

# Entorno académico y su influencia en la intención emprendedora de estudiantes universitarios Macas

## Environment and Its Influence on Entrepreneurial Intention among University Students in Macas

Martha I. RUIZ<sup>1</sup>

Judith C. PESANTEZ<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universidad Católica de Cuenca, Ecuador. Email: [mruiz@ucacue.edu.ec](mailto:mruiz@ucacue.edu.ec). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8202-5487>

<sup>2</sup> Universidad Católica de Cuenca, Ecuador. Email: [jcpesantez@ucacue.edu.ec](mailto:jcpesantez@ucacue.edu.ec). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9058-6695>

### RESUMEN

El estudio analiza la influencia del entorno académico en la intención emprendedora de estudiantes del Campus Macas de la Universidad Católica de Cuenca, Ecuador. Se aplicó un enfoque cuantitativo con diseño no experimental y análisis mediante PLS-SEM a partir de una encuesta aplicada a 38 estudiantes. Los resultados evidencian que el apoyo institucional fortalece el deseo emprendedor y las metodologías docentes impulsan el compromiso emprendedor, mientras que la formación emprendedora presenta un efecto marginal sobre la intención futura.

**Palabras clave:** entorno académico, intención emprendedora, educación emprendedora

### ABSTRACT

This study analyzes the influence of the academic environment on the entrepreneurial intention of students at the Macas Campus of the Universidad Católica de Cuenca. A quantitative approach with a non-experimental design was applied, and the data were analyzed using PLS-SEM based on a survey conducted with 38 students. The results show that institutional support strengthens entrepreneurial desire and that teaching methodologies promote entrepreneurial commitment, while entrepreneurial education shows a marginal effect on future entrepreneurial intention.

**Keywords:** academic environment, entrepreneurial intention, entrepreneurial education

Recibido: 03/03/2026

Aprobado: 27/03/2026

Publicado: 30/03/2026

## 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Antecedentes del problema

La intención emprendedora ha sido un foco de investigación internacional porque tiene un efecto significativo tanto en la creación de empresas como en el desarrollo económico. La literatura internacional generalmente sostiene que el entorno académico compuesto por la educación emprendedora, el apoyo institucional y el clima universitario tiene un impacto enorme en las actitudes y aspiraciones emprendedoras de los estudiantes (Cui et al., 2021; Motta & Galina, 2023; Liu et al., 2022; Xanthopoulou & Sahinidis, 2024). Por ejemplo, cuando el entorno universitario es acogedor, con acceso a recursos, mentorías para jóvenes académicos que han estado allí antes, y una atmósfera que abraza ideas pioneras, entonces naturalmente seguirán tasas más altas de iniciativas emprendedoras (Bergmann et al., 2018). De manera similar, la formación en emprendimiento y el enfoque proactivo de las instituciones para capacitar a los estudiantes universitarios en emprendimiento y estrategias institucionales mejora la mentalidad emprendedora de los estudiantes universitarios. No obstante, se ha demostrado en algunos trabajos que el efecto del entorno académico se manifiesta indirectamente a través de rasgos de personalidad responsables de mediar la intención emprendedora (Liu et al., 2022). Desde la perspectiva general de la evidencia, las universidades han sido identificadas como ecosistemas emprendedores que generan habilidades, actitudes y motivaciones orientadas hacia el emprendimiento.

En el contexto latinoamericano, existe una alta intención de convertirse en emprendedor entre los estudiantes universitarios, aunque el emprendimiento por necesidad prevalece sobre el emprendimiento por oportunidad (Batz Liñeiro et al., 2024). Tal fenómeno podría explicarse por las barreras en términos de disponibilidad de empleo formal y factores económicos estructurales que favorecen esquemas orientados a la subsistencia y de baja innovación. Con este fin, algunas investigaciones señalan que la educación superior es fundamental en el proceso de desarrollar la cultura del emprendimiento, donde la necesidad se convierte en innovación y desarrollo sostenible (Estrin et al., 2024; Paper, 2025; Vallejo-Imbaquingo & Robalino-López, 2025b). Con oportunidades de empleo limitadas después de la graduación, y la opción de emprendimiento siendo promovida desde la universidad, es especialmente vital cultivar una cultura emprendedora en la universidad (Huang et al., 2024, 2025). No obstante, los estudiantes sienten que sus instituciones ponen demasiado énfasis en la formación para emplearse de manera dependiente y piden la integración del emprendimiento en esta política institucional (Aigerim Sekerbayeva et al., 2022; Fossatti et al., 2023). Estudios recientes en la región muestran que es importante tener una visión holística de cómo estimular intenciones emprendedoras más innovadoras y sostenibles integrando la formación emprendedora y el apoyo institucional sobre la educación tradicional por sí sola (Galvão et al., 2025; Valencia-Arias et al., 2025).

En Ecuador, el emprendimiento juvenil, como uno de los actores clave en la creación de nuevas fuentes económicas y la obtención de empleos, se vuelve estratégicamente importante. Es cada vez más evidente que las instituciones de educación superior hacen negocios a través de programas de emprendimiento y han implementado políticas de apoyo, ya que se dan cuenta de que la formación académica y el entorno emprendedor universitario son factores significativos (Vallejo-Imbaquingo & Robalino-López, 2025). Cifras más recientes sugieren que el 31.77% de los estudiantes universitarios ecuatorianos planean iniciar un negocio inmediatamente después de graduarse y casi la mitad de ellos aspirará a lograr un negocio en los próximos cinco años (Fernández de Caleyá, 2023). Esto indica una tendencia prometedoras pero problemática de traducir estos planes en empresas en funcionamiento.

La investigación a nivel local ha identificado importantes factores motivacionales que aumentan la tendencia hacia el emprendimiento, incluyendo el deseo de independencia financiera, la adquisición de experiencia, el querer "ser su propio jefe" y seguir modelos de rol emprendedores exitosos, lo que ha llevado a una mayor inclinación hacia el emprendimiento (González et al., 2024). De manera similar, se ha demostrado que el contexto institucional (por ejemplo, las diferencias entre universidades públicas y privadas) juega un papel importante en la prevalencia de la intención emprendedora (Martins et al., 2023). En general, la evidencia nacional tiende a reforzar la noción de que un entorno académico donde se dispone de contenido curricular relevante, el apoyo institucional es activo y la cultura emprendedora está consolidada, aumentará la intención emprendedora de los estudiantes (Fernández de Caleyá, 2023; Galvão et al., 2025; Vallejo-Imbaquingo & Robalino-López, 2025).

