

**LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y
Humanidades, Asunción, Paraguay.**

ISSN en línea: 2789-3855, 2025, Volumen VI

Factores que motivan la intención emprendedora de los estudiantes universitarios: caso Universidad Técnica de Machala

Factors that motivate the entrepreneurial intention of university
students: the case of the Technical University of Machala

Julio César Cacay Cacay

juliocesarcacay94@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-2974-0462>

Investigador Independiente

Ecuador

Lenny Beatriz Capa Benítez

lcapa@utmachala.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-2841-5219>

Universidad Técnica de Machala

Ecuador

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v6i3.4191>

Artículo recibido: 24 de junio de 2025

Aceptado para publicación: 19 de julio de
2025.

Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.


Redilat
Red de Investigadores
Latinoamericanos

NÚMERO

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v6i3.4191>

Factores que motivan la intención emprendedora de los estudiantes universitarios: caso Universidad Técnica de Machala

Factors that motivate the entrepreneurial intention of university students: the case of the Technical University of Machala

Julio César Cacay Cacay¹

juliocesarcacay94@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-2974-0462>

Investigador Independiente

Ecuador

Lenny Beatriz Capa Benítez

lcapa@utmachala.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-2841-5219>

Universidad Técnica de Machala

Ecuador

Artículo recibido: 24 de junio de 2025. Aceptado para publicación: 18 de julio de 2025.

Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Resumen

El objetivo del presente estudio consiste en explorar los factores que motivan la intención emprendedora de los estudiantes universitarios, mediante la aplicación de un modelo Logit para determinar el efecto y significancia estadística de cada factor sobre la probabilidad de ocurrencia de la intención emprendedora. Mediante la aplicación de una encuesta en línea se recabaron datos primarios de una muestra de 287 estudiantes de la carrera de Contabilidad y Auditoría matriculados en el periodo académico 2022-D2 de la Universidad Técnica de Machala de la ciudad de Machala (Ecuador). Los resultados del modelo Logit dejan evidencia que la intención emprendedora es mayor en las mujeres y los factores motivacionales como adquirir experiencia, beneficios económicos, querer hacer algo nuevo, ser mi propio jefe y la influencia del éxito de otros, aumentan la probabilidad de ocurrencia de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios, debido a que sus efectos marginales son positivos y estadísticamente significativos. El fortalecimiento de estos factores permitirá impulsar la intención emprendedora de los estudiantes universitarios, misma que constituye una pieza clave en el desarrollo económico y social de la economía.

Palabras clave: intención emprendedora, factores motivacionales, estudiantes universitarios, logit


Abstract

The objective of this study is to explore the factors that motivate the entrepreneurial intention of university students, through the application of a Logit model to determine the effect and statistical significance of each factor on the probability of occurrence of entrepreneurial intention. Through the application of an online survey, primary data were collected from a sample of 287 students of Accounting and Auditing enrolled in the academic period 2022-D2 of the Technical University of

¹ Autor de correspondencia.

Machala in the city of Machala (Ecuador). The results of the Logit model show that the entrepreneurial intention is higher in women and the motivational factors such as acquiring experience, economic benefits, wanting to do something new, being my own boss and the influence of the success of others, increase the probability of occurrence of the entrepreneurial intention of university students, because their marginal effects are positive and statistically significant. The strengthening of these factors will allow boosting the entrepreneurial intention of university students, which is a key factor in the economic and social development of the economy.

Keywords: entrepreneurial intention, motivational factors, university students, logit

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicado en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons. 

Cómo citar: Cacay Cacay, J. C., & Capa Benítez, L. B. (2025). Factores que motivan la intención emprendedora de los estudiantes universitarios: caso Universidad Técnica de Machala. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 6 (3), 3242 – 3254.
<https://doi.org/10.56712/latam.v6i3.4191>

INTRODUCCIÓN

Es crucial el papel que desempeña el emprendimiento en el desarrollo económico y social de una economía. Debido a que constituye una vía capaz de lograr una mejor calidad de vida de las personas y sus familias (Romero-Martínez y Milone, 2016). En este sentido, la intención emprendedora desempeña un rol preponderante, dado que es el mejor predictor del emprendimiento futuro o constituye el requisito previo para emprender (Soria-Barreto et al., 2016a; Romero-Martínez y Milone, 2016).

La intención emprendedora posee un campo diverso y multidisciplinar con enfoques empresariales, educativos y psicológicos, los cuales han acogido otros temas relacionados con la sostenibilidad, las economías emergentes, la digitalización, las empresas familiares y el uso de sistemas difusos (Alfaro-García et al., 2022). Para Adekiya y Ibrahim (2016) citado en Astudillo et al. (2021) “la intención emprendedora es la voluntad de los estudiantes universitarios para emprender un negocio después de la graduación” (p. 92).

