se define como la predisposición consciente de un individuo para iniciar un negocio en el futuro y ha sido identificado como uno de los predictores más consistentes de la acción emprendedora (2) (3) (4).



Este estudio se ha sustentado en modelos ampliamente reconocidos en la literatura, como: la *Theory of Planned Behavior* propuesta por Icek Ajzen (5) y el *Entrepreneurial Event Model* desarrollado por Albert Shapero y Lawrence Sokol (6), los cuales explican la formación de la intención empresarial a partir de factores cognitivos, actitudinales y contextuales que influyen en la percepción de deseabilidad y viabilidad de emprender, donde explica la formación de la intención a partir de constructos cognitivos, y, permite comprender cómo se configuran mediante procesos de observación e imitación en contextos sociales como la familia, en los que los fundadores actúan como modelos de rol que transmiten valores, conocimientos tácitos y actitudes. En particular, en contextos universitarios se evidencian que la educación emprendedora fortalece las actitudes hacia la actividad empresarial y aumentar la disposición de los estudiantes a considerar la creación de empresas como una alternativa profesional viable, aunque este efecto suele manifestarse de manera indirecta a través de cambios en las percepciones, habilidades y valoraciones asociadas al emprendimiento (7) (3) (8).

Entre los factores que influyen en la formación de la intención emprendedora, el entorno familiar ha sido identificado como uno de los más relevantes. De ahí, los estudiantes provenientes de familias empresarias tienden a presentar niveles más elevados de intención emprendedora debido a los procesos de socialización temprana que ocurren en el ámbito familiar. La exposición directa a actividades empresariales facilita la transmisión de conocimientos, experiencias y valores asociados a la gestión de negocios, reduciendo la incertidumbre frente al emprendimiento y fortaleciendo la autoeficacia emprendedora (9) (3) (4) (10). En esta línea, investigaciones previas desarrolladas en el contexto ecuatoriano, particularmente en la provincia de Tungurahua, han evidenciado que el entorno familiar actúa como un ecosistema formativo que configura la vocación emprendedora desde etapas tempranas, identificando diferencias estructurales en la motivación para emprender: mientras que los individuos provenientes de familias empresarias tienden a orientarse hacia la preservación del estilo de vida y el estatus socioeconómico.

El currículo emprendedor se refiere a la integración sistemática de contenidos, metodologías y experiencias formativas orientadas al desarrollo de competencias relacionadas con la identificación de oportunidades, la innovación, la gestión del riesgo y la creación de nuevas empresas. A través de asignaturas específicas, metodologías de aprendizaje basadas en proyectos, actividades de simulación empresarial y vínculos con el entorno productivo, los planes de estudio pueden contribuir a desarrollar capacidades emprendedoras y a fortalecer la percepción de viabilidad del emprendimiento como opción profesional (11) (8).

Desde esta perspectiva, el currículo académico universitario puede actuar como una variable moderadora que altera la relación entre el antecedente familiar y la intención emprendedora, manifestándose tanto en un efecto potenciador, cuando la formación académica fortalece la vocación heredada. En esta línea, la literatura ha evidenciado que la educación emprendedora incide positivamente en la intención emprendedora mediante el desarrollo de competencias, autoeficacia y orientación hacia oportunidades (12) (13), contribuyendo a fortalecer la confianza de los estudiantes en la capacidad para emprender y a reducir la percepción de riesgo asociada a la creación de nuevas empresas. Así, el entorno familiar y la educación emprendedora de manera predominantemente independiente, generando una comprensión fragmentada de los procesos que configuran la intención emprendedora en contextos universitarios (14) (15) (16), con una limitada comprensión del mecanismo mediante el cual



ambos factores interactúan, especialmente en estudiantes universitarios pertenecientes a la Generación Z.

En este contexto, la investigación se articula a través de la pregunta: ¿Cuál es el efecto de la moderación del currículo académico universitario en la relación entre el antecedente de familia empresaria y la intención emprendedora de los jóvenes universitarios? De lo cual se plantea el objetivo del estudio: determinar el efecto de la moderación del currículo académico universitario en la intención emprendedora de jóvenes con antecedentes de familia empresaria.

Para alcanzar este objetivo, la investigación adopta un enfoque cuantitativo de corte transversal orientado a analizar las relaciones entre las variables consideradas. La información fue recopilada mediante cuestionario estructurado y validado aplicado a estudiantes de la carrera de Administración de Empresas. Posteriormente, los datos fueron analizados mediante técnicas estadísticas que permiten evaluar el efecto moderador del currículo académico universitario en la relación entre los antecedentes familiares empresariales y la intención emprendedora.

