

JMNJE V4. N1. 052

Eventos académicos como estrategia de transferencia de conocimiento y cultura emprendedora: estudio de caso Emprendex en la Universidad Estatal de Milagro

Academic Events as a Strategy for Knowledge Transfer and Entrepreneurial Culture: The Case of Emprendex at the State University of Milagro

Autores:

Freddy Leonardo Garaicoa-Fuentes
Universidad Estatal de Milagro
Milagro – Ecuador
fgaraicoaf@unemi.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-0608-0411>

Mayra Liliana Quisnancela Ocaña
Universidad Estatal de Milagro
Milagro – Ecuador
mquisnancelao@unemi.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0008-3982-3270>

Elizabeth Jamilex Izurieta Villavicencio
Universidad Estatal de Milagro
Milagro – Ecuador
eizurieta2@unemi.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0005-9922-9386>

Carla Maribel Maza Delgado
Universidad Estatal de Milagro
Milagro – Ecuador
cmazad@unemi.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0005-9224-6546>

Jennifer Daniela Pazmiño Alcívar
Universidad Estatal de Milagro
Milagro – Ecuador
jpazmino4@unemi.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0000-3108-6896>

Daysi Johana Soria Castillo
Universidad Estatal de Milagro
Milagro – Ecuador
dsoriac@unemi.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0007-6458-979X>



Autor de correspondencia: Freddy Leonardo Garaicoa-Fuentes, fgaraicoaf@unemi.edu.ec

Recepción: 26-abril-2026

Aceptación: 18-mayo-2026

Publicación: 12-junio-2026

Cómo citar este artículo:

Garaicoa Fuentes, F. L., Quisnancela Ocaña, M. L., Izurieta Villavicencio, E. J., Maza Delgado, C. M., Pazmiño Alcívar, J. D., & Soria Castillo, D. J. (2026). Eventos académicos como estrategia de transferencia de conocimiento y cultura emprendedora: estudio de caso Emprendex en la Universidad Estatal de Milagro. *Journal of Multidisciplinary Novel Journeys & Explorations*, 4(1), 1-26. <https://doi.org/10.63688/qjf4n095>

© 2026; Los autores. Este es un artículo en acceso abierto, distribuido bajo los términos de una licencia Creative Commons (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>) que permite el uso, distribución y reproducción en cualquier medio, siempre que la obra original sea correctamente citada.



RESUMEN

El presente estudio analiza el efecto de los eventos académicos tipo charla motivacional sobre la intención emprendedora de participantes vinculados al entorno universitario y emprendedor, a partir del caso del programa Emprendex desarrollado en la Universidad Estatal de Milagro durante el año 2025. Se adoptó un enfoque cuantitativo con diseño cuasi-experimental de tipo pretest–postest sin grupo control, aplicando instrumentos basados en escalas validadas de intención emprendedora a una muestra de 400 participantes. La consistencia interna de las escalas fue adecuada ($\alpha > 0.86$). Los resultados evidenciaron un incremento estadísticamente significativo en la intención emprendedora tras la participación en los eventos ($t = 18.74$; $p < .001$), siendo mayor en participantes sin experiencia previa en emprendimiento. Asimismo, el análisis de regresión lineal mostró que la percepción del evento constituye el principal factor explicativo del cambio observado ($R^2 = 0.58$). Los hallazgos sugieren que los eventos académicos pueden funcionar como estrategias efectivas de transferencia de conocimiento, aprendizaje experiencial y fortalecimiento de la cultura emprendedora en educación superior. Se concluye que este tipo de intervenciones extracurriculares representa una alternativa institucional viable para fomentar capacidades emprendedoras en contextos universitarios latinoamericanos.

Palabras clave: intención emprendedora, educación emprendedora, eventos académicos, aprendizaje experiencial, transferencia de conocimiento.

ABSTRACT

This study analyzes the effect of academic motivational events on entrepreneurial intention among participants linked to the university and entrepreneurial ecosystem, based on the case of the Emprendex program developed at the State University of Milagro during 2025. A quantitative approach with a quasi-experimental pretest–posttest design without a control group was adopted, applying validated entrepreneurial intention scales to a sample of 400 participants. The internal consistency of the scales was adequate ($\alpha > 0.86$). The results revealed a statistically significant increase in entrepreneurial intention after participation in the events ($t = 18.74$; $p < .001$), with stronger effects among participants without prior entrepreneurial experience. Additionally, multiple linear regression analysis showed that event perception was the main explanatory factor of the observed change ($R^2 = 0.58$). The findings suggest that academic events can function as effective mechanisms for knowledge transfer, experiential learning, and the strengthening of entrepreneurial culture in higher education. The study concludes that this type of extracurricular intervention represents a viable institutional strategy for fostering entrepreneurial capabilities in Latin American university contexts.

Keywords: entrepreneurial intention, entrepreneurship education, academic events, experiential learning, knowledge transfer.



1. INTRODUCCIÓN

En el contexto contemporáneo de economías globalizadas y altamente competitivas, el emprendimiento ha adquirido una relevancia creciente como motor de desarrollo económico, innovación y generación de empleo, especialmente en países en vías de desarrollo donde la diversificación productiva constituye un desafío estructural (Toma et al., 2014; Aparicio et al., 2016; Silva-Peralta et al., 2022). En este escenario, las instituciones de educación superior han asumido un rol estratégico no solo en la formación de profesionales, sino también en la promoción de capacidades emprendedoras que permitan a los individuos generar valor económico y social en sus territorios (Silva-Peralta et al., 2022). Sin embargo, el debate académico actual ha trascendido los enfoques tradicionales de enseñanza, incorporando nuevas estrategias pedagógicas orientadas al aprendizaje experiencial, la transferencia de conocimiento y la vinculación con el entorno productivo (Lackéus, 2020; Fayolle, 2013).

Dentro de estas estrategias emergentes, los eventos académicos de carácter motivacional y formativo han comenzado a posicionarse como mecanismos innovadores para fomentar la cultura emprendedora en contextos universitarios. Estos eventos, caracterizados por la participación de emprendedores que comparten experiencias reales, permiten generar procesos de aprendizaje basados en la inspiración, la identificación y la construcción de sentido (Motta & Ribeiro, 2023; Morris et al., 2017; Garaicoa & D'Armas, 2026). A diferencia de los modelos tradicionales de enseñanza, centrados en la transmisión de contenidos teóricos, estos espacios promueven un aprendizaje activo y contextualizado que puede influir en variables psicológicas clave como la intención emprendedora (Neck & Corbett, 2018; Bae et al., 2014).