Según el Monitor Global de Emprendimiento (GEM por sus siglas en inglés), los jóvenes tienen 1,6 veces más intención emprendedora que los adultos (Schøtt et al., 2015). Y son precisamente, los nuevos desafíos del mundo actual que exigen principalmente a los jóvenes universitarios poner a disposición de la sociedad todos sus talentos, aptitudes, habilidades, inteligencia y voluntad para desarrollarse como futuros emprendedores (Borrayo Rodríguez et al., 2019).

Son diversos los factores que influyen en la decisión de emprender de los jóvenes universitarios. Y desde las Instituciones de Educación Superior (IES), llamadas a ser transformadoras sociales se debe proporcionar un entorno adecuado para que sus estudiantes se involucren en el proceso de creación de nuevos emprendimientos (Torres Velásquez et al., 2018). En este contexto, la presente investigación tiene como objetivo explorar los factores que motivan la intención emprendedora de los estudiantes universitarios, mediante la aplicación de un modelo Logit para determinar el efecto y significancia estadística de cada factor sobre la probabilidad de ocurrencia de la intención emprendedora.

Para dar cumplimiento a este objetivo, se recabaron datos primarios de una muestra de 287 estudiantes de la carrera de Contabilidad y Auditoría matriculados en el periodo académico 2022-D2 de la Universidad Técnica de Machala de la ciudad de Machala (Ecuador). Buscando de esta manera, determinar los factores que motivan a los estudiantes universitarios a tener la intención de crear un emprendimiento.

El GEM sostiene que los jóvenes son más propensos que las personas mayores a emprender al estar motivados con marcar la diferencia en el mundo, y las personas mayores son más propensas a emprender al estar motivados por ganarse la vida porque los empleos son escasos (Hill et al., 2022). El presente estudio contribuye con hallazgos significativos para la toma de decisiones, principalmente por parte de las autoridades universitarias, dado que como lo establecen Contreras et al. (2020) es responsabilidad de la universidad potenciar actitudes emprendedoras capaces de influir en futuras intenciones emprendedoras, como parte importante de las acciones implementadas para mejorar la empleabilidad de sus estudiantes.

METODOLOGÍA

La presente investigación es de tipo seccional o transversal debido a que se “obtuvo información del objeto de estudio una única vez en un momento dado” (Bernal, 2010, p. 118). Además se utilizó un enfoque cuantitativo con alcance descriptivo (Hernández et al., 2014), a partir de una muestra de 287 estudiantes de la carrera de Contabilidad y Auditoría matriculados en el periodo académico 2022-D2 de la Universidad Técnica de Machala de la ciudad de Machala (Ecuador). Esta muestra fue obtenida a

un nivel de confianza del 95% mediante la aplicación de la fórmula para poblaciones finitas (Krejcie y Morgan, 1970; Bernal, 2010; Adam, 2020). De la siguiente manera:

$$n = \frac{X^2 N p (1 - p)}{d^2 (N - 1) + X^2 p (1 - p)}$$

Dónde, n es el tamaño de la muestra requerido, X^2 es el valor de la tabla de chi-cuadrado para un grado de libertad en el nivel de confianza deseado, N representa el tamaño de la población correspondiente a 1.120 estudiantes de la carrera de Contabilidad y Auditoría matriculados en el periodo académico 2022-D2, p es la proporción de la población y d^2 es el grado de precisión expresado como proporción.

Se aplicó una encuesta en línea en Google Drive mediante un formulario compuesto por preguntas cerradas y de opción múltiple. Mediante un muestreo no probabilístico aleatorio simple se invitó a los estudiantes a participar de la encuesta en línea por medio de mensajes de e-mail y redes sociales, hasta completar la muestra requerida.

Los datos recabados fueron analizados en el software estadístico Stata 16. Para validar el instrumento utilizado y medir la fiabilidad de las encuestas aplicadas se utilizó el coeficiente de Cronbach (1951). La información relacionada a las características generales de los encuestados, intención emprendedora y los factores que motivan la intención emprendedora se presentó mediante el uso de tablas estadísticas.

Además, se utilizó un modelo Logit para modelar probabilidades concernientes a un evento en función de otras variables y obtener mayor capacidad de pronóstico y mejor comprensión de resultados (Támara et al., 2019; Gómez et al., 2019).

La variable dependiente es dicótoma y constituye la intención emprendedora, toma dos valores (0 y 1). Si el estudiante manifestó que está dispuesto a crear un emprendimiento le corresponde la categoría "1" y en caso haya manifestado que no está dispuesto a crear un emprendimiento le corresponde la categoría "0".

