REVISTA CIENTÍFICA
Ciencia y Método
ISSN 3103-1072

EDITORIAL GRUPO AEA

Artículo Científico

Intención emprendedora en egresados de la Universidad Técnica de Machala: motivaciones, obstáculos y oportunidades de fortalecimiento institucional

Entrepreneurial Intentions Among Graduates of the Technical University of Machala: Motivations, Obstacles, and Opportunities for Institutional Strengthening

Caravajo-Pazmiño, Geanella Abigail [1]
https://orcid.org/0009-0004-2588-3863
gcaravajo1@utmachala.edu.ec
Ecuador, Machala, Universidad Técnica de Machala.

Díaz-Suárez, Melany Camila [2]
https://orcid.org/0009-0005-2445-241X
mdiaz9@utmachala.edu.ec
Ecuador, Machala, Universidad Técnica de Machala.

Pulla-Carrión, Eduardo Vinicio [3]
https://orcid.org/0000-0001-7591-2598
epulla@utmachala.edu.ec
Ecuador, Machala, Universidad Técnica de Machala.

Autor de correspondencia [1]

DOI / URL: https://doi.org/10.55813/gaea/rcym/v4/n4/284

Resumen: Para los graduados de la universidad, el paso desde la intención emprendedora hasta la creación real de empresas representa un reto, por la interacción de elementos personales, económicos e institucionales. Se llevó a cabo un estudio de orientación mixta, con diseño no experimental y transversal y un enfoque exploratorio, descriptivo y relacional. La información se obtuvo a través de la aplicación de un cuestionario estructurado a egresados elegidos por muestreo no probabilístico por conveniencia. El propósito consistía en examinar la intención de emprender de los examinarlos graduados de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica de Machala, teniendo en cuenta sus motivos, impedimentos y posibilidades para fortalecer la institución, la intención de emprender, teniendo en cuenta sus motivos, impedimentos y posibilidades para fortalecer la institución. Las conclusiones mostraron que la propensión al emprendimiento fue motivada sobre todo por la autonomía laboral, la independencia económica, el aumento de ingresos y el desarrollo profesional; en cambio, los mayores obstáculos fueron el temor a fallar, las gestiones tributarias y administrativas, el riesgo económico y el acceso a financiamiento. Estos hallazgos indican que la motivación de cada persona necesita condiciones organizacionales que favorezcan su conversión en acciones corporativas.

Palabras clave: motivación; obstáculos; fortalecimiento institucional; emprendimiento.

Received: 12/Sep/2026
Accepted: 08/Oct/2026
Published: 04/Nov/2026

Cita: Caravajo-Pazmiño, G. A., Díaz-Suárez, M. C., & Pulla-Carrión, E. V. (2026). Intención emprendedora en egresados de la Universidad Técnica de Machala: motivaciones, obstáculos y oportunidades de fortalecimiento institucional. *Revista Científica Ciencia Y Método*, *4*(4), 253-268. https://doi.org/10.55813/gaea/rcym/v4/n4/284

Revista Científica Ciencia y Método (RCyM)
https://revistacym.com
revistacym@editorialgrupo-aea.com
info@editoriagrupo-aea.com

© 2026. Este artículo es un documento de acceso abierto distribuido bajo los términos y condiciones de la **Licencia Creative Commons, Atribución-NoComercial 4.0 Internacional.**

Abstract:

For university graduates, the transition from entrepreneurial intention to actual business creation poses a challenge due to the interplay of personal, economic, and institutional factors. A mixed-methods study was conducted using a non-experimental, cross-sectional design with an exploratory, descriptive, and relational approach. Data were collected via a structured questionnaire administered to graduates selected through non-probability convenience sampling. The study aimed to examine the entrepreneurial intentions of graduates from the Faculty of Business Sciences at the Technical University of Machala, considering their motivations, obstacles, and opportunities for institutional strengthening. The findings revealed that the propensity for entrepreneurship was driven primarily by workplace autonomy, economic independence, increased income, and professional development; conversely, the major obstacles included the fear of failure, tax and administrative procedures, economic risk, and access to financing. These results indicate that individual motivation requires organizational conditions that facilitate its translation into business ventures.

Keywords: motivation; obstacles; institutional strengthening; entrepreneurship.

1. Introducción

En América Latina, el emprendimiento universitario se ha establecido como un área de interés tanto académico como institucional debido a su potencial para integrar la innovación, la creación de empleo, la formación profesional y la generación de valor. La decisión de emprender puede ser una opción de inserción profesional en economías con mercados laborales diversos y limitaciones para acceder al empleo formal. No obstante, tener una actitud positiva hacia el emprendimiento no significa necesariamente que se establezca una empresa real. En este contexto, la intención emprendedora es un antecedente cognitivo importante para entender la predisposición de un individuo a comenzar un proyecto de negocios y posibilita analizar los elementos que favorecen o impiden el paso desde la educación universitaria hasta la acción emprendedora (Valencia-Arias et al., 2023).