El antecedente de familia empresaria se entiende como la exposición directa o indirecta a actividades empresariales dentro del núcleo familiar, lo que puede influir en la construcción de percepciones, actitudes y expectativas relacionadas con la actividad emprendedora (9) (17).

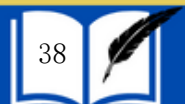
## MATERIALES Y MÉTODOS

El trabajo se enmarcó en un enfoque cuantitativo debido a que se basa en teorías existentes y se midió a través de un instrumento que principalmente se encarga de medir las dimensiones de cada variable, posteriormente se utilizó la estadística para medir la correlación entre estas y validar la hipótesis planteada previamente.

Este estudio es de tipo descriptivo y correlacional porque busca, en primer lugar, detallar y caracterizar la intención emprendedora de los estudiantes en el contexto académico, sin manipular las variables, observando los fenómenos tal como ocurren en la realidad. Así mismo, es correlacional ya que analiza la relación existente entre el currículo académico universitario, el antecedente familiar empresarial y la intención emprendedora. Además, se pretende identificar cómo estas variables se asocian entre sí y si el currículo actúa como un factor moderador en dicha relación permitiendo comprender la influencia conjunta de estos elementos en el comportamiento emprendedor de los jóvenes.

Se realizó una investigación bibliográfica con el fin de sustentar teóricamente el currículo académico, el antecedente familiar empresarial y la intención emprendedora, mediante la revisión de fuentes bibliográficas. Además, se aplicó investigación de campo con la aplicación del instrumento a los estudiantes universitarios.

La población objeto de estudio estuvo conformada por los estudiantes matriculados en el semestre enero-julio 2026 en la carrera de Administración de Empresas, quienes son 556 estudiantes que son el grupo de interés del estudio. Para la muestra, se emplea un muestreo aleatorio basado en el registro de los estudiantes en la Facultad de Ciencias Administrativas,



donde se obtiene 251 participantes que aseguran solidez de los resultados estadísticos por ser la muestra representativa. La participación en esta investigación fue voluntaria, para lo cual, al iniciar el cuestionario se colocó el consentimiento informado para dejar la participación opcional y de esta manera se garantizó evitar sesgos al momento de recolectar la muestra.

Para la recolección de datos se utilizó una encuesta validada basado en el cuestionario estructurado del antecedente familiar (18); para el ecosistema universitario (apoyo curricular, apoyo co-curricular y redes de contacto) se trabajó con la escala de apoyo universitario (19); y, para la intención emprendedora se utilizó la escala de intención emprendedora (EIQ) (20), basada en la teoría del comportamiento planificado (autoeficiencia, expectativa de resultados, metas y factores ambientales). De esta forma el instrumento tiene 36 preguntas cerradas que presentan la opción de respuesta en escala de Likert del 1 al 5 desde la categoría más baja hasta la más alta.

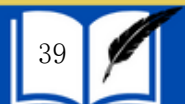
Para validar el instrumento se realizó partiendo del análisis de fiabilidad del instrumento, a través de alfa de Cronbach = 0.964 que indica que posee consistencia interna y es válido para recolectar información. Así mismo, se analiza la validez mediante análisis factorial de donde se encuentra que KMO = 0.954 y esfericidad de Bartlett 5628.96 con p-value < 0.01 lo cual indica que los datos recolectados son suficientemente apropiados para análisis factorial exploratorio, es decir, los datos muestran información significativa en el estudio y que las variables están correlacionadas entre sí, lo que indica la calidad de la muestra es adecuada para representar la realidad estudiada.

