

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema: "Educación emprendedora e intención de emprender: Estudio de caso UPEC"

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del
título de Licenciado en Administración de Empresas

AUTOR: García Zuñiga Alexander Daniel

TUTOR: MSc. Viveros Almeida Luis Homero

Tulcán, 2026

CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que el estudiante Garcia Zuñiga Alexander Daniel con el número de cédula 0401912985 ha desarrollado el Trabajo de Integración Curricular: "Educación emprendedora e intención de emprender: Estudio de caso UPEC".

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en la Codificación del Reglamento de Régimen Académico y de Estudiantes de la UPEC, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

MSc. Viveros Almeida Luis Homero

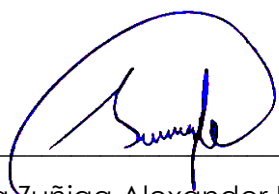
TUTOR

Tulcán, agosto de 2026

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente Trabajo de Integración Curricular constituye un requisito previo para la obtención del título de Licenciado en la Carrera de Administración de Empresas de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial.

Yo, García Zuñiga Alexander Daniel con cédula de identidad número 0401912985 declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



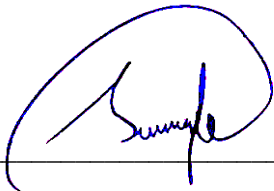
García Zuñiga Alexander Daniel

AUTOR

Tulcán, agosto de 2026

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo García Zuñiga Alexander Daniel declaro ser autor de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular: "Educación emprendedora e intención de emprender: Estudio de caso UPEC" y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes de posibles reclamos o acciones legales.



García Zuñiga Alexander Daniel

AUTOR

Tulcán, agosto de 2026

AGRADECIMIENTO

Al culminar esta etapa de mi formación universitaria, quiero expresar mis más profundos agradecimientos, en primer lugar, a Dios, por brindarme la fortaleza, la sabiduría y la perseverancia necesarias para superar cada uno de los obstáculos que se presentaron a lo largo de mi carrera.

A mis padres, quienes con esfuerzo, amor y apoyo incondicional fueron los principales impulsores de este logro. Gracias por creer en mí incluso en los momentos en que yo dudaba.

A mi tutor, por su paciencia, dedicación y valiosa guía durante el desarrollo de esta investigación. Sus conocimientos y su disposición constante para orientarme fueron fundamentales para poder concluir este trabajo de la mejor manera.

Finalmente, a esa persona especial que la vida me permitió conocer durante este camino universitario. Gracias por ser un pilar fundamental en los momentos más difíciles, por no dejarme rendir y por acompañarme con paciencia y motivación hasta el final de esta etapa. Este logro es gracias a ustedes.

DEDICATORIA

Dedico esta investigación, en primer lugar, a mis padres, Tereza Zúñiga y Gerardo García, quienes han sido el pilar fundamental en cada etapa de mi vida. Gracias por su apoyo incondicional, por acompañarme durante todo este proceso y por haber contribuido con sus enseñanzas, valores y esfuerzo a formar la persona que soy.

A mi hermana, con quien compartí el sueño de alcanzar esta meta. Aunque por circunstancias de la vida no pudo culminar ese camino, este logro también lleva una parte de ella y representa el compromiso de cumplir una meta.

Finalmente, dedico este trabajo a todas aquellas personas especiales que estuvieron presentes durante mi formación académica y personal, quienes, con su apoyo, palabras de aliento y compañía fueron parte importante de este camino y contribuyeron a hacer posible este logro.

ÍNDICE

RESUMEN	10
ABSTRACT.....	11
INTRODUCCIÓN	12
I. EL PROBLEMA.....	13
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	14
1.3. JUSTIFICACIÓN	14
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	16
1.4.1. Objetivo General.....	16
1.4.2. Objetivos Específicos.....	16
1.4.3. Preguntas de Investigación.....	16
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	17
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	17
2.2. MARCO TEÓRICO	20
2.2.1. Emprendimiento	20
2.2.2. Teoría del comportamiento planificado.....	20
2.2.3. Educación emprendedora.....	21
2.2.4. Intención emprendedora	23
2.2.5. Relación entre educación emprendedora e intención de emprender.....	23
III. METODOLOGÍA	25
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	25
3.1.1. Enfoque.....	25
3.1.2. Tipo de Investigación	25
3.2. HIPÓTESIS	26

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	26
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	27
3.4.1. Método.....	27
3.4.2. Técnica e instrumento	28
3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO	28
3.5.1 Población y muestra.....	28
3.5.2 Fiabilidad del instrumento	29
3.5.3 Normalidad de datos.....	30
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	31
4.1. RESULTADOS.....	31
4.1.1 Descriptivos	31
4.1.2 Análisis de diferencias significativas educación emprendedora	32
4.1.3 Análisis de diferencias significativas intención emprendedora.....	35
4.1.4 Relación entre educación e intención emprendedoras	39
4.2. DISCUSIÓN	39
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	43
5.1. CONCLUSIONES.....	43
5.2. RECOMENDACIONES.....	43
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	45
VII. ANEXOS.....	49

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables	27
Tabla 2. Fiabilidad del instrumento en la prueba piloto.....	29
Tabla 3. Fiabilidad del instrumento definitivo.....	30
Tabla 4. Pruebas de normalidad Kolmogorov-Smirnov y Lilliefors.....	30
Tabla 5. U de Mann-Whitney entre educación emprendedora y género.....	32
Tabla 6. Contraste de Kruskal-Wallis educación emprendedora.....	33
Tabla 7. U de Mann-Whitney entre educación emprendedora y empresa familiar ...	33
Tabla 8. U de Mann-Whitney entre educación emprendedora y empresa propia	33
Tabla 9. U de Mann-Whitney entre intención y formación emprendedoras	35
Tabla 10. U de Mann-Whitney entre intención emprendedora y género.....	36
Tabla 11. Contraste de Kruskal-Wallis entre intención emprendedora y carrera.....	36
Tabla 12. U de Mann-Whitney entre intención emprendedora y empresa familiar	36
Tabla 13. U de Mann-Whitney entre intención emprendedora y empresa propia	37
Tabla 14. Correlación de Spearman	39

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura. 1 Distribución por género.....	31
Figura. 2 Distribución por carrera.....	32
Figura. 3 Índice de importancia relativa de la educación emprendedora por dimensiones	34
Figura. 4 Diagrama de cajas de la educación emprendedora	35
Figura. 5 Índice de importancia relativa de la intención emprendedora por ítems....	37
Figura. 6 Diagrama de cajas de la intención emprendedora.....	38

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Certificado del abstract por parte del centro de idiomas.....	49
Anexo 2. Encuesta aplicada.....	50

RESUMEN

Esta investigación tuvo como propósito analizar la relación entre la educación emprendedora y la intención de emprender en los estudiantes universitarios. El estudio se llevó a cabo desde la óptica de la teoría del comportamiento planificado. Para este efecto se trabajó un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo y correlacional, el cuestionario fue aplicado a una muestra de estudiantes universitarios. Los principales hallazgos del estudio determinaron que la educación emprendedora en los estudiantes es relativamente alta y la intención emprendedora es moderadamente alta, al final se pudo establecer que existe una correlación positiva alta y estadísticamente significativa entre la educación emprendedora y la intención de emprender. También, se encontró que ni la carrera ni el género representan factores diferenciadores en ninguna de las dos variables, mientras que la presencia de una empresa familiar sí presenta diferencias significativas en la intención emprendedora. Estos resultados confirman la validez del modelo de comportamiento planificado en el contexto universitario ecuatoriano, lo que implica fortalecer los programas de educación emprendedora mediante metodologías activas y estrategias diferenciadas que potencien el desarrollo emprendedor de todos los estudiantes por igual.

Palabras Claves: Educación, gestión de empresas, emprendimiento, iniciativa empresarial, formación profesional.

ABSTRACT

This research aimed to analyze the relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intention among university students. The study was conducted from the perspective of the Theory of Planned Behavior. For this purpose, a quantitative approach with a descriptive and correlational design was employed, and a questionnaire was administered to a sample of university students. The main findings revealed that the level of entrepreneurship education among students is relatively high, while entrepreneurial intention is moderately high. The study ultimately established that there is a strong positive and statistically significant correlation between entrepreneurship education and entrepreneurial intention. Furthermore, the results indicated that neither academic program nor gender constitutes a differentiating factor for either variable. In contrast, the presence of a family-owned business was found to generate significant differences in entrepreneurial intention. These findings confirm the validity of the Theory of Planned Behavior within the Ecuadorian university context, highlighting the need to strengthen entrepreneurship education programs through active learning methodologies and differentiated strategies that foster entrepreneurial development equally among all students.

Keywords: Education, business management, entrepreneurship, entrepreneurial initiative, professional training.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento se ha convertido en un factor fundamental para el crecimiento económico y para la creación de nuevas plazas de trabajo, en este sentido, la educación emprendedora adquiere importancia dentro de las instituciones de educación superior, ya que se considera un medio clave en la formación de competencias y habilidades para crear nuevos negocios. Ecuador presenta una de la tasa de actividad emprendedoras más altas de América Latina con un 32,65 %, la mayor parte de emprendedores tienden a ser jóvenes motivados por la escasez de oportunidades laborales y su propia iniciativa (Lasio et al., 2024).

En esta línea, Mendieta (2023) señala que entre los factores que impulsan la intención emprendedora de los jóvenes está su deseo de superación personal y profesional, junto con la percepción de oportunidades en el mercado. La interacción con otros y su confianza en sus habilidades también fortalecen su intención emprendedora. Por otro lado, la falta de oportunidades laborales en su entorno y la formación en habilidades emprendedoras fuera del ámbito universitario influyen en su decisión de emprender. No obstante, la incorporación del emprendimiento en los programas universitarios no garantiza el desarrollo de la intención emprendedora en estudiantes, ya que la efectividad depende de la pedagogía aplicada.

En este contexto, la presente investigación tiene como objetivo analizar la relación entre la educación emprendedora y la intención de emprender en los estudiantes universitarios, para comparar las diferencias significativas que existen entre carreras. El estudio se organiza en cinco capítulos. El primero plantea el problema de investigación, sus objetivos y preguntas de investigación. El segundo desarrolla la fundamentación teórica, sustentada principalmente en la Teoría del Comportamiento Planificado, junto con los fundamentos sobre educación emprendedora e intención de emprender.

El tercer capítulo describe la metodología cuantitativa, de tipo descriptiva y correlacional, empleada para la recolección y análisis de datos. El cuarto capítulo presenta los resultados y la discusión a partir de los datos obtenidos y analizados mediante pruebas estadísticas no paramétricas. Finalmente, el quinto capítulo expone las conclusiones y recomendaciones del estudio.

I. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el contexto actual, el emprendimiento se ha convertido en un elemento esencial para el desarrollo económico y social de los países, al ser una fuente generadora de empleo (Meza et al., 2026). En este sentido, fomentar una cultura emprendedora es fundamental, especialmente en economías emergentes donde crear nuevas empresas representa una vía clave para reducir la desigualdad y responder a los desafíos sociales. Las instituciones de educación superior desempeñan un papel clave en el fortalecimiento de la intención emprendedora del estudiante universitario, al contribuir en el desarrollo de conocimientos, habilidades y actitudes relacionadas con la creación de empresas (Rubio y Lisbona, 2023). Este estudio también muestra que la educación emprendedora se ha incorporado en los sistemas educativos con el propósito de promover la innovación, la creatividad y el desarrollo de competencias empresariales en los estudiantes. No obstante, su implementación presenta debilidades significativas en cuanto a la metodología y la efectividad de los programas.

Según Fayolle y Gailly (2008), la educación emprendedora busca impulsar la motivación, las habilidades y la intención de emprender proyectos empresariales mediante metodologías activas que estimulen la creatividad y el pensamiento crítico. En la misma línea, Fayolle y Gailly (2015) mencionan que la educación emprendedora no debe limitarse a enseñar a crear empresas, sino a fomentar actitudes y comportamientos emprendedores que permitan a los jóvenes actuar de manera proactiva frente a los desafíos del entorno.

Según Ajzen (1991), la intención es el principal predictor del comportamiento, y su fortalecimiento depende de factores como la actitud hacia el emprendimiento, las normas sociales y el control percibido. Por ello, el evaluar cómo la educación universitaria influye en estos componentes es fundamental para comprender su papel en el desarrollo de competencias emprendedoras. De acuerdo con Krueger et al. (2000), la intención emprendedora está determinada por factores personales,

sociales y contextuales, entre los cuales las condiciones económicas juegan un papel fundamental. Cuando el entorno no ofrece suficientes oportunidades de empleo o estabilidad laboral, los jóvenes optan por emprender como una estrategia de supervivencia.

Por otra parte, Torres (2023), en un estudio realizado en la ciudad de Ibarra concluye que muchos proyectos se inician sin una adecuada formación en planificación estratégica, mercadotecnia, ni manejo financiero, lo que conduce a su fracaso en etapas tempranas. Esta situación demuestra que la educación emprendedora juega un papel crucial en la supervivencia de los negocios, pues brinda a los futuros empresarios las herramientas necesarias para gestionar eficientemente sus recursos y adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado. Además, la intención de emprender entre los estudiantes depende en mayor medida de la necesidad económica que dé la oportunidad o vocación emprendedora.

Finalmente, Vélez et al. (2020), en sus hallazgos describen que la educación emprendedora no está relacionada con la intención emprendedora de manera directa, es decir, la educación emprendedora no influye directamente en la intención emprendedora, sino que contribuye a mejorar las habilidades, competencias, actitudes y valores emprendedores de los estudiantes, lo que a su vez puede fomentar la intención de emprender. En este sentido, la provincia del Carchi presenta una realidad económica marcada por bajas oportunidades de empleo formal, altas tasas de migración y una estructura productiva basada principalmente en el comercio y los servicios. En este aspecto, las universidades se convierten en espacios estratégicos para la formación de jóvenes capaces de generar sus propias fuentes de empleo, por tal motivo, se pretende analizar la educación emprendedora y la intención de emprender en la UPEC.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Existe relación entre la educación emprendedora y la intención de emprender en los estudiantes de la UPEC?

1.3. JUSTIFICACIÓN

Desde el campo académico, la investigación se acopla directamente con el perfil de egreso de la carrera de Administración de Empresas, al impulsar el desarrollo de competencias relacionadas con la gestión organizacional, la toma de decisiones estratégicas, el pensamiento innovador y el fomentar la cultura emprendedora. De

la misma forma, guarda coherencia con la malla curricular, particularmente con asignaturas como conductas emprendedoras, creatividad e innovación, emprendimiento, administración estratégica e investigación de mercados, en las cuales se abordan herramientas, enfoques y competencias aplicables al desarrollo de la intención emprendedora en los estudiantes universitarios. También se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), específicamente con el ODS 4 (Educación de Calidad), al promover una formación universitaria pertinente que fortalezca capacidades emprendedoras y con el ODS 8 (Trabajo Decente y Crecimiento Económico), al impulsar el emprendimiento como ruta para la generación de empleo y el desarrollo productivo.

El presente estudio gana relevancia porque aborda un problema actual de la educación superior y el desarrollo económico, en cuanto a la relación entre la educación emprendedora y la intención de emprender en los estudiantes universitarios. La provincia del Carchi se caracteriza por tener limitadas oportunidades de empleo formal y una creciente necesidad de generar alternativas de autoempleo, en este sentido, comprender este problema es fundamental para fortalecer el rol de las universidades como agentes de cambio social y económico.

Esta investigación contribuye a obtener respuestas sobre la efectividad de la educación emprendedora en el entorno universitario, si bien el emprendimiento se encuentra en los programas de formación de la institución, existen indicios de que su impacto en la intención de emprender no es completamente claro. Por ello, el estudio permitirá analizar si realmente la formación recibida influye en la motivación y disposición de los estudiantes para iniciar un negocio. Los resultados de esta investigación ayudarán para tomar decisiones en la institución.

A partir de los hallazgos, la universidad podrá identificar fortalezas y debilidades en sus programas de educación emprendedora, lo que permitirá diseñar estrategias más efectivas, fortalecer la vinculación con el sector productivo y mejorar la formación integral de los estudiantes. También, el estudio tiene relevancia social, ya que el fortalecimiento de la intención emprendedora en los jóvenes puede mejorar su motivación para crear nuevas empresas y generar empleo.

Finalmente, esta investigación permitirá aportar al conocimiento científico en el campo del emprendimiento, especialmente en el contexto ecuatoriano, donde aún

existen limitaciones en estudios que analicen de manera específica la relación entre educación emprendedora e intención de emprender.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Analizar la educación emprendedora y la intención de emprender de los estudiantes de la UPEC para la realización de comparaciones entre grupos por carrera

1.4.2. Objetivos Específicos

- Identificar el nivel de educación emprendedora de los estudiantes de la UPEC en sus programas académicos.
- Analizar la intención emprendedora en los estudiantes según su formación académica por carrera.
- Analizar la relación de la educación emprendedora y la intención de emprender de los estudiantes de la UPEC.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cuál es el nivel de educación emprendedora que tienen los estudiantes de la UPEC dentro de sus programas académicos?
- ¿Qué grado de intención de emprender presentan los estudiantes de la UPEC en función de su formación académica?
- ¿Cuál es la relación de la educación emprendedora y la intención de emprender en los estudiantes de la UPEC?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

En los últimos años, la relación entre la educación emprendedora y la intención de emprender ha sido muy estudiada por los investigadores, especialmente en el ámbito universitario, esto se debe a su impacto en el desarrollo económico y social. En este sentido, Araya (2021) realizó un análisis documental con el objetivo de examinar como influye la educación emprendedora en la intención de emprender en el alumnado universitario. Los hallazgos revelaron que la mayoría de las investigaciones teórico-empíricas emplean la teoría del comportamiento planificado, el modelo de enfoque cuantitativo y corte transversal, además de utilizar técnicas como la encuesta y análisis estadístico.

Los resultados muestran que se observa un efecto significativo y positivo entre la educación emprendedora y la intención de emprender, pero depende mucho del contexto del estudio y el tipo de enseñanza. Por lo tanto, los programas académicos enfocados al emprendimiento refuerzan la educación impartida y a su vez mejoran la intención de los estudiantes.

En la misma línea, Valenzuela et al. (2022) desarrollaron una investigación sobre mentalidad e intención por emprender en una universidad de Chile, el objetivo del estudio fue analizar el efecto de la educación emprendedora y el entorno institucional sobre la mentalidad e intención de emprender aplicado a una muestra de 221 estudiantes, los resultados indicaron que la educación emprendedora influye de manera positiva en la intención de emprender de los estudiantes. Por este motivo concluyeron que las universidades deben promover programas enfocados en fortalecer la educación emprendedora, ya que esta contribuye a mejorar las competencias y habilidades de los estudiantes.

Complementando estos hallazgos, Álvarez y Zúñiga (2022) señalan que la formación educativa impacta positivamente en las intenciones emprendedoras de manera indirecta, a través de actitudes hacia el emprendimiento y autoeficacia emprendedora, esto se analiza desde la perspectiva de estudiantes de dirección de

empresas, quienes por su orientación profesional están más expuestos a contenidos enfocados en crear negocios, lo que a su vez fortalece su intención de emprender. Por otra parte, Sigüenza et al. (2022) analizaron la relación y las diferencias significativas del ecosistema emprendedor y la intención de emprender en estudiantes universitarios de la Universidad de Cuenca, para esto se empleó una muestra de 543 datos. Los resultados muestran una relación positiva entre las dos variables, también se identificó la necesidad de fortalecer la cultura emprendedora de la universidad para favorecer el desarrollo de intenciones emprendedoras en estudiantes.

Según Bravo et al. (2021) determinaron que la educación en emprendimiento puede impactar positivamente en la intención emprendedora, especialmente mediante la influencia en el control de la conducta, pero no necesariamente en la actitud o la norma subjetiva, lo que es un hallazgo relevante para entender los mecanismos mediante los cuales la formación educativa puede fomentar el espíritu emprendedor. Estos factores pueden condicionar la decisión de los estudiantes, incluso cuando han recibido formación en emprendimiento.

En este contexto, Calanchez et al. (2023) identificaron que la educación empresarial en el ámbito universitario es uno de los factores más relevantes para promover habilidades y actitudes emprendedoras, lo cual refuerza la importancia de incluir programas educativos específicos. También los autores enfatizan que las variables personales, como antecedentes familiares emprendedores, rasgos de personalidad, autoeficacia y la percepción del apoyo social, aumentan la intención de emprender.

En una perspectiva más amplia, Champion et al. (2024) realizaron una revisión documental de una muestra de 58 investigaciones de nueve países de América Latina con el propósito de analizar la relación entre la educación y la intención emprendedora. Los autores concluyeron que las universidades cumplen un rol muy importante en el desarrollo de las intenciones de emprender y ese proceso formativo debería gestarse en la propia institución. Además, el factor socioeconómico condiciona la finalidad emprendedora de los estudiantes, quienes necesitan un ambiente favorable y apoyo institucional para mantener negocios a largo plazo.

Herrera y Castro (2025) realizaron una investigación sobre la educación emprendedora y el miedo al fracaso en la intención de emprender en estudiantes, el objetivo fue analizar el efecto de estas variables ya que constituyen la innovación de

un ecosistema emprendedor. La investigación utilizó un modelo de ecuaciones estructurales para estudiar los efectos de la educación en la intención de emprender. Los resultados muestran que la educación emprendedora influye en la intención de emprender, ponderados con la variable de motivación su influencia aumenta considerablemente. Los resultados sugieren que se debe considerar el diseño de estrategias educativas para aumentar las intenciones de emprender y reducir el miedo al fracaso en estudiantes.