La intención de emprender no se basa únicamente en características individuales, según lo demuestra la evidencia proveniente de Latinoamérica. La intención de emprender se configura por la interacción entre el aprendizaje adquirido, la actitud hacia el emprendimiento, el contexto universitario y la percepción de control sobre la conducta. Leiva et al. (2021) demostraron, con datos de alumnos de nueve países latinoamericanos, que la intención de emprender se explica a través del contexto universitario y las variables cognitivas en conjunto. Esta perspectiva es particularmente relevante para las instituciones de educación superior, ya que mueve el análisis de un enfoque se centra solo en la voluntad individual a uno que tiene en

cuenta la calidad de la formación, las redes, el acompañamiento y las condiciones del ecosistema emprendedor universitario.

En el entorno particular de la Universidad Técnica de Machala (UTMACH), (Campos et al. (2022) analizo la intención emprendedora en los alumnos de la Facultad de Ciencias Empresariales, estableciendo una conexión entre dicha intención y las cualidades personales, familiares y la habilidad que se percibe para emprender. Este antecedente confirma la importancia del fenómeno en el ámbito institucional; Sin embargo, existe una necesidad de profundizar: entender lo que sucede cuando el estudiante termina su proceso de formación y se enfrenta directamente a decisiones relacionadas con su inserción laboral, generación de ingresos y posible creación de un negocio. Por lo tanto, el análisis de egresados facilita la aproximación a un período en el que las intenciones desarrolladas durante la formación tienen la posibilidad de ser fortalecidas, reformuladas o versos limitados por factores económicos, financieros, institucionales y del mercado.

El problema de investigación radica en la discrepancia entre la disposición de emprender y la habilidad para transformar esta intención en acciones empresariales sustentables. La realización profesional, la flexibilidad en el trabajo, la identificación de oportunidades, la necesidad de producir ingresos y la búsqueda de autonomía económica son algunas de las motivaciones que pueden coexistir. Al mismo tiempo, pueden surgir barreras como la falta de experiencia práctica, el miedo al fracaso o la carencia de conocimiento sobre los procedimientos tributarios y administrativos. Asimismo, pueden presentarse dificultades para conectarse con redes de mentoría o contacto, o bien una percepción errónea de escasa orientación tras finalizar el curso. El análisis conjunto de estas dimensiones permite generar pruebas útiles para evaluar la aportación que la universidad hace al ecosistema empresarial y para guiar los sistemas institucionales de apoyo.

El estudio cobra importancia tanto a nivel académico como práctico. En el ámbito académico, presenta pruebas específicas sobre la intención emprendedora de los graduados de una universidad pública en Ecuador y fusiona aspectos individuales e institucionales dentro del mismo análisis. En la práctica, sus resultados serán capaces de detectar necesidades de vinculación, incubación, asesoría, mentoría, articulación con fuentes de financiamiento y formación. Estos datos pueden ayudar a diseñar o fortalecer estrategias universitarias que acompañarán al egresado más allá de la adquisición de conocimientos y promoverán el cambio de ideas empresariales en acciones con mayor viabilidad.

El objetivo general de la investigación es analizar la intención emprendedora en egresados de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica de Machala, considerando sus motivaciones, los obstáculos que enfrentan y las oportunidades de fortalecimiento institucional. De manera específica, se busca: comprender las principales motivaciones asociadas con la decisión de emprender; determinar los obstáculos percibidos para iniciar o consolidar una iniciativa

empresarial; e identificar oportunidades de fortalecimiento institucional que, desde la perspectiva de los egresados, podrían favorecer el desarrollo emprendedor.

2. Materiales y métodos

La investigación se llevará a cabo mediante un enfoque mixto, que se entiende como la incorporación sistemática de datos cualitativos y cuantitativos con el fin de lograr una comprensión más extensa del fenómeno investigado. Ya que se reunirán y examinarán datos por medio de un sondeo estructurado; Después, se indagará en los patrones cuantitativos mediante entrevistas semiestructuradas. La integración se llevará a cabo en la interpretación, al comparar similitudes, complementariedades y potenciales diferencias entre las dos clases de evidencia. Según (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018), los diseños mixtos son apropiados cuando se necesita tanto medir tendencias como entender el contexto de las experiencias de los participantes. El análisis será de tipo transversal y no experimental, ya que las variables se examinarán sin intervención y la información se recolectará en un solo período. Su alcance será exploratorio y descriptivo-relacional: describirá los niveles de intención, las motivaciones, los impedimentos y el apoyo institucional percibido; Además, indagará sobre las relaciones entre estas dimensiones sin asignarles causalidad.

La población de estudio estuvo conformada por 445 egresados de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica de Machala correspondientes al período delimitado para la investigación. El tamaño de la muestra se determinó mediante la fórmula para poblaciones finitas, considerando un nivel de confianza del 90 % ($Z = 1,645$), un margen de error del 9 % ($e = 0,09$) y máxima variabilidad poblacional ($p = 0,50$; $q = 0,50$). La expresión utilizada fue $n = NZ^2pq / [e^2(N - 1) + Z^2pq]$. Al sustituir los parámetros establecidos, se obtuvo un tamaño muestral aproximado de 70 participantes. Para favorecer una adecuada cobertura de la población estudiada, se consideró la participación de egresados pertenecientes a las carreras adscritas a la Facultad de Ciencias Empresariales. Como criterios de inclusión se establecieron haber obtenido un título en una carrera perteneciente a dicha Facultad durante el período analizado, constar en los registros institucionales correspondientes, aceptar voluntariamente la participación y completar el instrumento de investigación.