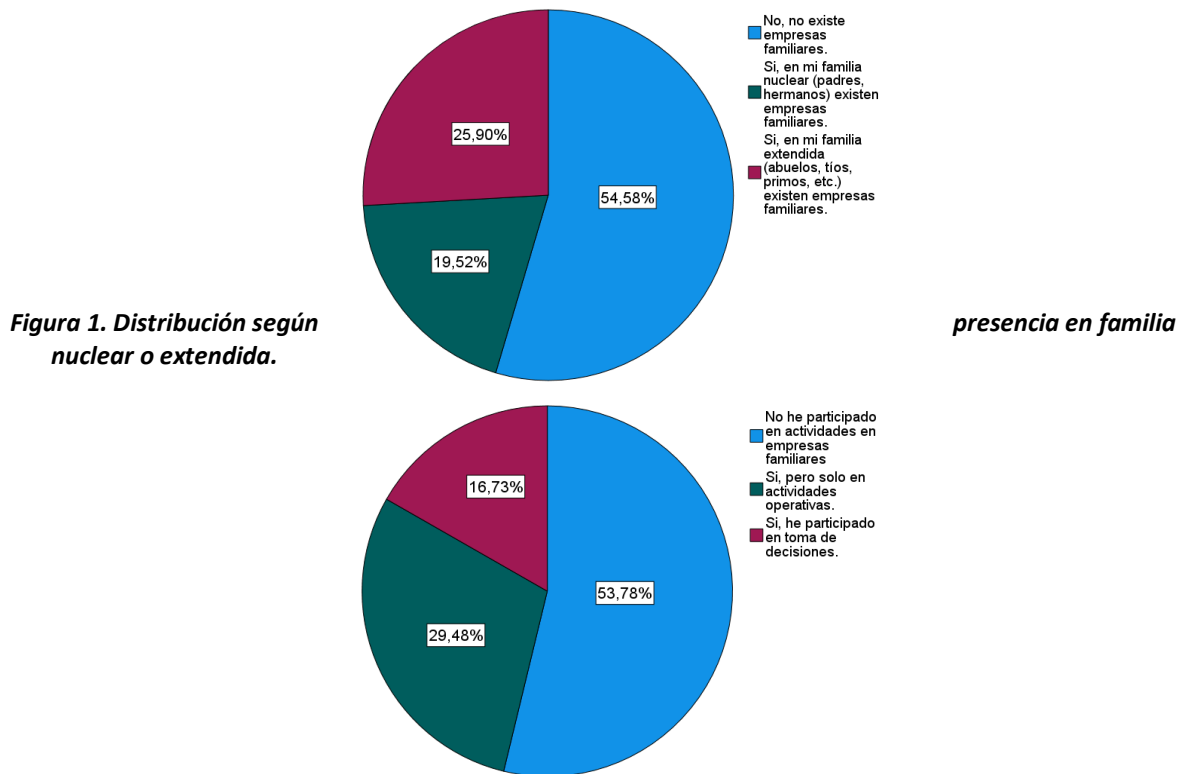
La información fue procesada a través de un software estadístico SPSS 27.0, el cual nos permitió desarrollar tablas y gráficos para el análisis descriptivo de las variables y posteriormente la utilización de una prueba de normalidad y validación de hipótesis para determinar la correlación de las variables, lo mismo que se representa los resultados.

## RESULTADOS

### A. Antecedentes familiares

El 54,58% de los estudiantes encuestados afirma que no existen empresas en el entorno familiar. En contraste, un segmento representativo del 45,42% sí cuenta con antecedentes familiares empresariales. De este grupo con antecedentes de empresas familiares, el 25,90% ubica estos negocios en la familia extendida (abuelos, tíos, primos), mientras que un 19,52% proviene de familias nucleares (padres, hermanos) con empresas. Respecto a la inmersión práctica, el 53,78% no ha participado en actividades laborales vinculadas a negocios familiares. Entre quienes sí han tenido un nivel de involucramiento, el 29,48% señala haber colaborado exclusivamente en actividades operativas. Únicamente una minoría del 16,73% ha logrado involucrarse en procesos estratégicos relacionados con la toma de decisiones.