Desde una perspectiva más contextualizada, Mendoza (2024) realizó una investigación enfocada en determinar la influencia del entorno educativo en la intención de emprender en estudiantes de educación superior. El modelo de estudio adoptó un enfoque cuantitativo enfocado a una muestra de 265 estudiantes de carreras técnicas de Perú, los resultados mostraron que un entorno educativo favorece el desarrollo de habilidades y competencias, y que estas prácticas educativas generan mayor interés y predisposición a emprender, incluso en contextos donde los jóvenes enfrentan desafíos económicos y sociales.

Finalmente Torres et al. (2026) destacan la importancia de crear entornos educativos y ecosistemas de apoyo diferenciados para fortalecer tanto la orientación emprendedora social como la tradicional, aportando una visión integral que puede enriquecer los marcos teóricos y las políticas educativas enfocadas en el impulso del emprendimiento universitario. Por su parte, Vélez et al. (2022) determinaron que, si bien los estudiantes universitarios presentan altos niveles de intención de emprender, esta no está directamente vinculada con la formación académica recibida, sino más bien con factores económicos y sociales. En muchos casos, el emprendimiento surge como una alternativa ante la falta de oportunidades laborales, más que como resultado de un proceso formativo estructurado.

También es importante definir claramente los objetivos de los programas educativos para entender las distintas estrategias que se pueden emplear en la educación universitaria emprendedora (Sendra-Pons et al. 2022). Estas investigaciones permiten identificar que, si bien la educación emprendedora tiene el potencial de influir en la intención de emprender, su impacto no es concluyente y depende de diversos factores, tanto internos como externos. Una adecuada definición de los objetivos facilita evaluar si los programas contribuyen realmente a fortalecer el espíritu emprendedor y el desarrollo de capacidades enfocadas en la creación de negocios

en los estudiantes, no todas las intervenciones educativas generan los mismos resultados ya que su efectividad depende del contexto institucional.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Emprendimiento

El concepto de emprendimiento tiene una notable evolución desde sus primeras formulaciones económicas hasta las interpretaciones actuales centradas en la innovación y el comportamiento humano. En este sentido Pinargote et al. (2023) plantean que el emprendimiento puede definirse como el desarrollo de un proyecto con un determinado fin económico, político o social. Esta perspectiva resalta que el emprendimiento es importante porque no se limita únicamente a la generación económica, sino que también a dar respuesta a problemas sociales mediante ideas innovadoras de negocios.

El emprendimiento no solo es considerado como la creación de negocios, sino como un proceso más amplio que implica detectar oportunidades, reunir recursos y generar valor económico y social. Hoy en día el emprendimiento requiere de habilidades como innovar, el resolver problemas y adaptarse a entornos cambiantes. Desde una perspectiva más contemporánea Cooney y Brophy (2023) ven el emprendimiento como un conjunto de habilidades que se pueden adquirir y mejorar con educación y experiencias prácticas, además de que resaltan la importancia del papel de las universidades en formar estas capacidades en estudiantes.

De acuerdo con Donaldson et al. (2021) el emprendimiento debería entenderse como un proceso que cambia con el tiempo y está influenciado por distintos factores que se relacionan con la motivación y las experiencias de las personas, además, las intenciones de emprender forman parte del comportamiento emprendedor del individuo. De la misma manera, los autores destacan que el emprendimiento es una alternativa para la creación de fuentes de empleo, la innovación y el desarrollo económico, esto para contextos donde las oportunidades de trabajo son escasas.

2.2.2. Teoría del comportamiento planificado

Uno de los autores más destacados de la teoría del comportamiento planificado es Ajzen (1991), quien explica como las actitudes, las normas subjetivas y el control del comportamiento percibido son factores que influyen en la formación de la intención emprendedora. Según el modelo que propone el autor, el comportamiento se ve

influenciado por las intenciones, las normas subjetivas y el control percibido. La actitud refleja la evaluación personal, ya sea positiva o negativa que la persona hace sobre su conducta de emprender. Las normas subjetivas representan la percepción de la presión social de personas significativas como la familia o amigos, y el control conductual que es la dificultad que las personas perciben para llevar a cabo una tarea.

Además, el autor señala que la educación en emprendimiento impacta en las capacidades específicas de los estudiantes, lo cual se traduce como actitudes y normas sociales. El estudio hace énfasis que la educación empresarial mejora los conocimientos y capacidades percibidas relacionadas con el emprendimiento. Cabe destacar que, si bien el modelo original toma en cuenta los tres factores como predictores con igual peso teórico, diversos estudios posteriores han encontrado que las normas subjetivas tienden a ser el predictor más débil de la intención, en comparación con la actitud y el control conductual percibido, los cuales suelen mostrar una mayor capacidad explicativa. Esta situación se ha visto reflejada en el ámbito del emprendimiento, donde el peso de la aprobación social parece ser menos determinante que la valoración personal y la percepción de capacidad del individuo.

Según Lihua (2022), la actitud hacia el emprendimiento representa una valoración positiva o negativa que una persona tiene sobre la posibilidad de crear un negocio. Además, señala que los estudiantes consideran que emprender les va a generar dependencia económica y mejores condiciones, lo que genera el desarrollo de actitudes favorables que incrementan su intención de emprender. Sus resultados muestran que la actitud, las normas subjetivas y el control conductual siguen siendo los factores principales en la intención de emprender en estudiantes universitarios, lo que refuerza la teoría propuesta del comportamiento planificado.

2.2.3. Educación emprendedora

La educación emprendedora se ha convertido en un pilar fundamental dentro de la formación universitaria, ya no se trata de enfocarse en la teoría, sino de ayudar a los estudiantes al desarrollo de competencias, habilidades y actitudes necesarias para la creación de nuevos emprendimientos. En un mundo lleno de incertidumbre y competitividad, las universidades tienen un papel importante en la formación de

estudiantes capaces de generar soluciones innovadoras y sostenibles a los problemas del contexto.

Según Sánchez y Pérez (2019), la educación emprendedora es un proceso que promueve el desarrollo de competencias emprendedoras mediante metodologías activas, facilitando que los estudiantes identifiquen oportunidades, asuman riesgos y generen valor en su entorno. Estos conceptos resaltan que la enseñanza no debe centrarse únicamente en la transmisión de conocimientos teóricos, sino en la construcción de experiencias significativas que permitan al estudiante desenvolverse en escenarios reales.

Desde una perspectiva más actual, Sendra-Pons et al. (2022) destacan que la educación emprendedora constituye uno de los principales motores del desarrollo económico, debido a la capacidad para fortalecer competencias y habilidades clave y fomentar la intención emprendedora en los estudiantes. En esta línea, la formación emprendedora no solo contribuye al desarrollo individual, sino también al crecimiento de los ecosistemas productivos y a la generación de empleo.

Por su parte, Thomas (2023) explica que la educación emprendedora aumenta las intenciones de emprender cuando combina elementos como el conocimiento, las habilidades, la inspiración y las redes sociales, los cuales actúan como factores mediadores en este proceso. Esto implica que la efectividad de la educación emprendedora depende de su capacidad para articular diferentes dimensiones del aprendizaje, incluyendo aspectos cognitivos, sociales y emocionales.

En un estudio más reciente, Sun et al. (2023) confirman que la educación emprendedora fortalece la mentalidad emprendedora, además, funciona como un puente directo en la intención de emprender, especialmente cuando se complementa con la motivación y experiencias previas. Este hallazgo refuerza la idea de que la educación emprendedora no actúa de forma independiente, sino que su impacto depende de la interacción con variables psicológicas que influyen en la toma de decisiones.

En conjunto, estos aportes evidencian que la educación emprendedora es un proceso integral que combina teoría, práctica y contexto, y cuyo impacto está condicionado por la calidad de las metodologías utilizadas, la participación del estudiante y la vinculación con el entorno real. En este sentido, la educación busca fortalecer capacidades como la creatividad, el liderazgo y la toma de decisiones.

2.2.4. Intención emprendedora

La intención emprendedora es uno de los conceptos más relevantes dentro del estudio del emprendimiento, ya que representa la iniciativa o disposición de una persona para crear un negocio en el futuro. Este constructo es considerado un predictor clave del comportamiento emprendedor, dado que refleja el compromiso consciente del individuo hacia la creación de una empresa.

El modelo teórico más influyente en el estudio de la intención emprendedora es la Teoría del Comportamiento Planificado propuesta por Ajzen (1991), la cual establece que la intención de realizar una conducta está determinada por tres factores fundamentales: la actitud hacia el comportamiento, las normas subjetivas y el control conductual percibido. En el contexto del emprendimiento, estos factores explican cómo las percepciones individuales y sociales influyen en la decisión de emprender.

En este marco, Liñán y Chen (2009) desarrollaron un modelo específico de intención emprendedora basado en la teoría del comportamiento planificado, donde destacan que la actitud personal hacia el emprendimiento, el entorno social y la autoeficacia influyen directamente en la decisión de emprender. Este modelo ha sido ampliamente utilizado en estudios universitarios, constituyéndose como una herramienta válida y confiable para medir la intención emprendedora en estudiantes.

Según Sun et al. (2023) confirman que la intención emprendedora se ve influenciada por factores psicológicos como la mentalidad emprendedora y la motivación, lo que refuerza el papel de las variables cognitivas en la formación de la intención. Es decir que, además de los factores tradicionales propuestos por Ajzen (1991), existen elementos adicionales que enriquecen la comprensión del comportamiento emprendedor. En consecuencia, la intención emprendedora debe entenderse como un fenómeno multidimensional, influenciado por factores personales, sociales y contextuales, que interactúan para determinar la predisposición de un individuo hacia la creación de un negocio.

2.2.5. Relación entre educación emprendedora e intención de emprender

La relación entre la educación emprendedora y la intención de emprender ha sido ampliamente analizada en la literatura, evidenciando que la formación académica puede influir en la motivación y disposición de los estudiantes para iniciar un negocio, aunque no siempre de manera directa. En este sentido, Thomas (2023) concluye que

la educación emprendedora influye en la intención emprendedora a través del desarrollo de conocimientos, habilidades e inspiración, lo que demuestra que la formación académica puede fortalecer la predisposición hacia el emprendimiento cuando se implementa de manera adecuada. Del mismo modo, Sun et al. (2023) evidenciaron que la educación emprendedora fortalece la intención de emprender mediante la formación de una mentalidad emprendedora, la cual actúa como un elemento mediador clave en este proceso.

Huang et al. (2024), en un estudio realizado con 1 197 estudiantes de educación superior, encontraron que tanto los componentes teóricos como prácticos de la educación emprendedora influyen positivamente en la intención emprendedora de los estudiantes. Los autores señalan que a pesar de la creciente atención que ha recibido la educación emprendedora como mecanismo para aumentar la propensión emprendedora esta sigue siendo limitada. Este efecto se encuentra mediado por el desarrollo de la creatividad, lo que resalta que no basta con exponer a los estudiantes a contenidos prácticos o teóricos de manera aislada, sino que su efectividad depende de la capacidad de estas actividades para estimular procesos cognitivos más profundos.