Cálculo del tamaño de la muestra

$n = NZ^2pq / [e^2(N - 1) + Z^2pq]$

$n = [445(1,645)^2(0,50)(0,50)] / [(0,09)^2(445 - 1) + (1,645)^2(0,50)(0,50)]$

$n = 301,04 / 4,2729$

$n \approx 70,45 \approx 70$ participantes

La encuesta será la técnica cuantitativa, y el instrumento, un cuestionario estructurado que utiliza una escala de Likert de cinco puntos: 1 = en desacuerdo total, 2 = en desacuerdo, 3 = ni en desacuerdo ni de acuerdo, 4 = de acuerdo y 5 = totalmente de acuerdo. El cuestionario contendrá información de caracterización y 24 preguntas distribuidas en cuatro dimensiones: motivaciones y autoeficacia percibida (6 preguntas), intención emprendedora. (6 preguntas), oportunidades para el fortalecimiento institucional (6 preguntas) y barreras para emprender (6 preguntas). La creación de las dimensiones se basa en investigaciones latinoamericanas acerca de la intención emprendedora, la autoeficacia, el ambiente universitario y la educación empresarial, Astudillo y Serrano, (2021). Los artículos se ajustarán al contexto de los graduados de la UTMACH y no se expondrán como una repetición exacta de herramientas anteriores.

Los datos se limpiarán y se convertirán en una matriz de estadísticas. Para describir a los participantes y sintetizar las dimensiones del cuestionario, se determinarán porcentajes, frecuencias, medias, medianas y desviaciones estándar cuando se aplique. Para estimar la consistencia interna, se usará la alfa de Cronbach. Se usará rho de Spearman para investigar asociaciones entre dimensiones ordinales o puntajes que no cumplan con supuestos paramétricos; si la distribución y los supuestos lo permiten, se podrán aplicar procedimientos paramétricos equivalentes. Además, se podrán hacer comparaciones exploratorias basadas en la experiencia emprendedora, las condiciones laborales u otras variables de caracterización, utilizando pruebas apropiadas para el nivel de medición. Cuando sea posible, se informarán intervalos de confianza y tamaños de efecto. Como resultado del muestreo por conveniencia y de contar con 70 participantes, se interpretarán los análisis inferenciales con cautela, sin que estos se aplican automáticamente a la totalidad de los egresados de la UTMACH.

Tabla 1

Matriz de operacionalización y análisis cuantitativo

Variable/dimensión	Objetivo asociado	Indicadores	Ítems	Tratamiento cuantitativo
Intención emprendedora	Objetivo general	Decisión, disposición, acciones previstas, metas y probabilidad de emprender	IE1–IE6	Media/mediana por dimensión; frecuencias y dispersión.
Motivaciones	OE1	Independencia económica, ingresos, oportunidades, autonomía, realización profesional y generación de empleo	MO1–MO6	Media/mediana; frecuencias; asociación con intención emprendedora.
Obstáculos	OE2	Financiamiento, riesgo, trámites, mercado,	OB1–OB6	Media/mediana; frecuencias; asociación con

		experiencia y redes de apoyo		intención emprendedora.
Fortalecimiento institucional	OE3	Mentoría, incubación, formación financiera, redes, asesoría y seguimiento	FI1–FI6	Media/mediana; frecuencias; asociación con intención emprendedora.

Nota: (Autores, 2026).

3. Resultados

El análisis se estructuró acorde al objetivo general de analizar la intención emprendedora de los egresados de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica de Machala y los tres objetivos específicos relacionados con las motivaciones para emprender, los obstáculos percibidos y las oportunidades de fortalecimiento institucional. Con el objetivo de estructurar estadísticamente el estudio se tomó en cuenta las 70 observaciones completas y los 24 ítems propuestos en el instrumento, calificados mediante una escala Likert de cinco puntos.

3.1. Caracterización general de los resultados

Los resultados, mostraron una inclinación positiva hacia el emprendimiento. La media de la dimensión de intención emprendedora fue de 3,75 puntos sobre 5 (DE = 0,61), superando así el punto medio teórico de la escala. Esto señalaría que, a pesar de que no todos los graduados tienen una decisión totalmente firme de establecer una firma, sí existe una tendencia positiva hacia la realización de actividades empresariales.

Las barreras u obstáculos llegaron a 3,61 (DE = 0,70), mientras que las motivaciones se situaron en una media de 4,02 (DE = 0,45). Las oportunidades de fortalecimiento institucional, por otro lado, fueron las que obtuvieron la valoración más alta, con una media de 4,21 (DE = 0,50). En general, este comportamiento indica que la motivación para emprender es alta, pero también existen barreras significativas para convertir dicha predisposición en una empresa eficaz.

Tabla 2

Estadísticos descriptivos de las dimensiones analizadas (n = 70)

Dimensión	Media	Mediana	DE	Interpretación
Motivaciones y autoeficacia	4,02	4,03	0,45	Alta
Intención emprendedora	3,75	3,64	0,61	Media-alta
Obstáculos para emprender	3,61	3,67	0,70	Media-alta
Fortalecimiento institucional	4,21	4,25	0,50	Alta

Nota: Escala de 1 = totalmente en desacuerdo a 5 = totalmente de acuerdo. DE = desviación estándar (Autores, 2026).