La función de enlace del modelo Logit se obtiene a partir de una distribución logística escrita como $\pi_i = \{1 + \exp(-x_i^T \beta)\}^{-1}$ de la cual se obtiene la función de enlace Logit:

$$\log\left(\frac{\pi_i}{1 - \pi_i}\right) = x_i^T \beta$$

En donde x_i contiene las medidas de las variables para los estudiantes que respondieron a la encuesta y β es el vector de parámetros obtenido al maximizar la función de verosimilitud (Dobson y Barnett, 2018). A partir de los Odds Ratio o coeficientes OR de esta técnica estadística los parámetros pueden interpretarse de manera sencilla.

$$OR = \frac{\pi_i}{1 - \pi_i} = e^{x_i^T \beta}$$

Estos coeficientes siempre son positivos y se interpretan tomando como referencia el valor de 1. Siendo la variable x_i cuantitativa, la cantidad e^β mide el cambio en el OR cuando x_i aumenta en una unidad. De esta manera si e^β es mayor que 1 un aumento de x_i genera un aumento en la intención emprendedora del estudiante. Mientras que si e^β es menor que 1 significa que el aumento en x_i ocasiona una disminución de la intención emprendedora del estudiante.

DESARROLLO

Intención Emprendedora

La intención emprendedora es un tema de interés que ha sido abordado desde las distintas áreas del conocimiento, en las que destacan principalmente las áreas sociales y empresariales. Comprender la importancia de la intención emprendedora es de suma importancia dado que desde el punto de vista económico “el nivel de intención emprendedora refleja el potencial entorno económico de una región” (Osorio y Londoño, 2015, p. 107).

Para López Torres et al. (2021) la intención emprendedora es definida como la decisión de emprender un negocio, crear una empresa, tomar el riesgo de invertir, mediante el soporte de un plan de negocios que permita, gestionar y aplicar los recursos necesarios de manera efectiva. En ese mismo orden de ideas, Valencia-Arias et al. (2022) sostienen que la intención emprendedora es la intención de constituir una nueva empresa o negocio en el futuro. Así mismo, la intención emprendedora es catalogada como el estado de la mente en el que un individuo centra su atención en la creación de una empresa o negocio, motivo por el cual toma las acciones necesarias para cumplir este objetivo (Valencia Arias, et al., 2016). De igual manera, Jena (2020) describe la intención emprendedora como una orientación mental, como el deseo, el anhelo y la esperanza de influir en su elección de emprender.

Intención emprendedora de los estudiantes universitarios

Por medio de las diferentes actividades y las enseñanzas impartidas, las universidades desempeñan un papel relevante en el desarrollo de las habilidades de los estudiantes vinculados a la intención empresarial (Lloja et al., 2021). Para Contreras et al. (2020) con la finalidad de mejorar la empleabilidad, es responsabilidad de las universidades potenciar en sus estudiantes actitudes emprendedoras que puedan influir en futuras intenciones emprendedoras.

En línea con lo anteriormente expuesto, Soria-Barreto et al. (2016a) sostienen que la intención emprendedora generalmente ha sido estudiada a partir del vínculo que posee con los estudiantes universitarios, puesto que es importante para la creación de autoempleo. Además, a los estudiantes universitarios “se les considera potenciales emprendedores en comparación con otras muestras de estudio” (Durán-Aponte y Arias-Gómez, 2015, p. 323). Los estudiantes universitarios despiertan principal interés en el estudio de la intención emprendedora, debido a que tienen mayor posibilidad de convertirse en potenciales emprendedores (Torres Velásquez, et al., 2018).

La intención emprendedora de los estudiantes universitarios ha sido abordada en diferentes estudios (Durán-Aponte y Arias-Gómez, 2015; Torres Velásquez et al., 2018; Contreras et al. 2020) que engloban diferentes universidades, distintos programas académicos, diferentes edades y en general diferentes contextos socioeconómicos. Según López Torres et al. (2021) es relevante el desarrollo de la cultura emprendedora en los jóvenes universitarios, puesto que al egresar encontrarán un mercado laboral contraído, por ende, con dificultades para conseguir empleo. Por lo tanto, emprender constituye una opción necesaria que puede ser incentivada desde la universidad. Algunos estudiantes universitarios perciben que la universidad se enfoca en formar empleados en lugar de formar empresarios, además consideran que la implementación del emprendimiento como política institucional, influiría en su decisión de emprender (Saavedra y Camarena, 2020).