No obstante, todavía existen lagunas de investigación a nivel local. En la ciudad de Macas, ubicada en la región amazónica de Ecuador, no se han encontrado estudios que analicen la influencia del entorno académico en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. Esta ausencia es relevante considerando las particularidades socioeconómicas y culturales de la región. Por lo tanto, sería necesario

determinar hasta qué punto el entorno académico influye en la intención emprendedora de los estudiantes del Campus Macas de la Universidad Católica de Cuenca. De este modo, se formula la siguiente pregunta de investigación: *¿En qué medida el entorno académico influye en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios de la Sede Macas?* A partir de esta interrogante, el objetivo general del presente estudio es analizar la influencia del entorno académico en la intención emprendedora de los estudiantes de la Unidad Académica de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Católica de Cuenca, carrera de Contabilidad y Auditoría, Campus Macas. Los objetivos del estudio son: determinar qué características del entorno académico en el Campus de Macas podrían potencialmente impactar en la intención emprendedora; evaluar cuánto son emprendedores los estudiantes y sus actitudes hacia el emprendimiento, y evaluar el grado en que el entorno académico podría impactar esta intención. En este sentido, este estudio pretende contribuir con evidencia científica para informar mejor las futuras iniciativas educativas y el ecosistema emprendedor en la región.

### **1.2. El entorno académico como factor del emprendimiento estudiantil**

El entorno universitario desempeña un papel fundamental en el fomento de los hábitos emprendedores de los estudiantes. Varios estudios recientes sugieren que la educación centrada en el emprendimiento y un entorno universitario que fomente estas habilidades tienen un impacto positivo en la intención emprendedora de los jóvenes. Estas facilidades incluyen no solo la formación formal (cursos, talleres, competencias) y actividades extracurriculares como incubadoras y clubes de emprendimiento, sino también el apoyo institucional (mentores, financiamiento inicial, redes de contacto). Como ejemplo, entre 271 estudiantes mexicanos, un estudio verificó que el entorno universitario influye positiva y significativamente en su intención de participar en actividades emprendedoras (Carrillo & Montiel, 2020; Liu et al., 2022). Asimismo, un estudio más reciente realizado en Hungría encontró una fuerte asociación entre el apoyo percibido de la universidad y el entorno académico, demostrando que estos elementos mejoran la autoeficacia de los estudiantes y el control conductual percibido, lo que consecuentemente mejora su intención de iniciar un negocio. En general, esta literatura indica que un entorno académico propicio que facilite el desarrollo de habilidades emprendedoras, actitudes emprendedoras u oportunidades para practicar conduce a un mayor grado de aspiración hacia emprender iniciativas empresariales entre los estudiantes universitarios (Makai & Dóry, 2023).

### **1.3. La intención emprendedora en el contexto universitario**

La intención emprendedora se define como el grado de determinación de una persona para llevar a cabo las acciones necesarias para crear una nueva empresa. Es ampliamente reconocido que dicha intención es el mejor predictor del comportamiento emprendedor futuro, es decir, la probabilidad de que el individuo realmente inicie un negocio más adelante (Xanthopoulou & Sahinidis, 2025). En el contexto universitario, la intención de emprender ha ganado especial relevancia ya que es una etapa formativa en la que muchos jóvenes consideran el autoempleo como una opción de carrera. De hecho, a nivel global, hay un notable interés emprendedor entre la población joven: por ejemplo, en India, el 83% de los profesionales de entre 25 y 34 años expresaron el deseo de iniciar su propio negocio, en comparación con un promedio global del 53% (Nayak et al., 2024). Sin embargo, a menudo existe una brecha entre la intención emprendedora y la acción (brecha intención-acción), atribuible a obstáculos externos, percepción de riesgo o falta de apoyo una vez que se completan los estudios. Por lo tanto, comprender los factores que potencian la intención emprendedora en los estudiantes y particularmente el papel del entorno académico es clave para diseñar estrategias educativas que conviertan esas intenciones en nuevos emprendimientos (Xanthopoulou & Sahinidis, 2025).

### **1.4. Teoría del Comportamiento Planificado y su aplicación al emprendimiento**

La Teoría del Comportamiento Planificado (TCP) de Ajzen es una estructura teórica bien establecida sobre la naturaleza del emprendimiento. Sugiere que la intención de ser emprendedor depende de las actitudes respecto al comportamiento emprendedor, las normas subjetivas y el control conductual percibido (Agustín et al., 2024). Estos factores influyen significativamente en la disposición para convertirse en emprendedor; por ejemplo, una actitud positiva contribuye fuertemente a la acción de emprender; mientras que el apoyo de la familia y los profesores y la capacidad percibida pueden desempeñar un papel comparable o incluso mayor (Nayak et al., 2024). Además de la capacidad predictiva, la TCP permite tener en cuenta la influencia contextual, lo que implica que los entornos académicos tienen una influencia indirecta para ayudar a fortalecer estos determinantes cognitivos. Por lo tanto, las experiencias académicas como las extracurriculares en la universidad ayudan en el desarrollo de actitudes emprendedoras positivas y el entorno social, y aumentan el deseo de iniciar una empresa, como se indica con un mayor control percibido. Esta formulación de atributos individuales y elementos orientados a la

situación puede validar la TCP como una base teórica apropiada para comprender el impacto del contexto académico en las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios (By-nc, 2022).

### 1.5. Tabla conceptual de variables del estudio

Con base en la literatura revisada y en la Teoría del Comportamiento Planificado, el presente estudio operacionaliza las variables del modelo de investigación considerando las dimensiones del entorno académico y de la intención emprendedora. La Tabla 1 presenta la conceptualización de las variables analizadas, sus dimensiones y la relación teórica con los componentes de la Teoría del Comportamiento Planificado.