Los resultados muestran una diferencia conceptual importante: los graduados pueden tener altas motivaciones y, al mismo tiempo, identificar la existencia de obstáculos para emprender. Por lo tanto, tener una actitud positiva hacia el emprendimiento no

implica necesariamente que la persona haya comenzado o esté en condiciones inmediatas de emprender un negocio.

3.2. Consistencia interna del instrumento

El coeficiente alfa de Cronbach fue utilizado para examinar la consistencia interna antes de llevar a cabo el análisis dimensional. Los resultados de la fueron de 0,81 a 0,89, lo cual muestra que las escalas tienen una buena consistencia interna.

Tabla 3
Consistencia interna de las dimensiones del instrumento

Dimensión	Ítems	Alfa de Cronbach
Motivaciones y autoeficacia	6	0,84
Intención emprendedora	6	0,89
Obstáculos para emprender	6	0,81
Fortalecimiento institucional	6	0,87
Instrumento global	24	0,91

Nota: (Autores, 2026).

Los coeficientes que superan 0,80 indican que los ítems de cada dimensión tendrían un nivel apropiado de homogeneidad interna. alfa global de 0,91 indicaría que el cuestionario tiene una alta consistencia interna en general.

3.3. Intención emprendedora de los egresados

La intención emprendedora tuvo una media global de 3,75 puntos (DE = 0,61) en cuanto al objetivo general. Los resultados de los seis indicadores muestran una tendencia positiva, aunque no completamente establecida.

Tabla 4
Comportamiento de los indicadores de intención emprendedora

Indicador	Media	DE	Acuerdo o total acuerdo
IE1. Deseo de crear un negocio	3,96	0,86	72,9 %
IE2. Decisión de emprender	3,81	0,91	68,6 %
IE3. Acciones previstas para emprender	3,64	0,94	62,9 %
IE4. Emprendimiento como meta profesional	3,79	0,88	67,1 %
IE5. Probabilidad de emprender	3,71	0,92	65,7 %
IE6. Disposición a realizar esfuerzos para emprender	3,62	0,96	61,4 %

Nota: (Autores, 2026).

El indicador que obtuvo la puntuación más alta fue el deseo de fundar una empresa (M = 3,96; DE = 0,86), con cerca del 72,9 % de los participantes situándose en las categorías de acuerdo o totalmente de acuerdo. Sin embargo, la puntuación se reduce cuando la intención se relaciona con acciones específicas. Los indicadores vinculados a acciones planificadas (M = 3,64) y a la disposición para hacer esfuerzos específicos (M = 3,62) mostraron resultados más bajos.

Este hallazgo muestra una posible discrepancia entre el deseo de emprender y la capacidad para avanzar hacia el emprendimiento. La intención parece estar

relativamente consolidada en el plano de la actitud, pero disminuye su intensidad a medida que se acerca a acciones específicas de creación empresarial.

3.4. Principales motivaciones asociadas con la decisión de emprender

Se examinaron, de acuerdo con el primer objetivo en particular, las razones relacionadas con la independencia económica, creación de empleo, generación de ingresos, autonomía, realización profesional y detección de oportunidades.

Tabla 5
Motivaciones asociadas con el emprendimiento

Motivación	Media	DE	Acuerdo o total acuerdo
Independencia económica	4,21	0,76	80,0 %
Mejorar los ingresos personales	4,10	0,81	77,1 %
Aprovechar oportunidades de negocio	4,06	0,78	75,7 %
Alcanzar autonomía laboral	4,17	0,74	78,6 %
Realización profesional	4,03	0,83	74,3 %
Generar empleo para otras personas	3,55	0,91	61,4 %
Dimensión global	**4,02**	**0,45**	—

Nota: (Autores, 2026).

La independencia económica fue el motivo más importante (M = 4,21), seguido de la mejora de ingresos personales (M = 4,10) y la autonomía laboral (M = 4,17). Alrededor del ochenta por ciento de los participantes expresan estar de acuerdo o completamente de acuerdo con que la independencia económica es un incentivo para iniciar un negocio.

La creación de empleo tuvo la media más baja (M = 3,55); Sin embargo, estuvo por encima del promedio de la escala. Este patrón señalaría que los motivos de los graduados están más vinculados con metas personales y laborales, como la independencia, la autonomía. Y los ingresos, que, con motivaciones de impacto externo, como la creación de empleo.

El coeficiente rho de Spearman se utilizó para calcular si había una relación entre la motivación y el deseo de emprender. Se encontró una evaluación positiva, de tamaño moderado-alto y estadísticamente significativa entre la intención emprendedora y las motivaciones ($\rho = 0,597$; $p < 0,001$). Por lo tanto, en la muestra, los graduados que mostraron calificaciones más altas en motivación también tendieron a tener una mayor intención de emprender. Este resultado como una relación de causa y efecto. El diseño no experimental y transversal posibilita determinar una conexión entre las variables, pero no probar que un aumento en la motivación conduzca directamente a un crecimiento de la intención emprendedora.

3.5. Obstáculos percibidos para iniciar o consolidar un emprendimiento

El segundo objetivo específico estuvo dirigido a determinar los principales obstáculos percibidos por los egresados.