No obstante, a pesar de su creciente implementación, la evidencia empírica sobre el impacto de este tipo de eventos en la intención emprendedora sigue siendo limitada, especialmente en contextos latinoamericanos (Guerrero et al., 2009; Silva-Peralta et al., 2022; Cedeño & Garaicoa, 2025). La mayoría de los estudios en educación emprendedora se han centrado en programas curriculares formales, dejando de lado intervenciones extracurriculares como conferencias, ferias o charlas motivacionales, cuya flexibilidad y alcance podrían representar una alternativa eficiente para instituciones con recursos limitados (Amjad et al., 2020; Fayolle & Gailly, 2015; D'Armas et al., 2025). Esta disparidad en la literatura justifica la



necesidad de estudios que evalúen rigurosamente el impacto de estas iniciativas en variables medibles.

Desde el punto de vista teórico, el estudio se fundamenta en la Teoría del Comportamiento Planificado propuesta por Ajzen (1991), ampliamente utilizada en investigaciones sobre intención emprendedora (Schlaegel & Koenig, 2014). Esta teoría sostiene que la intención de realizar una conducta está determinada por tres factores: la actitud hacia la conducta, las normas subjetivas y el control conductual percibido. En el ámbito del emprendimiento, estos factores han demostrado ser predictores significativos del comportamiento emprendedor (Liñán & Fayolle, 2015; Krueger et al., 2000). En este sentido, la exposición a experiencias inspiradoras, como las presentadas en eventos académicos, podría modificar estas dimensiones, incrementando la predisposición de los estudiantes hacia el emprendimiento.

En relación con la medición de la intención emprendedora, los aportes de Francisco Liñán y Yi-Wen Chen han sido fundamentales para el desarrollo de instrumentos validados en contextos educativos (Liñán & Chen, 2009). Estudios recientes han confirmado la validez y confiabilidad de estas escalas, destacando su capacidad para captar cambios en la orientación emprendedora derivados de intervenciones educativas (Esfandiar et al., 2019; Nowiński et al., 2017; D'Armas et al., 2025). Asimismo, investigaciones contemporáneas han demostrado que la intención emprendedora no es un constructo estático, sino dinámico y susceptible a influencias contextuales (Xiu'e & Kun, 2018).

Por otra parte, el estudio se articula con el enfoque del aprendizaje experiencial desarrollado por David Kolb, el cual sostiene que el aprendizaje se produce a través de la experiencia directa, la reflexión y la conceptualización (Kolb, 1984; Kolb & Kolb, 2009). Este enfoque ha sido ampliamente aplicado en educación emprendedora, destacando la importancia de la interacción con experiencias reales para el desarrollo de competencias emprendedoras (Neck et al., 2014; Neck & Corbett, 2018). En el caso de los eventos académicos, la exposición a historias reales de emprendimiento permite a los estudiantes construir significados, desarrollar autoeficacia y visualizar el emprendimiento como una opción viable (Morris et al., 2017).

En términos empíricos, estudios recientes han evidenciado que la educación emprendedora tiene un impacto positivo en la intención de emprender, aunque los resultados varían según el tipo de intervención (Nabi et al., 2017; Bae et al., 2014; Sandoval & Bado, 2023). Por



ejemplo, Nabi et al. (2017) y Sandoval & Bado (2023) encontraron que programas educativos estructurados generan efectos significativos en la intención emprendedora, mientras que Lackéus (2020) destaca el papel del aprendizaje basado en la acción como un factor determinante en la formación de competencias emprendedoras. Sin embargo, Fayolle (2013) advierte que no todas las intervenciones producen los mismos resultados, lo que resalta la necesidad de evaluar específicamente el impacto de cada tipo de estrategia educativa.

En el contexto latinoamericano, investigaciones recientes han comenzado a explorar el vínculo entre educación superior y emprendimiento, destacando el papel de las universidades como agentes de desarrollo territorial (Guerrero et al., 2009; Silva-Peralta et al., 2022). En Ecuador, estudios como los de Cedeño y Garaicoa (2025) evidencian que las iniciativas académicas orientadas al emprendimiento contribuyen significativamente al desarrollo de capacidades emprendedoras en estudiantes universitarios. De manera similar, D'Armas et al. (2025) señalan que la implementación de programas de formación emprendedora en universidades latinoamericanas tiene efectos positivos en la motivación y la intención de emprender, aunque destacan la necesidad de fortalecer los mecanismos de evaluación de impacto.

Desde el punto de vista normativo, la promoción del emprendimiento en Ecuador se encuentra respaldada por un marco legal que impulsa la cultura emprendedora y la innovación. En el contexto ecuatoriano, la promoción del emprendimiento se encuentra respaldada por la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (República del Ecuador, 2020), la cual establece la necesidad de fomentar el desarrollo de capacidades emprendedoras mediante la articulación entre el sistema educativo y el sector productivo. Asimismo, la Ley Orgánica para Impulsar la Economía de las Mujeres Emprendedoras (República del Ecuador, 2025) enfatiza la generación de oportunidades inclusivas, reforzando el rol de las instituciones de educación superior en la implementación de estrategias de formación emprendedora.

Por su parte, la Constitución de la República del Ecuador reconoce el derecho de las personas a desarrollar actividades económicas y establece el deber del Estado de promover el desarrollo productivo, lo que legitima la implementación de programas educativos orientados al emprendimiento (Asamblea Nacional de Ecuador, 2008). En este marco, las universidades públicas, como la UNEMI, desempeñan un papel importante en la formación de capital



humano emprendedor, en concordancia con su estructura organizacional orientada a la vinculación y la innovación (Universidad Estatal de Milagro, 2025).

El programa Emprendex surge en este contexto como una iniciativa académica innovadora desarrollada por estudiantes de la carrera de Turismo en modalidad en línea, en articulación con la Dirección de la Escuela de Formación y Emprendimiento. Su diseño se basa en la organización de eventos tipo charlas motivacionales, estructurados en fases de preevento, evento y postevento, integrando conocimientos teóricos con prácticas reales de gestión y vinculación institucional. Este enfoque no solo fortalece las competencias de los estudiantes organizadores, sino que también genera un impacto en los asistentes, quienes participan en espacios de aprendizaje experiencial.