Además, investigaciones recientes destacan que esta relación está mediada por variables psicológicas y contextuales. En este sentido, Patrício y Ferreira (2024) sostienen que la educación emprendedora contribuye al desarrollo de la mentalidad emprendedora dentro de ecosistemas universitarios, lo cual influye indirectamente en la intención de emprender. Esto implica que la educación no impacta de manera directa, sino a través de factores intermedios como la motivación, la autoeficacia y el entorno.

En síntesis, la evidencia teórica muestra que la educación emprendedora tiene el potencial de influir en la intención de emprender, sin embargo, su impacto depende de múltiples factores, lo que justifica la necesidad de analizar esta relación en contextos específicos como el de la UPEC.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

El presente estudio adopta un enfoque cuantitativo, basado en la recolección y el análisis de datos numéricos con el fin de describir y explicar los fenómenos observados de manera objetiva. Este enfoque permite medir las variables “educación emprendedora” e “intención de emprender” mediante instrumentos estructurados y analizar la relación existente entre ambas a través de métodos estadísticos. De esta manera, el uso del enfoque cuantitativo ayuda a generar conclusiones fundamentadas sobre el grado en que la educación emprendedora puede relacionarse con la intención emprendedora.

3.1.2. Tipo de Investigación

El presente estudio se desarrolla bajo una investigación de tipo descriptivo y correlacional, debido a que busca caracterizar las variables de estudio, así como analizar la relación entre ellas. La investigación es descriptiva porque busca identificar y detallar cómo perciben los estudiantes la educación emprendedora que reciben y cuál es su nivel de intención de emprender. A través de este tipo de investigación se pretende describir el comportamiento de las variables, desde un punto de vista más claro del contexto académico y del interés de los estudiantes por crear nuevos emprendimientos.

La investigación es correlacional porque requiere analizar si existe una relación significativa entre la educación emprendedora impartida en la universidad y la intención de emprender de los estudiantes. Este tipo de alcance permite estudiar el grado de asociación entre dos o más variables, para identificar si los cambios se relacionan con la otra variable.

La investigación busca establecer si la formación académica influye en el fortalecimiento de las actitudes y motivaciones hacia el emprendimiento, analizando si existe cambios o variaciones entre variables. El alcance de la correlación busca identificar la fortaleza del vínculo entre variables estudiadas.

3.2. HIPÓTESIS

Hipótesis nula (H_0): La educación emprendedora no se relaciona con la intención emprendedora

Hipótesis alternativa (H_1): La educación emprendedora se relaciona con la intención emprendedora

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Para el desarrollo de la presente investigación, se tomó en cuenta el análisis de dos variables educación emprendedora y la intención de emprender.

Variable independiente: Educación emprendedora

La educación emprendedora nace de la necesidad de trasladar al contexto educativo el fomento de las competencias emprendedoras, entendiendo el emprendimiento como algo primordial en la historia, que hoy se vuelve un tema central por la adaptación a mercados laborales (Bird, 1988). El investigador menciona que el emprendimiento se ha vuelto uno de los temas más importantes, debido a que de esta deriva toda actividad económica que genera ingresos.

En esta investigación, la educación emprendedora se establece como la variable independiente, ya que constituye el conjunto de procesos formativos, estrategias y experiencias educativas de aprendizaje, enfocándose en el desarrollo de competencias y habilidades relacionadas con el emprendimiento. Esta variable busca mejorar en los estudiantes las capacidades, de esta manera identificar las oportunidades y resolver problemas en iniciativas empresariales.

Variable dependiente: Intención emprendedora

La intención emprendedora se define como el estado mental que dirige la atención, la experiencia y las acciones de una persona enfocados en el desarrollo de un concepto de negocio o la creación de una empresa (Sánchez et al., 2017). En este sentido, para la presente investigación la intención emprendedora se establece como la variable dependiente para la presente investigación, debido a que representa el nivel de interés, disposición y voluntad que tienen los estudiantes para iniciar un negocio o desarrollar una actividad empresarial.

Esta variable refleja el grado que una persona considera al emprendimiento como una alternativa viable de desarrollo profesional, más allá de la búsqueda de un

trabajo, lo que demuestra que su importancia dentro de la toma de decisiones vocacional del estudiante.

Al ser considerada como variable dependiente, su comportamiento puede verse influenciado por diversos factores externos e internos, así como también las características personales de cada estudiante, entre ellas su formación académica, su entorno familiar y social, sus experiencias y sus características personales. Estos múltiples factores permiten analizar de qué manera estos elementos inciden en la decisión de emprender.

Tabla 1. Operacionalización de variables

Variable	Dimensiones	Ítems	Técnica	Instrumento
Intención emprendedora (Liñán y Chen, 2009).	Actitud Personal (APE)	APE1	Encuesta a estudiantes universitarios	Cuestionario
		APE2		
		APE3		
		APE4		
		APE5		
	Control del Comportamiento Percibido (CCP)	CCP1		
		CCP2		
		CCP3		
		CCP4		
		CCP5		
		CCP6		
	Intención Emprendedora (IE)	IE1		
		IE2		
		IE3		
		IE4		
		IE5		
Educación emprendedora (Sánchez y Pérez, 2019).	Capacidades emprendedoras (CAP)	CAP1	Encuesta a estudiantes universitarios	Cuestionario
		CAP2		
		CAP3		
		CAP4		
		CAP5		
		CAP6		

Nota. Elaboración en base al cuestionario de Liñán y Chen (2009) y adaptado de Sánchez y Pérez (2019).

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1. Método

La investigación se desarrollará bajo el método deductivo, partiendo de teorías y modelos establecidos sobre la educación emprendedora y la intención de

emprender, entre ellos la Teoría del Comportamiento Planificado. Este enfoque permitirá contrastar los fundamentos teóricos con la realidad observada en los estudiantes, con el propósito de verificar si las teorías existentes se cumplen en el contexto universitario local.

3.4.2. Técnica e instrumento

Para el desarrollo de la investigación se utilizó la técnica de encuesta como instrumento de recolección de información a los estudiantes universitarios. El cuestionario utilizado consta de 22 ítems distribuidos en dos secciones, la primera corresponde a la variable de intención emprendedora y la segunda a la variable de educación emprendedora, con una escala de Likert del 1 al 7, desde “totalmente en desacuerdo” hasta “totalmente de acuerdo”. El instrumento fue tomado y adaptado del estudio de Liñán y Chen (2009), quienes desarrollaron y validaron la intención emprendedora, y del estudio de Sánchez y Pérez (2019), quienes midieron el impacto de la educación emprendedora.

Para el levantamiento de la información se utilizó la plataforma Microsoft Forms, además, se realizó un acercamiento con los encuestados, esto con la finalidad de obtener datos más reales. Posteriormente se depuró la base de datos y se usaron las herramientas de Excel y JASP para el análisis estadístico de los datos obtenidos.

3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

3.5.1 Población y muestra

La presente investigación se realizó utilizando un muestreo por conveniencia debido a que las encuestas fueron dirigidas a estudiantes universitarios en donde se analizó su comportamiento. Según Memon et al. (2025), se puede utilizar el muestreo por conveniencia al presentar limitaciones prácticas, este caso permite al investigador seleccionar a los participantes por su fácil acceso y disponibilidad. Este tipo de muestreo resulta útil en investigaciones de carácter social y conductual, donde el interés principal se enfoca en explorar tendencias y conductas del encuestado, y de esta manera analizar su comportamiento.

Cálculo de la muestra:

Población de 5 644 estudiantes

Nivel de confianza de del 95 %

Probabilidad de éxito $p=0,5$ y $q=0,5$

Margen de error del 5 %

$n= 360$

Esta investigación trabajó con una muestra representativa de 379 datos. Este resultado cumple con el mínimo requerido y lo supera, lo que indica que fortalece la representatividad de los datos y permite que los resultados obtenidos sean utilizados con mayor confiabilidad para el desarrollo del estudio.

3.5.2 Fiabilidad del instrumento

Como parte del análisis estadístico, se realizó un pilotaje del instrumento con el objetivo de evaluar su confiabilidad antes de aplicar el estudio en la muestra, se calcularon los coeficientes Alpha de Cronbach (α) y Omega de McDonald (ω) donde se obtuvo los siguientes resultados.

Tabla 2. Fiabilidad del instrumento en la prueba piloto

Dimensión	Alfa de Cronbach's α	Coeficiente de McDonald's ω
Capacidades	0,956	0,956
Intención emprendedora	0,969	0,974
Actitudes personales	0,933	0,938
Control del comportamiento percibido	0,973	0,974

Los resultados muestran un alto nivel de confiabilidad en todas las dimensiones analizadas, el alfa de Cronbach supera el umbral de lo establecido, lo que indica que las dimensiones del estudio presentan una alta fiabilidad, por su parte, el omega de McDonald presenta valores similares reflejando una alta fiabilidad en los constructos del instrumento aplicado.

Después de aplicar el instrumento y la recolección de datos se hizo una depuración de la información para obtener datos más reales y fiables, con el objetivo de realizar una interpretación más clara y concisa. Esta etapa fue fundamental para asegurar que los análisis estadísticos posteriores sean válidos, minimizando posibles errores, además consistió en la revisión detallada de las respuestas obtenidas, identificando y eliminando aquellos casos con información incompleta, inconsistente o que no cumplieran con los criterios establecidos para la investigación.

Posteriormente, se evaluó la confiabilidad del instrumento aplicado a los estudiantes universitarios, con el fin de garantizar la consistencia interna de los ítems que conforman cada una de las dimensiones analizadas. De la misma forma, se utilizaron

los coeficientes Alpha de Cronbach (α) y Omega de McDonald (ω), los cuales permiten medir la fiabilidad interna del instrumento.

Tabla 3. Fiabilidad del instrumento definitivo

Dimensión	Alfa de Cronbach's α	Coefficiente de McDonald's ω
Capacidades	0,932	0,931
Intención emprendedora	0,951	0,947
Actitudes personales	0,935	0,932
Control del comportamiento percibido	0,952	0,952

Se realizó el análisis de las dimensiones correspondientes a capacidades, intención emprendedora, actitudes personales y control percibido, obteniendo resultados satisfactorios que evidencian un alto nivel de consistencia interna en todas ellas, como se refleja en la tabla. Al igual que el pilotaje, estos resultados indican que el instrumento presenta niveles de confiabilidad excelentes, superando ampliamente el valor mínimo aceptado, lo que garantiza que los ítems utilizados miden de manera consistente las variables del estudio.