**Figura 2. Nivel de involucramiento de los encuestados.**

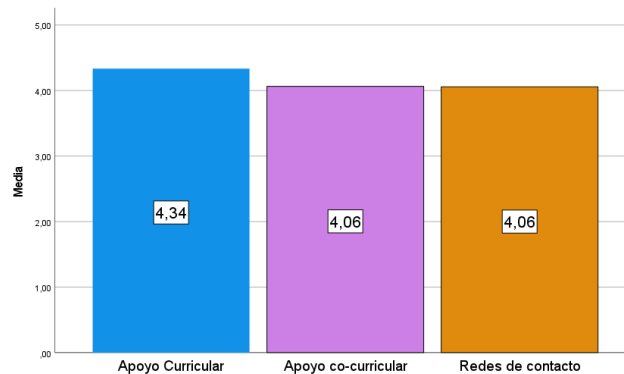
Los resultados sobre los antecedentes familiares muestran que muchos estudiantes no tienen un entorno empresarial cercano, aunque también hay un grupo importante que si ha tenido algún tipo de contacto con emprendimientos en su familia. Se observa que estos negocios familiares no solo están en el núcleo cercano, sino también en la familia extendida, lo que indica que la exposición al emprendimiento puede darse a través de distintos vínculos. Sin embargo, esta cercanía no siempre implica una participación directa ya que más de la mitad de los estudiantes no ha estado involucrado en estas actividades. Entre quienes, si han participado, la mayoría lo ha hecho en tareas operativas, es decir, en actividades básicas, mientras que pocos han formado parte de procesos más estratégicos o de toma de decisiones. Esto sugiere que, aunque dentro de la familia se comparten experiencias y conocimientos sobre negocios, esta participación suele ser limitada y progresiva, especialmente porque los estudiantes aún están en formación. En este sentido, la familia influye en cómo se percibe el emprendimiento y ayuda a desarrollar ciertas habilidades y actitudes, pero no siempre garantiza una experiencia completa en la gestión de un negocio. Por lo tanto, el antecedente familiar es un factor importante en la intención emprendedora pese a que su impacto depende del nivel de participación y del tipo de experiencias que haya tenido cada estudiante.

## B. Ecosistema universitario

Al evaluar la percepción de los estudiantes sobre el ecosistema universitario a través de la escala de Likert de 1 al 5 y obtenido el valor promedio de las preguntas relacionadas a cada dimensión, los resultados muestran una valoración alta en todas las dimensiones. El Apoyo Curricular destaca como la dimensión mejor valorada, alcanzando una media de 4,34. Así mismo, las dimensiones de Apoyo co-curricular y Redes de contacto presentan valoraciones



idénticas, con una media de 4,06 cada una. Estos valores indican que los universitarios captan un entorno institucional sólido y activamente involucrado en la promoción del emprendimiento, destacándose principalmente a través de la formación académica formal.

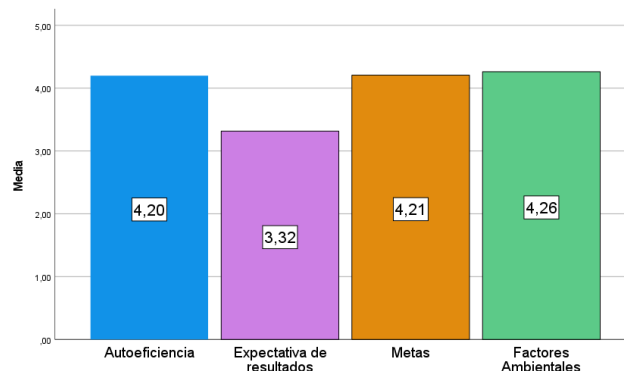


**Figura 3. Valoración de ecosistema universitario.**

Los puntajes reflejan que la universidad ha trascendido de la función formativa tradicional para fortalecerse como un ecosistema de innovación y fomento empresarial. El predominio del apoyo curricular evidencia una integración sistemática y efectiva del currículo emprendedor, sugiriendo que las metodologías de aprendizaje activo, los proyectos y las asignaturas específicas logran fortalecer las capacidades emprendedoras de los estudiantes en las aulas.

### C. Intención emprendedora

Al evaluar las dimensiones de la intención emprendedora, los datos muestran una tendencia extendida hacia valores altos, revelando una preferencia en la mayoría de los factores. La dimensión de Factores Ambientales destaca con la media más alta del elemento, alcanzando una media de 4,26. Las dimensiones de Metas y Autoeficiencia presentan un comportamiento estadístico similar, con medias de 4,21 y 4,20, respectivamente. En cambio, la expectativa de resultados registra una caída significativa en la valoración, situándose como la media más baja con un 3,32.



**Figura 4. Medias de las dimensiones de intención emprendedora**

Paralelamente, los altos niveles de autoeficiencia (4,20) y claridad en las metas (4,21) demuestran que los estudiantes poseen una sólida confianza en las habilidades para planificar

y ejecutar la creación de una empresa. Desde la óptica de la *Theory of Planned Behavior*, este control conductual percibido es uno de los predictores más consistentes de la intención emprendedora, ya que refleja la integración de capacidades técnicas y gerenciales.