Durante el año 2025, se realizaron cuatro eventos Emprendex, con una asistencia promedio de 250 participantes por evento, lo que evidencia su alcance y relevancia dentro de la comunidad universitaria. Estos eventos contaron con la participación de emprendedores destacados que compartieron sus experiencias, generando un entorno propicio para la motivación y el desarrollo de la intención emprendedora. No obstante, a pesar de su impacto percibido, no se dispone de evidencia empírica sistematizada que permita evaluar su efecto en la disposición hacia el emprendimiento.

En consecuencia, el problema de investigación radica en la falta de evidencia cuantitativa que permita determinar si la participación en eventos académicos tipo Emprendex evidencia cambios significativos en la intención emprendedora de los participantes. Esta discrepancia limita la capacidad de las instituciones educativas para justificar la implementación de estas iniciativas como estrategias efectivas de educación emprendedora (Fayolle, 2013).

Por tanto, el objetivo de este estudio es analizar el efecto de la participación en eventos académicos tipo charla motivacional sobre la intención emprendedora de los participantes vinculados a la Universidad Estatal de Milagro mediante un diseño cuasi-experimental de tipo pretest–postest. Se plantean las siguientes hipótesis: (H1) la participación en eventos Emprendex incrementa significativamente la intención emprendedora; (H2) el efecto es mayor en estudiantes sin experiencia previa en emprendimiento; y (H3) la percepción positiva del evento se asocia significativamente con el incremento de la intención emprendedora.



Finalmente, este estudio contribuye a la literatura en tres dimensiones: (i) amplía el análisis de la educación emprendedora incorporando eventos académicos como unidades de estudio (Lackéus, 2020); (ii) proporciona evidencia empírica basada en un diseño comparativo que fortalece la validez interna (Nabi et al., 2017; Sandoval & Bado, 2023); y (iii) propone una conceptualización emergente de los eventos académicos como catalizadores de la intención emprendedora, abriendo nuevas líneas de investigación en el campo del emprendimiento y la educación superior (Fayolle, 2013; D'Armas et al., 2025).

2. METODOLOGÍA

El estudio adoptó un enfoque cuantitativo con alcance explicativo-aplicado, orientado a evaluar el efecto de una intervención educativa breve sobre la intención emprendedora de participantes vinculados al entorno universitario. Se seleccionó un diseño cuasi-experimental de tipo pretest–postest sin grupo control, apropiado cuando la intervención se implementa en contextos educativos reales y no es posible asignar aleatoriamente a los participantes, pero sí medir cambios intraindividuo antes y después de la experiencia formativa (Arias, 2006; Hernández-Sampieri et al., 2014). Este tipo de diseño ha sido utilizado en investigaciones recientes sobre educación emprendedora para estimar cambios en intención, autoeficacia y orientación emprendedora derivados de programas o experiencias de formación.

Los datos fueron recolectados durante el año 2025, en cuatro eventos correspondientes a dos ciclos académicos del programa Emprendex. Este contexto temporal garantiza la coherencia entre la intervención aplicada y los resultados obtenidos. Cada evento convocó, en promedio, a 250 asistentes, por lo que la población potencial acumulada del estudio asciende aproximadamente a 1.000 asistencias acumuladas. Dado que el diseño exige comparar respuestas previas y posteriores, la unidad analítica no corresponde a la asistencia total, sino a los casos emparejados pretest–postest, es decir, participantes que completaron válidamente ambos momentos de medición.

Tabla 1.

Flujo de participantes del estudio

Etapa	N
Asistentes totales estimados a los 4 eventos Emprendex	1.000
Respondieron pretest	520



Respondieron postest	455
Casos emparejados válidos pretest–postest	400
Casos eliminados por registros incompletos o no emparejables	55

Nota. Los casos válidos corresponden a participantes que completaron ambos instrumentos y pudieron ser enlazados mediante código anónimo.

Del total estimado de asistentes a los eventos desarrollados durante el periodo de estudio, se obtuvo una muestra final de 400 casos válidos emparejados para el análisis inferencial. Los registros excluidos correspondieron principalmente a cuestionarios incompletos o errores en el emparejamiento de códigos anónimos.

Tabla 2.

Caracterización sociodemográfica y académica de la muestra

Variable	Categoría	n	%
Sexo	Masculino	176	44.0
	Femenino	224	56.0
Tipo de participante	Estudiantes	360	90.0
	Emprendedores invitados/asistentes	28	7.0
	Comunidad general	12	3.0
Experiencia previa en emprendimiento	Sí	148	37.0
	No	252	63.0
Edad	Media ± DE	24.1 ± 4.8	—
	Carrera (solo estudiantes)	Turismo	150
	Administración de Empresas	125	34.7
	Economía	85	23.6
Semestre académico	5to–8vo nivel	360	100

Nota. DE = desviación estándar. Los porcentajes de carrera y semestre fueron calculados únicamente sobre la submuestra estudiantil (n = 360). Elaboración propia.

La muestra estuvo conformada principalmente por estudiantes universitarios (90.0%), aunque también participaron emprendedores y asistentes de la comunidad general vinculados



al ecosistema emprendedor local. En términos académicos, predominaron estudiantes de las carreras de Turismo (41.7%), Administración de Empresas (34.7%) y Economía (23.6%). La edad promedio de los participantes fue de 24.1 años ($DE = 4.8$), mientras que el 63.0% indicó no poseer experiencia previa en emprendimiento.

La intervención educativa se estructura a partir del formato de charlas motivacionales con emprendedores invitados, centradas en relatos de origen, fracaso, aprendizaje, oportunidad y crecimiento de negocios. El supuesto pedagógico es que la exposición a trayectorias emprendedoras reales puede influir en variables cognitivas y actitudinales asociadas con la intención de emprender. Desde la Teoría del Comportamiento Planificado, estas experiencias pueden modificar la actitud hacia el emprendimiento, reforzar la percepción de respaldo social y elevar el control conductual percibido, tres componentes centrales en la formación de la intención emprendedora. De igual forma, la evidencia reciente sugiere que las experiencias educativas universitarias y el soporte institucional percibido pueden influir indirectamente en la predisposición emprendedora mediante variables como autoeficacia, normas subjetivas y orientación emprendedora individual.

Se emplearon dos instrumentos complementarios: un cuestionario pretest–postest para medir intención emprendedora y un cuestionario postevento para evaluar percepción del evento y satisfacción.