Tabla 6

Principales obstáculos percibidos para emprender

Obstáculo	Media	DE	Acuerdo o total acuerdo
Dificultad para acceder a financiamiento	4,18	0,82	80,0 %
Riesgo económico/miedo al fracaso	3,83	0,91	70,0 %
Complejidad de trámites administrativos y tributarios	3,69	0,94	65,7 %
Incertidumbre del mercado	3,61	0,89	62,9 %
Falta de experiencia práctica	3,42	0,96	57,1 %
Falta de redes de apoyo	3,01	1,02	45,7 %
Dimensión global	**3,61**	**0,70**	—

Nota: (Autores, 2026).

El acceso a los fondos (M = 4,18; DE = 0,82), con cerca del 80 % de los encuestados expresando acuerdo o total acuerdo. En comparación, la puntuación más baja (M = 3.01) fue para la falta de redes de apoyo, pero su cercanía al punto medio indica que no es un elemento insignificante. Dificultades relacionadas con los procedimientos tributarios y administrativos (M = 3,69) fueron el tercer obstáculo, después del temor al fracaso y riesgo financiero (M = 3,83).

La relación entre la intención emprendedora y las barreras fue negativa y estadísticamente significativa (ρ = −0,344; p = 0,003) cuando se analizó con rho de Spearman. cuanto, a la interpretación, mientras más obstáculos se percibían, menos intención de emprender había. La magnitud de la calificación indica que las barreras no eliminan la intención de emprender, pero sí podrían obstaculizar su consolidación. a entender por qué es posible que se den calificaciones altas en motivación junto con una intención emprendedora un poco más baja.

3.6. Oportunidades de fortalecimiento institucional

El tercer objetivo específico buscó identificar las acciones institucionales que, desde la perspectiva de los egresados, podrían contribuir al desarrollo de sus iniciativas empresariales.

Esta dimensión alcanzó la puntuación global más elevada de todo el instrumento (M = 4,21; DE = 0,50).

Tabla 7

Oportunidades de fortalecimiento institucional percibidas por los egresados

Acción institucional	Media	DE	Acuerdo o total acuerdo
Programas de mentoría empresarial	4,29	0,70	85,7 %
Incubación y acompañamiento de emprendimientos	4,21	0,75	82,9 %
Formación financiera	4,34	0,68	87,1 %
Creación de redes y contactos empresariales	4,16	0,77	80,0 %
Asesoría legal, administrativa y tributaria	4,23	0,73	84,3 %
Seguimiento institucional a egresados emprendedores	4,00	0,82	75,7 %
Dimensión global	**4,21**	**0,50**	—

Nota: (Autores, 2026).

La educación financiera fue la que recibió la valoración más alta (M = 4,34), con el 87,1 % de respuestas acordando o estando totalmente de acuerdo. En comparación, la puntuación más baja (M = 3.01) fue para la falta de redes de apoyo, pero su cercanía al punto medio indica que no es un elemento insignificante. Relación entre la intención emprendedora y las barreras fue negativa y estadísticamente significativa (ρ = −0,344; p = 0,003) cuando se analizó con rho de Spearman. En cuanto, a la interpretación, mientras más obstáculos se percibían, menos intención de emprender había. La magnitud de la calificación indica que las barreras no eliminan la intención de emprender, pero sí podrían obstaculizar su consolidación. a entender por qué es posible que se den calificaciones altas en motivación junto con una intención emprendedora un poco más baja programas de mentoría (M = 4,29), la asesoría legal, administrativa y fiscal (M = 4,23) y los procesos de incubación empresarial (M = 4,21) fueron que le siguió.

Los hallazgos indican que los egresados no solo solicitarían capacitación teórica en emprendimiento, sino también métodos de apoyo dirigidos a desafíos específicos vinculados con la financiación, creación y gestión de empresas, cumplimiento tributario, acceso a redes y fortalecimiento de iniciativas empresariales. Y la relación entre la percepción del fortalecimiento institucional y la intención de emprender fue positiva y tuvo importancia estadística (ρ = 0,526; p < 0,001). individuos que valoraban más los sistemas institucionales de apoyo mostraron, además, niveles más altos de intención emprendedora.

3.7. Relaciones entre las dimensiones

Con el propósito de sintetizar las asociaciones planteadas en la metodología se construyó una matriz de correlaciones mediante rho de Spearman.

Tabla 8
Matriz de correlaciones de Spearman entre las dimensiones

Variable	1	2	3	4
1. Intención emprendedora	1,000			
2. Motivaciones	0,597***	1,000		
3. Obstáculos	−0,344**	−0,211	1,000	
4. Fortalecimiento institucional	0,526***	0,377**	−0,235	1,000

Nota: **p < 0,01. ***p < 0,001 (Autores, 2026).

Las correlaciones posibilitan descubrir tres resultados fundamentales. En comparación, la puntuación más baja (M = 3.01) fue para la falta de redes de apoyo, pero su cercanía al punto medio indica que no es un elemento insignificante. La relación entre la intención emprendedora y las barreras fue negativa y estadísticamente significativa (ρ = −0,344; p = 0,003) cuando se analizó con rho de Spearman. En cuanto a la interpretación, mientras más obstáculos se percibían, menos intención de emprender había. La magnitud de la calificación indica que las barreras no eliminan la intención de emprender, pero sí podrían obstaculizar su consolidación. a entender por qué es posible que se den calificaciones altas en

motivación junto con una intención emprendedora un poco más baja. La motivación, en primer lugar, mostró la motivación más alta con la intención de emprender (ρ = 0,597; $p < 0,001$). En segundo lugar, la percepción de oportunidades para el fortalecimiento de las instituciones también tuvo una valoración positiva con la intención (ρ = 0,526; $p < 0,001$). En conclusión, los obstáculos presentan una aceleración inversa (ρ = -0,344; p = 0,003).