No obstante, la expectativa de resultados (3,32) revela un fenómeno de reserva, pues, aunque los estudiantes se perciben capaces y respaldados por el entorno social y familiar, manifiestan incertidumbre respecto a los retornos empresariales, la rentabilidad o el éxito sostenido que podrían obtener al emprender. Esta brecha entre la capacidad percibida (autoeficiencia) y la desconfianza sobre el éxito futuro (expectativa de resultados) subraya el espacio donde el currículo académico universitario debe intervenir como mecanismo moderador. El ecosistema formativo tiene el reto de moderar esta percepción de riesgo mediante redes de contacto efectivas y simulaciones de mercado que transformen esa alta intención latente en un comportamiento empresarial definitivo, interactuando con las certezas o dudas que los estudiantes ya traen del antecedente familiar.

#### D. Relación de las variables

Para el análisis de correlación se considera los casos donde los estudiantes de la carrera de administración de empresas posean una empresa, es decir, se considera el 45% de los participantes del estudio; este conjunto de datos se encuentra con el factor de influencia de antecedentes de familia empresaria.

Este conjunto de datos se evalúa el comportamiento de normalidad de las dimensiones a través de la prueba de Kolmogorov-Smirnov donde se encuentra que las dimensiones poseen normalidad ( $p\text{-value} = 0.000$ ), por lo cual se trabaja a través de la correlación de Spearman, siendo que esta prueba no requiere los supuestos de normalidad para la aplicación.

**Tabla 1. Coeficientes de correlación y significancia estadística.**

		Auto eficiencia	Expectativa de resultados	Metas	Factores Ambientales
Apoyo Curricular	Coefficiente de correlación	,622**	,611**	,604**	,522**
	Sig. (bilateral)	0,000	0,000	0,000	0,000
Apoyo Co-Curricular	Coefficiente de correlación	,861**	,614**	,697**	,624**
	Sig. (bilateral)	0,000	0,000	0,000	0,000
Redes de contacto	Coefficiente de correlación	,689**	,568**	,651**	,602**
	Sig. (bilateral)	0,000	0,000	0,000	0,000

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).



Los resultados de la matriz evidencian que todas las correlaciones entre las dimensiones del ecosistema universitario y la intención emprendedora son positivas y estadísticamente significativas al nivel de 0,01 (bilateral). Esto permite indicar que hay evidencia estadísticamente significativa para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa que indica que: existe una relación directa y significativa entre el ecosistema universitario, la intención emprendedora y el antecedente de familia empresaria.

De esto, el hallazgo más fuerte es la correlación entre el Apoyo co-curricular y la dimensión de Autoeficiencia ( $r = 0,861$ ), siendo el valor más alto de todo el modelo. Así mismo, el Apoyo co-curricular mantiene relaciones fuertes con las Metas ( $r = 0,697$ ) y los Factores Ambientales ( $r = 0,624$ ). Por otra parte, el Apoyo Curricular y las Redes de Contacto presentan correlaciones consistentes de moderadas a fuertes (entre  $r = 0,522$  y  $r = 0,689$ ) con todas las dimensiones de la variable dependiente.

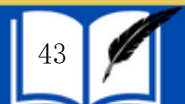
Destaca la correlación del Apoyo co-curricular con la Autoeficiencia (0,861) esto indica que, para los estudiantes de empresas familiares, no basta únicamente con la teoría en el aula. Son las metodologías de aprendizaje activo fuera del espacio tradicional como: las simulaciones de negocios, el aprendizaje basado en problemas y los proyectos extracurriculares, las que transforman el conocimiento heredado de la familia en una sólida confianza personal para emprender. Los hallazgos estadísticos proporcionan evidencia empírica robusta para aceptar la hipótesis del estudio.

## DISCUSIÓN

Desde una perspectiva teórica, estos resultados confirman que el currículo académico universitario ejerce un efecto moderador de tipo potenciador en la intención emprendedora. Para los jóvenes que ya traen consigo procesos de socialización temprana y transmisión de conocimientos tácitos desde sus negocios familiares, la universidad no es un actor neutral. Por el contrario, el ecosistema universitario interactúa con este conocimiento familiar emprendedora multiplicando la predisposición hacia la creación de empresas.