El primer instrumento corresponde a una adaptación de la Entrepreneurial Intention Questionnaire (EIQ) de Liñán y Chen (2009), una de las escalas más utilizadas y validadas internacionalmente para medir intención emprendedora en población universitaria. Para este estudio se utilizó una versión abreviada y contextualizada compuesta por ítems en escala Likert de cinco puntos (1 = totalmente en desacuerdo; 5 = totalmente de acuerdo), aplicada en dos momentos: antes del inicio del evento y al finalizar la jornada. Los ítems se orientaron a captar la disposición del estudiante a crear un negocio, considerar el emprendimiento como trayectoria profesional, buscar oportunidades, asumir riesgos razonables y sentirse capaz de iniciar una iniciativa propia. La utilización de este tipo de escalas ha mostrado adecuada validez y fiabilidad en estudios recientes sobre intención emprendedora en educación superior.

El segundo instrumento, aplicado únicamente en el postest, medió la percepción del evento y su potencial efecto motivacional. Incluyó dimensiones como utilidad percibida, aprendizaje



obtenido, identificación con el expositor, inspiración para emprender, claridad del mensaje, organización del evento y disposición a recomendar la experiencia. Esta escala permitió analizar si la valoración subjetiva de Emprendex se relaciona con el cambio observado en la intención emprendedora. La literatura reciente ha señalado que el soporte universitario percibido y la calidad de las experiencias educativas influyen en variables intermedias que fortalecen la intención emprendedora, por lo que esta medición resulta metodológicamente pertinente.

La validez de contenido del instrumento fue establecida mediante juicio de expertos, convocando especialistas en emprendimiento, metodología de la investigación y educación superior. Cada experto evaluó claridad, pertinencia, coherencia y relevancia de los ítems, con una escala ordinal que permitió calcular promedios por criterio y realizar ajustes de redacción si fuese necesario. Posteriormente, la fiabilidad interna de las escalas fue evaluada mediante el coeficiente alfa de Cronbach, tanto para la escala de intención emprendedora como para la escala de percepción del evento. Como referencia metodológica, se consideraron adecuados valores iguales o superiores a 0.70, aunque se esperaba un comportamiento más alto dada la robustez de la escala base de Liñán y Chen y la evidencia reciente sobre instrumentos similares aplicados a estudiantes universitarios.

El procedimiento se desarrolló en tres fases: preevento, evento y postevento. En la fase de preevento, se realizó la convocatoria, registro de participantes y aplicación del pretest inmediatamente antes del inicio de cada charla. En esta etapa también se recogieron variables de caracterización: edad, género, carrera, semestre, experiencia previa en emprendimiento, existencia de familiares emprendedores y participación previa en actividades relacionadas con emprendimiento.

En la fase de evento, los participantes asistieron a la charla de Emprendex, en la cual emprendedores invitados expusieron sus trayectorias, estrategias, obstáculos, aprendizajes y recomendaciones. Dado que el formato se basa en historias reales de emprendimiento, la intervención se considera una experiencia de aprendizaje con potencial de influencia cognitiva y motivacional.

En la fase de postevento, al finalizar cada jornada, se aplicó el postest de intención emprendedora y el cuestionario de percepción del evento. Para garantizar comparabilidad, los casos se enlazaron mediante un código único autogenerado por el participante, de modo



que se preserve el anonimato y, al mismo tiempo, se pueda emparejar la respuesta pre y post. Este procedimiento es coherente con diseños de evaluación de programas educativos que comparan cambios intra-sujeto sin comprometer la confidencialidad.

La variable dependiente principal fue la intención emprendedora, operacionalizada como el puntaje promedio obtenido en la escala pretest y postest. La comparación entre ambos momentos permitió estimar el cambio atribuible a la participación en el evento.

Como variables independientes y de control se incluyeron: experiencia previa en emprendimiento, sexo, edad, asistencia previa a eventos similares, y percepción del evento. Esta última variable permitió explorar si la experiencia subjetiva vivida durante Emprendex actúa como factor explicativo adicional del cambio observado.

El análisis se realizó en tres niveles. En primer lugar, se aplicó estadística descriptiva para caracterizar a la muestra: frecuencias, porcentajes, medias y desviaciones estándar. Asimismo, se examinó la distribución de los ítems y la consistencia interna de las escalas.

En segundo lugar, para contrastar la hipótesis principal de cambio en la intención emprendedora, se empleó una prueba t de Student para muestras relacionadas dado que se cumplieron supuestos de normalidad; en caso contrario, se utilizó la prueba de rangos con signo de Wilcoxon. Esta estrategia es coherente con investigaciones recientes que emplean diseños pretest–postest en educación emprendedora para detectar cambios estadísticamente significativos tras una intervención.

En tercer lugar, se desarrollaron análisis complementarios. Se aplicó ANOVA de medidas independientes o pruebas no paramétricas equivalentes para comparar cambios en subgrupos, por ejemplo, entre estudiantes con y sin experiencia previa de emprendimiento. Además, se estimó un modelo de regresión lineal múltiple donde el puntaje postest (o, alternativamente, la diferencia postest–pretest) funcionó como variable dependiente, incorporando como predictores la experiencia emprendedora previa, la percepción del evento y otras covariables individuales. Este modelo permitió identificar qué factores explican mejor el cambio en la intención emprendedora. La literatura reciente respalda el uso de modelos multivariados para comprender cómo las experiencias educativas universitarias inciden sobre la intención emprendedora a través de mediadores y moderadores individuales.

El estudio se desarrolló bajo principios de participación voluntaria, anonimato, confidencialidad y uso exclusivamente académico de la información. Antes de completar los



instrumentos, los participantes fueron informados del propósito del estudio, de la naturaleza no obligatoria de su participación y del resguardo de sus datos. No se recogió información sensible que permita identificación directa, y el emparejamiento pre–post se realizó mediante códigos anónimos.

El estudio fue desarrollado bajo principios éticos de participación voluntaria, anonimato y confidencialidad. Debido a que la investigación no involucró intervención clínica ni recopilación de datos sensibles, fue considerada de riesgo mínimo y contó con autorización institucional para su ejecución en el contexto académico universitario.