Los resultados indican, en términos sustantivos, que la intención de emprender parece fortalecerse cuando hay mayores motivaciones personales y una valoración positiva del apoyo institucional; Sin embargo, disminuye a medida que se perciben más obstáculos.

4. Discusión

Los resultados coinciden con la concepción de la intención emprendedora como un fenómeno multidimensional donde interactúan características personales, percepciones de capacidad y condiciones del entorno. Leiva et al, (2021), tras analizar la percepción de 9.012 universitarios provenientes de nueve países latinoamericanos, señalaron que la intención emprendedora se relaciona tanto con variables cognitivas como con elementos del contexto universitario. De forma similar, Escalona Aguilar et al. (2026), en una investigación realizada con universitarios en Ecuador, encontraron que la automotivación tuvo un efecto directo significativo sobre la intención emprendedora y que la autoeficacia intervino como mecanismo mediador.

También, los resultados coinciden parcialmente con los de Campos et al. (2022), quienes estudiaron la intención emprendedora en estudiantes de la misma Universidad Técnica de Machala y encontraron que las características personales, familiares y de la capacidad percibida para emprender son relevantes. Este trabajo busca ampliar esa visión, enfocándose en egresados, es decir, en quienes ya terminaron sus estudios universitarios y que se enfrentan de forma más directa a decisiones laborales, económicas y empresariales. Esa diferencia es importante porque la intención que se forma en la época estudiantil puede cambiar cuando la persona tiene que buscar recursos, correr riesgos y encarar las condiciones reales del mercado.

Los hallazgos también coinciden con los de Astudillo Duran y Serrano López, (2021), quienes en el contexto ecuatoriano encontraron que la intención emprendedora se relaciona con factores personales y educativos. En este sentido, la intención emprendedora identificada entre los egresados de la UTMACH, no debe interpretarse exclusivamente como una decisión individual, sino como resultado de la interacción entre motivaciones personales, percepción de capacidad, obstáculos del entorno y posibilidades de apoyo institucional.

Así mismo, las motivaciones identificadas reflejan que el emprendimiento es percibido principalmente como una vía para lograr independencia económica, autonomía laboral

y mejores condiciones de ingreso. Esta orientación está en la misma dirección que la literatura que reconoce la motivación y la autoeficacia como factores relevantes en la formación de la intención emprendedora.

Según Al-Qadasi et al. (2023), la intención emprendedora se crea a partir de la interacción entre factores personales y contextuales, y subrayan la función intermediaria que desempeña la autoeficacia emprendedora. De forma complementaria, Pham et al. (2023) encontraron que la educación y la percepción de capacidad para llevar a cabo actividades empresariales ayudan a explicar la intención emprendedora. Estos antecedentes permiten interpretar que una elevada motivación puede favorecer la disposición para emprender, sobre todo cuando va acompañada por confianza en las propias capacidades.

Sin embargo, la motivación, por sí sola, no asegura una creación empresarial exitosa. Thomas (2023) señala que los diversos componentes de la educación emprendedora, como los conocimientos, las destrezas, el reconocimiento de oportunidades y la inspiración, pueden influir de forma diferente en la intención. De ahí que la predisposición observada entre los egresados requiere condiciones que permitan transformar las motivaciones personales en acciones empresariales concretas.

Los principales obstáculos detectados, tienen que ver con el acceso al financiamiento, el riesgo económico, el miedo al fracaso y las dificultades administrativas y tributarias. Su presencia permite ver que una intención favorable puede coexistir con condiciones que hacen que empeore la percepción de viabilidad de un emprendimiento.

De Sousa-Filho et al. (2023), en un estudio desarrollado con universitarios de Brasil, Colombia, México y Perú, evidenciaron que el miedo al fracaso afecta factores asociados con la intención emprendedora, aunque su influencia presenta diferencias entre países. Por su parte, Villanueva y Martins, (2022) descubrieron que el miedo al fracaso, la percepción del riesgo y la capacidad para asimilarlo intermedian en las decisiones relacionadas con el emprendimiento. Esto refuerza la necesidad de tener en cuenta las barreras psicológicas al mismo tiempo que las económicas y las administrativas.

Por lo tanto, las dificultades financieras identificadas no deben abordarse solamente a través del acceso a recursos. Para poder eliminar obstáculos es necesario también tener conocimientos financieros, capacidad para evaluar riesgos, experiencia práctica y saber cuáles son los pasos que se deben seguir para poner en marcha y dirigir una empresa.

La evaluación de la capacitación financiera, mentoría, asesoramiento especializado e incubación demuestra que los graduados aprecian la importancia de un acompañamiento por parte de la universidad que vaya más allá del aprendizaje académico tradicional.

El apoyo universitario percibido puede vincularse indirectamente con la intención emprendedora a través de mecanismos como la autoeficacia y las normas subjetivas.

Este enfoque es significativo ya que demuestra que la contribución institucional no se restringe a brindar contenidos, sino que también puede ayudar a crear condiciones favorables para emprender y generar confianza.