Desde la perspectiva de la familia empresaria, el entorno familiar actúa como un espacio donde se transmiten recursos y conocimientos vitales para la formación de aspiraciones empresariales. Así mismo, dentro del grupo que posee empresas familiares dentro del entorno, la inmersión es parcial, esto debido a que aún no concluyen la etapa de profesionalización, pero la transmisión de conocimientos tácitos como la gestión de recursos organizacionales y la toma de decisiones en escenarios de incertidumbre está dentro del ambiente familiar. Este aprendizaje observacional, según la literatura, es fundamental para fortalecer la autoeficacia y la percepción de viabilidad del emprendimiento.

En el contexto universitario, se evidencia una valoración positiva del ecosistema académico, el cual resulta clave dentro del modelo de investigación. La existencia de un currículo sólido y de redes de apoyo estructuradas permite a la universidad interactuar con las experiencias familiares del estudiante. En este sentido, el entorno formativo puede asumir un rol moderador, ya sea potenciando la vocación emprendedora en quienes provienen de familias empresarias o compensando la falta de este capital social en aquellos que no cuentan con dichos antecedentes. Estos resultados guardan relación con estudios previos desarrollados en Tungurahua, donde también se ha identificado que la articulación entre el entorno



universitario y los entornos familiares incide de manera positiva en el desarrollo de actitudes y competencias emprendedoras.

El perfil estudiantil de quienes poseen antecedentes de familias empresarias está caracterizado por la predisposición cognitiva hacia el emprendimiento, fuertemente anclada en la percepción de las capacidades propias y en la influencia del entorno. De esto, los factores ambientales (4,26) indica que los jóvenes perciben un contexto social e institucional favorable para emprender. Esto confirma los postulados del *Entrepreneurial Event Model*, el cual sostiene que la percepción de deseabilidad y el contexto social actúan como fuerzas catalizadoras para impulsar a los individuos a considerar el emprendimiento como una alternativa profesional.

De la correlación, la influencia de las redes de contacto y el apoyo curricular sobre las expectativas de resultados y las metas demuestra que la educación emprendedora provee los recursos institucionales necesarios para reducir la percepción de riesgo. En síntesis, el ecosistema universitario actúa como un mecanismo estructural que valida, estructura y proyecta las disposiciones emprendedoras adquiridas en el entorno familiar.

A partir de los hallazgos expuestos, resulta que a futuro se desarrollen estudios de carácter longitudinal para evaluar si esta alta intención emprendedora moderada por la universidad se materializa efectivamente en la creación de start-ups tras la graduación. Así mismo, es necesario ampliar el modelo teórico para contrastar empíricamente el potencial efecto compensatorio del ecosistema universitario, determinando si un currículo robusto posee la capacidad de sustituir la ausencia absoluta de capital social primario en aquellos estudiantes que carecen por completo de antecedentes familiares empresariales.

## CONCLUSIONES

Se concluye que el ecosistema universitario ejerce un rol moderador de carácter potenciador sobre la intención emprendedora de los jóvenes con antecedentes de familia empresaria. Lejos de ser un actor institucional neutral frente al conocimiento del estudiante, la universidad actúa como un facilitador estructural que toma el conocimiento tácito, heredado de la socialización familiar, para validarlo, estructurarlo y proyectarlo con profesionalización hacia la creación de nuevas empresas.

Un hallazgo crítico respecto a este mecanismo de moderación radica en la insuficiencia de la formación académica tradicional de manera aislada. Se concluye que son las metodologías de aprendizaje activo y el apoyo co-curricular son los determinantes que transforman la inmersión familiar, a menudo parcial u operativa, en una sólida autoeficacia emprendedora. El currículo debe trascender el aula para dotar al estudiante de la confianza estratégica necesaria para emprender.

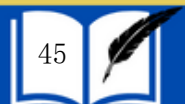
A pesar de poseer una alta predisposición actitudinal, los estudiantes manifiestan una marcada cautela e incertidumbre frente a los retornos y el éxito sostenido de las futuras iniciativas empresariales, también es una aversión heredada de la influencia de la familia empresaria. Por lo tanto, se concluye que las redes de contacto y el apoyo curricular provistos por la educación superior son recursos vitales para acortar la brecha existente entre la alta