3.5.3 Normalidad de datos

Por otra parte, se aplicaron pruebas de normalidad con el objetivo de determinar si las variables del estudio seguían una distribución normal. En este caso, se utilizaron los estadísticos de Kolmogorov-Smirnov con corrección de Lilliefors, como se muestra en la tabla.

Tabla 4. Pruebas de normalidad Kolmogorov-Smirnov y Lilliefors

Variable	Estadístico	Valor Obtenido	Nivel de significancia (p)
Educación emprendedora e intención de emprender	Kolmogorov-Smirnov	0,093	0,003
	Lilliefors	0,093	0,001

Los resultados exponen que los valores de significancia son menores al límite establecido lo que indica que no existe evidencia suficiente de que los datos sigan una distribución normal. Es decir que se rechaza la hipótesis nula, la cual establece que los datos se distribuyen normalmente. Después de que los datos no presenten una distribución normal, la investigación implica utilizar técnicas estadísticas no paramétricas en el análisis para este estudio. La selección de estas pruebas garantiza una mayor validez en los resultados y refuerza las conclusiones del estudio.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

4.1.1 Descriptivos

Al aplicar el instrumento a la muestra definitiva del estudio, se obtuvo que en cuanto a la distribución por género de los encuestados el mayor porcentaje corresponde al género femenino, esto significa que hay una mayor participación de mujeres dentro de la muestra analizada, debido a que la universidad ha mantenido una mayor proporción de mujeres en sus carreras.

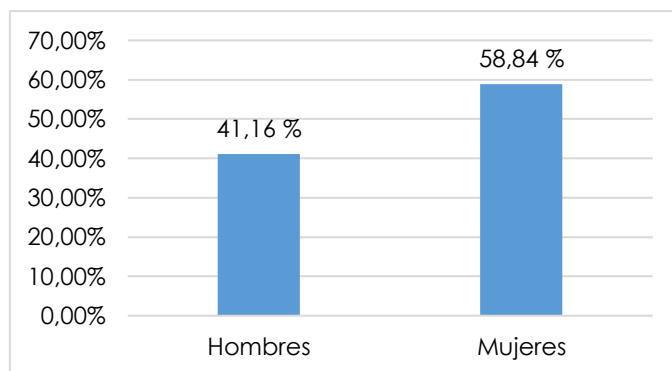


Figura. 1 Distribución por género

Siguiendo con la distribución de los encuestados por carrera en la que estudian, se llevó a cabo una agrupación de las carreras en tres grupos, el primer grupo corresponde a carreras relacionadas con la administración y afines, el segundo grupo con carreras de STEAM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería, Arte y Matemáticas) y el tercer grupo a carreras del área de educación y salud.

Los resultados muestran que la mayor concentración de encuestados se encuentra en el primer grupo correspondiente a carreras de administración y afines, esto se debe a que estas carreras forman parte de la oferta académica tradicional y más consolidada de la institución. Las carreras de STEAM representan la cuarta parte de la muestra, ya que el perfil de estas carreras es distinto al de administración, por último, están las carreras de la educación y salud, están representadas por el valor más bajo al de los tres grupos, esto se debe a que son carreras que se están incorporando a la oferta académica universitaria. Véase en la figura 2.

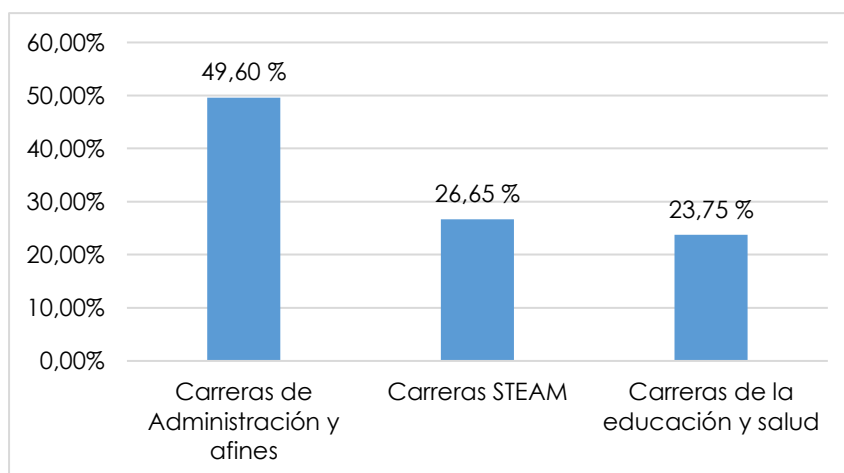


Figura. 2 Distribución por carrera

La desigualdad en la representación de los tres grupos se debe a las limitaciones que se presentaron en la recolección de información, entre estas se puede mencionar la disponibilidad de tiempo, disposición de los estudiantes y la gestión de carreras. Esto implicó que los datos de carreras de administración y afines tuvieran mayor influencia en los resultados en comparación a los demás grupos.

4.1.2 Análisis de diferencias significativas educación emprendedora

- Análisis entre educación emprendedora y género

Los resultados muestran que no existen diferencias significativas entre hombres y mujeres respecto a la percepción de la educación emprendedora recibida en la UPEC. Es decir, ambos géneros presentan niveles similares en cuanto a su relación con las capacidades, conocimientos y competencias emprendedoras desarrolladas dentro de su formación académica.

Tabla 5. U de Mann-Whitney entre educación emprendedora y género

Variable	Estadístico	Valor Obtenido	Nivel de significancia (p)
Educación emprendedora	U-de Mann-Whitney	18900	0,150

Esto implica que la institución ofrece las mismas condiciones de formación tanto para mujeres como para hombres, de esta manera acceden de forma equitativa a los conocimientos y habilidades emprendedoras.

- Análisis de diferencias de la educación emprendedora entre carreras

Se aplicó la prueba no paramétrica de Kruskal-Wallis para analizar la existencia de diferencias en la educación emprendedora según la carrera en la que estudian los participantes. Los resultados muestran que no existen diferencias estadísticamente

significativas en la educación emprendedora, esto nos indica que la carrera no influye en la educación emprendedora, es decir que, para este estudio y la muestra analizada, la carrera no es un factor diferenciador en esta variable.

Tabla 6. Contraste de Kruskal-Wallis educación emprendedora

Variable	Factor	Estadístico	Valor Obtenido	Grados de libertad	Nivel de significancia (p)
Educación emprendedora	Carrera en la que estudia	Kruskal-Wallis	17,91	15	0,268

Esto implica que la educación emprendedora mantiene un carácter transversal y uniforme, es decir que todas las carreras reciben los mismos contenidos y enseñanzas en emprendimiento, lo que genera que no exista diferencias entre carreras.

- Análisis de diferencias en la educación emprendedora según la presencia de una empresa familiar

Los resultados reflejan que no existen diferencias significativas en la educación emprendedora entre ambos grupos, es decir, que si los padres tienen o no una empresa familiar no influye de manera significativa en la percepción que tienen los estudiantes sobre la formación emprendedora recibida dentro de la universidad.

Tabla 7. U de Mann-Whitney entre educación emprendedora y empresa familiar

Variable	Estadístico	Valor Obtenido	Nivel de significancia (p)
Educación emprendedora	U-de Mann-Whitney	10130	0,105

Esto implica que la institución constituye un entorno formativo independiente de la influencia del contexto familiar, de esta manera fortaleciendo su rol en la enseñanza de nuevos conocimientos y competencias.

- Análisis de diferencias entre la educación emprendedora y la tenencia de una empresa propia

Se analizó la prueba U de Mann-Whitney para la variable de educación emprendedora, esta vez comparando los grupos según su respuesta a la pregunta sobre “si les gustaría tener su propia empresa”. Se encontró que la educación emprendedora no presenta diferencias significativas, lo que indica que el deseo de tener una empresa no influye en los niveles de educación emprendedora.

Tabla 8. U de Mann-Whitney entre educación emprendedora y empresa propia

Variable	Estadístico	Valor Obtenido	Nivel de significancia (p)
Educación emprendedora	U-de Mann-Whitney	10130	0,105

Esto implica que la institución enseña emprendimiento de manera muy teórica sin despertar el interés en las personas que quieren emprender, es decir que la formación no logra marcar diferencias para quienes quieren tener una empresa y para los que no quieren tener.

También se aplicó el índice de importancia relativa, que nos indica cuál es el nivel de importancia de cada uno de los criterios analizados con el fin de determinar la relevancia de los componentes de la educación emprendedora.

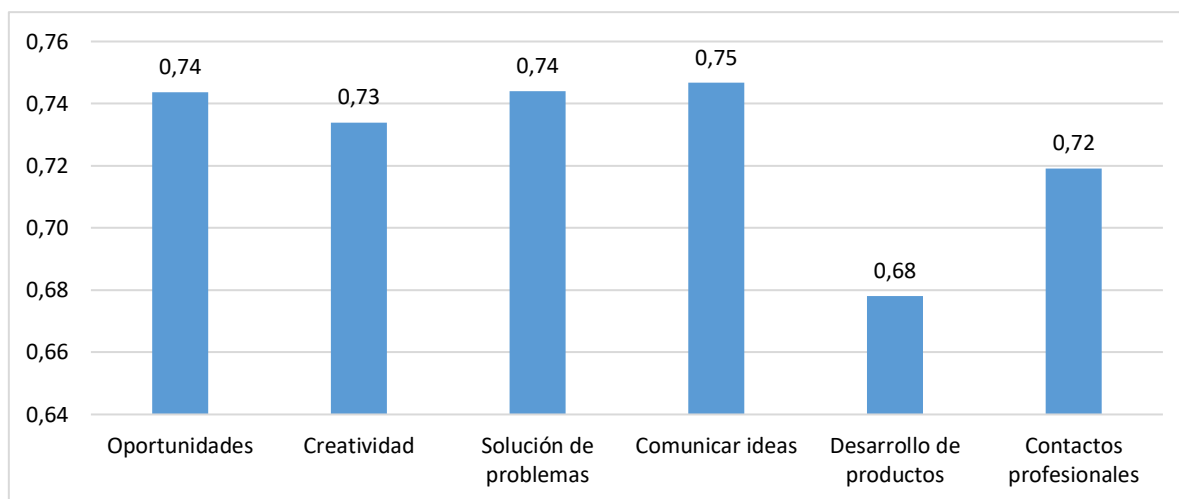


Figura. 3 Índice de importancia relativa de la 7 por dimensiones

En los datos se observa que el ítem mejor valorado es el de “comunica ideas”, lo que evidencia que la pregunta de “Soy capaz de dirigir a otras personas y de comunicarles adecuadamente mis ideas e intenciones”, es muy importante dentro de los aspectos que se consideran relevantes en este estudio, seguido del ítem “solución de problemas” y el ítem de “oportunidades”, en donde los encuestados piensan que serían capaces de solucionar los problemas que se presenten y aprovechar sus oportunidades.