Además, Maksüdünov et al. (2024) examinaron varias modalidades de apoyo en la universidad; educación, desarrollo conceptual y desarrollo empresarial y subrayaron que es necesario tener en cuenta estos métodos cuando se forma la intención emprendedora. Los programas institucionales podrían enfocarse en la evaluación financiera de proyectos, las fuentes de financiamiento, el flujo de efectivo, la estructura de costos, los compromisos tributarios y la elaboración de propuestas para invertir; además de brindarle asesoría y acompañamiento en las etapas iniciales del emprendimiento. Las universidades tienen la posibilidad de robustecer sus ecosistemas a través de mentorías, incubadoras, redes empresariales, consultorías profesionales y experiencias prácticas en este contexto.

Para la UTMACH, el hecho de que el financiamiento sea visto como la principal barrera y que al mismo tiempo se valore mucho la formación financiera es una oportunidad necesaria para intervenir. Los programas institucionales podrían enfocarse en la evaluación financiera de proyectos, las fuentes de financiamiento, el flujo de efectivo, la estructura de costos, los compromisos tributarios y la elaboración de propuestas para invertir; además de brindarle asesoría y acompañamiento en las etapas iniciales del emprendimiento.

Los resultados indican que la intención de emprender se origina a partir de la interacción entre factores que impulsan, inhiben y facilitan. Las barreras económicas, administrativas y psicológicas pueden obstaculizar su concreción; el apoyo institucional puede ayudar a crear condiciones más favorables para convertir la intención en acción; y las motivaciones intensifican la predisposición hacia emprender.

Leiva et al. (2021) concluyeron, mediante una muestra de estudiantes universitarios de nueve naciones latinoamericanas, que la intención emprendedora está vinculada con variables cognitivas y elementos vinculados al ambiente universitario. Esta perspectiva es consistente con los hallazgos, ya que demuestra que no solo las características individuales determinan el emprendimiento.

Desde otro punto de vista, Acuña-Duran et al. (2022) incluyeron en el contexto chileno la percepción del apoyo social y otras variables como la actitud, el control conductual percibido y la intención de emprender, lo que respalda la importancia de examinar el emprendimiento desde un ángulo que combina rasgos individuales con las condiciones externas.

Por último, Murad et al. (2024) descubrieron que varios elementos del apoyo universitario al emprendimiento pueden ser indicadores importantes de la intención y estar conectados con el comportamiento emprendedor. Esto enfatiza la conveniencia de que las instituciones de educación superior crean entornos que incorporan incubación, asesoría, formación, vinculación con empresas y acompañamiento.

Desde este Punto de vista, la UTMACH podría consolidar el paso de intención a acción por medio de un modelo institucional que coordina la mentoría, la educación financiera, las redes empresariales, la asesoría tributaria y administrativa, la incubación y el seguimiento a egresados. El propósito no debería ser solo impulsar las ganas de emprender, sino también ofrecer condiciones que posibiliten convertir una intención positiva en proyectos empresariales factibles.

Las limitaciones metodológicas del estudio deben tomarse en cuenta para interpretar los resultados. El muestreo por conveniencia y el tamaño de la muestra limitan su generalización; no obstante, gracias a su naturaleza transversal se pueden establecer asociaciones, aunque no relaciones causales. Investigaciones futuras podrían aumentar el tamaño de la muestra, incluir diseños longitudinales y examinar la transición real entre la intención emprendedora y la formación y sostenibilidad de empresas.

5. Conclusiones

La intención emprendedora en los egresados analizados se ubica en un nivel medio-alto, lo que evidencia una disposición favorable hacia la creación de negocios. Sin embargo, esta intención no aparece plenamente consolidada cuando se relaciona con acciones concretas, planificación o esfuerzos específicos para emprender. Por tanto, se concluye que existe una brecha entre el deseo de iniciar una empresa y la capacidad real o percibida para transformar dicha intención en una iniciativa empresarial viable.

Las principales motivaciones para emprender se relacionan con la independencia económica, la autonomía laboral, la mejora de ingresos personales y la realización profesional. Estos resultados permiten afirmar que el emprendimiento es percibido, principalmente, como una alternativa de desarrollo personal, estabilidad económica e inserción profesional. No obstante, la generación de empleo para otras personas obtuvo una valoración menor, lo que sugiere que la motivación emprendedora de los egresados responde más a necesidades individuales que a propósitos de impacto social o colectivo.

Los obstáculos más relevantes para emprender se concentran en el acceso al financiamiento, el riesgo económico, el miedo al fracaso y la complejidad de los trámites administrativos y tributarios. Estos factores limitan la transición entre la intención y la acción emprendedora, debido a que incrementan la percepción de incertidumbre y reducen la confianza para iniciar o consolidar un negocio. En consecuencia, las barreras identificadas no eliminan la intención de emprender, pero sí pueden debilitar su concreción práctica.

El fortalecimiento institucional aparece como una dimensión clave para apoyar el emprendimiento de los egresados. La alta valoración de la formación financiera, la mentoría empresarial, la asesoría legal, administrativa y tributaria, la incubación de

emprendimientos y la creación de redes empresariales demuestra que los egresados requieren acompañamiento más allá de la formación académica tradicional. Por ello, la universidad tiene la oportunidad de consolidar un ecosistema emprendedor que acompañe al graduado en las etapas iniciales de diseño, financiamiento, formalización y sostenibilidad del negocio.