**Tabla 1.** Conceptualización de variables y dimensiones del modelo de investigación

Variable	Dimensión	Conceptualización	Aspecto que mide	Relación con la Teoría del Comportamiento Planificado
<b>Entorno académico</b>	Formación emprendedora	Conjunto de contenidos curriculares, asignaturas y experiencias formativas orientadas al desarrollo de conocimientos, habilidades y actitudes empresariales dentro de la universidad.	Nivel en que la educación universitaria promueve capacidades y competencias para emprender.	Influye principalmente en la <b>actitud hacia el emprendimiento</b> , al fortalecer la percepción de viabilidad del emprendimiento como opción profesional.
	Apoyo institucional	Percepción de los estudiantes sobre la disponibilidad de recursos, programas, mentorías, redes y mecanismos de apoyo ofrecidos por la universidad para desarrollar iniciativas emprendedoras.	Grado en que la institución universitaria facilita recursos y respaldo para el emprendimiento estudiantil.	Refuerza las <b>normas subjetivas</b> , al generar un entorno social favorable donde el emprendimiento es valorado y apoyado institucionalmente.
	Metodologías docentes	Estrategias pedagógicas activas utilizadas en el proceso de enseñanza-aprendizaje, como aprendizaje basado en proyectos, resolución de problemas reales, trabajo colaborativo y simulaciones empresariales.	Nivel en que las prácticas pedagógicas promueven la aplicación práctica del conocimiento y el desarrollo de habilidades emprendedoras.	Fortalece el <b>control conductual percibido</b> , al aumentar la confianza de los estudiantes en su capacidad para iniciar un emprendimiento.
	Cultura emprendedora institucional	Conjunto de valores, normas, prácticas y clima organizacional que promueven el emprendimiento como alternativa profesional dentro del entorno universitario.	Percepción de un ambiente universitario que estimula la innovación, la creatividad y la iniciativa empresarial.	Contribuye indirectamente a las <b>actitudes y normas subjetivas</b> que influyen en la formación de la intención emprendedora.
<b>Intención emprendedora</b>	Deseo emprendedor	Motivación personal y atracción hacia la idea de crear una empresa o desarrollar una actividad empresarial independiente.	Nivel de interés y predisposición psicológica hacia el emprendimiento.	Representa el componente <b>actitudinal</b> previo a la formación de la intención emprendedora.
	Intención futura	Determinación consciente de iniciar un negocio en el futuro, acompañada de la planificación de acciones necesarias para llevar a cabo el emprendimiento.	Grado en que el estudiante proyecta iniciar una empresa en el mediano plazo.	Corresponde directamente al constructo de <b>intención conductual</b> propuesto por la Teoría del Comportamiento Planificado.
	Compromiso emprendedor	Nivel de involucramiento en actividades concretas orientadas al desarrollo de un emprendimiento, como la búsqueda de información, planificación o validación de ideas de negocio.	Acciones preliminares que reflejan la transición entre la intención y el comportamiento emprendedor.	Representa la <b>fase inicial del comportamiento emprendedor</b> , que surge a partir de la intención.

**Fuente:** Elaboración propia con base en la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen (1991) y literatura sobre intención emprendedora.

A partir de esta conceptualización teórica, en la siguiente sección se describe el diseño metodológico del estudio, incluyendo los participantes, el instrumento de medición y la estrategia de análisis estadístico utilizada.

## 2. METODOLOGÍA

La investigación adoptó un enfoque cuantitativo con diseño no experimental y corte transversal, orientado a analizar la influencia del entorno académico en la intención emprendedora de estudiantes universitarios. Con el fin de mejorar la claridad metodológica, el proceso de investigación se organizó en tres etapas: recolección de datos, medición de variables y análisis estadístico.

### 2.1. Participantes y recolección de datos

El estudio se llevó a cabo con 38 estudiantes de la carrera de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Católica de Cuenca, Campus Macas (Ecuador). La muestra fue seleccionada mediante un muestreo no

probabilístico por conveniencia, considerando a estudiantes que cursaban asignaturas vinculadas con el emprendimiento e innovación. Los datos se recolectaron a través de una encuesta estructurada aplicada directamente a los participantes. El cuestionario (Ver Apéndice A) estuvo conformado por 42 ítems, medidos mediante una escala tipo Likert de cinco puntos, donde:

- 1 = Nunca
- 2 = Casi nunca
- 3 = A veces
- 4 = Casi siempre
- 5 = Siempre

Esta escala permitió evaluar la frecuencia con la que los estudiantes experimentan situaciones relacionadas con el emprendimiento dentro del entorno universitario. El tamaño de la muestra fue considerado adecuado para el análisis estadístico realizado. Un análisis de poder estadístico a priori indicó un nivel de potencia superior a 0.80, lo cual permite detectar relaciones significativas entre las variables analizadas.

## 2.2. Instrumento de medición

El instrumento fue diseñado a partir de la literatura científica sobre entorno académico e intención emprendedora. El cuestionario incluyó 42 ítems, distribuidos en dos variables principales:

Entorno académico

- Formación emprendedora
- Apoyo institucional
- Metodologías docentes
- Cultura emprendedora institucional

Estas dimensiones reflejan los factores educativos e institucionales que influyen en la formación emprendedora de los estudiantes.

Intención emprendedora

- Deseo emprendedor
- Intención futura
- Compromiso emprendedor

Estas dimensiones permiten evaluar tanto la motivación inicial como las acciones orientadas al emprendimiento. El instrumento mostró altos niveles de consistencia interna, lo que respalda su confiabilidad para fines investigativos.

## 2.3. Análisis de datos

El análisis de los datos se realizó mediante Modelado de Ecuaciones Estructurales por Mínimos Cuadrados Parciales (PLS-SEM). Esta técnica fue seleccionada por tres razones principales:

Capacidad predictiva: permite identificar qué factores del entorno académico influyen con mayor fuerza en la intención emprendedora. Flexibilidad estadística: funciona adecuadamente con muestras moderadas y no requiere que los datos sigan una distribución normal. Rigor metodológico: permite evaluar simultáneamente la confiabilidad del instrumento y las relaciones entre los constructos analizados (Dörnyei & Griffée, 2010; Islam & Ali Khan, 2024; Richter et al., 2022; Ringle et al., 2023; Russo et al., 2024).

Primero se evaluó el modelo de medición, verificando:

- confiabilidad (Alfa de Cronbach y fiabilidad compuesta > 0.70)
- validez convergente (AVE > 0.50)
- validez discriminante (criterios Fornell-Larcker y HTMT)

Posteriormente se estimó el modelo estructural, utilizando bootstrapping con 5000 submuestras, intervalos de confianza BCa y valores p para determinar la significancia estadística de las relaciones entre las variables (Anggraeni et al., 2025; Kumar et al., 2023; Lamberti & Rocca, 2025; Magno et al., 2024; Méndez-Suárez, 2021; Ned Knock, 2018; Pollatu & Rita, 2025; Richter & Tudoran, 2024; *Sternad Zabukovšek, S., Bobek, S., Zabukovšek, U., Kalinić, Z., & Tominc, P. (2022)..Pdf*, n.d.; Zeng et al., 2021).

### 3. RESULTADOS

Para facilitar la interpretación de los hallazgos, los resultados se presentan en dos niveles. En primer lugar, se describen las percepciones de los estudiantes sobre el entorno académico y la intención emprendedora mediante estadísticas descriptivas. Posteriormente, se analizan las relaciones entre las variables utilizando el modelo estructural PLS-SEM.

#### 3.1. Caracterización de la muestra y estrategia analítica

La muestra estuvo conformada por 38 estudiantes de la carrera de Contabilidad y Auditoría de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales del Campus Macas. En términos de género, predominó la participación femenina (76.3%). En cuanto a la edad, los grupos más representativos fueron los de 17 a 20 años (44.7%) y 21 a 25 años (39.5%).