capacidad percibida por el estudiante y la desconfianza hacia los resultados del mercado, operando como un blindaje institucional que reduce la percepción de riesgo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Acevedo R, Lorca-Susino M. Entrepreneurship: The Driving Force for Economic Growth in the Twenty-First Century in the European Union. *Journal of Economic Analysis*. 2025; 4(2):1–17. doi:10.58567/jea04020001
2. Jurgelevičius A, Raišienė AG. University Entrepreneurial Ecosystems: Start-Up Founders' Perspectives on Critical Factors for Student Start-Up Success. *Economics and Sociology*. 2025; 18(2):221–245. doi:10.14254/2071-789X.2025/18-2/12
3. Nguyen TD, Cherif R, Mahieux PY, Lux J, Aït-Mokhtar A, Aït-Mokhtar E. Artificial intelligence algorithms for prediction and sensitivity analysis of mechanical properties of recycled aggregate concrete: a review. *Journal of Building Engineering*. 2023; 66. doi:10.1016/j.jobbe.2023.105929
4. Szabó K, Aranyossy M. The influence of family business background on the entrepreneurial intention of individuals: a quantitative study of Hungarian university students. *Society and Economy*. 2024; 46(4): 441–461. doi:10.1556/204.2024.00009
5. Ajzen I. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 1991; 53(1): 51–58. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-T
6. Shapero A, Sokol L. The social dimensions of entrepreneurship. In: Kent CA, Sexton DL, Vesper KH, editors. *The Encyclopedia of Entrepreneurship*.: Prentice-Hall; 1982. p. 72–90.
7. Akcil U, Suhanberdyeva D. Research on university profiles about entrepreneurship and innovation orientation: Case of a developing country. *Frontiers in Psychology*. 2022; 13. doi:10.3389/fpsyg.2022.968996
8. Tong X, Cai X, Wang K. Entrepreneurial family background as a moderator of entrepreneurship education portfolio and entrepreneurial intentions of students. *SAGE Open*. 2025; 15(4):1-13. doi:10.1177/21582440251392702
9. Carr JC, Sequeira JM. Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A theory of planned behavior approach. *Journal of Business Research*. 2007; 60(10): 1090–1098. doi:10.1016/j.jbusres.2006.12.016
10. Zellweger T, Siege P, Halter F. Should I stay or should I go? career choice intentions of students with family business background. *Journal of Business Venturing*. 2011; 26(5): 521–536. doi:10.1016/j.jbusvent.2010.04.001
11. Gonzalez-Tamayo LA, Olarewaju AD, Bonomo-Odizzio A, Krauss-Delorme C. University student entrepreneurial intentions: the effects of perceived institutional support, parental role models, and entrepreneurial self-efficacy. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 2024; 31(8): 205–227. doi:10.1108/JSBED-09-2022-0408
12. Fayolle A, Gailly B. From craft to science: teaching models and learning processes in entrepreneurship education. *Journal of European Industrial Training*. 2008; 32(7): 569–593. doi:10.1108/03090590810899838
13. Nabi G, Liñán F, Fayolle A, Krueger N, Walmsley A. The impact of entrepreneurship education in higher education: a systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning and Education*. 2017; 16(2): 277–299. doi:10.5465/amle.2015.0026



14. Csákné Filep J, Timár G, Szennay Á. Analysing the impact of entrepreneurship education on early-stage entrepreneurship—focusing on the transitional countries of Central and Eastern Europe. *Administrative Sciences*. 2025; 15(2): 1–13. doi:10.3390/admsci15020036
15. Lv Y, Chen Y, Sha Y, Wang J, An L, Chen T, et al. How entrepreneurship education at universities influences entrepreneurial intention: mediating effect based on entrepreneurial competence. *Frontiers in Psychology*. 2021; 12. doi:10.3389/fpsyg.2021.655868
16. Xanthopoulou P, Sahinidis A. Exploring the impact of entrepreneurship education on social entrepreneurial intentions: a diary study of tourism students. *Administrative Sciences*. 2025; 15(3). doi:10.3390/admsci15030111
17. Lindquist MJ, Sol J, Van Praag M. Why do entrepreneurial parents have entrepreneurial children? *Journal of Labor Economics*. 2015; 33(2): 269–296. doi:10.1086/678493
18. Saeed S, Yousafzai SY, Yani-De-Soriano M, Muffatto M. The role of perceived university support in the formation of students' entrepreneurial intention. *Journal of Small Business Management*. 2013; 53(4): 1127–1145. doi:10.1111/jsbm.12090
19. Morris MH. Student entrepreneurship and the university ecosystem: a multi-country empirical exploration. *European Journal of International Management*. 2017; 11(1): 65–85. doi:10.1504/EJIM.2017.081251
20. Liñán F, Chen YW. Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2009; 33(3): 593–617. doi:10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x