El ítem de “creatividad” también es muy considerado dentro de los participantes, seguido del ítem de “contactos profesionales” que nos indica que son buenos para establecer una red de contactos que permitan aprovechar al máximo las oportunidades que se presenten, por otro lado, el desarrollo de nuevos productos es el ítem más bajo, lo que implica que los participantes tienden a tener dificultad en el desarrollo e innovación de productos a la hora de establecer un negocio.

De igual forma, se calcularon los cuartiles, la mediana y la moda a partir de los promedios obtenidos en la encuesta. Los resultados muestran que la mayor parte de los datos se concentra entre el segundo y tercer cuartil, lo que indica que el 50 %

central de los estudiantes percibe de manera favorable la formación emprendedora recibida. El 25 % superior refleja una percepción muy positiva, mientras que el 25 % inferior indica que un porcentaje menor de estudiantes percibe niveles más bajos de formación en esta área.

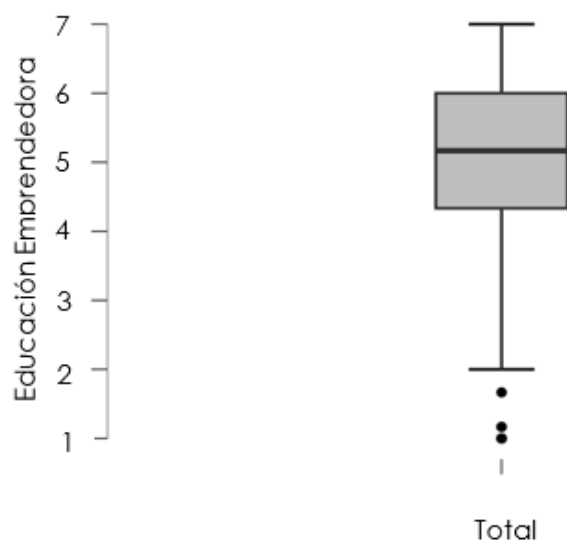


Figura. 4 Diagrama de cajas de la educación emprendedora

Esto implica que la mayoría de los estudiantes perciben que la formación emprendedora que reciben es buena. Además, existe un grupo muy pequeño con una percepción baja, particularmente causada por descontento en la formación.

4.1.3 Análisis de diferencias significativas intención emprendedora

- Análisis de diferencias entre intención y la formación emprendedora

Se aplicó la misma prueba no paramétrica con el objetivo de comparar la intención emprendedora entre los estudiantes que han recibido educación emprendedora en su formación profesional. Los resultados indican que no existen diferencias significativas entre estos grupos, es decir que la educación recibida en su formación profesional no influye de manera significativa en la intención de emprender.

Tabla 9. U de Mann-Whitney entre intención y formación emprendedoras

Variable	Estadístico	Valor Obtenido	Nivel de significancia (p)
Intención emprendedora	U-de Mann-Whitney	14620	0,137

Ya que la intención emprendedora es un fenómeno complejo influenciado por diversos factores personales, sociales y contextuales. La simple incorporación de asignaturas sobre emprendimiento puede contribuir al desarrollo de conocimientos teóricos, sin embargo, si estos contenidos no se complementan con experiencias.

- Análisis de diferencias entre intención emprendedora y género

Los resultados indican que no existen diferencias significativas entre hombres y mujeres en relación con la intención de emprender.

Tabla 10. U de Mann-Whitney entre intención emprendedora y género

Variable	Estadístico	Valor Obtenido	Nivel de significancia (p)
Intención emprendedora	U-de Mann-Whitney	19060	0,113

Esto implica que el género masculino y el femenino presentan niveles similares de interés y disposición para crear un negocio o emprender en el futuro, lo que genera que la universidad continúe promoviendo entornos que fortalezcan la intención de emprender de los estudiantes.

- Análisis de diferencias de la intención emprendedora entre carreras

Después de aplicar la prueba correspondiente los resultados muestran que no existen diferencias estadísticamente significativas en la intención emprendedora, es decir, que la carrera no influye de manera significativa en la intención de emprender y a su vez no sería un factor diferenciador para este estudio.

Tabla 11. Contraste de Kruskal-Wallis entre intención emprendedora y carrera

Variable	Factor	Estadístico	Valor Obtenido	Grados de libertad	Nivel de significancia (p)
Intención emprendedora	Carrera en la que estudia	Kruskal-Wallis	15,12	15	0,443

Esto implica que la intención no depende de lo que los participantes estudien, sino de otros factores cómo la motivación, el contexto familiar o situaciones económicas.

- Análisis de diferencias en la intención emprendedora según la presencia de una empresa familiar

Se aplicó la siguiente prueba para contrastar las diferencias significativas entre la empresa familiar y la intención de emprender, los resultados indican que sí existen diferencias significativas entre ambos grupos en relación con la intención de emprender.

Tabla 12. U de Mann-Whitney entre intención emprendedora y empresa familiar

Variable	Estadístico	Valor Obtenido	Nivel de significancia (p)
Intención emprendedora	U-de Mann-Whitney	9006	0,003

Esto implica que crecer en un entorno familiar actúa como un factor motivador en la intención emprendedora de los participantes, ya que los estudiantes se exponen a experiencias prácticas de un negocio, lo que genera mayor intención.

- Análisis de diferencias entre la intención emprendedora y la tenencia de una empresa propia

Se analizó el grupo de “si los encuestados quieren tener su propia empresa” con la intención de emprender, en donde los resultados arrojaron que en la intención de emprender sí presenta diferencias significativas lo que muestra que existe una variación importante entre quienes quieren tener su propia empresa y quienes no.

Tabla 13. U de Mann-Whitney entre intención emprendedora y empresa propia

Variable	Estadístico	Valor Obtenido	Nivel de significancia (p)
Intención emprendedora	U-de Mann-Whitney	2508	0,001

Esto implica que el deseo de tener un negocio propio aumenta los niveles de intención emprendedora, es decir que las motivaciones personales impulsan al estudiante hacia el emprendimiento.

De la misma manera, se aplicó el índice de importancia relativa a la segunda variable de intención de emprender en donde se utilizó el criterio de evaluación por dimensiones, obteniendo los siguientes resultados.

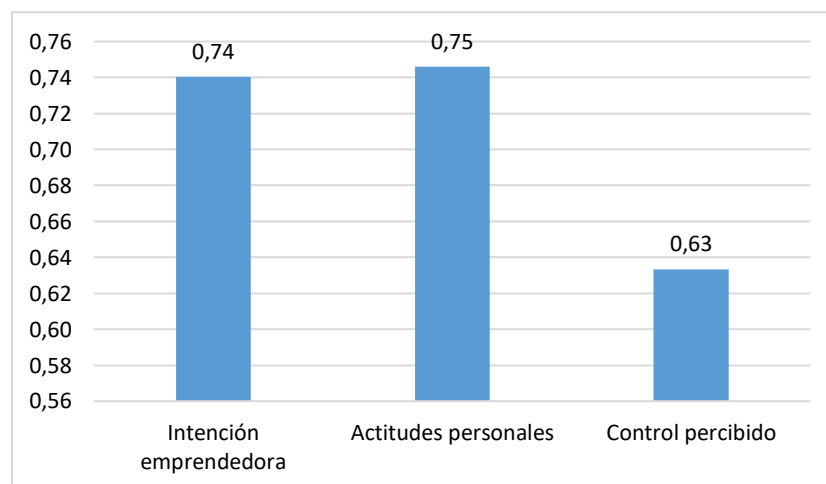


Figura. 5 Índice de importancia relativa de la intención emprendedora por ítems

Los resultados nos muestran que la segunda dimensión de “actitudes personales ante el emprendimiento” es considerada como la más relevante por los encuestados, lo que indica que los factores asociados a esta dimensión tienen mayor influencia dentro de la intención de emprender de los estudiantes, seguida de la dimensión de “Intención emprendedora” cuyos resultados son muy favorables, lo que indica que

los encuestados consideran muy importante la intención de emprender dentro de este estudio, por otra parte, la tercera dimensión es la más baja, lo que indica que no se considera tan relevante el control del comportamiento percibido, es decir que los participantes no consideran que sea importante como las personas perciben las capacidades que tienen para establecer un negocio, por lo tanto no tiene mucha influencia en la intención de emprender.

Se realizó el cálculo de medidas de tendencia central y de posición, específicamente los cuartiles, la mediana y la moda, tomando como base las medias individuales obtenidas en la encuesta. Estas medidas estadísticas permitieron describir la distribución de los datos y comprender el comportamiento de las puntuaciones registradas dentro de la muestra estudiada. Los datos arrojan un primer cuartil (Q1) de 4,33, una mediana (Q2) de 5,17 y un tercer cuartil (Q3) de 6,00, mientras que la moda fue de 5,90. La cercanía de la moda y la mediana sugiere una distribución concentrada alrededor de valores medios-altos, esto refleja una cierta consistencia en las respuestas de los encuestados.

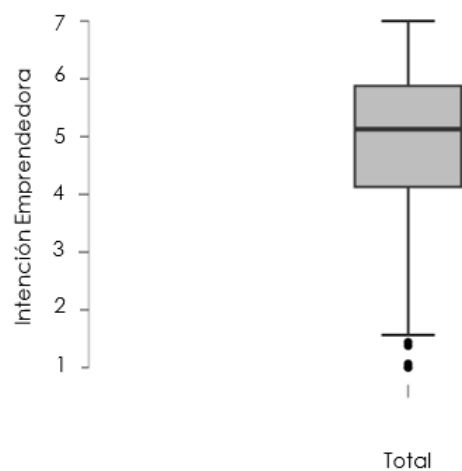


Figura. 6 Diagrama de cajas de la intención emprendedora

Estos resultados muestran que la mayoría de los estudiantes presenta una intención emprendedora favorable, con una tendencia a concentrar sus respuestas en los niveles más altos de la escala. Además, el 50 % de los encuestados obtuvo valores moderados, es decir que existe una distribución equitativa y orientada hacia niveles altos de intención emprendedora. El 25 % de los estudiantes registró puntuaciones superiores a 6,00, lo que indica una fuerte disposición para emprender y crear negocios propios. Por último, el 25 % restante obtuvo puntuaciones inferiores a 4,33, lo que demuestra la existencia de un grupo con menor interés hacia el emprendimiento.

4.1.4 Relación entre educación e intención emprendedoras

Se determinó la relación entre la educación emprendedora y la intención de emprender, mediante el coeficiente de correlación de Spearman, considerando que los datos no presentan una distribución normal.

Tabla 14. Correlación de Spearman

Variables relacionadas	Estadístico	Valor Obtenido	Nivel de significancia (p)	Interpretación	Decisión
Educación emprendedora – Intención de emprender	Rho de Spearman	0,729	0,001	Correlación positiva Alta	Se acepta H ₁

Los resultados muestran que existe una correlación positiva alta entre la educación emprendedora y la intención de emprender, es decir, que a medida que aumenta la percepción de la educación emprendedora en los estudiantes, también se incrementa su intención de iniciar un negocio. La formación académica orientada al emprendimiento desempeña un papel importante en el desarrollo de la intención emprendedora, fortaleciendo habilidades, actitudes y percepciones que motivan a los estudiantes a emprender.