Para el análisis de los datos se utilizó el Modelado de Ecuaciones Estructurales por Mínimos Cuadrados Parciales (PLS-SEM). La significancia de las relaciones estructurales se evaluó mediante bootstrapping con 5000 submuestras e intervalos de confianza BCa al 95%. La escala total del cuestionario presentó una consistencia interna elevada ( $\alpha \approx 0.98$ ).

#### 3.2. Percepción del entorno académico

**Cuadro 1.** Percepción del entorno académico (media y desviación estándar)

Constructo (Variable Independiente)	Media	DE
Formación emprendedora	3.92	0.95
Apoyo institucional	4.07	0.86
Metodologías docentes	4.01	0.79
Cultura emprendedora institucional	4.05	0.89

Fuente: Elaboración propia

El Cuadro 1 muestra que las cuatro dimensiones del entorno académico presentan medias cercanas o superiores a 4 puntos en una escala de 1 a 5. La dimensión con mayor valoración fue apoyo institucional ( $M = 4.07$ ;  $DE = 0.86$ ), seguida de cultura emprendedora institucional ( $M = 4.05$ ;  $DE = 0.89$ ), metodologías docentes ( $M = 4.01$ ;  $DE = 0.79$ ) y formación emprendedora ( $M = 3.92$ ;  $DE = 0.95$ ). En conjunto, estos resultados evidencian una percepción favorable del entorno académico por parte de los estudiantes encuestados.

#### 3.3. Niveles de intención emprendedora

**Cuadro 2.** Niveles de intención emprendedora (media y desviación estándar)

Constructo (Variable Dependiente)	Media	DE
Deseo emprendedor	4.42	0.72
Intención futura	4.35	0.78
Compromiso emprendedor	3.83	1.11

Fuente: Elaboración propia

El Cuadro 2 indica que la dimensión con mayor puntuación fue deseo emprendedor ( $M = 4.42$ ;  $DE = 0.72$ ), seguida de intención futura ( $M = 4.35$ ;  $DE = 0.78$ ). En contraste, compromiso emprendedor presentó una media menor ( $M = 3.83$ ;  $DE = 1.11$ ) y la mayor dispersión entre las tres dimensiones analizadas. Estos resultados muestran que los estudiantes reportan niveles altos de interés y proyección hacia el emprendimiento, aunque con menor nivel de involucramiento en acciones concretas asociadas al proceso emprendedor.

#### 3.4. Resultados del modelo estructural

El Cuadro 3 presenta las relaciones estructurales estimadas entre las dimensiones del entorno académico y la intención emprendedora. Se identificaron dos relaciones estadísticamente significativas:

- Apoyo institucional  $\rightarrow$  deseo emprendedor  
 $\beta = 0.643$ ; IC BCa 95% [0.168, 1.121];  $p = 0.017$

- Metodologías docentes → compromiso emprendedor  
 $\beta = 0.730$ ; IC BCa 95% [0.224, 1.528];  $p = 0.009$

**Cuadro 3.** Resultados del modelo estructural PLS-SEM

Relación	$\beta$	IC BCa 95%	p
Apoyo Institucional → Deseo de Emprender	0.643	[0.168, 1.121]	0.017
Metodologías Docentes → Compromiso de Emprender	0.730	[0.224, 1.528]	0.009
Formación Emprendedora → Intención Futura	0.512	[-0.193, 1.012]	0.067

Fuente: Elaboración propia

Adicionalmente, la relación entre formación emprendedora e intención futura presentó un coeficiente positivo ( $\beta = 0.512$ ) con una significancia marginal ( $p = 0.067$ ), por lo que debe interpretarse con cautela. En el modelo estimado, cultura emprendedora institucional no mostró efectos directos estadísticamente significativos sobre las dimensiones de la intención emprendedora.

### 3.5. Capacidad explicativa del modelo

**Cuadro 4.** Capacidad explicativa del modelo ( $R^2$ )

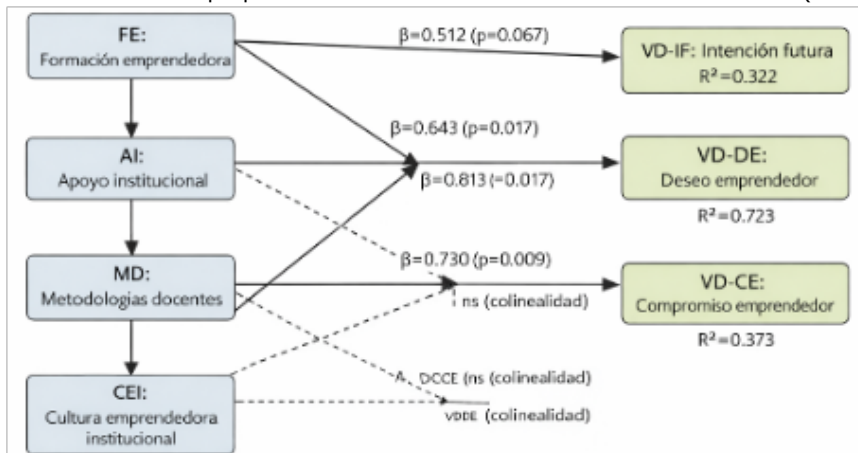
Variable dependiente	$R^2$
Deseo de Emprender	0.723
Intención Futura	0.322
Compromiso Emprendedor	0.373
Intención emprendedora global (IE)	0.544

Fuente: Elaboración propia

El Cuadro 4 muestra que el entorno académico explicó en mayor medida la varianza del deseo emprendedor ( $R^2 = 0.723$ ). En cambio, la capacidad explicativa fue moderada para intención futura ( $R^2 = 0.322$ ) y compromiso emprendedor ( $R^2 = 0.373$ ). La intención emprendedora global alcanzó un valor de  $R^2 = 0.544$ . Estos valores indican que el modelo presenta mayor poder explicativo sobre la dimensión motivacional del emprendimiento que sobre sus dimensiones orientadas a la acción.

### 3.6. Representación gráfica del modelo estructural

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del modelo PLS-SEM ( $n = 38$ )



**Figura 1.** Modelo estructural PLS-SEM del entorno académico y la intención emprendedora

Como se observa en la Figura 1, las flechas continuas representan las relaciones estadísticamente significativas identificadas en el modelo. En particular, el apoyo institucional mostró una relación positiva con el deseo emprendedor, mientras que las metodologías docentes presentaron el mayor efecto sobre el compromiso emprendedor. Por su parte, la formación emprendedora exhibió una relación positiva de magnitud moderada con la intención futura, aunque sin alcanzar significancia estadística convencional. En términos de capacidad explicativa, la figura confirma que el modelo presenta mayor ajuste para el deseo emprendedor que para las demás dimensiones de la intención emprendedora.