Factores que motivan la intención emprendedora de los estudiantes universitarios

La intención emprendedora es fundamental para explicar la creación de emprendimientos, por tal razón, diversos estudios (Rai et al., 2021; Krauss Delorme et al. 2018) han buscado determinar los distintos factores que afectan la decisión de los individuos respecto de crear una empresa o emprendimiento. Sánchez-Torné et al. (2021) y Hernández (2019) mencionan que el género influye en

la intención emprendedora, de tal manera que, en términos proporcionales son más los hombres que desean emprender.

Para Shah et al. (2020) y Vélez et al. (2020) la educación en términos empresariales influye positiva y significativamente en la intención emprendedora, dado que principalmente permite mejorar competencias emprendedoras y potenciar habilidades prácticas administrativas. Valenzuela-Keller et al. (2022) concuerdan con esta aseveración y añaden que la participación de experiencias prácticas en emprendimiento también favorecen la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. Así mismo, Soria-Barreto et al. (2016b) sostienen que la educación para emprender permite explicar la intención emprendedora, además aportan mediante su estudio que los estudiantes universitarios tienen mayor voluntad de emprender cuando consideraban poseer conocimientos, habilidades y experiencia para iniciar un negocio, así como el hecho de pertenecer a familias de menores ingresos de renta familiar.

De igual manera, la capacitación constituye un factor clave para iniciar un negocio (Huilcapi Masacón et al., 2018). Para Lara y Jaramillo (2020) la capacitación favorece significativamente la intención emprendedora debido a que permite la adquisición y desarrollo de conocimientos. Es importante acotar que la capacitación y educación en emprendimiento relacionadas a temas de habilidades de negociación, liderazgo, creación de nuevos productos, entre otros, influyen en la intención de crear nuevos emprendimientos (Vargas Valdiviezo y Uttermann Gallardo, 2020).

Boada-Grau et al. (2016) sostienen que la motivación es una determinante importante al momento de iniciar un negocio. Algunas de estas motivaciones pueden ser internas como la vocación, el ser independiente, el deseo de superación, la aspiración de ganar más dinero y externas como la situación económica y la tradición familiar (Castelao et al., 2015). Así mismo, Saavedra y Camarena (2020) manifiestan que algunas motivaciones que tienen los estudiantes universitarios para emprender son las ganancias económicas, confianza en su capacidad, el logro y el reconocimiento.

Krauss Delorme et al. (2018) en su estudio plantean a la motivación para emprender como un factor determinante de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios, sus hallazgos demuestran efectivamente que la motivación tiene un efecto positivo y significativo sobre la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. De igual forma, Rai et al. (2021) en su estudio dejan evidencia que factores como el beneficio económico, el deseo de hacer algo nuevo y la falta de oportunidades laborales son los que motivan en mayor proporción a los jóvenes a emprender.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En primer lugar para determinar la fiabilidad del instrumento utilizado en el presente estudio, se aplicó el coeficiente alfa de Cronbach (1951), el mismo que presentó un valor de 0,78 por lo tanto, señala una consistencia adecuada o aceptable (Rodríguez y Reguant, 2020; Ponce et al., 2021). Seguidamente en la Tabla 1 se presenta el perfil de la muestra seleccionada, dónde el 70,73% de los estudiantes universitarios encuestados son mujeres y el 29,27% son hombres. Además, se puede apreciar que mayoritariamente los encuestados tienen menos de 25 años de edad. Por lo tanto, el 65,2% de los mismos se encuentran entre primer y quinto semestre.

Tabla 1

Perfil de la muestra

Variabes	Grupos	Frecuencia	Porcentaje
Género	Masculino	84	29,27
	Femenino	203	70,73
Edad	Menos de 20 años	123	42,9
	Entre 20-25 años	131	45,6
	Más de 25 años	33	11,5
Semestre	Entre Primero-Quinto	187	65,2
	Entre Sexto-Décimo	100	34,8
Total de estudiantes encuestados		287	100

Fuente: elaboración propia.

En la Tabla 2 se muestran los resultados de la Intención emprendedora de los estudiantes universitarios, el 88,5% manifestaron que estarían dispuestos a emprender, mientras que 11,5% de los encuestados manifestaron que no. De este porcentaje, la mayoría indicó que no estarían dispuestos a emprender debido a la falta de recursos económicos, además consideran que emprender es complicado y en cierta medida tienen miedo a fracasar.

Tabla 2

Intención emprendedora

Variable	Grupos	Frecuencia	Porcentaje
Intención Emprendedora	Si	254	88,5
	No	33	11,5
Razones por las que no está dispuesto a emprender	No me interesa	3	9,10
	Falta de recursos económicos	15	45,45
	Emprender es complicado	9	27,27
	Miedo al fracaso	5	15,15
	Otros proyectos	1	3,03
Total de estudiantes encuestados		287	100

Fuente: elaboración propia.