4.2. DISCUSIÓN

Los resultados muestran que los estudiantes presentan un nivel medio de educación emprendedora y una alta intención emprendedora, lo que coincide con lo planteado por Sánchez y Pérez (2019) respecto a que las metodologías activas empleadas en la formación universitaria facilitan el desarrollo de competencias emprendedoras. Este hallazgo también coincide con lo planteado por Mendoza (2024), quien determinó que un entorno educativo favorable incrementa las habilidades y la predisposición de los estudiantes hacia el emprendimiento, incluso en donde existen limitaciones económicas y sociales, situación similar a la que enfrenta una buena parte de la muestra analizada en la investigación.

El presente estudio no encontró diferencias significativas entre la educación emprendedora y el género, la carrera, la presencia de una empresa familiar, ni el deseo de tener una empresa propia. Estos resultados sugieren que la universidad ofrece una formación emprendedora de carácter transversal, que llega de manera similar a todos los estudiantes independientemente de su carrera o su entorno familiar. Este resultado contrasta con Calanchez et al. (2023), quienes señalan que variables personales como los antecedentes familiares en emprendimiento incrementan la

percepción de su formación, en el presente estudio esta influencia no se repite, lo que podría explicarse porque la educación emprendedora en la universidad se imparte mediante contenidos curriculares comunes y no depende de las experiencias previas del estudiante. De la misma forma, la ausencia de diferencias entre carreras respalda lo indicado por Champion et al. (2024), quienes atribuyen a las universidades el desarrollo de competencias emprendedoras.

Por otra parte, el análisis de la importancia relativa mostró que la capacidad de comunicar ideas y dirigir personas, junto con la solución de problemas y el reconocimiento de oportunidades, son los aspectos más valorados por los estudiantes, mientras que el desarrollo de nuevos productos obtuvo la puntuación más baja. Este resultado concuerda con el planteamiento de Cooney y Brophy (2023), quienes interpretan el emprendimiento como un conjunto de habilidades como la comunicación y el resolver problemas que se adquieren y perfeccionan mediante la educación y la práctica.

La menor valoración está en el desarrollo de nuevos productos, esto podría explicarse por la naturaleza predominantemente administrativa de la muestra, en la que los contenidos curriculares suelen enfocarse en la gestión y no en los procesos de innovación o desarrollo tecnológico de productos. En cuanto a la intención emprendedora, tampoco se hallaron diferencias significativas por género, por carrera, ni respecto a la formación emprendedora recibida en la carrera. Este último resultado guarda relación con lo expuesto por Vélez et al. (2022), quienes concluyeron que, si bien los estudiantes universitarios presentan niveles altos de intención emprendedora, esta no está directamente vinculada con la formación académica recibida, sino con otros factores de tipo económico y social.

De igual manera, el hallazgo concuerda con Bravo et al. (2021), quienes mencionaron que la educación en emprendimiento no necesariamente impacta en la actitud del estudiante, sino en dimensiones específicas del comportamiento, lo que podría explicar por qué la formación recibida no se traduce automáticamente en una mayor intención de emprender.

Por el contrario, sí se identificaron diferencias significativas entre la intención emprendedora y la presencia de una empresa familiar, así como con el deseo de contar con una empresa propia. Estos resultados refuerzan lo señalado por Calanchez et al. (2023), para estos autores los antecedentes familiares emprendedores

constituyen un factor muy importante en el fortalecimiento de la intención de emprender, y también son consistentes con Champion et al. (2024), quienes destacan el peso de las condiciones socioeconómicas y del entorno cercano del estudiante sobre su disposición a emprender.

El análisis por dimensiones evidenció que las actitudes personales hacia el emprendimiento constituyen el componente más importante para los estudiantes, seguido de la intención emprendedora, mientras que el control conductual percibido obtuvo la valoración más baja. Este resultado es consistente con Lihua (2022), quien encontró que la actitud hacia el emprendimiento es entendida como la valoración personal positiva sobre crear un negocio, este es uno de los factores con mayor peso dentro de la teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 1991).

El principal hallazgo de la investigación establece una correlación positiva alta y significativa entre la educación emprendedora y la intención de emprender lo que permite aceptar la hipótesis alterna planteada en el estudio. Este resultado confirma ampliamente lo reportado por Araya (2021), quien identificó un efecto significativo y positivo entre ambas variables en el contexto universitario, así como los descubrimientos de Valenzuela et al. (2022) y Sigüenza et al. (2022), quienes también documentaron relaciones positivas entre la educación emprendedora y la intención de emprender en universidades de Chile y Ecuador. De igual forma, el resultado es coherente con Herrera y Castro (2025), quienes señalan que la influencia de la educación emprendedora sobre la intención se fortalece cuando se combina con factores motivacionales, también con Álvarez y Zúñiga (2022), quienes explican que esta influencia suele establecerse de manera indirecta a través de las actitudes y de la autoeficacia emprendedora.

Los resultados de la investigación demuestran que la educación emprendedora impartida en la universidad contribuye de manera general a mejorar y fortalecer la intención emprendedora, principalmente a través del desarrollo de actitudes y capacidades percibidas, pero que su efecto se ve complementado por otras variables como la presencia de un negocio familiar, esto concuerda con lo planteado por Vélez et al. (2022) y Donaldson et al. (2021) quienes señalan que el emprendimiento responde a un proceso que comprende varios factores en el que actúan la formación académica, las experiencias y el entorno socioeconómico del estudiante.

En definitiva, estos resultados validan el modelo del comportamiento planificado en el contexto universitario ecuatoriano, mostrando que la actitud hacia el emprendimiento y la educación recibida son elementos importantes para explicar la intención de emprender, mientras que el control conductual percibido y las variables sociodemográficas tradicionales cumplen un papel secundario. Estos hallazgos refuerzan la necesidad, planteada por Torres et al. (2026), de diseñar estrategias educativas diferenciadas que consideren tanto el fortalecimiento de competencias como el contexto particular de cada estudiante, con el fin de potenciar de manera igualitaria el desarrollo emprendedor dentro de la comunidad universitaria.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Respondiendo al primer objetivo específico los resultados de la investigación permitieron determinar que los estudiantes presentan un nivel medio de educación emprendedora, considerando aspectos relevantes el liderazgo, la comunicación, la innovación y la identificación de oportunidades dentro de su formación académica. Con respecto al segundo objetivo específico los estudiantes presentan una intención emprendedora alta, destacando especialmente la dimensión de actitudes personales hacia el emprendimiento como la más relevante dentro del estudio.

Respondiendo al tercer objetivo específico al analizar la relación entre ambas variables, se concluye que existe una correlación positiva alta entre la educación emprendedora y la intención de emprender, lo que indica que a medida que aumenta la percepción de la educación emprendedora, también aumenta la intención de emprender. Sin embargo, al comparar estos resultados según las carreras, no se identificaron diferencias, es decir, que la carrera no es un factor diferenciador en ninguna de las dos variables.

Finalmente, se determinó que tener una empresa familiar aumenta los niveles de intención emprendedora de los estudiantes universitarios, actuando como un elemento motivador que genera una mayor predisposición hacia el emprendimiento. La investigación concluye que en el entorno universitario la educación e intención de emprender en estudiantes, si tiene relación por lo que responde al objetivo general de esta investigación.

5.2. RECOMENDACIONES

Se recomienda fortalecer las estrategias de educación emprendedora mediante la integración de actividades prácticas que permitan mejorar las competencias relacionadas con el liderazgo, la comunicación, la innovación y la identificación de oportunidades. También es importante implementar programas que fortalezcan las actitudes positivas hacia el emprendimiento, mediante conferencias y ponencias acerca del tema, además de reforzar las ferias de emprendimiento.

Debido a que una mayor percepción de la educación emprendedora favorece el desarrollo de la intención de emprender, se recomienda impulsar y ampliar las iniciativas de formación emprendedora dentro de la universidad. En este sentido, se recomienda que la institución mejore sus programas de formación académica enfocados en el emprendimiento en todas las carreras, de manera que todos los estudiantes tengan las mismas oportunidades para desarrollar conocimientos y habilidades relacionadas con el emprendimiento, todo esto enfocado en cada perfil profesional.

Finalmente, se recomienda realizar futuras investigaciones que incorporen variables como motivación, apoyo familiar, entorno económico y el miedo al fracaso, con el fin de comprender en un contexto más amplio los factores que intervienen en la intención de emprender. De igual forma, sería pertinente realizar estudios comparativos entre universidades para evaluar si la relación entre educación emprendedora e intención de emprender se mantiene en distintos contextos universitarios.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 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)
- Álvarez, C. S., & Zúñiga, G. B. (2022). Impact of entrepreneurial training on entrepreneurial intentions: A cognitive approach. *Contaduría y Administración*, 67(4), 1-27. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2022.3269>
- Araya Pizarro, S. C. (2021). Influencia de la educación emprendedora sobre la intención de emprender del alumnado universitario. *Revista Educación*. <https://doi.org/10.15517/revedu.v45i1.43748>
- Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *The Academy of Management Review*, 13(3), 442. <https://doi.org/10.2307/258091>
- Bravo, I. F. B., Bravo, M. X. B., Preciado, J. D., & Mendoza, M. (2021). Educación para el emprendimiento y la intención de emprender. *Revista Economía y Política*, 33, 139–155. https://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S2477-90752021000200139&script=sci_arttext
- Calanchez Urribarri, A. del V., Rosas-Prado, C. E., Díaz Torres, W. R., & Merino Núñez, M. (2023). Competencias e intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios. *Revista Universidad y Empresa*, 25(45), 1-32. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.12833>
- Champion, J. A. M., Barreto, I. B., Bejar, L. H., Huamani, O., Borja, J., & Asqui, P. R. F. (2024). La educación y la intención emprendedora en estudiantes universitarios: una revisión en Latinoamérica. *Revista Conhecimento Online*, 16(1), 18-41. <https://doi.org/10.25112/rco.v1.3599>
- Cooney, T. M., & Brophy, M. (2023). Entrepreneurial Competencies in Action: Online Fundraising Initiatives by University Students. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 6(4), 721-737. <https://doi.org/10.1177/25151274231183384>
- Donaldson, C., Liñán, F., & Alegre, J. (2021). Entrepreneurial Intentions: Moving the Field Forwards. *The Journal of Entrepreneurship*, 30(1), 30-55. <https://doi.org/10.1177/0971355720974801>
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2008). From craft to science. *Journal of European Industrial Training*, 32(7), 569-593. <https://doi.org/10.1108/03090590810899838>

- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Attitudes and Intention: Hysteresis and Persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75-93. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12065>
- Herrera-Robles, J. M., & Castro-Manzano, M. (2025). El efecto de la educación emprendedora y el miedo al fracaso en la intención de emprender de los alumnos de una escuela de negocios de Ciudad de México. *Peruvian Journal of Management (PJM)*, (001), 139170. <https://doi.org/10.26439/pjm2025.n001.7538>
- Huang, M., Xu, S., Guo, T., Ni, Y., & Xu, Y. (2024). Impact of Entrepreneurship Education on the Entrepreneurial Intention of Higher Vocational Students: A Moderated Mediation Effects Model. *European Journal of Education*, 59(4). <https://doi.org/10.1111/ejed.12775>
- 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)
- Lasio, V., Paula Espinosa, M., Amaya, A., Sarango, P., Dolores Mahauad, M., & Virginia Lasio Adriana Amaya María Paula Espinosa María Dolores Mahauad Paúl Sarango, A. (2024). *Global Entrepreneurship Monitor*. www.ediloja.com.ec
- 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. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.627818>
- Liñán, F., & Chen, Y. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Memon, M., Ramayah, T., Ting, H., & Cheah, J.-H. (2025). Convenience sampling: A review and guidelines for quantitative research. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 9(2), 1-15. [https://doi.org/10.47263/JASEM.9\(2\)01](https://doi.org/10.47263/JASEM.9(2)01)
- Mendieta Andrade, P. E. (2023). Aspectos destacados del emprendimiento en los jóvenes estudiantes universitarios desde la revisión teórica. *Vinculatégica EFAN*, 9(1), 117-131. <https://doi.org/10.29105/vtga9.1-279>
- Mendoza Quispe, Elizabeth. (2024). ¿Estudiar y emprender? Análisis de la influencia del entorno educativo en la intención emprendedora. *Revista InveCom*, 4(2), e040261. Epub 31 de julio de 2024. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10709880>
- Meza López, B. I., Valenzuela Sandoval, A., Zúñiga Mazón, E., & Ibarra Morales, L. E. (2026). Factores que determinan la intención emprendedora en

- estudiantes de una universidad pública en Sonora. *Revista Enfoques*, 10(38), 1-17. <https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v10i38.241>
- Patrício, L. D., & Ferreira, J. J. (2024). Unlocking the connection between education, entrepreneurial mindset, and social values in entrepreneurial activity development. *Review of Managerial Science*, 18(4), 991-1013. <https://doi.org/10.1007/s11846-023-00629-w>
- Pinargote Navarrete, E. T., Sánchez Ramírez, V. B., & Piloso Chávez, K. J. (2023). Construcción de trayectorias teóricas desde el emprendimiento hacia la gerencia y el desarrollo local. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(3), 9341-9357. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i3.6817
- Rubio Hernández, F. J., & Lisbona Bañuelos, A. M. (2023). Intención emprendedora en estudiantes universitarios. Revisión sistemática de alcance de la producción científica. *Universitas Psychologica*, 21, 1-17. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy21.ieeu>
- Sánchez García, J. C., Ward, A., Hernández, B., & Florez, J. L. (2017). Educación emprendedora: Estado del arte. *Propósitos y Representaciones*, 5(2). <https://doi.org/10.20511/pyr2017.v5n2.190>
- Sánchez Torné, I., & Pérez Suárez, M. (2019). El impacto de la educación en la intención emprendedora de los estudiantes del grado de economía. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época*, (1). <https://doi.org/10.17561/ree.v2019n1.2>
- Sendra-Pons, P., Calatayud, C., & Garzón, D. (2022). A review of entrepreneurship, education, research and practice. *Journal of management and business education*, 5(4), 361-376. <https://doi.org/10.35564/jmbe.2022.0021>
- Sigüenza-Orellana, S. C., Álava-Atiencie, N. G., Pinos-Ramón, L. D., & Peralta-Vallejo, X. K. (2022). University students' perception of the entrepreneurial ecosystem and social entrepreneurial intention. *Retos (Ecuador)*, 12(24), 248-266. <https://doi.org/10.17163/ret.n24.2022.04>
- Sun, J., Shi, J., & Zhang, J. (2023). From entrepreneurship education to entrepreneurial intention: Mindset, motivation, and prior exposure. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.954118>
- Thomas, O. (2023). Entrepreneurship education: Which educational elements influence entrepreneurial intention? *Industry and Higher Education*, 37(3), 328-344. <https://doi.org/10.1177/09504222221121065>
- Torres Merlo, O. X. (2023). Causas y consecuencias del cierre de los emprendimientos en la ciudad de Ibarra, Ecuador. *Uniandes Episteme. Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 10(3), 377-391. <https://doi.org/10.61154/rue.v10i3.3136>
- Torres-Ortega, J., Walliser Martínez, A., Ibarra-Pérez, D., Duhalde, B., & Hernández-Muñoz, V. (2026). Percepción de los emprendedores y su relación con la

intención emprendedora social y tradicional. El caso de estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencia Política y Sociología de la Universidad Complutense de Madrid. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 1-18. <https://doi.org/10.5209/reve.108418>

Valenzuela-Keller, A. A., Gálvez-Gamboa, F. A., Sierra-Salgado, A., & Podestá-Velarde, V. (2022). Entrepreneurial mindset and intent among university students: the role of education and the institutional environment for entrepreneurship. *Formación Universitaria*, 15(4), 95-104. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062022000400095>

Vélez, C., Afcha, S., Paredes-Aguirre, M., Campoverde, R., & Barriga, H. (2022). Entrepreneurial Intention in university students of Ecuador. *Proceedings of the 20th LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education and Technology: "Education, Research and Leadership in Post-pandemic Engineering: Resilient, Inclusive and Sustainable Actions"*. <https://doi.org/10.18687/LACCEI2022.1.1.329>

Vélez, C. I., Bustamante, M. A., Loor, B. A., & Afcha, S. M. (2020). Education for entrepreneurship as a predictor of entrepreneurial intent of university students. *Formación Universitaria*, 13(2), 63-72. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062020000200063>

VII. ANEXOS

Anexo 1. Certificado del abstract por parte del centro de idiomas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI- FOREIGN AND NATIVE LANGUAGES CENTER

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: García Zúñiga Alexander Daniel

Fecha de recepción del abstract: Viernes, 5 de junio de 2026

Fecha de entrega del informe: Martes, 9 de junio de 2026

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

Observaciones:

Tras evaluar el resumen presentado, se concluye que la traducción al inglés es adecuada y fiel al contenido. De acuerdo con la rúbrica aplicada para su valoración, se le asigna una calificación de 9, por lo que el trabajo queda aprobado.

Atentamente



Validar únicamente en FirmaEC.
Firmado electrónicamente por:
**MARTHA
ARACELLY
VIVEROS
ALMEIDA**

MA. Martha Viveros
RESPONSABLE CIDEN

Anexo 2. Encuesta aplicada

CUESTIONARIO SOBRE LA EDUCACIÓN EMPREDEDORA Y LA INTENCIÓN DE EMPRENDER

Objetivo del Estudio: Analizar la relación de la educación emprendedora y la intención de emprender de los estudiantes de la UPEC para la realización de comparaciones entre grupos por carrera.

La participación en el llenado de esta encuesta es voluntaria y al realizarlo Ud. expresa su consentimiento para el uso de la información obtenida, misma que tiene carácter confidencial y será utilizada únicamente con fines académicos.

Esta encuesta no implica ningún riesgo al contestar, ya que su contenido se emplea únicamente para fines académicos, toda la información recolectada será tratada de manera confidencial, utilizando códigos para tratamientos de información y presentación de resultados.

BLOQUE 1

DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

Género

- ☐ Masculino
- ☐ Femenino

Edad

- ☐ Llenar (números enteros)

Carrera en la que estudia

- ☐ Administración de empresas
- ☐ Administración pública
- ☐ Comercio exterior
- ☐ Enfermería
- ☐ Laboratorio clínico
- ☐ Educación básica
- ☐ Educación Inicial
- ☐ Agropecuaria
- ☐ Veterinaria
- ☐ Logística y transporte
- ☐ Alimentos
- ☐ Computación
- ☐ Actividad física
- ☐ Contabilidad
- ☐ Turismo

Nivel de estudio:

- ☐ Primero
- ☐ Segundo
- ☐ Tercero
- ☐ Cuarto
- ☐ Quinto
- ☐ Sexto
- ☐ Séptimo
- ☐ Octavo
- ☐ Noveno

Preguntas de control

¿Sus padres cuentan con empresa o negocio propio?

- ☐ Si
- ☐ No

¿Ha recibido educación emprendedora en su formación profesional?

- ☐ Si
- ☐ No

¿Te gustaría tener tu propia empresa o negocio? (final)

INDICACIONES

En escala del 1 al 7, por favor marca el número que mejor se ajuste a tu respuesta, donde:

1	2	3	4	5	6	7
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ligeramente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ligeramente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

BLOQUE 2

INTENCIÓN EMPRENDEDORA

Ítems	Valoración						
	1	2	3	4	5	6	7
1. Estoy preparado/a para hacer lo necesario para convertirme en una persona emprendedora							
2. Mi meta profesional es llegar a ser una persona emprendedora							
3. Realizaré todos los esfuerzos precisos para iniciar y continuar mi propia empresa							
4. Estoy decidido/ a crear una empresa en el futuro							
5. Pienso con bastante firmeza en crear mi propia empresa							

BLOQUE 3

ACTITUDES PERSONALES ANTE EL EMPRENDIMIENTO

Ítems	Valoración						
	1	2	3	4	5	6	7
6. Ser una persona emprendedora tiene más ventajas que inconvenientes							
7. Ser una persona emprendedora me resulta atractivo							
8. Si tuviese la oportunidad y los medios me gustaría crear mi propia empresa							
9. Convertirme en persona emprendedora sería algo que me dejaría muy satisfecho							

10. De entre varias opciones, preferiría ser una persona emprendedora							
---	--	--	--	--	--	--	--

BLOQUE 4

CONTROL DEL COMPORTAMIENTO PERCIBIDO

Ítems	Valoración						
	1	2	3	4	5	6	7
11. Crear una empresa y mantenerla en funcionamiento sería fácil para mí							
12. Estoy capacitado/a para poner en marcha una empresa viable							
13. Puedo controlar el proceso de creación de una nueva empresa							
14. Conozco los detalles prácticos necesarios para crear una empresa							
15. Sé cómo desarrollar un proyecto empresarial							
16. Si intentase crear una empresa, tendría muchas posibilidades de éxito							

BLOQUE 5

CAPACIDADES

Ítems	Valoración						
	1	2	3	4	5	6	7
17. Soy perfectamente capaz de reconocer las oportunidades							
18. Soy muy creativo/a							
19. Soy capaz de resolver prácticamente cualquier problema que se me presente							
20. Soy capaz de dirigir a otras personas y de comunicarles adecuadamente mis ideas e intenciones							
21. Soy perfectamente capaz de desarrollar nuevos productos y servicios							
22. Soy perfectamente capaz de establecer una red de contactos personales y profesionales							