## 4. DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos permiten comprender cómo el entorno académico del Campus Macas influye en la formación de la intención emprendedora en estudiantes universitarios. En esta sección se interpretan los hallazgos principales contrastándolos con la literatura científica internacional.

### 4.1. Percepción favorable del entorno académico

Los resultados descriptivos evidencian que los estudiantes perciben un entorno académico favorable para el desarrollo del emprendimiento, con valores promedio cercanos o superiores a 4 en las dimensiones de formación emprendedora, apoyo institucional, metodologías docentes y cultura emprendedora institucional. Este hallazgo coincide con investigaciones previas que destacan el papel del entorno universitario en la formación de actitudes y competencias emprendedoras (Ferri et al., 2024; Galvão et al., 2025).

Diversas investigaciones internacionales encuentran que las universidades actúan como ecosistemas emprendedores, mejorando habilidades, incentivos y actitudes favorables hacia el comportamiento emprendedor. En este sentido, el apoyo institucional y la educación emprendedora conducen a la autoeficacia y a normas subjetivas respecto a la formación del comportamiento emprendedor (Liu et al., 2022). Por lo tanto, un entorno académico favorable por sí solo no garantiza directamente la creación de empresas, pero sí crea condiciones que fortalecen las creencias y expectativas emprendedoras de los estudiantes (Cao & Kusakabe, 2025).

### 4.2. Brecha entre intención y compromiso emprendedor

Este estudio también presenta un patrón caracterizado por altos niveles de deseo emprendedor e intención futura, pero un nivel más bajo de compromiso emprendedor. Este resultado es consistente con la Teoría del Comportamiento Planeado, en la que la intención precede al comportamiento, pero el cambio a la acción está mediado por otros factores, incluyendo el control conductual percibido y la disponibilidad de recursos (Ajzen, 1991; Bosnjak et al., 2020).

Según la literatura dentro de la educación emprendedora, las metodologías experienciales, basadas en el aprendizaje práctico, forman la piedra angular para cerrar la brecha entre la intención y la acción (Motta & Galina, 2023; Carpenter & Wilson, 2022). Cuando los estudiantes participan en proyectos aplicados, simulaciones de negocios o actividades para validar ideas de negocio, aumentan su autoeficacia y percepción de viabilidad para el emprendimiento. Por lo tanto, el menor nivel de compromiso observado podría explicarse por la necesidad de fortalecer experiencias formativas prácticas que permitan transformar la motivación en acciones emprendedoras concretas (Kurata et al., 2025; Ruiz & Vasquez, 2025).

### 4.3. Influencia del apoyo institucional en el deseo emprendedor

Los resultados del modelo estructural muestran que el apoyo institucional tiene una influencia positiva y significativa en el deseo emprendedor. Según este análisis, tales resultados son compatibles con la literatura internacional que encontró que el apoyo percibido proporcionado por la universidad (mentoría, recursos, redes de contacto, programas de incubación) aumenta la motivación de los estudiantes para tomar el emprendimiento como una alternativa vocacional, ya que se sienten respaldados (Liu et al., 2022; Galvão et al., 2025).

Basado en la Teoría del Comportamiento Planificado, el apoyo institucional refuerza las normas subjetivas y la autoeficacia emprendedora, factores que influyen directamente en la formación de la intención emprendedora. Por lo tanto, cuando los estudiantes creen que su universidad apoya las iniciativas emprendedoras, el emprendimiento se considera socialmente aceptable y las barreras psicológicas asociadas con el inicio de un negocio disminuyen (Ye et al., 2025; Kayed et al., 2022).

### 4.4. Importancia de las metodologías docentes para el compromiso emprendedor

Otro hallazgo relevante del estudio es que las metodologías docentes presentan el mayor efecto sobre el compromiso emprendedor. Este resultado sugiere que las estrategias pedagógicas activas, como el aprendizaje basado en proyectos, la resolución de problemas reales y el trabajo colaborativo, contribuyen significativamente a fortalecer el componente conductual de la intención emprendedora (Cao & Kusakabe, 2025).

Según la evidencia internacional, que corrobora esta interpretación, el impacto de las metodologías experienciales afecta directamente no solo el desarrollo de competencias emprendedoras en los estudiantes, sino también su transformación de ideas en acciones (Motta & Galina, 2023; Carpenter & Wilson, 2022). Este es el caso de la educación en emprendimiento basada en experiencias prácticas, ya que refuerza habilidades de identificación de oportunidades, toma de decisiones y ejecución de iniciativas empresariales (Gao & Qin, 2022).

#### **4.5. Efecto tendencial de la formación emprendedora**

La formación emprendedora mostró un efecto positivo, aunque marginal, en las intenciones futuras de emprender. Este hallazgo se alinea con un gran cuerpo de investigación meta-analítica que muestra una relación positiva entre la educación emprendedora y la intención emprendedora, aunque la magnitud del efecto puede depender del diseño del programa educativo y del contexto institucional (Martínez-Gregorio et al., 2021; Zhang et al., 2022). Específicamente, la formación emprendedora actúa indirectamente a través de variables mediadoras como la autoeficacia emprendedora, el locus de control y la viabilidad percibida del emprendimiento (Gao & Qin, 2022; Cao & Kusakabe, 2025). Como tal, el efecto directo puede verse atenuado cuando estas variables psicológicas no están directamente representadas en el modelo analítico (Kariv et al., 2025).

#### **4.6. Cultura emprendedora institucional y colinealidad conceptual**

La cultura emprendedora institucional no presentó efectos directos significativos en el modelo estructural. Este resultado puede explicarse por la posible colinealidad conceptual entre esta dimensión y otras variables del entorno académico, particularmente el apoyo institucional y las metodologías docentes.

Diversos estudios han señalado que la cultura emprendedora universitaria suele manifestarse a través de políticas institucionales, recursos disponibles y prácticas pedagógicas, lo que puede generar superposición conceptual entre los constructos (Al-Lawati et al., 2022; Guenther et al., 2023). En este sentido, la cultura emprendedora podría actuar como un factor contextual general que influye indirectamente en la intención emprendedora, más que como un predictor independiente del comportamiento emprendedor (Galvão et al., 2025; Kayed et al., 2022).

#### **4.7. Capacidad explicativa del modelo**

El modelo estructural presentó una elevada capacidad explicativa para el deseo emprendedor ( $R^2 = 0.723$ ) y niveles moderados de explicación para la intención futura y el compromiso emprendedor. Estos resultados son consistentes con estudios basados en la Teoría del Comportamiento Planificado que muestran que los factores del entorno educativo influyen principalmente en los componentes motivacionales del emprendimiento (Liu et al., 2022).