Continuando con el análisis en la Tabla 3 se presentan los resultados del modelo Logit, considerando los Odds Ratio, coeficientes OR o razón de probabilidades. Utilizado como medida comparativa de dos posibilidades relativas de diferentes eventos, es decir, representa las probabilidades de que ocurra un resultado dada una exposición particular (Park, 2013).

Los hallazgos dejan evidencia que las variables género (femenino), y los factores motivacionales como adquirir experiencia, beneficios económicos, querer hacer algo nuevo, ser mi propio jefe y la influencia del éxito de otros poseen significancia estadística y aumentan la intención emprendedora. Destacando que, la intención emprendedora es mayor en las mujeres y en quienes están motivados por ser su propio jefe.

Cabe mencionar que, las variables edad y semestre carecen de significancia estadística. De igual forma, los factores motivacionales como la falta de empleo, obtener reconocimiento y los familiares con emprendimiento no presentaron significancia estadística en la explicación de la intención emprendedora.

La veracidad de los resultados de este modelo, se sustentan en que según el logaritmo de verosimilitud y la probabilidad chi², el ajuste general del modelo es bueno (Park, 2013; Lottes et al., 1996). En este caso, el valor del logaritmo de verosimilitud fue de -45,4200 mientras que la probabilidad chi² presentó un p-valor <5%. Por lo tanto, existe una fuerte relación entre todas las variables independientes, en conjunto, y la variable dependiente (Park, 2013; Walsh, 1987).

Así mismo, existe una correcta clasificación de los datos del 90,64%. La sensibilidad del modelo presenta un valor de 98,68% mientras que la especificidad del mismo es del 30%. El test de bondad de ajuste Hosmer-Lemeshow (2000) aplicado para determinar el ajuste de la logística en el modelo de regresión partiendo de la hipótesis nula del ajuste del modelo a la realidad (Hosmer y Lemeshow, 2000; Jazak, 2016; Austin y Steyerberg, 2019). Indicó un ajuste del 0,1788 por lo tanto, se acepta la hipótesis nula al existir una probabilidad p-valor > 0,05.

Tabla 3

Resultados del modelo Logit (Odds Ratio)

Variab les	Odds Ratio	Error Estándar	
Género (Femenino)	11,475***	6,596	
Edad	0,556	0,206	
Semestre	0,9170	0,585	
Adquirir experiencia	9,569**	8,711	
Beneficios económicos	6,450**	5,567	
Falta de empleo	4,009	4,324	
Obtener reconocimiento	0,713	1,022	
Querer hacer algo nuevo	7,593*	8,168	
Ser mi propio jefe	12,740**	13,562	
Influencia del éxito de otros	10,176*	13,879	
Familiares con emprendimiento	0,876	1,085	
Constante	7,930	2,610	
Número de observaciones	287	Correcta clasificación	90,64%
LR chi ² (10)	37,53	Sensibilidad	98,68%
Prob > chi ²	0,0000	Especificidad	30,00%
Pseudo R-cuadrado	0,3041	Hosmer-Lemeshow chi ² (8)	11,42
Log verosimilitud	-45,4200	Prob > chi ²	0,1788

Nota: Variable dependiente: Intención emprendedora. Significancia *p<0.10, ** p<0.05, ***p<0.01.

Fuente: elaboración propia.

Finalmente, en la Tabla 4 se muestran los efectos marginales de las variables, un cambio discreto de las variables, incide en el incremento o disminución de la probabilidad de ocurrencia de la variable dependiente. La significancia estadística de las variables es igual a los hallazgos de los Odds Ratio. De esta manera, un cambio discreto de la variable género (femenino) incrementa la probabilidad de ocurrencia de la intención emprendedora en 24,9%.

Así mismo, los cambios discretos de cada uno de los factores motivacionales que tienen significancia estadística aumentan la probabilidad de ocurrencia de la intención emprendedora. Las probabilidades de emprender aumentan 7,4% en quienes desean hacerlo por adquirir experiencia. De igual forma, los beneficios económicos aumentan la probabilidad de ocurrencia de la intención emprendedora en 8,6%. Querer hacer algo nuevo y ser mi propio jefe incrementan la probabilidad de ocurrencia de la intención emprendedora en 6,7% y 10,2% en ese orden respectivamente. Además, las posibilidades de emprender aumentan 6,9 puntos porcentuales por influencia del éxito de otros.

Cabe mencionar que, en términos generales y de manera conjunta el efecto marginal de todas las variables empleadas en el presente estudio permite una probabilidad de ocurrencia de la intención emprendedora de 93,6%. Por lo tanto, principalmente los factores motivacionales permiten una alta probabilidad de ocurrencia de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios.