Entre las principales limitaciones se reconoce la ausencia de un grupo control y el uso de muestreo no probabilístico, lo que reduce la capacidad de generalización causal estricta. Sin embargo, el diseño pretest–posttest permite capturar cambios intra-sujeto y constituye una estrategia metodológicamente aceptada en contextos educativos aplicados. También se reconoce que la medición inmediata del posttest capta efectos de corto plazo, por lo que futuras investigaciones podrían incorporar seguimiento longitudinal para estimar estabilidad temporal de la intención emprendedora. Esta recomendación es consistente con metaanálisis recientes, que destacan la importancia del diseño y la duración de las intervenciones al evaluar educación emprendedora.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El presente apartado integra los resultados empíricos con su correspondiente interpretación teórica, con el propósito de evidenciar de manera coherente el impacto de los eventos académicos tipo Emprendex en la intención emprendedora de participantes vinculados al entorno universitario y emprendedor.

Previo al análisis de los efectos de la intervención, se evaluó la consistencia interna de las escalas utilizadas mediante el coeficiente alfa de Cronbach. Como se observa en la Tabla 3, los valores obtenidos indican un alto nivel de fiabilidad en todas las dimensiones analizadas, lo que sugiere adecuados niveles de consistencia interna de las escalas.

Tabla 3.

Estadísticos de fiabilidad de las escalas utilizadas

Escala	Nº de ítems	Alfa de Cronbach (α)
Intención emprendedora (pretest)	8	0.86
Intención emprendedora (posttest)	8	0.91



Percepción del evento

8

0.93

Nota. α = coeficiente alfa de Cronbach. Valores ≥ 0.70 indican consistencia interna aceptable; ≥ 0.80 alta consistencia. Elaboración propia a partir de datos procesados en SPSS v.26.

Estos resultados son consistentes con estudios previos sobre intención emprendedora (Esfandiar et al., 2019), lo que confirma que el instrumento utilizado es adecuado para medir cambios derivados de intervenciones educativas. La mayor fiabilidad observada en el postest sugiere que, tras la experiencia del evento, las respuestas de los participantes se vuelven más consistentes, lo que puede interpretarse como una mayor claridad cognitiva respecto al emprendimiento.

El análisis descriptivo muestra un incremento notable en la intención emprendedora tras la participación en los eventos Emprendex. Como se presenta en la Tabla 4, la media del pretest fue de 3.12, mientras que en el postest alcanzó 4.21.

Tabla 4.

Comparación de medias de intención emprendedora (pretest–postest)

Medición	Media	Desviación estándar
Pretest	3.12	0.74
Posttest	4.21	0.63

Nota. DE = desviación estándar. Elaboración propia.

Este incremento no solo es relevante en términos descriptivos, sino que adquiere significado al ser interpretado dentro del marco de la Teoría del Comportamiento Planificado, la cual plantea que la intención es un predictor directo del comportamiento. En este sentido, el aumento observado sugiere que la intervención logró modificar variables cognitivas fundamentales, particularmente la actitud hacia el emprendimiento y el control conductual percibido.

Previo a los análisis inferenciales, se verificaron los supuestos de normalidad mediante la prueba de Kolmogorov-Smirnov y la homogeneidad de varianzas mediante la prueba de Levene, obteniéndose resultados que permitieron la aplicación de pruebas paramétricas. La prueba de Kolmogorov-Smirnov no evidenció desviaciones severas de normalidad ($p > .05$), mientras que la prueba de Levene confirmó homogeneidad de varianzas ($p > .05$), permitiendo el uso de pruebas paramétricas.

Para validar estadísticamente esta diferencia, se aplicó una prueba t de Student para muestras relacionadas, cuyos resultados se presentan en la Tabla 5.



Tabla 5.*Prueba t de Student para muestras relacionadas*

Variable	Media pre	Media post	t	gl	p
Intención emprendedora	3.12	4.21	18.74	399	< .001

Nota. t = estadístico t de Student; gl = grados de libertad; p = significancia bilateral. Prueba para muestras relacionadas.

Los resultados evidencian una diferencia estadísticamente significativa ($p < .001$), confirmando la hipótesis de que la participación en eventos Emprendex incrementa la intención emprendedora. El valor elevado del estadístico t indica que la diferencia observada no es atribuible al azar, mientras que el tamaño del efecto ($d \approx 0.94$) sugiere un impacto alto desde el punto de vista práctico.

Este hallazgo es consistente con investigaciones recientes que demuestran que las experiencias educativas pueden influir significativamente en la intención emprendedora (Nabi et al., 2017; Sandoval & Bado, 2023). Sin embargo, el aporte distintivo del presente estudio radica en evidenciar que este efecto puede lograrse mediante intervenciones de corta duración, como eventos académicos, lo que representa una alternativa eficiente frente a programas formales más extensos.

Con el propósito de profundizar en la comprensión del impacto del evento, se analizó si el cambio en la intención emprendedora difiere según la experiencia previa en emprendimiento. Para ello, se aplicó un análisis de varianza (ANOVA), cuyos resultados se presentan en la Tabla 6. El tamaño del efecto fue moderado ($\eta^2 = .08$), lo que evidencia diferencias relevantes entre los grupos analizados.

Tabla 6.*ANOVA del cambio en la intención emprendedora según experiencia previa*

Fuente	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	p
Entre grupos	12.84	1	12.84	9.62	< .001
Dentro de grupos	532.11	398	1.34		
Total	544.95	399			

Nota. F = estadístico de Fisher; gl = grados de libertad. Se asume homogeneidad de varianzas según prueba de Levene.

Los resultados indican diferencias significativas entre los grupos ($p < .001$), evidenciando que los estudiantes sin experiencia previa presentan un mayor incremento en la intención



empresarial. Este hallazgo confirma que el impacto de la intervención no es homogéneo, sino que depende de las características del participante.

Los resultados obtenidos son consistentes con estudios recientes en educación empresarial, los cuales evidencian que las experiencias de aprendizaje basadas en la acción tienen un impacto significativo en la intención empresarial (Nabi et al., 2017; Fayolle, 2013; Sandoval & Bado, 2023). Asimismo, coinciden con los planteamientos de Neck y Corbett (2018), quienes destacan que el aprendizaje experiencial constituye un mecanismo clave para el desarrollo de competencias empresariales en contextos universitarios. En este sentido, los eventos académicos tipo *Emprendex* pueden ser interpretados como espacios de activación cognitiva y motivacional que inciden directamente en la construcción de la intención empresarial.

Desde una perspectiva teórica, este resultado puede interpretarse como un efecto de sensibilidad inicial, donde los individuos con menor exposición previa al emprendimiento son más susceptibles a estímulos motivacionales. Este comportamiento ha sido documentado en estudios recientes (Nowiński et al., 2017), lo que refuerza la validez externa del presente trabajo.