En contraste, las dimensiones relacionadas con el comportamiento emprendedor suelen depender también de factores individuales y contextuales adicionales, como la autoeficacia, las redes de apoyo, la experiencia previa y el acceso a recursos financieros. Por lo tanto, aunque el entorno académico desempeña un papel relevante en la formación de la intención emprendedora, la transición hacia la acción empresarial requiere la interacción de múltiples variables personales y estructurales (Gao & Qin, 2022; Cao & Kusakabe, 2025).

#### **4.8. Implicaciones para la educación emprendedora en contextos regionales**

Sobre la base de los hallazgos obtenidos, está claro que las universidades situadas en contextos regionales en desarrollo, como el caso de Macas, no deberían haberse limitado a promover el emprendimiento dentro del contexto discursivo, sino que deberían gradualmente avanzar hacia un modelo de formación aplicado, visible y articulado que incluya mecanismos institucionales para fomentarlo. Se encontró que el apoyo institucional aumenta el deseo de emprender, mientras que la práctica pedagógica mejora el compromiso. Así, un ecosistema universitario efectivo integra las dos dimensiones de apoyo institucional y enseñanza experiencial.

Desde este punto de vista, el principal desafío no es solo aumentar la motivación de los estudiantes, sino crear entornos de aprendizaje que puedan reducir la brecha entre la intención y la acción. Esto incluye la mejora de mentorías, incubación, redes, proyectos reales y estrategias pedagógicas para problemas ambientales. Esto es altamente aplicable en Macas; en el contexto especial de Macas, este modelo ofrece la posibilidad de convertir el interés emprendedor en iniciativas con mayor potencial de impacto local y regional.

## 5. CONCLUSIONES

El estudio confirmó que el entorno académico juega un papel significativo, ya que es un factor importante para la intención emprendedora en los estudiantes del Campus Macas de la Universidad Católica de Cuenca. Específicamente, los hallazgos muestran que esta influencia se expresa más intensamente en la dimensión motivacional del emprendimiento que en su dimensión conductual, lo que significa que la universidad ayuda a fortalecer el interés por el emprendimiento, aunque todavía enfrenta el desafío de traducir esa intención en acciones concretas.

Los hallazgos indican que, por un lado, el apoyo institucional es el antecedente más fuerte del deseo de emprender, incluyendo recursos, mentoría, redes y los mecanismos de apoyo universitario prominentes existentes que deben proporcionarse para que el emprendimiento se justifique como una posibilidad de carrera viable. En segundo lugar, se determina que los enfoques de enseñanza activa tienen la mayor influencia en el nivel de compromiso emprendedor (y esto es evidencia de que las actividades de aprendizaje práctico acercan a los estudiantes a sus intenciones preliminares de comenzar). En tercer lugar, la formación emprendedora demostró una pequeña (pero positiva) influencia en la intención futura, indicando que el impacto de la formación emprendedora puede mejorarse al acoplarla a las variables mediadoras de autoeficacia, viabilidad percibida o experiencia aplicada.

La contribución central del estudio ha sido la identificación de una brecha entre el deseo de emprender y el compromiso emprendedor en un entorno amazónico relativamente poco investigado como Macas. Este descubrimiento implica que la motivación estudiantil no es el problema, aunque el desafío institucional radica en establecer procesos educativos que minimicen la distancia entre la intención declarada y la acción emprendedora efectiva.

Desde un punto de vista pragmático, los hallazgos sugieren que las universidades no deberían limitarse a fomentar el emprendimiento solo en las discusiones dentro de sus planes de estudio. En su lugar, deberían avanzar convirtiéndose en un ecosistema más articulado, una mezcla de apoyo institucional más visible, metodologías experienciales, proyectos aplicados, mentorías y espacios de incubación. Para el Campus de Macas, esta estrategia es especialmente aplicable, ya que abre caminos para convertir el potencial emprendedor de los estudiantes en iniciativas con impacto económico y social en el entorno local y regional.

Finalmente, aunque los hallazgos ofrecen evidencia empírica clave sobre la relación entre el entorno académico y la intención emprendedora, la muestra del presente estudio se limita a un grupo específico de estudiantes (Contabilidad y Auditoría). Por lo tanto, estudios posteriores pueden optar por ampliar la muestra, expandir los campos de investigación y explorar posibles variables mediadoras o moderadoras con el fin de desarrollar más conocimientos sobre la transición entre la intención emprendedora y el comportamiento. En resumen, el entorno académico en Macas efectivamente favorece el desarrollo de una mentalidad emprendedora; sin embargo, su desafío más importante no es motivar más, sino convertir esa motivación en acción emprendedora real.

### Declaración sobre el uso de Inteligencia Artificial (IA)

En este artículo, la autora explica que consultó las herramientas de inteligencia artificial específicamente para la revisión del lenguaje, la corrección estilística y la organización del contenido. La IA no se empleó para generar ideas originales, generar automáticamente fragmentos completos de escritura, ni para reemplazar la reflexión crítica y la interpretación de los resultados. La autora tomó todas las decisiones relacionadas con los temas, argumentos e inclusión de fuentes bibliográficas. Este manuscrito también ha sido validado como original después de someterse a revisiones utilizando herramientas para detectar similitudes, y se dice que este manuscrito es el resultado de un trabajo intelectual personal, no ha sido publicado o difundido previamente, ni ha sido producido completamente por sistemas de IA.

## REFERENCIAS

- Agustín, J., Champion, M., Barreto, I. B., & Bejar, L. H. (2024). LA EDUCACIÓN Y LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS: UNA REVISIÓN EN LATINOAMÉRICA.
- Aigerim Sekerbayeva; et al. (2022). The Moderating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy and Locus of Control on the Effect. *European Journal of Educational Research*, 11(3), 1245–1257.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*.
- Al-Lawati, E. H., Abdul Kohar, U. H., & Shahrin Suleiman, E. (2022). Entrepreneurial culture in educational institutions: A scoping review. *Cogent Business and Management*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1997237>