Tabla 4

Resultados del modelo Logit (Efectos Marginales)

Variables	dy/dx	Error Estándar
Género (Femenino)	0,249***	0,070
Edad	-0,035	0,023
Semestre	-0,005	0,037
Adquirir experiencia	0,074***	0,026
Beneficios económicos	0,086**	0,039
Falta de empleo	0,053	0,049
Obtener reconocimiento	-0,023	0,114
Querer hacer algo nuevo	0,067***	0,026
Ser mi propio jefe	0,102***	0,039
Influencia del éxito de otros	0,069**	0,027
Familiares con emprendimiento	-0,008	0,083
Efectos marginales después del Logit		
y = Pr(Intención emprendedora) (predict)	0,936	

Nota: variable dependiente: Intención emprendedora. Significancia * $p < 0.10$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

Fuente: elaboración propia.

CONCLUSIONES

La presente investigación planteó como objetivo explorar los factores que motivan la intención emprendedora de los estudiantes universitarios, mediante la aplicación de un modelo Logit para determinar el efecto y significancia estadística de cada factor sobre la probabilidad de ocurrencia de la intención emprendedora. A partir del modelo Logit se estableció como conclusiones que, las variables edad y semestre no poseen significancia estadística en la explicación de la intención emprendedora. Igual carencia de significancia estadística tienen los factores motivacionales como falta de empleo, obtener reconocimiento y tener familiares con emprendimiento.

En cuanto a las variables con significancia estadística se obtuvo el género femenino, así como los factores motivacionales adquirir experiencia, beneficios económicos, querer hacer algo nuevo, ser mi propio jefe y la influencia del éxito de otros. De esta manera se establece que, la intención emprendedora es mayor en las mujeres y su probabilidad de ocurrencia es impulsada por los factores motivacionales descritos anteriormente.

Es importante mencionar que, el fortalecimiento de cada uno de estos factores mediante la toma correcta de decisiones principalmente por parte de las autoridades universitarias permitirá potenciar la intención emprendedora de los estudiantes universitarios. De esta manera, mediante la creación de nuevos emprendimientos es posible contribuir a una mejor calidad de vida de la población, tanto en lo social como económico dados los diversos beneficios que generan los emprendimientos para la economía.

REFERENCIAS

Adam, A. M. (2020). Sample Size Determination in Survey Research. *Journal of Scientific Research & Reports*, 26(5), 90-97. doi:<https://doi.org/10.9734/jsrr/2020/v26i530263>

Adekiya, A. A., y Ibrahim, F. (2016). Entrepreneurship intention among students. The antecedent role of culture and entrepreneurship training and development. *The International Journal of Management Education*, 14(2), 116-132. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijme.2016.03.001>

Alfaro-García, V. G., Blanco-Mesa, F., y León Castro, E. (2022). Entrepreneurial intention a bibliometric approach. *Management Letters / Cuadernos de Gestión*, 22(2), 139-153. <https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/56549/211558el.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Astudillo, S., Bermeo, V., Serrano, A., y Andrade, R. (2021). Intención Emprendedora en los Estudiantes de una Universidad Pública y una Universidad Privada en el Ecuador. *Journal of Globalization, Competitiveness and Governability*, 15(2), 90-103.

Austin, P., y Steyerberg, E. (2019, mayo 29). The Integrated Calibration Index (ICI) and related metrics for quantifying the calibration of logistic regression models. *Wiley Statistics in Medicine*, 38(21), 4051-4065. doi:<https://doi.org/10.1002/sim.8281>

Bernal, C. (2010). Metodología de la Investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales (Tercera Edición ed.). Colombia: PEARSON EDUCACIÓN. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>

Boada-Grau, J., Sánchez-García, J. C., Viardot, E., Boada-Cuerva, M., y Vigil-Colet, A. (2016). Adaptation of an entrepreneurial motivation scale into Spanish. *Anales de Psicología / Annals of Psychology*, 32(2), 571–577. doi:<https://doi.org/10.6018/analesps.32.2.217341>

Borrayo Rodríguez, C. L., Valdez Zepeda, A., y Delgado Melgarejo, B. (2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. *Revista de Ciencias Sociales*, 25(3), 72-87. <https://www.redalyc.org/journal/280/28060161005/html/>

Castelao, M. O., González, J. L., Ramos, A. J., y Ruiz, A. (2015). Universidad y emprendimiento. Intención emprendedora en estudiantes de universidades privadas madrileñas. *Revista de Investigación en Educación*, 13(2), 187-205. <https://revistas.uvigo.es/index.php/reined/article/view/2051>