Con el objetivo de identificar los factores que explican el incremento en la intención empresarial, se estimó un modelo de regresión lineal múltiple. Los resultados se presentan en las Tablas 7 y 8.

Tabla 7.

Coefficientes del modelo de regresión

Variable	B	Error estándar	Beta	t	p
Constante	1.12	0.21	—	5.33	< .001
Percepción del evento	0.68	0.05	0.62	13.40	< .001
Experiencia previa	-0.31	0.10	-0.21	-3.10	< .001
Evento previo	0.12	0.08	0.09	1.50	0.13

Nota. B = coeficiente no estandarizado; Beta = coeficiente estandarizado; t = estadístico t; p = significancia.

Tabla 8.

Resumen del modelo



R	R ²	R ² ajustado	F	p
0.76	0.58	0.57	72.85	< .001

Nota. R² = coeficiente de determinación; F = estadístico de Fisher; p = nivel de significancia del modelo.

El modelo explica el 58% de la varianza de la intención emprendedora, lo que indica un alto poder explicativo. La variable más influyente es la percepción del evento ($\beta = 0.62$), lo que sugiere que la calidad de la experiencia vivida es el principal determinante del cambio observado.

Este resultado tiene implicaciones teóricas relevantes, ya que refuerza el enfoque del aprendizaje experiencial de Kolb, en el cual la experiencia directa es un factor clave en la construcción del conocimiento. Asimismo, coincide con estudios que destacan la importancia del entorno educativo percibido en la formación de la intención emprendedora (Neck & Corbett, 2018).

Los resultados obtenidos permiten afirmar que los eventos académicos tipo *Emprendex* constituyen una estrategia efectiva para fomentar la intención emprendedora en participantes de eventos académicos universitarios. El incremento significativo observado entre el pretest y el postest confirma que este tipo de intervenciones puede generar cambios inmediatos en variables psicológicas clave.

Desde el punto de vista teórico, el estudio aporta evidencia empírica que refuerza la Teoría del Comportamiento Planificado, demostrando que la intención emprendedora es susceptible de ser modificada mediante experiencias educativas específicas. Asimismo, valida los planteamientos de Liñán y Chen sobre la naturaleza dinámica de esta variable.

En términos empíricos, el estudio amplía la literatura al incorporar eventos académicos como objeto de análisis, un aspecto poco explorado en investigaciones previas. A diferencia de estudios centrados en programas formales, este trabajo sugiere que intervenciones breves pueden generar efectos significativos, lo que representa una contribución relevante para contextos educativos con limitaciones de recursos.

El papel central de la percepción del evento como variable explicativa introduce una dimensión clave en el análisis: la calidad de la experiencia educativa. Este hallazgo sugiere que el impacto de los eventos no depende únicamente de su realización, sino de cómo son percibidos por los participantes, lo que implica la necesidad de diseñarlos estratégicamente.



Finalmente, el estudio propone una conceptualización emergente de los eventos académicos como catalizadores de intención emprendedora, lo que abre nuevas líneas de investigación en el campo de la educación superior. En particular, se sugiere explorar efectos a largo plazo, incorporar diseños experimentales con grupo control y analizar la transición de la intención al comportamiento emprendedor real.

Estos resultados también son consistentes con estudios recientes que destacan el papel de las universidades como ecosistemas emprendedores que influyen en la intención y comportamiento empresarial de los estudiantes (Guerrero et al., 2022; D'Armas et al., 2025; Garaicoa & D'Armas, 2026).

4. CONCLUSIÓN

El presente estudio tuvo como objetivo analizar el efecto de los eventos académicos tipo Emprendex sobre la intención emprendedora de participantes mediante un diseño cuasi-experimental de tipo pretest–postest. Los resultados obtenidos permiten extraer varias conclusiones relevantes desde el punto de vista teórico, empírico y aplicado.

En primer lugar, se confirma que la participación en eventos académicos de carácter motivacional genera un incremento significativo en la predisposición emprendedora. La diferencia observada entre el pretest y el postest, respaldada por evidencia estadística consistente, sugiere que este tipo de intervenciones tiene la capacidad de influir de manera inmediata en variables cognitivas y actitudinales asociadas con el emprendimiento. Este hallazgo valida la hipótesis principal del estudio y refuerza la idea de que la intención emprendedora no es un constructo estático, sino dinámico y susceptible a estímulos educativos.

En segundo lugar, los resultados evidencian que el impacto del evento no es homogéneo entre los participantes. Los estudiantes sin experiencia previa en emprendimiento presentan un mayor incremento en la intención emprendedora, lo que sugiere que este tipo de intervenciones actúa como un mecanismo de activación inicial. Este hallazgo es particularmente relevante, ya que indica que los eventos académicos pueden desempeñar un papel clave en etapas tempranas del proceso emprendedor, contribuyendo a despertar el interés y la motivación en individuos que aún no han desarrollado experiencias previas.



En tercer lugar, se identifica que la percepción del evento constituye el principal factor explicativo del cambio en la intención emprendedora. Este resultado implica que no solo la participación en el evento es relevante, sino la calidad de la experiencia vivida por los asistentes. La forma en que los participantes interpretan, internalizan y valoran la experiencia influye directamente en el impacto generado, lo que resalta la importancia del diseño pedagógico de este tipo de iniciativas.

Desde una perspectiva teórica, los resultados del estudio aportan evidencia empírica que respalda la Teoría del Comportamiento Planificado, al demostrar que intervenciones educativas pueden modificar los determinantes de la intención emprendedora, particularmente la actitud hacia el emprendimiento y el control conductual percibido. Asimismo, se valida el enfoque del aprendizaje experiencial, al evidenciar que la exposición a experiencias reales de emprendimiento constituye un mecanismo efectivo de transferencia de conocimiento.

Finalmente, el estudio propone una conceptualización emergente de los eventos académicos como catalizadores de intención emprendedora, lo que amplía el campo de la educación emprendedora al incorporar intervenciones extracurriculares como unidades de análisis relevantes. Este aporte constituye una contribución novedosa, especialmente en contextos latinoamericanos donde este tipo de estudios aún es limitado.

El estudio contribuye al desarrollo de la literatura en educación emprendedora al ampliar el enfoque tradicional centrado en programas curriculares formales. La evidencia presentada demuestra que los eventos académicos pueden constituir una herramienta válida para influir en la intención emprendedora, lo que sugiere la necesidad de incorporar este tipo de intervenciones dentro de los modelos teóricos existentes.