- Anggraeni, T., Sidik, A. Z. I., & Sidik, A. M. (2025). Beyond Image and Quality: Dual Mediation of Destination Value and Historical Tourist Engagement on Revisit Intention. *Jurnal Ilmiah Ilmu Terapan Universitas Jambi*, 9(4), 1612–1623. <https://doi.org/10.22437/jiituj.v9i4.47771>
- Batz Liñeiro, A., Romero Ochoa, J. A., & Montes de la Barrera, J. (2024). Exploring entrepreneurial intentions and motivations: a comparative analysis of opportunity-driven and necessity-driven entrepreneurs. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00366-8>
- Bergmann, H., Geissler, M., Hundt, C., & Grave, B. (2018). The climate for entrepreneurship at higher education institutions. *Research Policy*, 47(4), 700–716. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2018.01.018>
- Bosnjak, M., Ajzen, I., & Schmidt, P. (1841). Editorial The Theory of Planned Behavior : Selected Recent Advances and Applications. April 2020.
- By-nc, C. C. (2022). Determinantes de la Intención Emprendedora y el rol de la enseñanza del emprendimiento : un análisis en el contexto universitario chileno Determinants of Entrepreneurial Intention and the Role of Teaching Entrepreneurship : An Analysis in the Chilean Univ.
- Carrillo, B., & Montiel, C. (2020). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intention: the university environment effect. *Revista Espacios*, 41(0798–1015), 1–11. <https://www.revistaespacios.com>
- Cui, J., Sun, J., & Bell, R. (2021). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial mindset of college students in China: The mediating role of inspiration and the role of educational attributes. *International Journal of Management Education*, 19(1). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.04.001>
- Dörnyei, Z., & Griffee, D. T. (2010). Research Methods in Applied Linguistics. *TESOL Journal*, 1(1), 181–183. <https://doi.org/10.5054/tj.2010.215611>
- Estrin, S., Guerrero, M., & Mickiewicz, T. (2024). A framework for investigating new firm entry: The (limited) overlap between informal-formal and necessity-opportunity entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 39(4), 106404. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2024.106404>
- Fernández de Caleyá, R. (2023). Informe GUESS España 2021. In Informe GUESS España 2021. <https://doi.org/10.32466/eufv-6>
- Galvão, A. R., Marques, C. S., Mendes, T., & Azevedo, C. (2025). How Does Perceived University Support Boost Students' Entrepreneurial Intentions? *Journal of the Knowledge Economy*, 16(3), 12698–12726. <https://doi.org/10.1007/s13132-024-02441-7>
- Gao, Y., & Qin, X. (2022). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention of Chinese college students: Evidence from a moderated multi-mediation model. *Frontiers in Psychology*, 13(November), 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1049232>
- González-Prida, V., Sandoval-Trigos, J. C., Moreno-Menéndez, F. M., Gomez-Bernaola, K. O., Tello-Porras, D. A., & Pariona-Amaya, D. (2024)\_societies-14-00202 (1).pdf. (n.d.).
- Guenther, P., Guenther, M., Ringle, C. M., Zaefarian, G., & Cartwright, S. (2023). Improving PLS-SEM use for business marketing research. *Industrial Marketing Management*, 111(October 2020), 127–142. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2023.03.010>
- Huang, Y., Yuan, Y., Sun, W., & Li, P. (2025). Entrepreneurship Education in FI Uences University. *Humanities and Social Sciences Communications*, 2025, 1–15.
- Huang, Y., Zhang, J., Xu, Y., Sun, S., Bu, Y., Li, S., & Chen, Y. (2024). College students' entrepreneurship policy, regional entrepreneurship spirit, and entrepreneurial decision-making. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 1–12. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03242-8>
- Islam, Q., & Ali Khan, S. M. F. (2024). Assessing Consumer Behavior in Sustainable Product Markets: A Structural Equation Modeling Approach with Partial Least Squares Analysis. *Sustainability (Switzerland)*, 16(8). <https://doi.org/10.3390/su16083400>
- Kayed, H., Al-Madadha, A., & Abualbasal, A. (2022). The Effect of Entrepreneurial Education and Culture on Entrepreneurial Intention. *Organizacija*, 55(1), 18–34. <https://doi.org/10.2478/orga-2022-0002>
- Kumar, V., Preeti, Saheb, S. S., Kumari, S., Pathak, K., Chandel, J. K., Varshney, N., & Kumar, A. (2023). A PLS-SEM Based Approach: Analyzing Generation Z Purchase Intention Through Facebook's Big Data. *Big Data Mining and Analytics*, 6(4), 491–503. <https://doi.org/10.26599/BDMA.2022.9020033>
- Kurata, K., Kodama, K., Kageyama, I., Kobayashi, Y., & Lim, Y. (2025). Intención emprendedora entre estudiantes de ingeniería: el papel moderador de la educación emprendedora en Japón. *Behavioral Sciences*, 15(5), 1–16.
- Lamberti, G., & Rocca, M. La. (2025). Bootstrapping partial least squares structural equation modelling with massive data. *Quality and Quantity*. <https://doi.org/10.1007/s11135-025-02483-2>
- Liu, M., Gorgievski, M. J., Qi, J., & Paas, F. (2022). Perceived university support and entrepreneurial intentions: Do different students benefit differently? *Studies in Educational Evaluation*, 73(July 2021), 101150. <https://doi.org/10.1016/j.stueduc.2022.101150>
- Magno, F., Cassia, F., & Ringle, C. M. (2024). A brief review of partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) use in quality management studies. *TQM Journal*, 36(5), 1242–1251. <https://doi.org/10.1108/TQM-06-2022-0197>