Contreras, A., González, O., y Macías, P. (2020). Intención emprendedora de los estudiantes universitarios. *IE Revista de Investigación Educativa de la REDIECH*, 11, 1-22. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8103284>

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334. doi:<https://doi.org/10.1007/BF02310555>

Dobson, A., y Barnett, A. (2018). *An introduction to generalized linear models* (Cuarta ed.). CRC Press. doi:<https://doi.org/10.1201/9781315182780>

Durán-Aponte, E., y Arias-Gómez, D. (2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y socio-personales. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 6(2), 320-340. <https://www.redalyc.org/pdf/4978/497856275007.pdf>

Gómez, C., De Koning, W., Vriesekoop, F., y Urbano, B. (2019). A model of agricultural sustainable added value chain: The case of the Dominican Republic value chain. *Revista De La Facultad De Ciencias*

Agrarias UNCUYO, 51(1), 111-124.
<https://revistas.uncu.edu.ar/ojs3/index.php/RFCa/article/view/2348>

Hernández, R. (2019). Intención emprendedora: ¿es influenciada por factores de personalidad y género? *Revista Academia & Negocios*, 4(2), 1-12.
<https://www.redalyc.org/journal/5608/560859050006/html/>

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F: McGraw-Hill/Interamericana Editores. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Hill, S., Ionescu-Somers, A., Coduras, A., Guerrero, M., Roomi, M. A., Bosma, N., . . . Shay, J. (2022). *Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022 Global Report: Opportunity Amid Disruption*. Global Entrepreneurship Monitor (GEM). <https://gemconsortium.org/report/gem-20212022-global-report-opportunity-amid-disruption>

Hosmer, D., y Lemeshow. (2000). *Applied Logistic Regression (Segunda Edición ed.)*. United States of America: Wiley Series in Probability and Statistics. http://resource.heartonline.cn/20150528/1_3kOQSTg.pdf

Huilcapi Masacón, M., Mora Aristega, J., y Castro López, G. (2018). Emprendimiento opción para reactivar la economía y el desarrollo sostenible en comuna Santa Elena. *Revista Killkana Sociales*, 2(3), 59-64. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6584508>

Jazak, Z. (2016). Benford's law and Hosmer-Lemeshow test. *Journal of Mathematical Sciences: Advances and Applications*, 41, 57-73. http://dx.doi.org/10.18642/jmsaa_7100121718

Jena, R. (2020). Measuring the impact of business management Student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study. *Computers in Human Behavior*, 107, 1-10. doi:<https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106275>

Krauss Delorme, C., Bonomo Odizzio, A., y Volfovicz León, R. (2018). Modelo predictivo de la intención emprendedora universitaria en Latinoamérica. *Journal of Technology Management & Innovation*, 13(4), 84-93.

Krejcie, R. V., y Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. 607-610, 30(3). doi:<https://doi.org/10.1177%2F001316447003000308>

Lara, D., y Jaramillo, L. (2020). Incidencia de la capacitación como variable mediadora en la intención de emprendimiento de comunidades vulnerables en la ciudad de Guayaquil. Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Guayaquil. <http://201.159.223.180/handle/3317/14579>

Lloja, H., Chugnas, E. S., Tello, Z., y Cruz, J. J. (2021). Intención emprendedora: percepción desde los estudiantes universitarios. *Comuni@ccion: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 12(4), 269-281. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2219-71682021000400269&script=sci_arttext

López Torres, V. G., Sánchez Tovar, Y., Moreno Moreno, L. R., y Pérez Rivas, D. A. (2021). Determinantes de la intención emprendedora en estudiantes universitarios mexicanos. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 27(4), 127-146. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8145513>

Lottes, I. L., DeMaris, A., y Adler, M. A. (1996). *Using and Interpreting Logistic Regression: A Guide for Teachers and Students*. *Teaching Sociology*, 24(3), 284-298.

Osorio, F. F., y Londoño, J. C. (2015). Intención emprendedora de estudiantes de educación media: extendiendo la teoría de comportamiento planificado mediante el efecto exposición. *Cuadernos de Administración*, 28(51), 103-131. doi:<http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.cao28-51.ieee>

Park, H.-A. (2013). An Introduction to Logistic Regression: From Basic Concepts to Interpretation with Particular Attention to Nursing Domain. *Journal of Korean Academy of Nursing*, 43(2), 154-164. doi:<https://doi.org/10.4040/jkan.2013.43.2.154>

Ponce, H., Cervantes, D., y Robles, A. (2021). ¿Qué tan apropiadamente reportaron los autores el Coeficiente del Alfa de Cronbach? *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(3), 2438-2462. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i3.463