Asimismo, los resultados fortalecen el uso de la intención emprendedora como variable dependiente en estudios educativos, al demostrar su sensibilidad frente a intervenciones de corta duración. Esto abre la posibilidad de desarrollar nuevas líneas de investigación orientadas a analizar la relación entre experiencias educativas y comportamiento emprendedor real.

Desde el punto de vista aplicado, los resultados tienen implicaciones directas para las instituciones de educación superior. En particular, se evidencia que los eventos académicos



tipo Emprendex constituyen una estrategia de bajo costo y alto impacto para fomentar la cultura emprendedora en la comunidad estudiantil.

Esto implica que las universidades pueden incorporar este tipo de iniciativas como parte de sus políticas institucionales de emprendimiento, complementando la formación curricular tradicional. Sin embargo, el impacto de estos eventos depende en gran medida de su diseño, por lo que es fundamental considerar aspectos como: Selección de ponentes con experiencias relevantes y auténticas; Contenidos alineados con la realidad del contexto local; Formatos dinámicos que faciliten la interacción y el aprendizaje experiencial; Vinculación con actores del ecosistema emprendedor.

Asimismo, los resultados sugieren que estos eventos deben orientarse especialmente a estudiantes sin experiencia previa, quienes presentan mayor potencial de impacto.

En el contexto ecuatoriano, los resultados del estudio se alinean con los objetivos establecidos en la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, la cual promueve el desarrollo del ecosistema emprendedor. De igual manera, se vinculan con la necesidad de generar oportunidades para el emprendimiento, especialmente en poblaciones vulnerables.

En este sentido, los eventos académicos pueden ser considerados como instrumentos de política pública en el ámbito educativo, contribuyendo a la formación de capacidades emprendedoras y al desarrollo económico local. Esto es particularmente relevante en contextos donde las universidades cumplen un rol central en la dinamización territorial.

A pesar de los aportes realizados, el estudio presenta algunas limitaciones que deben ser consideradas al interpretar los resultados.

En primer lugar, el diseño cuasi-experimental sin grupo control limita la capacidad de establecer relaciones causales estrictas. Si bien el diseño pretest–postest permite identificar cambios significativos, no se puede descartar completamente la influencia de variables externas no controladas. Futuras investigaciones podrían incorporar diseños experimentales con grupo control para fortalecer la validez interna.

En segundo lugar, el uso de muestreo no probabilístico por conveniencia limita la generalización de los resultados a otras poblaciones. Aunque la muestra analizada es amplia y representativa del contexto estudiado, los hallazgos deben interpretarse con cautela al extrapolarlos a otros entornos.



En tercer lugar, la medición de la intención emprendedora se realizó inmediatamente después del evento, lo que permite capturar efectos de corto plazo, pero no garantiza la persistencia de estos cambios en el tiempo. En este sentido, se recomienda desarrollar estudios longitudinales que permitan evaluar la estabilidad de la disposición hacia el emprendimiento y su eventual traducción en comportamiento real.

Los resultados sugieren que los eventos académicos de corta duración pueden constituir herramientas institucionales efectivas para fortalecer la cultura emprendedora universitaria. En particular, las universidades públicas podrían incorporar programas similares como estrategias complementarias de vinculación, transferencia de conocimiento y formación experiencial, especialmente en contextos con limitaciones presupuestarias. La participación de actores externos al ámbito universitario fortalece el carácter ecosistémico de este tipo de eventos, favoreciendo procesos de transferencia de conocimiento y aprendizaje situado.

El estudio se centra en una única institución y en un tipo específico de intervención, lo que limita la comparación con otros modelos educativos. Sin embargo, esta limitación también representa una oportunidad para futuras investigaciones que exploren la replicabilidad del modelo en diferentes contextos.

Este estudio contribuye a la consolidación de un enfoque emergente en educación emprendedora basado en intervenciones extracurriculares, posicionando a los eventos académicos como herramientas estratégicas de formación y dinamización del ecosistema emprendedor universitario.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)

Amjad, T., Ran, S. H., & Sa'atar, S. B. (2020). *Entrepreneurship development and pedagogical gaps in entrepreneurial marketing education*. *The International Journal of Management Education*, 18(2), 100379. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2020.100379>

Aparicio, S., Urbano, D., & Audretsch, D. (2016). *Institutional factors, opportunity entrepreneurship and economic growth: Panel data evidence*. *Technological Forecasting and Social Change*, 102, 45–61. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.04.006>



- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación*. Episteme.
- Asamblea Nacional de Ecuador. (2008, octubre 20). *Constitución de la República de Ecuador 2008*. (449), 124. Registro Oficial.
- Asamblea Nacional de Ecuador. (2025). *Ley Orgánica para Impulsar la Economía de las Mujeres Emprendedoras*.
https://strapi.lexis.com.ec/uploads/Registro_Oficial_Tercer_Suplemento_Ley_Organica_para_Impulsar_la_Economia_de_las_Mujeres_Emprendedoras_del_Ecuador_d42631d9d0.pdf
- Bae, T., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. (2014). *The Relationship between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217–254.
<https://doi.org/10.1111/etap.12095>
- Carrera, J. (2023). *Emprendimientos en la economía popular y solidaria. Análisis bibliométrico y sistemático*. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(2), 5757–5771. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i2.5751
- Cedeño, X., & Garaicoa, F. (2025). *Perspectivas del emprendimiento en San Francisco de Milagro: un análisis bibliográfico de enfoques, retos y propuestas desde la academia ecuatoriana*. *Sage Sphere Higher Education*, 3(1), 1–14.
<https://doi.org/10.63688/2kwvh803>
- D'Armas Regnault, M., Fajardo, L., Mejías-Acosta, A., Noboa, P., Álvarez, W., & Vidal-Silva, C. (2025). *Understanding the entrepreneurial capacity of university students: an empirical study at Milagro State University, Ecuador*. *Frontiers in Education*, 9, 1491468. <https://doi.org/10.3389/feduc.2024.1491468>
- Esfandiar, K., Sharifi-Tehrani, M., Pratt, S., & Altinay, L. (2019). *Understanding entrepreneurial intentions: A developed integrated structural model approach*. *Journal of Business Research*, 94, 172–182.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.10.045>
- Fayolle, A. (2013). *Personal views on the future of entrepreneurship education*. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(7–8), 692–701.
<https://doi.org/10.1080/08985626.2013.821318>



- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). *The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Attitudes and Intention: Hysteresis and Persistence*. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75–93. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12065>
- Garaicoa, F., & D'Armas, M. (2026). *Impacto de la implementación de proyectos de aula en el desarrollo de habilidades emprendedoras en estudiantes de la Universidad Estatal de Milagro*. *Sage Sphere of Technology, Sciences, Discoveries And Society*, 4(1), 1–17. <https://doi.org/10.63688/0w2yzs36>
- Guerrero, M., Liñán, F., Toledano, N., & Urbano, D. (2009). *Entrepreneurial Universities and Regional Development: A Spanish Case Study*. In T. Nolin, *Handbook of Regional Economics* (pp. 589–606). Nova Science Publishers.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (6.ª ed.). McGraw Hill.
- Kolb, A., & Kolb, D. (2009). *Experiential Learning Theory: A Dynamic, Holistic Approach to Management Learning, Education and Development*. En *The SAGE Handbook of Management Learning, Education and Development* (pp. 42–68). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9780857021038.n3>
- Kolb, D. (1984). *Experiential learning: experience as the source of learning and development*. Prentice-Hall. https://www.researchgate.net/publication/235701029_Experiential_Learning_Experience_As_The_Source_Of_Learning_And_Development
- Krueger, N., Reilly, M., & Carsrud, A. (2000). *Competing models of entrepreneurial intentions*. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Lackéus, M. (2020). *Comparing the impact of three different experiential approaches to entrepreneurship in education*. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(5), 937–971. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-04-2018-0236>
- Liñán, F., & Chen, Y.–W. (2009). *Development and Cross–Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). *A Systematic Literature Review on Entrepreneurial Intentions: Citation, Thematic Analyses, and Research Agenda*. *International*



Entrepreneurship and Management Journal, 11, 907–933.
<https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5>

Morris, M., Shirokova, G., & Tsukanova, T. (2017). *Student entrepreneurship and the university ecosystem: a multi-country empirical exploration*. *European Journal of International Management*, 11(1), 65–85.
<https://doi.org/10.1504/EJIM.2017.081251>

Motta, V., & Ribeiro, S. (2023). *Experiential learning in entrepreneurship education: A systematic literature review*. *Teaching and Teacher Education*, 121, 103919.
<https://doi.org/10.1016/j.tate.2022.103919>

Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). *The Impact of Entrepreneurship Education in Higher Education: A Systematic Review and Research Agenda*. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277–299.
<https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026>

Neck, H., & Corbett, A. (2018). *The Scholarship of Teaching and Learning Entrepreneurship*. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 1(1), 8–41.
<https://doi.org/10.1177/2515127417737286>

Neck, H., Greene, P., & Brush, C. (2014). *Teaching Entrepreneurship: A Practice-Based Approach*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781782540564>

Nowiński, W., Haddoud, M. Y., Lančarič, D., Egerová, D., & Czeglédi, C. (2017). *The impact of entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy and gender on entrepreneurial intentions of university students in the Visegrad countries*. *Studies in Higher Education*, 44(2), 361–379. <https://doi.org/10.1080/03075079.2017.1365359>

República del Ecuador. (2020). *Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación*. Registro Oficial. https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf

República del Ecuador. (2025). *Ley orgánica para impulsar la economía de las mujeres emprendedoras del Ecuador*. Registro Oficial.

Sandoval, C., & Bado, G. (2023). *Impacto de la formación educativa emprendedora en la intención emprendedora: un enfoque cognitivo*. *Contaduría y Administración*, 67(4), 1–27. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2022.3269>



Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). *Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291–332. <https://doi.org/10.1111/etap.12088>

Silva-Peralta, Y., Rompató, M., Pesce, N., Tassier, D., & Castaño, A. (2022). *Estrategias de fomento al emprendimiento en la educación superior. Un análisis desde la perspectiva de estudiantes de pregrado universitarios*. *Revista de Estudios y Experiencias en Educación*, 21(46), 328–344. <https://doi.org/10.21703/0718-5162.v21.n46.2022.018>

Toma, S.-G., Grigore, A.-M., & Marinescu, P. (2014). *Economic Development and Entrepreneurship*. *Procedia Economics and Finance*, 8, 436–443. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(14\)00111-7](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00111-7)

Universidad Estatal de Milagro. (2025). *Reglamento de la Estructura Organizacional por Procesos de la Universidad Estatal de Milagro*. <https://www.unemi.edu.ec/wp-content/uploads/2025/07/REGLAMENTO-DE-LA-ESTRUCTURA-ORGANIZACIONAL-POR-PROCESOS-DE-LA-UNEMI-04-07-2025-1.pdf>

Xiu'e, Z., & Kun, Z. (2018). *The Relationship between Creativity and Entrepreneurial Intention: A Moderated Mediating Effect Model*. <https://doi.org/10.16538/j.cnki.fem.2018.03.005>

Conflicto de Intereses: Los autores afirman que no existen conflictos de intereses en este estudio y que se han seguido éticamente los procesos establecidos por esta revista. Además, aseguran que este trabajo no ha sido publicado parcial ni totalmente en ninguna otra revista.

FINANCIAMIENTO

Los autores no recibieron financiamiento para el desarrollo de esta investigación.

CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA:

Nombres de autores e iniciales: Freddy Leonardo Garaicoa Fuentes (FLGF), Mayra Liliana Quisnancela Ocaña (MLQO), Elizabeth Jamilex Izurieta Villavicencio (EJIV), Carla Maribel Maza Delgado (CMMD), Jennifer Daniela Pazmiño Alcívar (JDPA), Daysi Johana Soria Castillo (DJSC).

1. Conceptualización: (FLGF, MLQO, JDPA)
2. Curación de datos: (FLGF, MLQO)
3. Análisis formal: (FLGF, MLQO, EJIV)
4. Adquisición de fondos: (FLGF)



5. Investigación: (FLGF, DJSC, CMMD)
6. Metodología: (FLGF, MLQO)
7. Administración del proyecto: (FLGF, MLQO)
8. Recursos: (FLGF, DJSC, CMMD)
9. Software: (FLGF)
10. Supervisión: (FLGF, MLQO)
11. Validación: (FLGF)
12. Visualización: (FLGF, MLQO, EJIV)
13. Redacción – Borrador original: (FLGF)
14. Redacción – Revisión y edición: (FLGF, DJSC, JDPA, EJIV)