Las relaciones estadísticas muestran que la intención emprendedora aumenta cuando existen mayores motivaciones personales y una percepción positiva del apoyo institucional, mientras que disminuye cuando se perciben más obstáculos. Esto permite concluir que el emprendimiento universitario no depende únicamente de la voluntad individual, sino de la interacción entre factores personales, económicos, formativos e institucionales. En este sentido, la UTMACH puede desempeñar un papel estratégico si articula programas de educación financiera, incubación, mentoría, asesoría técnica y seguimiento a egresados emprendedores.

Finalmente, aunque el estudio aporta información relevante sobre la intención emprendedora de los egresados, sus resultados deben interpretarse con cautela debido al muestreo por conveniencia, el tamaño de la muestra y el diseño transversal. Estas condiciones permiten identificar asociaciones entre variables, pero no establecer relaciones causales. Por ello, futuras investigaciones podrían ampliar la muestra, incorporar diseños longitudinales y analizar si la intención emprendedora se convierte efectivamente en creación, permanencia y crecimiento de empresas.

CONFLICTO DE INTERESES

“Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses”.

DECLARACIÓN SOBRE EL USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA

“Los autores declaran que no utilizaron herramientas de inteligencia artificial generativa en la elaboración de este manuscrito.”

Referencias Bibliográficas

Acuña-Duran, E., Oyanedel, J. C., & Pradenas-Wilson, D. (2022). Survey data of entrepreneurial intention and perceived social support from academics-scientists at Chilean universities. *Data in Brief, 44*, Artículo 108537. https://doi.org/10.1016/j.dib.2022.108537

Al-Qadasi, N., Zhang, G., Al-Awlaqi, M. A., Alshebami, A. S., & Aamer, A. (2023). Factors influencing entrepreneurial intention of university students in Yemen: The mediating role of entrepreneurial self-efficacy. *Frontiers in Psychology, 14*, Artículo 1111934. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1111934

Astudillo Duran, S. V., Bermeo Pazmiño, K. V., Serrano López, A. L., & Andrade Amoroso, R. P. (2021). Intención emprendedora en los estudiantes de una universidad pública y una universidad privada en el Ecuador. *Journal Globalization, Competitiveness and Governability, 15*(2), 90–103. https://doi.org/10.3232/GCG.2021.V15.N2.04

Campos Pérez, B. D., Ordoñez Romero, K. B., & Vásquez Campuzano, J. A. (2022). Intención emprendedora en estudiantes de la Universidad Técnica de Machala. *Sociedad & Tecnología, 5*(2), 274–290. https://doi.org/10.51247/st.v5i2.214

de Sousa-Filho, J. M., de Souza Lessa, B., Garcia-Salirrosas, E. E., & de Carvalho Castro, J. L. (2023). The role of fear of failure on students' entrepreneurial intentions in Latin America. *The International Journal of Management Education, 21*(3), Artículo 100880. https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100880

Escalona Aguilar, E. O., Montes Ninaquispe, J. C., Conejero Riquelme, N. E., Castillo Coronado, Y. D. M., Armijos, J. C., & Portilla Sampen, J. E. (2026). Entrepreneurial education, self-motivation, self-efficacy, and entrepreneurial intention among university students in Ecuador. *LACCEI, 1*(14). https://doi.org/10.18687/LACCEI2026.1.1.1507

Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Education. https://bibliotecadigital.uce.edu.ec/item/1946

Leiva, J. C., Mora-Esquivel, R., Krauss-Delorme, C., Bonomo-Odizzio, A., & Solís-Salazar, M. (2021). Entrepreneurial intention among Latin American university students. *Academia Revista Latinoamericana de Administración, 34*(3), 399–418. https://doi.org/10.1108/ARLA-05-2020-0106

Maksüdünov, A., Kudaibergenov, M., Atantaev, I., & Indiran, L. (2024). Exploring the impact of university support on students' entrepreneurial intentions: Evidence from Kyrgyzstan. *Journal of Further and Higher Education, 48*(3), 269–286. https://doi.org/10.1080/0309877X.2024.2321566

Murad, M., Othman, S. B., & Kamarudin, M. A. I. B. (2024). Three stages of entrepreneurial university support and students' entrepreneurial behavior: A statistical analysis using R Studio. *Journal of Education for Business, 99*(6), 400–407. https://doi.org/10.1080/08832323.2024.2417292

Pham, M., Lam, B. Q., & Tran Le, V. P. (2023). The e-entrepreneurial intention of students: The role of self-efficacy and education. *Entrepreneurial Business and Economics Review, 11*(1), 127–143. https://doi.org/10.15678/EBER.2023.110107

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

Valencia-Arias, A., Berrío-Calle, J.-E., & Arango-Botero, D. (2023). Intención emprendedora en jóvenes universitarios. *Revista Iberoamericana de Educación Superior, 14*(39), 41–54. https://doi.org/10.22201/iisue.20072872e.2023.39.1528

Villanueva, E., & Martins, I. (2022). Overconfidence, fear of failure, risk-taking and entrepreneurial intention: The behavior of undergraduate students. *Tec Empresarial, 16*(3), 16–33. https://doi.org/10.18845/te.v16i3.6355