Rai, A., Rai, C. K., Adhikari, K., y Karki, M. B. (2021). What Motivate Youths to Start a Business: An Empirical Evidence from Eastern Nepal. *Journal of Management*, 4(1), 1-15. doi:<https://doi.org/10.3126/jom.v4i1.38657>

Rodríguez, J., y Reguant, M. (2020). Calcular la fiabilitat d'un qüestionari o escala mitjançant l'SPSS: el coeficient alfa de Cronbach. *REIRE Revista d'Innovació i Recerca En Educació*, 13(2), 1-13. doi:<https://doi.org/10.1344/reire2020.13.230048>

Romero-Martínez, A. M., y Milone, M. (2016). El Emprendimiento en España: Intención Emprendedora, Motivaciones y Obstáculos. *Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 10(1), 95-109. <https://www.redalyc.org/pdf/5118/511854473005.pdf>

Saavedra, M. L., y Camarena, M. E. (2020). Intención de emprendimiento en los estudiantes de la Ciudad de México. *Revista Academia & Negocios*, 5(2), 85-98. <https://www.redalyc.org/journal/5608/560861700004/html/>

Sánchez-Torné, I., Pérez-Suárez, M., García-Río, E., y Baena-Luna, P. (2021). ¿Cómo influye el género en la intención emprendedora? Un análisis del alumnado universitario. *Revista de Investigación Educativa*, 427-444. <https://revistas.um.es/rie/article/view/428451/307511>

Schøtt, T., Kew, P., y Cheraghi, M. (2015). Future Potential. A GEM perspective on youth entrepreneurship 2015. *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*. <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=49200>

Shah, I. A., Amjed, S., y Jaboob, S. (2020). The moderating role of entrepreneurship education in shaping entrepreneurial intentions. *Journal of Economic Structures*, 9(1), 1-15. doi:<https://doi.org/10.1186/s40008-020-00195-4>

Soria-Barreto, K., Zuniga-Jara, S., y Ruiz-Campo, S. (2016b). Educación e Intención Emprendedora en Estudiantes Universitarios: Un Caso de Estudio. *Formación universitaria*, 9(1), 25-34. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062016000100004>

Soria-Barreto, K., Zuñiga-Jara, S., y Ruiz-Campo, S. (2016a). Determinantes de la intención emprendedora: nueva evidencia. *Interciencia*, 41(5), 325-329. http://www.interciencia.org/v41_05/325.pdf

Támara, A., Vargas, H., Cuartas, J., y Chica, I. (2019). Regresión logística y redes neuronales como herramientas para realizar un modelo Scoring. *Revista Lasallista de Investigación*, 16(1), 187-200. doi:<https://doi.org/10.22507/rli.v16n1a5>

Torres Velásquez, J. A., Valencia Arias, A., Bermúdez Hernández, J., Díez Echavarría, L. F., Urrego Marín, M. L., y Maussa Pérez, F. O. (2018). Characterization of entrepreneurial intention in university students

as from Systemic Entrepreneurship Intention Model: a case study. Cuadernos de Gestión, 18(2), 95-114. <https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/30013/160670jt.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Valencia Arias, A., Montoya Restrepo, I., y Montoya Restrepo, A. (2016). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un estudio bibliométrico. Intangible Capital, 4(12), 881-922. <https://www.redalyc.org/pdf/549/54947443002.pdf>


Valencia-Arias, A., Rodríguez-Correa, P. A., Cárdenas-Ruiz, J. A., y Gómez-Molina, S. (2022). Factores que influyen en la intención emprendedora de estudiantes de psicología de la modalidad virtual. RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 12(23), 5-24. doi:<https://doi.org/10.17163/ret.n23.2022.01>

Valenzuela-Keller, A., Gálvez-Gamboa, F., García-Ramírez, I., y González-Ibarra, J. (2022). Intención emprendedora en estudiantes universitarios en Chile: el rol de la formación y la educación en emprendimiento. Revista Complutense de Educación, 33(1), 167-176. <https://revistas.ucm.es/index.php/RCED/article/view/73888/4564456559486>

Vargas Valdiviezo, M. A., y Uttermann Gallardo, R. (2020). Emprendimiento: factores esenciales para su constitución. Revista Venezolana de Gerencia, 25(90), 709-720. doi:<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29063559024>

Vélez, C. I., Bustamante, M. A., Loor, B. A., y Afcha, S. M. (2020). La educación para el emprendimiento como predictor de una intención emprendedora de estudiantes universitarios. Formación Universitaria, 13(2), 63-72. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062020000200063>

Walsh, A. (1987). Teaching Understanding and Interpretation of Logit Regression. Teaching Sociology, 15(2), 178-183. doi:<https://doi.org/10.2307/1318033>

Todo el contenido de **LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades**, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) .