- Makai, A. L., & Dóry, T. (2023). Perceived university support and environment as a factor of entrepreneurial intention.pdf. (n.d.).
- Martínez-Gregorio, S., Badenes-Ribera, L., & Oliver, A. (2021). Effect of entrepreneurship education on entrepreneurship intention and related outcomes in educational contexts: a meta-analysis. *International Journal of Management Education*, 19(3), 100545. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100545>
- Martins, J. M., Shahzad, M. F., & Xu, S. (2023). Factors influencing entrepreneurial intention to initiate new ventures: evidence from university students. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00333-9>
- Méndez-Suárez, M. (2021). Marketing mix modeling using PLS-SEM, bootstrapping the model coefficients. *Mathematics*, 9(15). <https://doi.org/10.3390/math9151832>
- Nayak, P. M., Nayak, M., & Joshi, H. G. (2024). Exploring entrepreneurial intentions: integrating Kolb's experiential learning theory with Ajzen's theory of planned behaviour. *Cogent Social Sciences*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2382283>
- Ned Knock. (2018). Should bootstrapping be used in PLS-SEM? Toward stable p-value calculations methods. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 1(2), 1–12.
- Paper, O. (2025). survival of necessity and opportunity entrepreneurship.
- Pollatu, J. C., & Rita, K. (2025). Spirituality and Family Support as Predictors of Quality of Life Among Breast Cancer Patients in Jakarta : A PLS-SEM Analysis. 10(2), 121–128.
- Richter, N. F., Hauff, S., Ringle, C. M., & Gudergan, S. P. (2022). The Use of Partial Least Squares Structural Equation Modeling and Complementary Methods in International Management Research. *Management International Review*, 62(4), 449–470. <https://doi.org/10.1007/s11575-022-00475-0>
- Richter, N. F., & Tudoran, A. A. (2024). Elevating theoretical insight and predictive accuracy in business research: Combining PLS-SEM and selected machine learning algorithms. *Journal of Business Research*, 173(February 2023), 114453. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114453>
- Ringle, C. M., Sarstedt, M., Sinkovics, N., & Sinkovics, R. R. (2023). A perspective on using partial least squares structural equation modelling in data articles. *Data in Brief*, 48. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2023.109074>
- RUIZ, M. I., & VASQUEZ, M. A. (2025). Recursos financieros y cognición para la creación de microempresas agroindustriales rurales: Un estudio en el cantón Morona, Ecuador. *Espacios*, 46(04), 101–111. <https://doi.org/10.48082/espacios-a25v46n04p10>
- Russo, I., Confente, I., Holmström, J., Öhman, M., & Tokar, T. (2024). Embracing methodological evolution and diversity in logistics and supply chain management research. *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, 54(7–8), 653–672. <https://doi.org/10.1108/IJPDLM-05-2024-0205>
- Sternad Zabukovšek, S., Bobek, S., Zabukovšek, U., Kalinić, Z., & Tominc, P. (2022)..pdf. (n.d.).
- Valencia-Arias, A., Londoño-Celis, W., Moya, L. P., Iparraguirre Sanchez, G. K., Cardona-Acevedo, S., & Rodríguez-Correa, P. A. (2025). Sustainable entrepreneurial intention in undergraduates: the influence of entrepreneurship education. *Discover Sustainability*, 6(1). <https://doi.org/10.1007/s43621-025-01379-3>
- Vallejo-Imbaquingo, R., & Robalino-López, A. (2025a). The Role of Latin American Universities in Entrepreneurial Ecosystems: A Multi-Level Study of Academic Entrepreneurship in Ecuador. *Administrative Sciences*, 15(3). <https://doi.org/10.3390/admsci15030108>
- Vallejo-Imbaquingo, R., & Robalino-López, A. (2025b). Understanding the Drivers of Business Formation Process in Latin America: An Integrated Model Applied to the Analysis of Alumni's Ventures from an Ecuadorian University. *Systems*, 13(2). <https://doi.org/10.3390/systems13020128>
- Xanthopoulou, P., & Sahinidis, A. (2024). Students' Entrepreneurial Intention and Its Influencing Factors: A Systematic Literature Review. *Administrative Sciences*, 14(5). <https://doi.org/10.3390/admsci14050098>
- Xanthopoulou, P., & Sahinidis, A. (2025). Exploring the Impact of Entrepreneurship Education on Social Entrepreneurial Intentions: A Diary Study of Tourism Students. *Administrative Sciences*, 15(3). <https://doi.org/10.3390/admsci15030111>
- Ye, L., Zhang, T., Zhang, Q., & Mi, Z. (2025). University Support for Student Entrepreneurship in China: Developing Entrepreneurial Capacity and Intentions. *SAGE Open*, 15(2), 1–13. <https://doi.org/10.1177/21582440251337840>
- Zeng, N., Liu, Y., Gong, P., Hertogh, M., & König, M. (2021). Do right PLS and do PLS right: A critical review of the application of PLS-SEM in construction management research. *Frontiers of Engineering Management*, 8(3), 356–369. <https://doi.org/10.1007/s42524-021-0153-5>
- Zhang, W., Li, Y., Zeng, Q., Zhang, M., & Lu, X. (2022). Relationship between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intention among College Students: A Meta-Analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(19). <https://doi.org/10.3390/ijerph191912158>

**APÉNDICE A. ITEMS DEL CUESTIONARIO****Variable independiente= ENTORNO ACADÉMICO**

Nº	Ítem	1	2	3	4	5
<b>Formación emprendedora</b>						
1	Durante su carrera, ha recibido formación específica en emprendimiento.					
2	Los contenidos de su carrera fomentan el pensamiento emprendedor.					
3	En su carrera se imparten cursos relacionados con el emprendimiento.					
4	Su formación universitaria le motiva a emprender.					
5	Las asignaturas relacionadas con el emprendimiento desarrollan habilidades empresariales.					
6	Sus profesores promueven el interés por el emprendimiento.					
<b>Apoyo institucional</b>						
7	La universidad ofrece recursos para desarrollar ideas de negocio.					
8	Existen espacios o programas de apoyo para emprendedores en la universidad.					
9	Ha recibido orientación o mentoría para emprender dentro de la universidad.					
10	La universidad promueve concursos o ferias para emprendedores.					
11	Se siente respaldado por la institución si decide emprender.					
12	Conoce servicios de incubación o asesoría empresarial en la universidad.					
<b>Metodologías docentes</b>						
13	Sus docentes utilizan metodologías activas (casos, proyectos, simulaciones).					
14	En las clases se fomenta el trabajo en equipo y la creatividad.					
15	En las asignaturas se promueve la solución de problemas reales.					
16	Ha desarrollado proyectos innovadores durante las clases.					
17	Las metodologías empleadas permiten aplicar ideas emprendedoras.					
18	Sus clases han estimulado el pensamiento crítico orientado al emprendimiento.					
<b>Cultura emprendedora institucional</b>						
19	La universidad promueve una cultura favorable al emprendimiento.					
20	Emprender es valorado como una opción profesional dentro de la institución.					
21	Se reconoce a estudiantes emprendedores en la universidad.					
22	Percibo un clima innovador en la universidad.					
23	La cultura organizacional fomenta el liderazgo emprendedor.					
24	El ambiente universitario le motiva a emprender.					

**Variable Dependiente - INTENCIÓN EMPRENDEDORA**

Nº	Ítem	1	2	3	4	5
<b>Deseo de emprender</b>						
25	Le gustaría ser emprendedor en el futuro.					
26	Considera atractiva la opción de crear una empresa.					
27	Tiene interés en emprender algún día.					
28	Ser su propio jefe es un objetivo personal importante.					
29	Disfruta ideando nuevas oportunidades de negocio.					
30	Tiene inclinación por actividades emprendedoras.					
<b>Intención futura</b>						
31	Piensa en iniciar un negocio dentro de los próximos cinco años.					
32	Está dispuesto a invertir tiempo y recursos para emprender.					
33	Considera seriamente emprender como opción profesional.					
34	Ha pensado en los pasos necesarios para crear una empresa.					
35	Está dispuesto a asumir riesgos para crear un negocio.					
36	Se visualiza como emprendedor en el futuro.					
<b>Compromiso emprendedor</b>						
37	Ha comenzado a planificar un posible emprendimiento.					
38	Ha investigado sobre mercados o ideas de negocio.					
39	Tiene una idea clara de negocio que le gustaría ejecutar.					
40	Ha conversado con otras personas sobre emprender.					
41	Está reuniendo información para desarrollar un negocio.					
42	Se siente comprometido con la idea de ser emprendedor.					



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons  
Atribución-NoComercial 4.0 Internacional